

Г. Ж. НУРМУХАНОВА

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Рассматривается социальная ответственность бизнеса как ценностная позиция и целевая установка, которая выражается в социальной активности предпринимателей. Социальная роль предпринимательства связана с его социальной эффективностью, которая в широком смысле означает степень интеграции деятельности корпораций в социум в аспекте положительного взаимовлияния бизнеса и общества. К социальному эффекту предпринимательства в широком смысле относится положительная связь между ростом предпринимательской активности и улучшением социально-экономической ситуации в стране. Социальный эффект бизнеса в узком смысле подразумевает прямые и косвенные результаты хозяйственной деятельности, связанные не столько с прибылью предприятия, сколько со стабильностью и ростом социального благополучия работников, потребителей и общества в целом.

В условиях транзитивного социума существуют достаточные и необходимые условия реализации социальной ответственности как составной части предпринимательской деятельности. Достаточные условия претворения в жизнь социальных обязательств бизнесмена созданы там, где социальная ответственность выступает дополнительным способом конкурентной борьбы и рекламы. Необходимые условия созданы в том случае, если влияние неэтичного корпоративного поведения на жизнь индивидов и сообществ вызывает санкции, как общественного порицания, так и законодательного свойства, в то время как имидж социально ответственного предпринимательства имеет смысл, поддерживаемый потребителями, бизнес-сообществом и властью.

Социальная ответственность предпринимателя – это ценностная позиция и целевая установка, которая выражается в социальной активности, подвергаемой оценке, признанию, санкционированию, имеющей разные гарантии легитимности. К внешним гарантиям легитимности социально ответственной предпринимательской деятельности относятся легально-рациональные

основы как возможность принуждения, официальное признание, традиционные основы, включая престиж, доверие, социальный капитал, опасение общественного порицания. Внутренние гарантии легитимности – эмоциональная преданность, вера в значимость идеалов корпоративной ответственности как выражения ценности служения обществу, бизнес-этики и обязательств перед ключевыми субъектами отношений между бизнесом, работниками, сообществом, государством. Идеально-типические мотивы социально ответственного предпринимательства зависят от условий, в качестве которых выступают привычка, эмоции, вера в определенные ценности или целеполагание. Реальные стратегии предпринимательства основаны на комплексе институциональных и внеинституциональных факторов, обуславливающих смешанные типы мотивации социально ответственного действия. Общественная легитимность бизнеса напрямую связана с отношением общества к предпринимательской деятельности. К легально-рациональным основаниям легитимности бизнеса относятся его законность и официальное признание его места в системе социаль-

но-экономических отношений. Традиционные основания легитимности связаны с завоеванием доверия и престижа в глазах непосредственных потребителей. Легитимация бизнеса на личном уровне и культурные традиции обуславливают индивидуальный выбор предпринимателя, клиента и потребителя. Социокультурная легитимация бизнеса происходит, если бизнес в данной системе ценностных ориентаций наделяется социально значимыми атрибутами высоко статусной деятельности, глубинной мотивации, солидарности и служения общественному благу.

В условиях аккумуляции рыночных компонентов культуры и развития социальных отношений на основе роста целерациональной мотивации социально ответственное предпринимательство оказывается длительным и неразрывным процессом, в ходе которого практика оказания помощи эволюционирует от стихийной, аффективной и иррациональной до организованной стратегии, основанной на разделении труда и оптимизации управления. На современном этапе корпоративная благотворительность является одним из основных способов выражения социальной позиции компании и подразумевает добровольное выделение компанией ресурсов на поддержку социально значимых областей, с целью создания благоприятного общественного мнения о компании. Корпоративная благотворительность отличается от любых других типов благотворительности рациональной мотивацией и прозрачностью, подразумевая тесную связь со стратегией компании, и рациональными механизмами ее реализации, включая четкость механизмов выделения средств и ориентацию на цели компании. Современный период развития социально ответственного предпринимательства в Казахстане характеризуется стихийностью и нецеленаправленностью: отсутствует соответствующая инфраструктура, нет механизмов выбора приоритетных направлений поддержки, которые не согласованы со стратегией компаний.

Социальная роль предпринимательства связана с его социальной эффективностью, которая в широком смысле означает степень интеграции деятельности корпораций в социум в аспекте положительного взаимовлияния бизнеса и общества. В узком смысле социальная эффективность - это мера претворения в жизнь социальной ответственности предпринимательства, под которой

подразумевается идеология хозяйственной деятельности, акцентированная на социальном эффекте ведения своего дела. К социальному эффекту предпринимательства в широком смысле относится положительная связь между ростом предпринимательской активности и улучшением социально-экономической ситуации в стране. Социальный эффект бизнеса в узком смысле подразумевает прямые и косвенные результаты хозяйственной деятельности, связанные не столько с прибылью предприятия, сколько со стабильностью и ростом социального благополучия работников, потребителей и общества в целом. Социальная активность, или деятельность предпринимателей, направленная на повышение социального благополучия работников корпорации и более широкого сообщества, в свою очередь, приводит к росту прибыли, что фиксируется в терминах капитализации, стабилизации рынков сбыта, играя важную роль в популяризации имиджа компании и формировании ее социального капитала. Если компании успешно интегрируют социальные задачи в их предпринимательскую деятельность и в их взаимодействия с ключевыми социальными факторами, это приводит к позитивному эффекту на макросоциальном и макроэкономическом уровне.

За годы реформ бизнес несколько забыл о своей социальной роли. В конце концов, степень цивилизованности рыночных отношений в государстве определяется и тем, насколько бизнес готов нести социальную ответственность. Бизнес, игнорирующий требования общества, неустойчив и уязвим.

Видение предпринимателями своей социальной миссии заключается в достижении устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды и соблюдению прав человека.

«Если 90-е годы прошли под флагом бессистемных вложений в социальную сферу, которая находилась за пределами корпорации, то в настоящее время бизнес все больше задается вопросом: как сделать социальные инвестиции и вложения, не связанные с его основной деятельностью, направленными на решение непосредственных задач самого бизнеса?»

Мы наблюдаем слияние двух тенденций – корпоративного управления, активизации взаимодействия акционеров и менеджмента и развития такой практической категории, как социальная ответственность. Если в первом случае прослеживается влияние на рост капитализации бизнеса, то во втором мы видим серьезный вклад в стабильность и развитие бизнеса как такового»*.

Дальнейшая история развития Казахстана предполагает возрастание статуса предпринимателей, так как становится ясно, что они ответственны за реализацию сложнейших целей, имеющих общегосударственное значение от успешности, выполнения которых во многом зависит будущее страны. Большую роль в этом играет системный подход, который предполагает исследование одной системы (бизнес-среды), как составляющей другой системы относящейся по своей иерархии к более высокому уровню (общество, государство). К таким целям можно отнести: экономические, социальные и политические.

Экономические цели. Поскольку в обрабатывающих отраслях промышленности сегодня в РК действуют в подавляющем большинстве предприятия и организации, представляющие малый и средний бизнес (МСБ), он является единственным сектором, на который ложится ответственность за реализацию государственной экономической политики Казахстана на ближайшие годы. Политика «нацелена на достижение устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики и отхода от сырьевой направленности развития». Данный вывод подтверждается существующими реалиями, поскольку сегодня в основном именно представители МСБ инвестируют свои финансовые, материальные и интеллектуальные средства в развитие перерабатывающих отраслей промышленности.

Социальные цели. В чем же выражается социальная ответственность бизнеса.

Во-первых, это снижение безработицы за счет увеличения количества рабочих мест в стране. Во-вторых, – повышение заработной платы работников. В-третьих, – снижение зависимости от импорта товаров, а, следовательно, уменьшение их стоимости. В-четвертых – благотворительность, спонсорская поддержка, меценатство. Вместе все эти факторы способствуют повышению благос-

стояния народа Казахстана, т.е. направлены на снижение социальной напряженности в обществе.

Политические цели. Основной политической целью по определению президента является - *создание и развитие среднего класса, как гаранта политической стабильности государства.* Именно МСБ по своей сути является базовым носителем основных ценностей среднего класса в любом государстве.

Важнейшей задачей МСБ является обеспечение экономической безопасности государства за счет диверсификации его экономики в сторону внедрения и развития передовых технологий и современных перерабатывающих производств.

Бизнес по своей природе интернационален, следовательно МСБ, как никто другой, в процессе своего развития и усиления будет положительно влиять на дальнейшую стабилизацию и укрепление в Казахстане межнациональных отношений.

Одним из первых в республике к Глобальному договору ООН по корпоративной социальной ответственности присоединился Казкоммерцбанк (ККБ). Основная задача этой инициативы – развитие практики социальной ответственности частного сектора и его участия в решении наиболее острых проблем глобализации через внедрение в свою бизнес-стратегию 10 принципов в сферах соблюдения прав человека, трудовых отношений, эффективного природопользования и защиты окружающей среды, противодействия коррупции.

Основными принципами социальной ответственности бизнеса должны стать:

1. Деловые круги должны поддерживать и уважать подход, предусматривающий защиту международных прав человека в их сферах влияния.
2. Деловые круги не должны быть причастными к нарушениям прав человека.
3. Деловые круги должны поддерживать свободу ассоциаций и эффективное признание права на коллективный договор.
4. Деловые круги должны поддерживать ликвидацию всех форм принудительного и обязательного труда.
5. Деловые круги должны поддерживать эффективную ликвидацию детского труда.

*Надель С. Социальные факторы экономического роста // МЭ и МО. 2005. № 5.

6. Деловые круги должны поддерживать ликвидацию дискриминации при найме на работу и в профессиональной деятельности.

7. Деловые круги должны поддерживать осторожный подход к экологическим вопросам.

8. Деловые круги должны предпринимать инициативы в поддержку усиления экологической ответственности.

9. Деловые круги должны поощрять разработку и распространение экологически безопасных технологий.

10. Деловые круги должны бороться со всеми проявлениями коррупции, включая вымогательство и взяточничество.

В свою очередь руководство банка отмечает, что присоединение к международной инициативе ООН по корпоративной социальной ответственности «это публичное заявление на международном уровне о понимании банком роли корпоративной социальной ответственности. ККБ активно участвует в реализации социально ориентированных программ государства, а также реализует собственные инициативы. Так, ежегодно на реализацию социальных проектов созданного при банке благотворительного фонда «Кус Жолы» выделяется порядка \$1 млн. С принятием новой концепции корпоративной социальной ответственности фонд «Кус Жолы» не оказывает материальную помощь «иждивенческого характера». Все программы фонда направлены на развитие общества и личностный рост его граждан, они поддерживают лидерство и стремление изменить жизнь к лучшему.

В число участников Глобального договора входят 2300 компаний мира, среди них такие компании, как Total, BG, Statoil, ABB, Siemens, BASF, Toshiba, Nokia Corporation, Pfizer.

Уровень развития казахстанского бизнеса уже достиг того уровня, когда его социальная ответственность приобретает реальные параметры и включается в государственную политику как важнейшая составляющая стабильности общества, эффективности экономики. Президент РК Назарбаев Н.А. отмечает, что в Казахстане уже создана устойчивая платформа для успешного развития бизнеса, «впереди новые цели, главная из которых - вхождение Казахстана в число наиболее конкурентоспособных стран мира с высокими стандартами жизни». В связи с этим он считает, что сегодня «настало время активного включения

предпринимательства в решение масштабных задач казахстанского общества, что является преобладающей тенденцией в практике государств, характеризующихся более высоким уровнем развития». При этом Президент полагает, что «нам необходима собственная, казахстанская модель социально ответственного бизнеса, основанная на лучших мировых достижениях и одновременно учитывающая специфику развития нашей экономики, сложившихся общественных отношений, многонациональной культуры и наших традиций. Эта модель должна включать в себя реальное партнерство бизнеса и власти, принципы социально ответственной деловой практики построения социального диалога бизнес-сообщества с государством, институтами гражданского общества, диалога, основанного на взаимном уважении интересов, ценностей и позиций заинтересованных сторон. Она должна предусматривать повышение вклада предпринимательства в устойчивое развитие страны, решение экологических вопросов, социально значимых национальных и региональных проблем, подготовку профессиональных кадров, охрану здоровья работников, экономическое процветание и благополучие всех граждан Казахстана».

Одним из важных факторов присоединения казахстанских компаний к Глобальному договору ООН обусловлена вступлением Казахстана в ВТО, что накладывает определенные обязанности на казахстанский бизнес. В условиях растущей конкуренции имеют значение не только качество товаров и услуг, но и практика ведения бизнеса. Помимо этого, внедрение корпоративной социальной ответственности повышает конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность компании. Глобальный договор представляет собой добровольную инициативу в сфере корпоративной социальной ответственности. Основной задачей Глобального договора является объединение прогрессивных усилий частного бизнеса, правительств, профсоюзов, неправительственных организаций и агентств системы ООН для расширения возможностей и доступа всех членов общества к благам, открываемым экономическим ростом.

Сегодня очевидно, что сам по себе свободный рынок не решит всех проблем дальнейшего развития страны. Любое работающее предприятие или компания стремится получить прибыль.

Это позволяет производить новые товары, оптимизировать производство, вносить свой позитивный вклад в развитие казахстанской экономики. Но необходимо понять, что извлечение прибыли ради самой прибыли не создаст бизнеса в том виде, который необходим для долгосрочного роста всего государства.

Общепризнанным считается то, что социально ответственный бизнес берёт на себя обязательства вести деятельность в соответствии с этическими нормами и вносить вклад в экономическое развитие за счёт улучшения качества жизни как собственных сотрудников и их семей, так и всего местного населения и общества в целом. Это так называемая идеальная формула взаимодействия Общества и Капитала.

Вообще, корпоративное гражданство деловых кругов – это форма социально-ответственного поведения бизнеса. Концепция подобного гражданства, возникшая в середине 80-х годов в США, сравнивает поведение современных корпораций с поведением граждан, реализующих свою ответственность перед обществом. Ключевым элементом концепции стал акцент на преимуществах от социально-ответственного поведения для самого бизнеса.

Определение социальной ответственности деловых кругов можно сформулировать как:

- своего рода условный партнерский договор между бизнесом и обществом (государством), в котором предпринимательство взамен ответственного отношения к нуждам местного сообщества вправе рассчитывать на определенные преимущества во взаимодействии с властью (например, налоговые преференции);

- обязательство бизнеса, взятое на себя самостоятельно, поддерживать устойчивое экономическое развитие через работу с сотрудниками, их семьями, местными сообществами и обществом в целом с целью улучшения качества жизни, путем действий, полезных как для бизнеса, так и для развития общества в целом (согласно определению Всемирного банка).

Обеспечение социальной ориентации деловых кругов осуществляется через три вида деятельности:

- благотворительность;
- корпоративное волонтерство;
- социальные программы.

Под благотворительностью обычно понимается любой факт выделения денежных средств или безвозмездной передачи продукции. Это материальная помощь и бесплатные услуги работникам, спонсирование детских домов – вплоть до строительства социально значимых объектов.

Корпоративное волонтерство предполагает участие сотрудников предприятия в деятельности на благо местных сообществ, проявляющейся в организации сбора пожертвований, учреждении и проведении грантов для неправительственных организаций, работающих на решение социально значимых проблем региона, участии в благотворительных проектах, помощи в развитии гражданского сектора.

Социальные программы – специфическая область корпоративного управления, представляющая собой разработку, реализацию программ в социальной сфере. Эта функция может осуществляться в партнерстве с местной исполнительной властью, в сотрудничестве с неправительственными организациями и включает в себя деятельность: по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительная деятельность и добросовестная деловая практика.

Как отметил в одном из выступлений президент страны: «Сегодня экономика страны характеризуется высокой степенью концентрации. Около десяти мегахолдингов контролируют практически 80% всего ВВП Казахстана, выступая тормозом развития малого и среднего бизнеса, уходя от налогов и формируя схемы трансфертного ценообразования». Поэтому, необходимо вести работу по передаче непрофильных функций мегахолдингов малому и среднему бизнесу через налоговые и другие, в т.ч. общественные, механизмы. Малый и средний бизнес представляет собой внушительную силу. По статистическим данным, в республике работают 2,6 тыс. предприятий среднего и 103,3 тыс. малого бизнеса. При этом доля микробизнеса (где работает до 10 человек) в действующих предприятиях малого бизнеса доходит до 86,9%, численность занятых в них составляет 50,4%. Количество работающих в малом бизнесе на начало сентября составляет 627,6 тыс. человек. В августе 2006 года малым бизнесом выпущено товаров и услуг на 103,6 млн тенге, средним – на 263,5 млн. На 1 июля 2006 года действовало 250,2 тыс. индивидуальных

предпринимателей с численностью наемных работников 238,9 тыс. человек.

Помимо этого, предприятия МСБ, по мнению правительства, могли бы стать составной частью создаваемых в Казахстане кластеров. Но, учитывая небольшое количество конкурентоспособных отраслей, на базе которых можно реализовать кластерные проекты, большая часть малого и среднего бизнеса может остаться за их пределами, если малому и среднему бизнесу будет отведена роль обслуживающего персонала. Более удобным для предпринимательства стал бы перенос работы по активизации на областной и районный уровень. Малый и средний бизнес — это, прежде всего, дело регионов и местных властей. Они лучше понимают региональную ситуацию, знают ту среду, в которой развивается бизнес.

Первоочередными задачами реализации механизма повышения социальной роли бизнеса и его поддержки должны стать:

- повышение роли малого и среднего бизнеса в диверсификации экономики;
- продажа субъектам частного предпринимательства земельных участков, зданий, помещений либо осуществление перевода жилых помещений в нежилые с обязательным предоставлением точек подключения к необходимой инфраструктуре на конкурсной основе;
- активизация деятельности Совета предпринимателей при президенте, способного учитывать интересы и крупного и малого бизнеса;
- повышение роли экспертных советов в регионах;
- разработка критериев и принципов аккредитации бизнес-объединений;
- перенос работы по активизации деятельности малого и среднего бизнеса на территориальный (областной и районный) уровень.

Сегодняшняя рыночная экономика – это экономика «социальной ответственности». Отечественный бизнес должен принять на себя часть социальной ответственности перед людьми, обществом и государством.

ЛИТЕРАТУРА

1. Послание президента РК Н. Назарбаева Народу Казахстана «Стратегия вхождения Казахстана в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира». Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии // Вечерний Алматы, 2 марта 2006 г.
2. Предложения по стратегии социально-экономического развития Российской Федерации // РЭЖ. 2005. № 3.
3. *Надель С.* Социальные факторы экономического роста // МЭ и МО. 2005. № 5.
4. *Аренд Р.* Источники посткризисного экономического роста // Вопросы экономики. 2005. № 1.

Резюме

Кәсіпкерлердің әлеуметтік белсендігімен анықталатын бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі қарастырылады. Кәсіпкерліктің әлеуметтік ролі оның әлеуметтік тиімділігімен байланысты. Кәсіпкерліктің әлеуметтік тиімділігі корпорациялар қызметтерінің интеграция деңгейіне негізделеді.

Summary

In the article the author considers the social responsibility of business as valuable position and purpose that is expressed in the social activity of businessmen. The social role of business is connected with its social efficiency. In the wide sense it means the degree of corporations' activity integration in society within the aspect of positive influence of both business and society. Positive connection between growth of enterprise activity and improvement of social and economic situation in the country are considered as social effects of business in the wide sense. The social effect of business in the narrow sense means direct and indirect results of economic activities, connected not only with profit of enterprise, but also with stability and growth of social well-being of workers, consumers and society as a whole.

*Университет международного
бизнеса*

Поступила 10.04.07г.