

Корпоративная социальная ответственность бизнеса как фактор межсекторного партнерства

Бахытнур Отарбаева
Международная Академия Бизнеса

Корпоративная социальная ответственность бизнеса как фактор межсекторного партнерства

- ▶ Термином корпоративная социальная ответственность принято обозначать добровольно проводимую компаниями деятельность, способствующую положительному влиянию на общество, окружающую среду и экономику.

Глобальный Договор ООН

- 10 тысяч организаций из 130 стран мира
- Поддерживать и соблюдать права человека;
- Свободу объединений и признания на деле права на заключение коллективных договоров;
- Выступать за ликвидацию любой дискриминации в сфере труда и занятости;
- Отвечать за состояние окружающей среды и способствовать экологии;
- Противодействовать всем формам коррупции.

- Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)
- Европейский союз
- Международная инициатива по транспарентности в добывающих отраслях промышленности (EITI)
- Глобальная инициатива в области отчетности (Global Reporting Initiative, GRI)
- Accountability

- Проект по опросу основных стейкхолдеров, реализованный Фондом Евразия в 2005 г;
- «Отчет о текущем состоянии и перспективах развития корпоративной социальной ответственности(КСО) в Казахстане за 2008–2009 годы» ПРООН;
- Социологическое исследование «Оценка уровня развития социально–ответственного бизнеса в г.Алматы «Фондом устойчивого развития Инаят » ;
- «Бизнес и общество о корпоративной социальной ответственности в Казахстане», проведенное в 2011г. Ажар Байсакаловой(КИМЭП).

Социально-ориентированная деятельность казахстанских компаний

- Корпоративное развитие;
- Экологическая политика ;
- Эффективное развитие персонала;
- Здоровье и безопасность на рабочем месте;
- Взаимодействие с местными органами власти и общественными организациями для решения общих социальных проблем.

Методы социального взаимодействия

- Через прямые инвестиции;
- Самостоятельно, создавая свои собственные структуры или механизмы;
- Метод аутсорсинга по отношению к НПО для реализации отдельных социальных проектов.

- ▶ В Сайрамском районе наверное бизнес ответственен, но мы жители не видим его яркого отражения;
- ▶ В селе Таскен построена школа на 300 мест руководителем ТОО «Стандарт цемент», тем самым он откупился от местного населения за долгие годы экологических бедствий в будущем. Но в основном бизнесмены решают свои проблемы с чиновниками и в лучшем случае строят мечети, которые называют в память о своих родителях;
- ▶ Бизнес должен брать на себя определённые участки социальных проблем, адресную поддержку, о которых должно знать население. Других примеров мы не знаем. Многие бизнесмены о СОБ плохо знают».

- ▶ **Основная направленность подписанных меморандумов – развитие инфраструктуры городов, поселков, помощь в проведении различных социально–культурных мероприятий, благотворительная помощь детским домам, интернатам, домам престарелых, улучшение экологической обстановки и совершенствование производства.**

- ▶ На республиканском уровне – налицо очевидная недооценка возможностей КСО со стороны правительства и отсутствие системной и последовательной государственной политики в этом направлении.

SWOT– анализ состояния КСО в Республике Казахстан

Сильные стороны

- Развитая предпринимательская среда;
- Наличие конкурентоспособных корпоративных структур, обладающих ресурсами, необходимыми для осуществления социальных инвестиций;

Слабые стороны

- Недостаточно взвешенная гос. политика партнерства в отношении бизнеса;
- Отсутствие со стороны государства реального стимулирования КСО;
- Недостаточная осведомленность казахстанского бизнеса о КСО;
- Отсутствие концепции развития КСО;

SWOT– анализ состояния КСО в Республике Казахстан

Сильные стороны

- ▶ Вовлечение экономики страны в процессы глобализации, под воздействием которых происходит институционализация социальной ответственности бизнеса по стандартам, принятым в международной практике;

Слабые стороны

- ▶ Отсутствие единого государственного органа, отвечающего за продвижение КСО;
- ▶ КСО практика предприятий не является системной;
- ▶ Зачастую «Добровольно–принудительное сотрудничество» с местными властями;

SWOT– анализ состояния КСО в Республике Казахстан

Сильные стороны

- Наличие определенного правового поля, регулирующего обязательства бизнеса перед заинтересованными сторонами;
- ▶ Распространенность практики КСО среди предприятий;
- ▶ Высокая КСО активность предприятий по отношению к окружающей среде;
- ▶ Использование положительного опыта зарубежных стран.

Слабые стороны

- ▶ Политика КСО не интегрирована в стратегию компаний;
- ▶ Неготовность предприятий представлять информацию о своей деятельности;
- ▶ Слабое взаимодействие бизнеса и НПО сектора;
- ▶ Широкое распространение неформальных теневых экономических отношений;
- ▶ Слабость гражданского общества и социального партнерства и др.

SWOT– анализ состояния КСО в Республике Казахстан

Возможности

- ▶ Поддержка международными организациями развития КСО;
- ▶ Развитие теории и практики корпоративной социальной ответственности;
- ▶ Создание условий для поддержки и развития отечественного предпринимательства;
- ▶ Повышение осведомленности общественности ;
- ▶ Повышение активности неправительственных организаций;
- ▶ Государственные программы развития малого и среднего бизнеса;
- ▶ Формирование межсекторного социального партнерства;
- ▶ Укрепление гражданского общества;

Угрозы

- ▶ Отсутствие концепции системного развития КСО в соответствии с потребностями экономики, социальной сферы и общественной жизни страны;
- ▶ Отсутствие постоянного интереса к системе социального партнерства со стороны бизнес сектора;
- ▶ Падение уровня социальной ответственности;

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Превалируют слабые стороны развития данного процесса, а также то, что такие сильные стороны как развитость предпринимательской среды не гарантирует осведомленности казахстанского бизнеса о КСО, интеграции принципов социальной ответственности в стратегию компаний;
- Международные стандарты и рекомендации по ведению КСО и устойчивому развитию для большинства казахстанских компаний являются еще недоступной планкой;
- Партнерство между бизнесом и НПО находится еще в процессе становления, что не дает бизнесу эффективно реализовывать свой социальный потенциал и функцию социальной ответственности.