

УДК: 330.342:334.021(575.2)(04)  
DOI 10.53473/16946324\_2022\_4

Кудайбергенова Мунара Керимбековна  
ОИӨК “Кыргызстан эл аралык университети”  
Кудайбергенова Мунара Керимбековна  
УНПК “Международный Университет Кыргызстана”  
Kudaibergenova Munara Kerimbekovna  
ERPC “International University of Kyrgyzstan  
Тел.: +996706343550  
e-mail: kmunara07@gmail.com

**КОРПОРАТИВДИК СОЦИАЛДЫК ЖООПКЕРЧИЛИК ПРАКТИКАСЫ ЧЕТ  
ӨЛКӨЛӨРДҮН ЖАНА КЫРГЫЗСТАНДАГЫ КОМПАНИЯЛАРДЫН МИСА-  
ЛЫНДА**

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ  
В ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ И НА ПРИМЕРЕ  
КОМПАНИЙ В КЫРГЫЗСТАНЕ**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
IN FOREIGN PRACTICE AND ON THE EXAMPLE OF  
COMPANIES IN KYRGYZSTAN**

---

***Аннотациясы:** Макалада корпоративдик социалдык жоопкерчилик (КСЖ) концепциясынын маңызы ачылат, ошондой эле батыш өлкөлөрүндө жана Кыргызстанда КСЖ практикасын колдонуу каралат. Чет өлкөлөрдө КСЖны колдонуу боюнча статистикалык маалыматтардын талдоолору, ошондой эле биздин өлкөдө КСЖ практикасынын мисалдары келтирилген. Акыркы жылдарда батыш коому компаниялардын социалдык жоопкерчилигине көбүрөөк көңүл буруп, аларды адамдарга жана айлана-чөйрөгө аң-сезимдүү мамиле кылганга мажбурлап, натыйжада корпоративдик социалдык жоопкерчиликтин теориясы менен практикасынын тез өнүгүшүнө өбөлгө түздү. Биздин өлкөдө КСЖ башталгыч деңгээлде жана ири эл аралык компаниялар тарабынан гана колдонула баштаган. Сыпаттамалык жана аналитикалык изилдөө методдору ата мекендик ишканалардын социалдык жоопкерчилиги боюнча колдонулуп жаткан тажрыйбаларды талдоого мүмкүндүк берди. Автор КСЖны практикалоонун негизги артыкчылыктарын сүрөттөп, анын коом үчүн да, бизнестин узак мөөнөттүү өнүгүү жана кирешелүүлүгүн жогорулатуу үчүн да маанисин негиздейт.*

***Негизги сөздөр:** корпоративдик социалдык жоопкерчилик, бизнес, отчеттуулук, коом, айлана-чөйрө.*

***Аннотация:** В статье раскрывается сущность концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) и использование практики КСО в западных странах и в Кыргызстане. Приведены анализы статистических данных использования КСО за рубежом, а также примеры практики КСО в нашей стране. В последние годы западное общество стало больше внимания уделять социальной ответственности компаний, вынуждая их практиковать более сознательный подход по отношению к людям и экологии, что в результате послужило более быстрому развитию теории и практики корпоративной социальной ответственности. В нашей стране КСО находится на начальном уровне и применяется лишь крупными международными компаниями. Методы исследования: описательный и аналитический, позволившие проанализировать существующие практики по социальной ответственности отечественных предприятий. Автор описывает*

основные преимущества практикования КСО и обосновывает ее значимость как для общества, так и для долгосрочного развития и увеличения доходности бизнеса.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, бизнес, отчетность, общество, окружающая среда.

**Abstract:** *The article reveals the essence of the concept of corporate social responsibility (CSR) and the use of CSR practice in Western countries and in Kyrgyzstan. Analyzes of statistical data on the use of CSR abroad, as well as examples of CSR practice in our country are given. The western society has recently started paying more attention to the social responsibility of companies, forcing them to practice a more conscious approach towards people and the environment, which as a result contributed to a more rapid development of the theory and practice of CSR. In our country CSR is at its initial stage and has begun to be practiced only by large international companies. Research methods are descriptive and analytical, which made it possible to analyze the existing practices on the social responsibility of domestic enterprises. The author describes the main advantages of practicing CSR and substantiates its importance both for society and for long-term development and increasing business profitability.*

**Key words:** *corporate social responsibility, business, reporting, society, environment.*

---

Последние несколько десятилетий были довольно сложными для мирового сообщества – социальные и политические волнения, масштабы безработицы, экономический кризис, изменение климата, проблемы загрязнения, вопросы миграции и пандемия – неполный перечень проблем, с которыми пришлось столкнуться и искать решения проблем. На волне данных проблем, сообщество начало реагировать более обостренно и осознанно подходить к требованиям по отношению к себе и к другим. Сообщество стало относиться более придирчиво к компаниям, требуя соблюдения этических, правовых и экологических норм более основательно, чем когда-либо ранее. Это, наряду с другими обстоятельствами, также стало причиной для развития КСО в том понимании, в котором оно применяется в наше время. КСО в историческом понимании как благотворительность существует давно – еще Аристотель оценивал явление ответственности в своих работах в концепции трех координат: экономических, юридических, а также этических взаимоотношений, но в современном понимании как концепт положительного социального вклада КСО начала свой путь в западных странах лишь в XX в.

КСО – это меры, предпринимаемые компанией и отражающие ответственность и действия компании по отношению к улучшению сообщества, экономики либо же окружающей среды [8]. КСО может проявляться в различных формах, но в конечном счете – это внесение положительного вклада в жизнь общества и в экологию.

В зарубежной практике КСО играет весомую роль в имидже компании, что влияет на уровень привлечения клиентов, сотрудников и инвесторов, и в целом влияет на успешность деятельности компании. Компании, которые успешно внедрили КСО: Adidas участвует в борьбе против пластика и работает с компанией Parley, чтобы превратить пластиковые отходы в высокопроизводительную спортивную одежду; для IKEA социальная ответственность начинается с материалов, используемых в их изделиях – включая экологически чистый хлопок, шерсть и дерево. Они также планируют использовать только переработанную пластмассу к 2030 году; Coca-Cola выделяет не менее 1% своего годового операционного дохода на поддержку инициатив и проектов и с 2014 года компания помогает обеспечивать чистой питьевой водой беженцев на Ближнем Востоке в рамках кампании Арвы "Цена воды" [5]. Можно привести много примеров крупных зарубежных компаний, которые практикуют КСО. Социально ответственные компании используют имеющиеся у них ресурсы для оказания положительного воздействия на общество как на местном, так и на глобальном уровне. Для того, чтобы быть социально ответственным, не обязательно быть крупной корпорацией с огромными доходами, даже у маленьких организаций есть возмож-

ности для положительного вклада в жизнь общества либо собственными силами, либо путем привлечения социально ответственных партнеров и использования их средств, ресурсов и поддержки для продвижения своего дела.

В Кыргызстане понятие КСО пока еще относительно новое. Есть ряд крупных компаний, которые внедряют элементы КСО в свою политику управления, но в целом по стране практика КСО еще требует не мало внимания и работы по популяризации и активному его использованию. Ниже приведен ряд примеров КСО в нашей стране.

Таблица 1. Примеры КСО в компаниях в Кыргызской Республике.

Компания	Проекты по КСО
ЗАО «Кока-Кола Боттлерс» <sup>10</sup> Бишкек	Проект «3.2.1. — Старт!» совместно с Институтом развития молодежи – поддержка молодежных бизнес-инициатив.
	«WasteNet» – повышение эффективности системы сбора и переработки отходов в стране и другие.
«Газпром Кыргызстан» <sup>11</sup>	Возведение физкультурно-оздоровительных комплексов.
	Ежегодная помощь детским учреждениям и ветеранам ВОВ и другие.
Компания «Мегаком» <sup>12</sup>	Поддержка развитию национ. ценностей, языка и культуры.
	Проект поддержки ветеранам ВОВ и др.
	"Уроки мобильной грамотности" для учащихся
	"Мега Футбол" – строительство/реконструкция спорт. объектов.
	"Аллея MegaCom" – экологический проект компании.
«Кумтор Голд Компани» <sup>13</sup>	«МегаCom детям» – патронаж детских домов, интернатов и другие.
	Стратегия по устойчивому развитию Иссык-Кульской области
	Развитие садоводства и пчеловодства в Джеты-Огузском районе.
	Увеличение доступности образовательных материалов для учащихся и учителей средних школ.
	Социальное сопровождение семей в трудной жизненной ситуации в г.Каракол, Иссык-Кульской области.
Проект по модернизации ирригационной системы и другие.	

Для всех очевидно, что в понятие «бизнес» в первую очередь вкладывается значение прибыльности, развития и признания бренда. Но в современном мире, надо отметить больше пока еще в зарубежной практике, все больше значения придается тому, какое влияние оказывает деятельность компании на сообщество или окружающую среду в целом. То есть, тот фактор, что компания заботится не только о получении выгоды, но и о том, чтобы приносить пользу – является существенным фактором в общей оценке компании. В Кыргызстане же для того, чтобы достичь такого подхода к оценке деятельности компаний необходимо добиться осознанного отношения к этому как со стороны владельцев бизнеса, так и со стороны общественности. В нашей стране КСО пока еще на начальном уровне, когда

<sup>10</sup> <https://www.akchabar.kg/ru/news/zachem-biznesu-kso-i-pochemu-socialno-otvetstvennym-byt-vygodno/>

<sup>11</sup> <https://kyrgyzstan.gazprom.ru/social/5/>

<sup>12</sup> <https://www.megacom.kg/corp-social-responsibility>

<sup>13</sup> <https://www.kumtor.kg/ru/social-responsibility/>

КСО большинством воспринимается как благотворительность. Такое же явление отмечалось в деятельности российских компаний согласно исследованиям [3], когда понятие КСО сводилось большей частью к нерегулярным социальным, экологическим или экономическим мероприятиям. КСО для многих представителей среднего и малого бизнеса не относится к основному виду деятельности и больше служит для привлечения внимания к компании и к своей продукции. Каким же образом компания может продемонстрировать свою КСО? Это прозрачность, то есть отчетность компании перед обществом и конструктивный вклад в различные сферы жизни общества. Это могут быть экологические аспекты; либо продвижение политики равноправия, многообразия и интеграции; программы по поддержке своих сотрудников; помощь сообществу; использование этических норм в своей деловой практике.

КСО невозможно охватить полностью, но то, что не поддается сомнению – это то, что пусть лучше компания практикует небольшой аспект КСО, но он должен быть не поддельным. То есть не служить для отчетности, а действительно приносить пользу обществу и должен быть внедрен в культуру и деятельность компании. Современное западное общество имеет высокую социальную сознательность и умеет распознавать поддельную практику социальной ответственности от настоящей, которая реально приносит пользу и не является одноразовым действием для прикрытия [8]. Сотрудники выбирают компании, которые практикуют уважительное отношение к своему персоналу, потребители покупают товары тех компаний, которые придерживаются норм этических и экологических требований, а инвесторы вкладывают средства в те компании, которые имеют достойный имидж по КСО в целом. В нашей стране пока сложно похвастаться высоким уровнем сознательного отношения общественности к социальной ответственности компаний, но следует отметить тенденцию появления и роста внимания к продукции, которая соответствует экологическим и социальным требованиям. В качестве примеров можно привести повышенный интерес к эко-продуктам и поддержка экологически-ориентированных компаний, призывы в социальных сетях к замене одноразовых пластиковых трубочек бумажными или металлическими трубочками, которые можно использовать неоднократно; к использованию тканевых сумок вместо целлофановых пакетов при совершении покупок; а также среди молодежи появляется тенденция к отказу от одежды из натуральной кожи и меха. Эти тенденции показывают, что медленно, но верно запросы покупателей в Кыргызской Республике также меняются в соответствии с экологическими и этическими требованиями. Если сослаться на мировую практику, вышеизложенные тенденции уже занимают стойкую позицию, оказывая влияние на принятие решений крупными компаниями в своей деятельности.

Но почему компаниям важно применять практику КСО в своей деятельности? Как упоминалось выше, одна из причин – это привлечение потребителей. В прошлом компании рассматривались без социальной роли, а лишь как поставщики продукции и услуг, либо как работодатели. Теперь же огромные корпорации стараются быть ближе к обществу посредством социальных роликов и инициатив. Что же изменилось? Раньше, компании только «получали» – работали на выгоду. Теперь они также и «отдают» [6]. И общество ожидает отдачу от компаний, учитывая, что в процессе получения своих доходов, крупные компании зачастую наносят какой-либо ущерб экологии или сообществу. Понимая это, потребители начали осознанно подходить к выбору продукции и выбирают компании, которые придерживаются принципов социальной ответственности, несмотря на то, что их продукция или услуги могут стоить дороже. Посредством выбора таких компаний, потребители сами тоже вносят свой вклад в пользу общества. Пусть это маленькая доля от каждого индивидуального потребителя, но вкуче с выбором других потребителей и если это не разовый акт, а долгосрочный выбор, то это значимый вклад в развитие социальной ответственности в целом. К примеру, если одним из аспектов КСО компании является поддержка мер по смягчению последствий изменения климата, то потребители, покупая их продукцию или услуги, являются частью данной программы.

Другая причина пользы применения КСО в своей деятельности – это привлечение и удержание сотрудников. Очевидно, что персонал является одним из ключевых факторов в деятельности компании. Поэтому компании заинтересованы в хороших кадрах. Помимо привлечения сотрудников, одним из важных аспектов в управлении человеческими ресурсами является удержание ценных сотрудников. Исследования показывают, что теперь в приоритете у сотрудников не только заработная плата. К примеру, результаты опроса миллениалов и представителей поколения Z, проведенного компанией Deloitte [9] в 2021 году показывают, что воздействие на общество и окружающую среду, а также проблемы по политике разнообразной и инклюзивной культуре в компании являются одними из ключевых причин ухода сотрудников с работы. Согласно их данным, для 38% миллениалов и 37% поколения Z этические нормы являются причиной отказа от предложения работы или определенной задачи. Такую же причину назвали 46% сотрудников на руководящих должностях.

Согласно результатам опроса Porter Novelli Purpose Tracker [7] 71% респондентов ответили, что компании должны быть более ответственны, чем когда-либо в вопросах социальной справедливости. С пандемией за спиной, необходимость роли компании в обществе не просто как структуры, нацеленной на получение прибыли, а организации, осознанно ориентированной на сообщество стала более чем очевидна.

Данная статистика также подтверждается исследованиями [2], которые были проведены Институтом психологии Российской академии наук. В данном исследовании говорится, что среди основных страхов молодежи на первом месте экологические вызовы. При этом убежденность в существовании реальной угрозы экологического кризиса гораздо выше у представителей поколения Z. Данные опросов и исследований служат основанием для утверждения, что подрастающее поколение, у которого обостренное чувство справедливости [1] и которое будет составлять основную массу трудовой силы в ближайшие годы будут выбирать компании, которые практикуют социальную ответственность.

Следующая причина, по которой в интересах компании практиковать КСО – это привлечение инвесторов. На западе наличие разработанной программы и инициатив по социальной ответственности способствует удержанию имеющихся инвесторов, а также привлечению потенциальных. Также как и потребители, инвесторы считают, что компании должны быть социально ответственны. Компании же со своей стороны, демонстрируя свою социальную ответственность, доказывают не только свою заинтересованность на краткосрочные результаты, но и – что важнее для инвесторов – ориентированность на долгосрочную деятельность.

Таким образом, использование практики КСО существенно не только для общества и экологии, но для самой компании. Это также отмечается в работе российских ученых [4], где говорится, что КСО благотворно влияет не только на общество, но и на сами компании

– отвечая на запросы и гражданского общества, и правительств, они становятся устойчивеев экономическом и социальном плане. Хотя и следует отметить положительное влияние КСО на социальный имидж, давая преимущество перед конкурентами, увеличивая клиентскую базу путем привлечения сознательных потребителей, а также являясь своего рода гарантом долгосрочной деятельности для инвесторов, истинная ценность КСО заключается внутри компании. КСО — это развитие сильной корпоративной культуры, которая позволяет сотрудникам приносить пользу

обществу и принимать разнообразие, проявляя доброту и открытость. КСО важна для бизнеса, потому что сотрудники могут извлечь выгоду из работы в инклюзивной среде и для достижения важной социальной цели. Такая культурная и социальная направленность может не только уменьшить проблемы этического характера, связанные с работой, но также может повысить лояльность сотрудников, моральный дух и производительность, а соответственно и прибыльность.