

А.К. Балтабаева

С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті, Қазақстан
(E-mail: aziya_baltabaeva@mail.ru)

Генезис және корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік эволюциясы

Мақалада корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің (КӘЖ) генезисі қаралады. Сондай-ақ КӘЖ әртүрлі түсініктемелері, шетел және отандық авторлардың, халықаралық ұйымдардың КӘЖ анықтамалары мен түсіндірмелері зерттелді. Басқарушылық теория мен заманауи бизнестің нарықтық әрекетінің тәжірибесі ретінде КӘЖ мәнін көрсететін релевантты тұжырымдамалардың эволюциясының негізгі кезеңдері талданды. КӘЖ-пен қауымдастырылатын негізгі тұжырымдамалардың байланысы көрсетілді: бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің, корпоративтік жауапкершілік тұжырымдамасы, мүдделі тараптар тұжырымдамасы (стейкхолдерлер теориясы), әлеуметтік инвестициялар, корпоративтік азаматтық, әлеуметтік сезгіштік, корпоративтік төзімділік, корпоративтік әлеуметтік қызмет, корпоративтік әлеуметтік адалдық. КӘЖ және балама тұжырымдамалар арасындағы негізгі айырмашылықтар мен ерекшеліктер анықталды. Олардың мазмұнының сабақтастығы мен мақсатты бағытталуы ашылды. Корпорациялардың жұмысының институционалды ортасымен органикалық байланысқан көпаспектілі және көпдеңгейлі санаты ретінде КӘЖ мәндік мазмұны баяндалады. КӘЖ және «тұрақты даму», «корпоративтік азаматтық», «корпоративтік әлеуметтік адалдық» сияқты ұғымдардың өзара аламасының мүмкін еместігі жөнінде қорытынды жасалды, сонымен бірге КӘЖ және «бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі» ұғымдарының синонимділігі негізделді. Осылайша, осы мақаланың мақсаты КӘЖ алуан түрлі терминологиясын жүйелендіру амалы болып табылады. Қойылған мақсатқа қолжеткізу үшін мақалада осы ұғымды түсінуге деген қолданыстағы келістерді талдау жасалды. Ол үшін автор КӘЖ қолданыстағы дефиницияларын жүйелендіру, сондай-ақ осы тұжырымдаманың эволюциясының негізгі кезеңдерін талдау амалын жасады.

Кілт сөздер: корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік тұжырымдамасының эволюциясы, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі, тұрақты даму, мүдделі тараптар тұжырымдамасы.

Заманауи қарқынды өзгеретін экономикалық шындықта жіті әлеуметтік мәселелерді шешуде бизнестің рөлі сөзсіз өседі. Өз кезегінде, экономиканың жетекші субъектілері болып табылатын корпорациялар тұрақты дамуды басқарудың жаңа тиімді құралдарын тұрақты іздеуде. ХХ ғасырдың соңында пайда болған және осы күнге дейін таралып жатқан осындай құралдардың бірі бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі (КӘЖ) тұжырымдамасы болып табылады. Г. Боуэн КӘЖ саласында іргелі болып саналатын «Social Responsibilities of the Businessman» еңбегін жариялағаннан кейін 1953 жылдан бастап КӘЖ термині «бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінен» «корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікке» дейін түрленді. Алайда осы күнге дейін корпоративтік, сондай-ақ академиялық әлемде КӘЖ тақырыбы бойынша көптеген әдебиеттің пайда болуына қарамастан, сарапшыларда оны анықтау мен бағалаудың жалпы мойындалған өлшемдері тұжырымдалған жоқ. Көптеген анықтамалар бар, олар В. Марревикке сәйкес, белгілі бір топтардың нақты мүдделеріне байланысқан, және, осылайша, бірыңғай тұжырымдаманың дамуына және жүзеге асырылуына кедергі келтіреді.

Осындай белгісіздік әлеуметтік маңызды бастамалардың экономикалық тиімділігін өлшеудің шынайы көрсеткіштерінің жоқтығымен түсіндіріледі. Басқа жағынан, бизнес-қауымдастықта да, оның шектерінен тыс та корпорацияның қоғамдық рөлін түсінуге және оның қызметінің экономикалық және әдеп уәждемелерін толық үйлестіру мүмкіндігіне қатысты консенсус қалыптаспаған.

Заманауи зерттеушілер Д. Маттэн, В. Сеппел, В. Марревик, Ю.Благов және тағы басқалар корпоративтік азаматтықты (бұдан әрі КА) және корпоративтік тұрақтылықты қоса, жаңа балама тұжырымдамаларды ұсынды. Кейбір ғалымдар бұл жаңа тұжырымдамаларды *corporate social responsibility* (CSR) классикалық ұғымымен салыстырды. Осы ұғым бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің синонимі, стратегиялық корпоративтік филантропияны, стратегиялық әлеуметтік инвестициялаудың мүдделі тараптар теориясы (стейкхолдерлер) ретінде де кең пайдаланылады. Аталғандардың барлығы қоғамда корпоративтік жауапкершілігі құбылысымен байланысты теорияларды сипаттау үшін пайдаланылатын кейбір терминдер ғана. Саяси мәнмәтінде ол

экономикалық нәтижелерге ғана қолжеткізу шектерінен тыс жатқан бағыттарда бизнестің әлеуметтік жауапты және әдеп тұрғысынан уәждемеленген іс-қимылының метафорасы ретінде қолданылады.

Алайда терминдердің осындай жылжуы көптеген дебаттарға анықтық енгізбейді және әлеуметтік мәселелерді шешуде корпоративтік сектордың қатысу механизмдерін оңтайландыруға және анықтық енгізуге ықпал етпейді. Одан басқа, бизнес пен онымен өзара іс-қимыл жасайтын мемлекеттік құрылымдардың, үкіметтік емес және коммерциялық емес ұйымдардың өкілдері КӘЖ және КА ұғымдарына әртүрлі мазмұн салады.

КӘЖ ұғымын тұжырымдау айқын мұқтаждыққа айналады [1, 2]. Осыған орай, академиялық қауымдастықтың маңызды міндеті қолданыстағы терминдерді, синонимдерді, тұжырымдамаларды және келістерді талдау болып табылады. Ю.В. Благовтың пікірінше, бұл міндет осы күнге дейін эволюциядан өту күйінде.

Жалпы түрінде КӘЖ және балама тұжырымдамалардың генезисі және эволюциясы төмендегі кестеде келтірілген.

К е с т е

КӘЖ және балама тұжырымдамалардың генезисі және эволюциясы

| Тұжырымдама | Авторы, тұжырымдау жылдары | Мәні/негізгі мазмұны |
|--|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| Бизнесменнің әлеуметтік жауапкершілігі | Bowen, 1953 | Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің мәні қоғамның мақсаттары мен құндылықтары үшін, қалаулы болатындай, саясатты жүзеге асырудан, шешімдерді қабылдаудан немесе іс-қимыл жасау желісін ұстанудан тұрады |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | Davis, 1960 , Mc Guir, 1963 | Тұжырымдама бизнестің заңнамалық белгіленген экономикалық және құқықтық жауапкершілікті орындауын ғана емес, компания қызығушылықтарының шектерінен тыс шығатын қоғам алдындағы басқа да жауапкершілікті да болжайды |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | Fredrick, 1960 | Әлеуметтік міндеттер бизнесмендер қоғамның болжалдарын ақтайтын экономикалық жүйенің жұмысын қадағалаулары тиіс екендігін білдіреді. Ал бұл, өз кезегінде, экономикада өндіріс құралдары өндіріс пен үлестіру жалпы әлеуметтік-экономикалық әл-ауқатты жақсартатындай пайдаланылуы тиіс екендігін білдіреді |
| Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі | Milton Freedman, 1970 | Бизнестің тек бір әлеуметтік жауапкершілігі ғана бар – өз ресурстарын пайдалану және алаяқтық пен айлакерліксіз ашық және еркін бәсекелестікте жасалатын ойын ережелерінің шеңберінде қалатын табысты жоғарылату үшін арналған қызметке қатысу |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | Richard Eals and Clarence Walton, 1974 | Кең мағынада корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік экономиканың шектерінен тыс қоғамның мұқтаждықтарымен және мақсаттарымен алаңдаушылық болып келеді. Бүгінгі күні тіршілік ететін бизнес-жүйе еркін қоғамның тиімді жұмыс жасауының жағдайларында ғана тіршілік ете алатындықтан, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қоғамның әл-ауқатын қолдауда және жақсартуда бизнестің рөліне үлкен көңіл бөледі |
| Әлеуметтік жауапкершілік | Sethi, 1975 | Корпоративтік әлеуметтік тиімділік аспектілерін талқылайды және «әлеуметтік міндет», «әлеуметтік жауапкершілік» және «әлеуметтік қайырымдылық» деп аталуы мүмкін корпоративтік іс-қимылды ажыратады |

| 1 | 2 | 3 |
|--|--|--|
| Корпоративтік әлеуметтік сезгіштік | Ackerman, 1973, Preston, Post, 1975, Frederick, 1978 | Корпоративтік әлеуметтік сезгіштік корпорацияның әлеуметтік қысымға жауап қайтару қабілетіне жатады. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті жүзеге асыру үшін стейкхолдерлердің мүдделерін түсіну керек, оларға қатысты фирманың міндеттемелері, мүдделердің өзара байланысы мен тәуелділігі, олардың әлеуметтік мәселелеріне сезгіштік философиясының спецификациясы бар |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | Caroll, 1979 | Тұжырымдама қоғам корпорацияға қатысты иелік ететін экономикалық, құқықтық әдеп және филантропиялық болжалдардан тұратын пирамида түрінде ұсынылған |
| Корпоративтік әлеуметтік қызмет | Caroll, 1975, T. Jons, E. Epstein, 1979 Vatika Wood, | Тұжырымдама корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаларын, әлеуметтік сезгіштік процестерін және оларға ілеспе нәтижелерді бірыңғай тұтасқа синтездеді |
| Мүдделі тараптар теориясы (стейкхолдерлер) | Freeman, 1984 | Фирманға сәйкес, мүдделі тараптарға клиенттер, бәсекелестер, кәсіби қауымдастықтар, бұқаралық ақпарат құралдары, экологтар, жеткізушілер, үкімет, тұтынушылардың құқықтарын қорғаушылар, жергілікті қауымдастықтар және бизнес-қауымдастығы жатады, олардың белсенді қатысуы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті табысты жүзеге асыру үшін қажет. Бұл тұжырымдама нақты мүдделі тараптардың (стейкхолдерлердің) болжалдарын қанағаттандыруға бағытталған ретінде КӘЖ барлық элементтерін персонификациялауға және нақтылауға мүмкіндік береді |
| Корпоративтік әлеуметтік адалдық | Frederick, 1986 | Корпоративтік әлеуметтік адалдық өзіне қабылданатын іс-әрекеттердің және қолданылатын саясаттың моральдік құраушысын енгізеді. Мұнда басты объект әрқашанда анық білдіріле бермейтін, бірақ терең сақталатын моральдік нанымдар болады, олардың құрамына әдеп мәдениеті енеді |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | Еуропалық комиссия, 2000 | КӘЖ-ды «акционерлерімен және сыртқы ортамен өзара іс-қимыл жасауда компаниялардың бизнес-операцияларында әлеуметтік және экономикалық даму жөнінде қамқорлықты біріктіру тұжырымдамасы» ретінде анықтайды. ... КӘЖ тұжырымдамасына сәйкес, компаниялар әлеуметтік және экологиялық мәселелерді бизнес-қызметке және ерікті негізде мүдделі тараптармен өздерінің өзара іс-қимыл жасауларына біріктіреді |
| Корпоративтік азаматтық | I. Maignan, O. Farrell, 2000, Longsdon, Wood, 2002, Matten, Crane, Chapple, 2003 | Бұл үлгіге сәйкес, «жақсы» корпоративтік азаматтықтың басты элементі стейкхолдерлермен тиімді диалог болып табылады. «Корпорацияларға ғалымдардың үндеулерімен келісу, көбірек әлеуметтік жауапты болу емес, жақсы корпоративтік азамат болудың меншікті бағдарламасын тұжырымдау ұсынылады». «Корпоративтік азаматтық жеке тұлғалар үшін азаматтық құқықтарды басқаруда корпорацияның рөлін сипаттайды» |

| 1 | 2 | 3 |
|--|--|---|
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | M. Porter, 2003 | «Корпорациялар бәсекелік позицияларды нығайтуға бағытталған бизнес-стратегияларының бір бөлігі ретінде қаралатын әлеуметтік жауапкершілікке инвестиция салулары тиіс». КӘЖ-ты «корпоративтік филантропия» ретінде түсіндіру бәсекелік артықшылықтарды жоғалтуға осындай қызметтің бастартуын теңестіретін мүдделі тараптардың болжалдарындағы өзгерістер мойындайды. КӘЖ-ты тұрақты даму тұжырымдамасымен біртіндеп біріктіру |
| Корпоративтік төзімділік | Hart, 1995, Van Marreviyk, 2003, Steuer, 2005 | Тұжырымдама КӘЖ қағидаларын өзіне экономикалық, әлеуметтік және экологиялық жауапкершілікті енгізетін корпоративтік жауапкершілік қағидалары ретінде нақтылауға мүмкіндік берді |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) | Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік – бизнестің істерді әдеп негіздерінде жүргізуге және өз жұмыскерлерінің, олардың отбасыларының және жалпы қоғамның өмірінің сапасын жақсартып отырып, экономикалық дамуға өз үлесін енгізуге тұрақты пейілділігі |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | J. Campbell, 2006 | Корпорациялар екі шарт сақталған кезде әлеуметтік-жауапты ретінде қарастырылуы мүмкін: біріншіден, компанияның стейкхолдерлеріне қасақана зиян тигізбеу, екіншіден, стейкхолдерлерге зиян келтірген жағдайда жағдайды түзету және осыған көңіл аудару керек |
| Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік | ISO-26000, Халықаралық стандарты, 2010, | Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік пен тұрақты даму арасындағы ресми байланыс алғаш рет белгіленді. Қоғамның денсаулығы мен әл-ауқатын қоса, тұрақты дамуға үлес қосатын, мүдделі тараптардың болжалдарын ескеретін, қолданыстағы заңнамаға сәйкестікте болатын және әрекет етудің халықаралық нормаларымен келісетін, ұйымдастырудың барлық деңгейлеріне біріктірілген және оның өзара іс-қимылдарында қолданылатын мөлдір және әдеп мінез-құлық арқылы жүзеге асырылатын қоғам мен қоршаған ортаға шешімдері мен іс-әрекеттерінің әсері үшін ұйымның жауапкершілігі |

Ескерту. Автормен әзірленді (ұқсас Стандарттар Қазақстанда және Ресейде қабылданған).

Тұжырымдамалардың эволюциясының бөлінетін кезеңдерінің уақыт шекаралары шартты болып табылатындығын және көбірек танбалылық тұжырымдалардың және өзгерістердің пайда болуына бағдарланатындығын атап өткен жөн. Сәйкесінше әртүрлі авторлар әртүрлі кезеңдерді бөледі. Осылайша, мысалы, Е.В. Нехода КӘЖ тұжырымдамасының қалыптасуын 2 негізгі кезеңге бөледі:

- 1950–1990 жж. КӘЖ пайда болуы;
- 1990 – б.у. КӘЖ-тің меншікті (дербес) негізде дамуы.

Кезеңдердің әрбіреуі сипатталады және релеванттық тұжырымдамалардың пайда болуымен ерекшеленеді. Бірінші кезеңде (1950 жж. ортасы — 1970 жж. басы) корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік концепциясы (Corporate Social Responsibility) институционалды, ұйымдық және жеке деңгейлерге сәйкес келетін бизнестің моральдік қағидаларын сипаттайтын нормативтік тұжырымдама ретінде туындады [3].

Жоғарыда аталып өтілгендей, Г. Боуэннің «Бизнесменнің әлеуметтік жауапкершілігі» жұмысы КӘЖ заманауи мәдениетінің негізін қалады. Г. Боуэн (1953) «Бизнес қоғам алдында қандай саналы міндеттер (жауапкершілік) алуы мүмкін?» сұрағын қояды және кәсіпкерлердің әлеуметтік

жауапкершілігінің бастапқы анықтамасын береді: «КӘЖ кәсіпкерлердің қоғамымыздың мақсаттары мен құндылықтары көзқарасы тұрғысынан қалаулы шешімдер қабылдау немесе бағыттар ұстану саясатын жүргізу міндеттемелеріне жатады» (6-б.). Оның берген түсінігі нормативті сипатқа ие болды. Кең резонанс тудырған оның идеялары КӘЖ теориясының негізі болды, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің табиғаты мен мазмұны жөнінде пікірталастың бағытының шектерін анықтады. Бұл белгілі теоретик А. Кэрроллға Боуэнді «КӘЖ атасы», ал оның жұмысын бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін зерттеудің заманауи дәуірін ашқан меже ретінде анықтауға мүмкіндік берді. Түсіндірмесі ерекше көңіл бөлуге лайық, Хейлд (1957) де оны мақұлдайды: «КӘЖ максималды экономикалық тиімділікке қолжеткізу үшін ғана емес, сондай-ақ адамгершілікті және құрылымды әлеуметтік саясатқа да қолжеткізу үшін менеджерлердің қоғам алдында өз міндеттемелерін мойындаулары» [4; 167]. Боуэннің сыншылары ретінде Т. Левитт (1958) пен кейінірек М. Фридман шықты, олардың пікірінше, КӘЖ осы тұрғыдан жүзеге асыру капитализмнің өліміне әкеледі, одан басқа, КӘЖ басты міндеті «бизнестің пайдасын арттыру» болып табылады. К.Дэвис 1960 ж. әлеуметтік жауапкершілік басқару мәнмәтінінде қаралуы тиіс екендігін алғашқы болып негіздеді. Өз кезегінде, Дж. Макгуэр КӘЖ мазмұнын нақтылады, «корпорацияның тек экономикалық және құқықтық міндеттемелері ғана емес, сондай-ақ олардың шектерінен тыс шығатын қоғам алдындағы белгілі бір жауапкершілігі барын» атап өтті.

Біршама уақыт өткеннен кейін С.Сэти КӘЖ мазмұнын нақтылады, ол «корпоративтік іс-қимылды әлеуметтік нормаларға, құндылықтарға және болжалдарға сәйкес келетін деңгейде шығаруды» білдіреді. Алайда, Фредэриктің пікірінше, осыған дейін болған барлық жұмыстар «үн бойынша нормативті болды, бірақ жанжалда болған құндылықтарды анықтауда нақты болған жоқ». Нормативтік келіс шеңберінде КӘЖ мазмұнын негіздеу амалдары зерттеушілерді логикалық тығырыққа әкелгендігі жөнінде қорытынды жасауға болады. КӘЖ-ті экономикалық, құқықтық, әдеп және филантропиялық жауапкершілікті енгізетін пирамида түрінде келтірілген көпдеңгейлі жауапкершілік түрінде түсіндіруді ұсынған А. Кэрроллдың үлгісін атап өтпеуге болмайды. Осылайша, Кэрроллдың үлгісінің арқасында, КӘЖ мазмұны нақтыланды және «нормативтілік деңгейлері» жүйелендірілді, олар корпорациялар үшін мүлтіксіз, экономикалық және құқықтық жауапкершілік болып табылады және олар қоғамның қатаң талаптарына сәйкес келеді; сол кезде әдеп қоғаммен күтіледі, филантропиялық тек қалаулы ғана [5; 268].

Алайда А. Кэрроллдың КӘЖ пирамидасының үлгісі сынға жиі ұшырайды және оны қайта ойластыру амалдары жасалады. Сыншылар оны, А. Кэрроллға сәйкес, КӘЖ барлық деңгейлерінің басты элементі әдеп болатындығын, алайда «КӘЖ міндетті немесе белгілі бір міндетті күш болжанатындығы» сұрағы әлі шешілмегендігімен негіздейді [6].

Осылайша, Т. Левитт, М. Фридман, К. Дэвис, Дж. Пост, Л. Престон, А. Кэрролл сияқты экономика, менеджмент және маркетингтің белгілі мамандарының жақтаушылары арасында өткен көпжылдық даулар мен сын КӘЖ-тің мәнін басқарушылық мәнмәтінде анықтауға және нақтылауға әкелді, оның мазмұнын нақтылау және жүйелендіру мүмкіндігін берді, бұл, өз кезегінде, КӘЖ-ті қағидалардың өзара байланысқан жүйесі ретінде сәйкестендіруге мүмкіндік берді [4]. КӘЖ-тің дамуының екінші кезеңі корпоративтік әлеуметтік сезгіштік (КӘС) (Corporate Social Responsiveness) тұжырымдамасы КӘЖ нормативтік тұжырымдамасымен толықтырылғандығымен белгіленді (1970 жж. ортасы – 1980 жж. соңы). Корпорациялардың басқарудың белгілі бір процестерін жүзеге асыру арылы қоғамның әсерін сезіну қабілеті түсінілді.

Дегенмен, тұжырымдаманың екеуі С. Сэти, Р. Аккерман, Р. Бауэр, Д. Вотав, А. Кэрролл, В. Фредерик сияқты ғалымдардың жұмыстарында олардың бір-біріне қатынасы эволюцияның бірыңғай процесінің жеке дербес немесе балама, немесе өзара байланысқан тұжырымдамалары, ретінде түсіндірілді.

Сэти өзінің «The three dimensions of corporate social performance» классикалық мақаласында «корпоративтік әлеуметтік тиімділік аспектілерін» талқылайды және «әлеуметтік міндеттеме», «әлеуметтік жауапкершілік» және «әлеуметтік ықыластылық» ретінде аталуы мүмкін корпоративтік іс-қимылды ажыратады.

Бұған қарама-қарсы Э. Эпштейн КӘЖ жаңа тұжырымдамасын ұсынды, әлеуметтік жауапкершілік, сезгіштік пен іскерлік әдеп ұғымдарын бір-бірімен байланыстырды. Оның пікірінше, бұл үш ұғым бір-бірімен тығыз байланысып қана қоймай, сондай-ақ зерттелетін мәселелер мен сұрақтар шеңберін дубляждайды. Ол КӘЖ-ты келесідей анықтады: корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік сәйкесінше корпоративтік қатысушыларға жағымды әсер ететін нақты сұрақтар

немесе мәселелер бойынша (кейбір нормативтік стандарттар бойынша) ұйымдық шешімдердің нәтижелеріне ол жеткізумен байланысты [7]. Осылайша, 70 жж. корпоративтік әлеуметтік ықыластылық пен корпоративтік әлеуметтік тиімділік терминдерінің пайда болуымен белгіленді. Олардың біріншісінде компаниялардың белсенді келісі баса айтылды және КӘЖ-ты стратегиялық басқарумен байланыстыру үшін пайдаланылды; екіншісі – сұрақтарды шешу үшін және, бірауақытта, КӘЖ өлшеу амалы үшін басқарушылық құрылымды ұсыну амалы.

Екінші кезеңнің үшінші сатысында, Ю. Благовтың пікірінше (1970 жж. соңы – 1990 жж. ортасы), корпоративтік әлеуметтік қызметтің синтезделген тұжырымдамасы пайда болды, ол КӘЖ генезисінің логикалық кезеңіне айналды (Corporate Social Performance) және КӘЖ қағидаларын, корпоративтік әлеуметтік сезгіштік процестерін және оларға ілеспе нәтижелерді жалпылады, нәтижесінде келесі зерттеулердің іргесі болып табылатын парадигма туындады [4]. Бұл парадигма «қалыпты ғылым» шеңберінде ғылыми зерттеулерді жасауға, сондай-ақ осы нәтижелерді бизнес-процестерде қолдануға мүмкіндік берді.

Д. Свенсонның, Р. Фредэриктің, Т. Джонстың және тағы басқалардың тұжырымдамаларының мойындалуына қарамастан, ең талап етілген тұжырымдама Д. Вудтың корпоративтік әлеуметтік қызметінің бүтін тұжырымдамасы саналады, ол сол кездегі С. Сэтидің, С. Вартиктің, А. Кэроллдың және Ф. Кохреннің КСД-ға келістерін біріктірді және қайта құрылымдады. Осылайша, Д. Вудқа сәйкес, КСД – ол «әлеуметтік жауапкершілік қағидаларының, әлеуметтік сезгіштік процестерінің және фирманың қоғамдық өзара іс-қимылдарына қатысты көзге түсерлік нәтижелердің бизнес-ұйымдағы жүйесі» [8].

КӘЖ тұжырымдамасының меншікті негізде дамуы. «Қағидалар – процестер – нәтижелер» келісі ғылымның әртүрлі салалары болып саналатын зерттеулерді біріктіруге мүмкіндік берді, сондай-ақ тәжірибелік бағдарланған КӘЖ проблематикасын анықтады. КӘЖ аумағы да, сондай-ақ ұғымның өзі де үнемі кеңейетіндігін және эволюцияға ұшырайтындығын ескеріп, КСД тұжырымдамасы осы тұжырымдаманың жеке ережелерін дамытатын немесе қарқынды өзгеріп жатқан жағдайлар мәнмәтінінде қағидалардың, нәтижелердің өздерін жанаша түсіндіретін балама бағыттардың туындауы үшін негіз ретінде пайдаланылды. Жаңа балама тұжырымдамалар бұрыннан бері қолданыстағы тұжырымдамалармен қатар пайдаланылғандығын ескерген жөн, бұл КӘЖ дефинициясының көптеген түсіндірмелеріне әкелді. Зерттеушілердің бір тобының пікірін біріктірген кезде КӘЖ корпорацияның қоғаммен өзара іс-қимылының әдеп қағидаларына негізделетін автономды негізгі тұжырымдама болып қалатындығы саналады.

Басқа зерттеушілер үшін КӘЖ көптеген идеялар, тұжырымдамалар, әдістер үшін шатырлы тұжырымдама ретінде және келесілер түсінілетін шартты, жинақы ұғым ретінде экономиканың, менеджменттің, әлеуметтанудың, әдептің пәнаралық саласында көптеген зерттеулердің көрінісі ретінде пайдаланылды:

- компаниялар қоғам мен табиғи ортаға әсері үшін жауапкершілік көтереді;
- компаниялар бизнесті бірге жүргізетін басқа тұлғалар үшін жауапкершілік көтереді (мысалы, жеткізілімдер шектерінде);
- бизнес коммерциялық мүдделерді жоғарылату мақсаттарында ғана емес, сондай-ақ қоғам алында өз құндылығын өсіру үшін қоғамның кең шеңберімен өз қатынастарын басқаруы тиіс. Осындай анықтама бизнес пен қоғамның КӘЖ арқылы байланысын анықтауға мүмкіндік береді.

Осылайша, қазіргі кезде КӘЖ тұжырымдамасының дамуы тұжырымдаманың түзілген іргесінде мазмұнды алуан түрліліктің дамуымен сипатталады [9; 6].

КӘЖ эволюциясына сондай-ақ мүдделі тараптар, корпоративтік азаматтық және корпоративтік тұрақтылық тұжырымдамалары әсер етті, олар параллельді дамиды және көбіне бірін-бірі толықтырды.

1984 ж. Э. Фридман өзінің танымал болған мүдделі тараптар теориясын ұсынады (Stakeholder Theory) және соныменен КӘЖ зерттеуде жаңа өлшем ашады. Алғашқыда «мүдделі тараптар» ұғымы 1963 ж. Стэнфорд зерттеу институтының есебінде айтылды және «ұйым тіршілік ете алмайтын топтарды» білдірді. Фридман келесі анықтаманы ұсынып, қамту саласын кеңейтті: «Кез келген топ немесе әсер ете алатын тұлға немесе корпорацияның мақсаттарына қолжеткізуге тәуелді». Сәйкесінше, мүдделі тараптарға клиенттер, бәсекелестер, кәсіби қауымдастықтар, бұқаралық ақпарат құралдары, экологтар, жеткізушілер, үкімет, тұтынушылар құқықтарын қорғаушылар, жергілікті қауымдастықтар және бизнес-қауымдастық жатады, олардың белсенді қатысуы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті табысты жүзеге асыру үшін қажет [10].

Автор Ю.Е. Благовтың мүдделі тараптар тұжырымдамасының рөлін (Stakeholder Concept) екі түрлі қарастыруға болатындығымен келіседі. Бір жағынан, бұл тұжырымдама корпоративтік әлеуметтік қызметтің барлық қатысушыларын «нақты мүдделі тараптардың (стейкхолдерлердің) болжалдарын қанағаттандыруға бағытталған» ретінде персонификациялауға және нақтылауға мүмкіндік береді. Мүдделі тараптар тұжырымдамасының осындай «қызметтік» рөлі баламалы синтетикалық тақырыптар ретінде корпоративтік азаматтық және корпоративтік тұрақтылық тұжырымдамасын дамыту үшін де алады. Басқа жағынан, мүдделі тараптар тұжырымдамасы толыққанды болып табылады, оған әлем ғалымдарының 200 астам еңбектері арналған. КӘЖ-ке көптеген жарияланымдарын арнаған беделді ғалым М. Кларксонға сәйкес, «нәтижелілік пен корпоративтік әлеуметтік қызметті бағалау корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті және сезгіштікті сипаттайтын тұжырымдамаларға негізделген үлгі мен әдістемені пайдалану кезінде ғана емес, сондай-ақ корпорацияның мүдделі тараптармен қатынастарын үйлестіру (басқару) шартында тиімдірек талдануы мүмкін» [11].

В. Фредерик барлық пікірлерді тұжырымдады, оның пікірінше, корпоративтік әлеуметтік сезгіштік тұжырымдамасына ауысу бірқатар міндеттерді шешуге мүмкіндік берді: бизнеске моральдік қысым деңгейін төмендету; нақты басқарушылық құралдарға және техникаларға, ұйымдық құрылымдарға, сондай-ақ мінез-құлықтық үлгілерге көңіл бөлу; бизнес пен қоғамның өзара іс-қимыл жасау саласында эмпирикалық зерттеулерді дамыту; дивизионалды құрылыммен, әлеуметтік есептіліктің кемшіліктерімен, менеджерлердің қызметін бағалаудың шектеулігімен, капитал нарығының даму өзгешелігімен және әлеуметтік шығындарды бағалаумен байланысты ұйымдық сезгіштікті дамытудағы шектеулерді зерттеу.

Корпоративтік азаматтық (Corporate Citizenship, бұдан әрі КА) және әсіресе корпоративтік төзімділік тұжырымдамалары (Corporate Sustainability) көбіне зерттеулердің бағытын да, сондай-ақ мазмұнын да өзгертті, оларды компаниялардың тұрақты бәсекелік артықшылықтарға қолжеткізумен байланыстырды. Корпоративтік азаматтық арналған көптеген шетел ғалымдарының, атап айтқанда, А. Крейнинің, Дж. Мунның, Б. Альтманнның еңбектерінде КА термині ретінде бизнесті саясаттың, филантропияның және экономиканың өзара байланысқан жүйесінде позициялау түсініледі, себебі «корпорацияларға ғалымдардың «әлеуметтік жауапты» болу үндеулерімен келіспей, «жақсы корпоративтік азамат» болудың меншікті бағдарламасын тұжырымдау керек».

Автордың пікірінше, КӘЖ-тың КА-тан маңызды айырмашылықтарының бірі сыртқы ортамен өзара іс-қимыл жасау болып табылады, осылайша сыртқы ортамен өзара іс-қимыл жасау КӘЖ үшін өзара іс-қимыл жасау мен бейімделудің тиімді механизмдерін іздеуді білдірсе, КА өзі заманауи корпорациялардың тұрақты түрде өсетіндіктеріне байланысты сыртқы ортаның бір бөлігі, яғни қоғамның толыққанды мүшесі, болып табылады.

КА-тың әртүрлі түсініктемелерін талдай келе және С.П. Перегудовпен келісе отырып, мына тұжырымға келеміз: корпоративтік азаматтық – даму стратегиясын жүзеге асыруда бірлесіп қатысу үшін басқа әлеуметтік институттармен жүйелі өзара іс-қимыл жасауға енгізуге бағытталған компанияның жауапты қоғамдық іс-қимылының үлгісі. Осы үлгіні жүзеге асыру үшін компания тікелей экономикалық қызметте, сондай-ақ табиғатты қорғау және әлеуметтік салаларда әлеуметтік жауапты бастамалардың бағдарламаларын әзірлейді және жүзеге асырады. Бұл екі ұғымды ұқсастыратын сарапшылармен және практиктармен келіспейміз, себебі КӘЖ корпорациялардың қызметінің әлеуметтік аспектілеріне және стейкхолдерлермен өзара іс-қимыл жасаудың басты басымдылықтарына екіпін жасаса, ал КА осындай өзара іс-қимыл жасаудың қоғамдық-саяси құраушысына екіпін жасайды. Одан басқа, диссертанттың пікірінше, КА эволюциялық нысан болып табылады [1; 16].

Нақты мағынасы адамның өз өмірін және әл-ауқатын жақсартудағы іс-әрекеттері мен болжалдары және табиғи әлем ресурстарының және экожүйенің жағдайы арасындағы тұрақты өзара байланыс болатын нақты мағынамен тұрақты даму тұжырымдамасына келетін болсақ, «бұл тұжырымдама кем дегенде біздің ұрпағымыз сияқты өмір сапасына рахаттану үшін перспективаларды қолдауға бағытталған». Брантлэнд есебіне сәйкес, экономикалық даму, әлеуметтік даму және қоршаған ортаны қорғау – тұрақты даму мәселелері арналған үш өлшем. Тұрақты даму бойынша бүкіләлемдік іскерлік кеңеске (WBCSD) сәйкес, тұрақты даму ол «бизнестің өзін этикалық ұстауға және жұмыс күшінің және олардың отбасыларының, сондай-ақ қауымның және жалпы қоғамның өмірлерінің сапасын жоғарылата отырып, экономикалық дамуға ықпал етуге жалғасып жатқан міндеттемесі».

Бұл тұжырымдама КӘЖ қағидаларын өзіне экономикалық, әлеуметтік және экологиялық үш түрлі жауапкершілікті енгізетін корпоративтік жауапкершілік қағидалары ретінде нақтылауға мүмкіндік берді. Одан басқа, оның дамуы бизнестің теориясына және тәжірибесіне экономикалық, әлеуметтік және экологиялық өлшеулерді енгізетін үштік қорытынды (үшбірлік) ұғымын енгізу мүмкіндігін берді. Элкингтон Triple Bottom Line (ЗР) танымал тұжырымдамасын ұсынды, онда үш мәселе қаралады: әлеуметтік жауапкершілік (адамдар), экологиялық жауапкершілік (Планета) және экономикалық жауапкершілік (пайда). Осылайша, әлеуметтік жауапты компания экономикалық гүлдену, әлеуметтік әділеттілік және қоршаған ортаны қорғау институты ретінде қарастырылуы мүмкін. Үшбірліктің бұл тұжырымдамасы корпоративтік әлемде кеңінен танымал болды және People, Planet және Profit идеясына негізделі отырып, нығайып жатыр, бұл «қоршаған орта мен қоғам үшін жақсы әсер ететіні бизнестің қаржы көрсеткіштеріне де жақсы әсер ететіндігін» білдіреді.

Осы кезеңде Кэрролл және Бухгольц КӘЖ-ты «индивид өзінің іс-әрекеттерін барлық әлеуметтік жүйеге қатысты қарастыруын және осы жүйенің кез келген саласындағы іс-әрекеттің салдары үшін жауапкершіліктен ұстап қалуын талап ететін әлеуметтік жауапкершілік идеясы» ретінде анықтайды [12].

КӘЖ саласындағы негізгі халықаралық стандарттар – GRI (Global Reporting Initiative) қаржылық емес есептілік тобының стандарттары және 2010 жылдың соңында қабылданған ISO–26000 әлеуметтік жауапкершілік халықаралық стандарты – корпоративтік тұрақтылық идеясына негізделген. Сонымен бірге корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік талдаудың бастапқы нүктесі болып қалады. Дж. Мунның пікірінше, «корпорациялар өзгерістер «агенті» ретінде жиі қарастырылатындықтан, осы тұжырымдамалардың арасындағы байланыс теңдік пен еркіндік арасындағы байланыс сияқты айқын болып табылады. Сәйкесінше, корпорациялар тұрақты өндіру және тұтыну, климат өзгерістері мен энергияның жетіспеушілігі, табиғи ресурстарды қорғау және жергілікті қауымдастықтардың тұрақты дамуы сияқты тұрақты дамудың күнтізбесінің осындай тармақтарын жүзеге асыру үшін жауапкершілікті өздеріне алады» [13].

Осылайша, КӘЖ тұжырымдамасының эволюциясының екі белгіленген кезеңдері барысында күрделі тұжырымдамалық жүйе қалыптасты. КӘЖ «шатырлы» тұжырымдама рөлін атқаруды жалғастырады, сол уақытта теориялық пікірталас пен оның тәжірибелік қосымшалары балама тақырыптармен байланысты болады. Сонымен бірге заманауи ғылыми және іскерлік әдебиетте өзіне мүдделі тараптардың болжалдарына бағдарлануды, корпоративтік азаматтық апелляцияны және тұрақты дамуға ұмтылуды енгізбейтін КӘЖ анықтамасын кездестіру мүмкін емес. Прагматизм әдістемесіне негізделген балама тақырыптарды дамыту 1990 жж. ортасынан бастап КӘЖ проблематикасы стратегиялық басқару теориясында белсенді қарастырыла бастағандығына ықпал еткендігін атап өткен жөн. КӘЖ тұжырымдамасының эволюциясының бірінші кезеңінде жеке «стратегиялық» мәселелер корпоративтік әлеуметтік сезгіштікті зерттеу кезінде көтерілген немесе КӘЖ-ты инструменталдық «ақтау» амалдарымен байланысты болса, «қағидалар — процестер — нәтижелер» логикасы КӘЖ проблематикасына стратегиялық басқарудың негізгі тұжырымдамаларын тікелей қосуды мүмкін етті.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Перегудов С.П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии / С.П. Перегудов, И. Семенов. — 1-е изд. — М.: Прогресс-Традиция, 2008. — 448 с.
- 2 Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. — 2006. — 8. — С. 7–10 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-kontseptsii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-2>.
- 3 Нехода Е.В. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / Е.В. Нехода. — Томск: Изд. дом Томск. гос. ун-та, 2015. — 340 с.
- 4 Shafiqur Rahman. Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility / Shafiqur Rahman // World Review of Business Research. — Vol. 1. — No. 1. — March, 2011. — P. 166–176.
- 5 Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A.B. Carroll // Business and Society. — 1999. — Vol. 38. — No. 3. — P. 268–295.
- 6 Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: возвращение к истокам / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндинова // Рос. журн. менеджмента. — 2006. — Т. 4. — № 3. — С. 186–190.
- 7 Epstein E. The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness / E. Epstein // California Management Review. — 1987. — Vol. 24. — No. 3. — P. 31–42.

- 8 Wood D, Corporate social performance revisited // Academy of management review. — 1991. — Vol. 16. — No. 4. — P. 691–718.
- 9 Благоев Ю.Е. Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности и теория стратегического управления / Ю.Е. Благоев // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. — 2011. — Вып. 1. — 7–10-б.
- 10 Freeman R.E. Strategic Management A stakeholder approach / R.E. Freeman. — Boston: Pitman publ., 1984. — P. 38.
- 11 Clarkson E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance / E. Clarkson // Academy of Management Review. — 1995. — Vol. 20. — No. 1. — P. 92–117. JOURNAL ARTICLE, Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/258888>.
- 12 Waseem Bahadur. Corporate Social Responsibility for a Sustainable Business [Electronic resource] / Waseem Bahadur, Omar Waqqas // Journal of Sustainable Society. — 2013. — Vol. 2. — No. 4. — Access mode: <http://www.worldscholars.org>.
- 13 [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.globalreporting.org>.

А.К. Балтабаева

Генезис и эволюция корпоративной социальной ответственности

В статье изучены различные интерпретации генезиса корпоративной социальной ответственности (КСО), подходы и трактовки КСО зарубежных и отечественных авторов, международных организаций. Проанализированы основные этапы эволюции релевантных концепций, отражающих сущность КСО как управленческой теории и практики рыночного поведения современного бизнеса. Отражена связь основных концепций, ассоциируемых с КСО: концепция социальной ответственности бизнеса, корпоративной ответственности, концепция заинтересованных сторон (теория стейкхолдеров), социальные инвестиции, корпоративное гражданство, социальная восприимчивость, корпоративная устойчивая деятельность, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная добросовестность. Определены основные различия и особенности между КСО и альтернативными концепциями. Раскрыта преемственность их содержания и целевая направленность. Излагается сущностное содержание КСО как многоаспектной и многоуровневой категории, органически связанной с институциональной средой функционирования корпораций. Сделан вывод о невозможности взаимозаменяемости таких понятий КСО, как «устойчивое развитие», «корпоративное гражданство», «корпоративная социальная добросовестность». Вместе с тем обоснована синонимичность понятий КСО и «социальная ответственность бизнеса».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, эволюция концепции корпоративной социальной ответственности, социальная ответственность бизнеса, устойчивое развитие, концепция заинтересованных сторон.

А.К. Baltabayeva

Genesis and evolution of corporate social responsibility

The article examines the genesis of corporate social responsibility (CSR). Various interpretations of CSR, approaches and interpretations of CSR by foreign and domestic authors, and international organizations have also been studied. The basic stages of the evolution of relevant concepts that reflect the essence of CSR as a managerial theory and practice of market behavior of modern business are analyzed. In the article, was discussed the communication of the main concepts associated with CSR: the concept of social responsibility of business, corporate responsibility, the concept of stakeholders (stakeholder theory), social investments, corporate citizenship, social susceptibility, corporate sustainability, corporate social activity, corporate social conscientiousness. The author identified the main differences and features between CSR and alternative concepts, the continuity of their content and the goal orientation are revealed. In the paper the essential content of CSR is described as a multidimensional and multilevel category organically related to the institutional environment of the functioning of corporations. As a result, the conclusion is made about the impossibility of interchangeability of such concepts of CSR and «sustainable development», «corporate citizenship», «corporate social conscientiousness», at the same time the synonymy of CSR concepts and «social responsibility of business» is grounded.

Keywords: corporate social responsibility, evolution of the concept of corporate social responsibility, social responsibility of business, sustainable development, the concept of stakeholders.

References

- 1 Peregudov, S.P., & Semenenko, I. (2008). *Korporativnoe hrazhdanstvo: kontseptsii, mirovaia praktika i rossiiskie realii* [Corporate citizenship: concepts, world practice and Russian realities]. (1d ed.) Moscow: Prohress-Traditsiia [in Russian].
- 2 Blagov, Ju.E. (2006). Henezis kontseptsii korporativnoi sotsialnoi otvestvennosti [Genesis of the concept of corporate social responsibility]. *Vestnik Sankt-Peterburhskoho universiteta – Bulletin of Saint Petersburg University*, 8, 7–10. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-kontseptsii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-2> [in Russian].
- 3 Nehoda, E.V. (2015). *Teoriia i praktika korporativnoi sotsialnoi otvestvennosti* [Theory and practice of corporate social responsibility]. Tomsk: Izdatelskii dom Tomskoho hosudarstvennogo universiteta [in Russian].
- 4 Shafiqur Rahman. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, Vol. 1, 1, March, 166–176.
- 5 Caroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Costruct. *Busines and Society*, Vol. 38, 3, 268–295.
- 6 Beljaeva, I.Ju., & Jeskindirova, M.A. (2006). Korporativnaia sotsialnaia otvestvennost [Corporate social responsibility]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal*, Vol. 4, 3, 186–190 [in Russian].
- 7 Epstein, E. (1987). The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness. *California Management Review*, Vol. 24, 3, 31–42.
- 8 Wood, D. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, Vol. 16, 4, 691–718.
- 9 Blagov, Ju.E. (2011). Evoliutsiia kontseptsii korporativnoi sotsialnoi otvestvennosti i teoriia stratehicheskoho upravleniia [Evolution of the concept of corporate social responsibility and the theory of strategic management]. *Vestnik Sankt-Peterburhskoho universiteta – Bulletin of Saint Petersburg University*, 1, 7–10 [in Russian].
- 10 Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management A stakeholder approach*. Boston: Pitman publ.
- 11 Clarkson, E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, Vol. 20, 1, 92–117. JOURNAL ARTICLE, Stable. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/258888>.
- 12 Waseem, Bahadur & Omar, Waqqas (2013). Corporate Social Responsibility for a Sustainable Business. *Journal of Sustainable Society*, Vol. 2, 4. Retrieved from <http://www.worldscholars.org>.
- 13 *globalreporting.org*. Retrieved from <https://www.globalreporting.org>.