

Касымов Д.
**Казахстанская модель
корпоративной социальной
ответственности**

Основная идея статьи заключается в анализе практики КСО крупного казахстанского бизнеса, а также направлений взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами в контексте трансформации сознания участников этого процесса. С помощью анализа данных, которые были получены методом формализованного контент-анализа корпоративных сайтов и страниц компаний в социальных сетях, выделены ключевые сферы и доминирующие практики социальной ответственности, в целом прослеживалось взаимодействие сторон в цепочке: общество – бизнес – государство. Основным результатом анализа является оценка уровня развития практик социальной ответственности компаний крупного звена. Предложен ряд шагов по улучшению расчета индекса, отражающего показатели экономической деятельности компаний, их активности в сфере социальной ответственности в освещении социально-ориентированной деятельности в различных СМИ, также был раскрыт характер взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами. Сформулирован ряд трендов, а также сделана попытка прогноза о возможных путях развития корпоративной социальной ответственности в контексте догоняющей модернизации казахстанского общества.

Ключевые слова: КСО, модель, стейкхолдеры, бизнес, общество, государственная политика, концепция, тренд, капитал, устойчивое развитие, благотворительность, индекс, стандарт, СМИ.

Kassymov D.
**Kazakhstan model corporate
social responsibility**

The main idea of the article is to analyze CSR practices of large Kazakhstani businesses, as well as areas of cooperation with the interested parties in the context of transformation of the consciousness of the parties of this process. By analyzing the data, which was obtained with a help of structured content analysis of corporate websites and pages of companies in social networks, the key areas and dominant practices of social responsibility were highlighted, in general, the interaction of the parties in the chain: – society- business – state, was traced. The main result of the analysis is to assess the level of development of social responsibility practices of companies of a large unit. A number of steps to improve the calculation of the index, reflecting the economic performance of companies, their activity in the field of social responsibility in the coverage of community-oriented activities in a variety of media were presented, the nature of the interaction with all the interested parties has also been disclosed. A number of trends were formulated, as well as an attempt to forecast the possible ways of corporate social responsibility in the context of catching-up after the modernization of Kazakhstan's society.

Key words: CSR, model, stakeholders, business, society, government policy, concept, trend, capital, sustainable development, the charity, the index, the standard, mass media.

Қасымов Д.
**Қазақстандық корпоративтік
әлеуметтік жауапкершілік
моделі**

Қазақстандық бизнес компания мен өңірдің тұрақты дамуының жақсы көрсеткіші болып табылатын корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ) секілді трендтің барлық табыстары мен шығындарын ұғыну мен есептеу сатысында екені бүгінгі күннің шындығы. Соңғы жылдары КӘЖ мәдениеті мен тәжірибесі белсенді дамуда, алайда бұл көбіне халықаралық іскерлік байланыс қатысушысы болып табылатын ірі компанияларға: өндіру секторының немесе биржалық сауда компанияларына, стандарттау үдерісі басқару компаниясы арқылы жеңілдетілген мемлекеттік орталық басқарудағы бірқатар ұлттық компанияларға тән. Мәдениет пен тәжірибені менеджмент өз бетінше енгізуге тиіс шикізаттық емес сектор компанияларына КӘЖ танымал емес. Қазақстанда КӘЖ тәжірибесі дамып келе жатқаны даусыз, алайда ол әзірге компанияларда қайырымдылық акциялары ретінде таныс, жүйелік және модельдік ерекшелік туралы айта алмаймыз. КӘЖ-ға қатысты ақпарат қолжетімділігіне қатысты проблемалар бар, көрсеткіштер жүйелі әрі бірыңғай емес, бұл қандай да бір тенденция қарқыны мен оны болжау мүмкіндігін қиындатады.

Түйін сөздер: КӘЖ, модель, мүдделі тараптар, бизнес, қоғам, мемлекеттік саясат, тренд, капитал, тұрақты даму, қайырымдылық, индекс, стандарт, бұқаралық ақпарат құралдары.

КАЗАХСТАНСКАЯ МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Введение

Казахстанские реалии таковы, что наступает новый этап осознанного и профессионального управления социальными проектами и формирования социальной политики компаний и государства в целом. Корпоративная социальная ответственность становится новым инструментом взаимодействия бизнеса, общества и государства. На данный момент КСО ведет поиск и оптимизацию своей модели, способной органично вписаться в структуру власти и бизнеса.

Основная часть

Мир нашего дня – это свобода выбора и практическая безграничность возможностей для проявления поведения на уровне высокой культуры. «Не то чтобы люди стали более алчными, чем в прошлом поколении, просто возможности проявить жадность невероятно выросли», – сказал, обращаясь к Конгрессу, председатель Федеральной резервной системы США Алан Гриспен. Как в случае с трехмерной ролевой игрой «Санитары подземелья», жадность – рождает бедность. Сегодня, проявление себялюбия может быть исключительно разрушительным. Отнесите это к полному отсутствию дискуссий о том, каков критерий хорошей жизни, помимо стремления умереть и быть упокоенным в золотой саркофаг. Эксперты говорят о том, что необходимы перемены, все есть, но хватает не всем. Поразительно, люди умирают от избытка и недостатка. Все это напоминает советский телевизор «Сигнал», где ты мог выбрать между черным и белым, приходя к контрасту. Выбрать – сказано сильно, что было – тем и пользовались. Этой системы давно нет, а на столешнице стоит японский «Toshiba», но структура, которую мы когда-то приняли, теперь отрабатывает удары на нас самих.

Материальный прогресс не равняется прогрессу нравственному. Если ничего не изменится, продукт переплавки морали – заразная жадность, как назвал это Гриспен, останется с нами надолго. Отец бюрократии Макс Вебер однажды заявил, что общественная система может осуществлять координацию тре-

мя разными способами: мечом, кошельком или словом. Либо вы принуждаете и запугиваете людей, либо покупаете их, либо пытаетесь убедить. XX век дал примеры использования всех трех инструментов. Из общества страха Гитлера и Сталина мы попали в общество, в котором доминируют толстые кошельки – Гетти и Сорос. В итоге мы оказались в основанном на знаниях мире Гейтса и Делла. В отдельных частях света мечи все еще обгажены кровью. «У нас достаточно религии, чтобы заставить нас ненавидеть, но недостаточно, чтобы заставить любить друг друга», – утверждал Джонатан Свифт три столетия назад. Стремящееся к устойчивости общество должно соблюдать баланс между рыночной площадью, дворцом и храмом экономической, идеологической и властной системами. Проще говоря, рынок обеспечивает эффективность. Религия выступает гарантом эмпатии и/или этического поведения. Современное государство, в зависимости от того, кто в нем обитает, предоставляет базовые условия для эгалитаризма и/или предпринимательства посредством юридической и налоговой систем [1].

Мир не такой каким был, да и люди стали расторопнее, всем понятно, что основная роль бизнеса – это увеличение суммарных активов компании и максимизация прибыли предприятия. В тоже время, многие компании с крупной и средней капитализацией, исходя из моральных принципов, принимают на себя добровольные обязательства по социальной ответственности, однако, в период экономических кризисов в таких компаниях КСО не входит в приоритетные задачи, оно и понятно, встает острая необходимость остаться на плаву и даже выйти в плюсе. Однако важно понять, что социальная ответственность – это не просто филантропия, а результативный инструмент, который может способствовать увеличению конкурентоспособности компании, улучшить лояльность сотрудников и клиентов, повысить прибыль, в целом оказать положительный эффект на динамику развития компании. Исходя из этого, продвижение философии КСО в бизнес-среде требует четких показателей на языке цифр, где были бы указаны выгоды компании от внедрения КСО.

Актуальность проблематики изучения КСО определяется тем, что предприниматели как новый социальный слой образовались сравнительно недавно, но, не смотря на юный возраст уже играет значительную роль в жизни Казахстана и вносит весомый вклад в социальную структуру общества.

Социальная ответственность бизнеса является объектом изучения многих наук, различные аспекты бизнеса изучаются психологами, социологами, политологами и др. Тема сама по себе не нова, на данное время существует потребность лишь в анализе концепции социальной ответственности бизнеса в Казахстане. Что это, новый тренд или одно из налоговых обязательств? Появление научных исследований, проведение различных конференций, все это свидетельствует об изменении взаимодействий в треугольнике «власть – бизнес – общество». Будущее обрисовывает конец директивному методу, взамен мы видим стремление сделать прозрачными механизмы соглашений с властью, где четко фиксируются размеры дополнительных обязательств, не связанных с налоговыми выплатами и взятых компаниями на себя в добровольном порядке.

Крупные исследования по КСО в Казахстане проводились несколько раз. Одно из первых исследований проводилось ООН, а последнее Центром исследований САНДЖ. Последний анализ ситуации показал, что за период с 2008 по 2013 год уровень осведомленности о КСО среди представителей бизнеса повысился только на 3 процента (с 60 до 63%). В большей степени по вопросам КСО осведомлены крупные компании (100%), меньше всего малый бизнес (47%). Что касается формы собственности, то иностранные и совместные предприятия больше осведомлены о КСО, чем казахстанские предприятия [2].

Большинство компаний в Казахстане воспринимают КСО, прежде всего, как трудовые практики (внедрение социальных пакетов/программ, усовершенствование условий работы для персонала, обучение и развитие персонала) и как благотворительность. Часто компании не относят к КСО такие важные пункты, как открытое предоставление информации о компании (сайт компании), противодействие коррупции, этику по отношению к партнерам, клиентам и поставщикам, осуществление экологических проектов. Несомненно, есть и положительные «links» в развитии КСО в Казахстане. Во-первых, философия развития КСО имеет поддержку Президента РК. Во-вторых, получает распространение практика подготовки нефинансовых отчетов, таких как GRI – Global Reporting Initiative. В-третьих, принят национальный стандарт по КСО «ИСО 26000». В-четвертых, Национальная Палата Предпринимателей «Атамекен» предпринимает шаги по продвижению КСО как инструмента среди бизнеса. В-пятых, Казахстан стремится войти в Организацию Экономического Сотруд-

ничества и Развития (ОЭСР), в связи с чем развитие КСО в нашей стране носит имиджевый характер.

Согласно Закону РК «О частном предпринимательстве», «социальная ответственность бизнеса – добровольный вклад субъектов частного предпринимательства в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах». Государственный стандарт Республики Казахстан «СТРК ИСО 26000-2011» трактует КСО как «ответственность организации за воздействие своих решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: 1) способствует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; 2) учитывает ожидания заинтересованных сторон; 3) соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; 4) интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях». Стандарт ИСО 26000 рекомендует рассматривать 7 основных вопросов КСО: 1) корпоративное управление (или управление организацией); 2) соблюдение прав человека; 3) трудовые практики; 4) охрана окружающей среды; 5) добросовестные деловые практики; 6) интересы потребителей; 7) участие в жизни сообществ и их развитие [3].

Компания в зависимости от своих целей и бизнес-задач определяет для себя собственные приоритеты в области корпоративной социальной ответственности. Априори, вся КСО деятельность должна вносить вклад в укрепление позиции компании, а также повышение ее конкурентоспособности. Например, для крупной промышленной компании приоритетами в области КСО могут стать поддержка окружающей среды и развитие сообществ, а для компаний среднего уровня – это ответственные отношения с клиентами и поставщиками. К примеру, ИТ-компания принимает решение поддерживать проекты в области компьютерной грамотности в учебных заведениях различного уровня или же инициировать различные программы и стипендии в ИТ-сфере. Наметив уровни и задачи, компания сформирует свои приоритеты в области КСО, соответственно получит развитие именно в этих областях.

КСО – это выбор бизнеса или конкретного лидера. Перед тем как начинать реализовывать стандарты КСО, в первую очередь, необходимо отдавать себе отчет, зачем ей развивать социальное направление? Порой даже менеджеры, отвечающие за социальное направление, не в

полной мере могут четко просчитать результат реализации социального проекта. В данном вопросе необходимо подойти со стороны цифр и конкретных результатов. Все-таки основная задача бизнеса – приумножить капитал. Выбор в пользу выполнения социальных проектов в рамках компании, в большинстве случаев зависит от решения правления компании или от личной позиции конкретных людей, за исключением непропользователей и государственных организации, которые имеют другую специфику. С данной позиции бизнес активно будет принимать участие в социальных проектах при условии, что бизнес увидит пользу, минимальные риски и максимальную отдачу.

Согласно данным САНДЖ, наиболее представленная область: благотворительность (25 из 46 проектов) – это преимущественно разовая поддержка социально-незащищенных слоев населения, и даже если она системная – на протяжении нескольких лет, она не задает поддерживаемой группе устойчивости [4]. Так, для исследования были случайно выбраны 30 компаний: национальных, частных и международных через веб-сайты компаний, в СМИ, а также через запросы в компании. Национальные компании: АО KEGOC, КазакстанТемірЖолы, Казактелеком, Казатомпром, КазМунайГаз, Казпочта, АО ФНБ Самрук Казына, ТРК Казахстан, Альянс банк, БТА банк. Частные компании: Казахмыс, Казцинк, Билайн, Кселл, Народный банк, Казкоммерцбанк, ENRC, Гелиос, Астана Моторс, ТРЦ Мега-центр. Международные компании: Samsung Electronics Central Eurasia, Microsoft Kazakhstan, Ernst & Young, MAPC Казахстан, Бритиш Петролеум, Procter & Gamble, Филип Моррис Казахстан, Шеврон, Mercedes Benz, Сбербанк России. Анализ данных показал, что в 70% национальных и международных компаниях КСО выделено в отдельную отрасль, в частных этот показатель равен 40%. К сожалению, получить четкие цифры выделенных сумм на социальную сферу не является возможным, ввиду отсутствия единой формы отчета. В области КСО отчетность носит формальный характер и ограничивается лишь перечислением проектов, на которые компании выделили средства.

Многие государства и крупнейшие компании мира все больше осознают необходимость активно разрабатывать и реализовывать политики КСО. Как ни странно, мировой экономический кризис актуализировал проблемы предприятий и сфокусировал внимание на необходимости восстанавливать доверие к компаниям через корпо-

ративную социальную ответственность. Например, исследование, проведенное в Европейском Союзе в 2013 году, показало, что лишь чуть более половины граждан (51%) европейских стран верят в позитивное влияние компаний на общество, а 4 человека из 10 считают, что влияние компаний на общество – негативное. В то же время представители динамично развивающихся экономик стран БРИК, наоборот, верят в позитивную роль компаний, например, 79% жителей Бразилии согласны с подобным утверждением. Таким образом, роль КСО как инструмента, повышающего доверие к бизнесу, значительно возрастает [5].

Как указано выше, по международному стандарту ISO26000 компания влияет в 7 направлениях на общественное развитие, таких как: трудовые отношения, организационное управление, права человека, взаимоотношения с потребителями, добросовестные операционные практики; экология, поддержка и развитие местных сообществ. Международный стандарт не является сертифицированным стандартом, соответственно, компания сама выбирает внедрение корпоративной социальной ответственности. При реализации КСО, все компании имеют дела с: сотрудниками, государственными органами в лице местной исполнительной власти, общественными организациями, университетами, профессиональными объединениями, местными жителями, СМИ, бизнес-ассоциациями и экспертами различного уровня. Все они являются заинтересованными лицами – стейкхолдерами. Они могут оказать влияние на компанию и призвать компанию к реализации своего долга перед обществом, в том числе внедряя практики охраны труда и безопасности на рабочем месте, подписания коллективных договоров, не нанесения вреда экологии и т.д.

В значительной степени говоря о КСО, нет единого понимания подходов и принципов КСО, в каждой стране и в отдельно взятом регионе концепция имеет свои отличительные черты. Это связано с историей, культурными и национальными особенностями, а также социальным, политическим и экономическим развитием страны и региона. Обычно принято выделять три модели КСО: американскую, европейскую и японскую (азиатскую). Также принято выделять африканскую и латиноамериканскую модели, данные модели не столь многогранны как основные три модели, но имеют ряд особенностей.

Европейская модель подразделяется на ряд подмоделей, данная концепция характе-

ризуется активной ролью государства, как некоего регулятора. Например, модель «бизнес-государство» характерна для скандинавских стран: высокие налоги и контроль со стороны государства, которое эффективно распределяет средства. Стоит отметить малочисленность населения этих стран. Английская модель КСО включает в себя элементы моделей США и Европы. Уникальность данной модели заключается в трансдисциплинарном подходе, когда привлекается государство в лице местной исполнительной власти и общественных институтов путем согласования интересов всех заинтересованных лиц, после чего выбираются только лучшие практики бизнеса.

Американская модель, главным образом представлена филантропизмом, вмешательство государства в дела частного бизнеса минимально, системное финансирование различных фондов и некоммерческих организаций, волонтерское участие сотрудников в проектах и программах фондов.

В японской (азиатской) модели важны традиции и само государство. Практически вся жизнь сотрудника связана с компанией – институт «пожизненного найма», а отношение сотрудника к компании как к своей «производственной семье». Подобная связь прослеживается и на уровне индустриальных групп, которые продвигают КСО в стране.

Африканская модель представляет механизм финансовой помощи компаниями на проекты борьбы с бедностью или иные проекты, с учетом мнения местного общества, в некоторых странах закреплено на законодательном уровне. Для латиноамериканской модели характерна высокая осведомленность общественности о КСО благодаря активности СМИ, университетов и неправительственных организаций.

Что же у нас? Правительство страны оказывает существенную поддержку развитию КСО в стране, всячески поддерживая ипоощряя данную инициативу. В 2008 году Президент РК учредил специальную премию в области КСО – «Парыз», гран-при этого конкурса присуждается компаниям лидерам в области внедрения КСО. Также имеется ряд государственных стандартов в целях продвижения корпоративной социальной ответственности среди компаний.

В Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем разви-

тии», отмечалось что реалии нашего времени требуют консолидации усилий и конструктивного взаимодействия государства и предпринимателей, частного сектора и всего казахстанского общества [6]. Поэтому отрадно отметить, что сегодня в предпринимательской среде все большее значение начинает приобретать фактор ответственности перед обществом. Казахстанская модель КСО еще не оформилась, но есть четыре конструктивные модели взаимодействия власти и бизнеса. Первая модель, «добровольно-принудительная благотворительность», заключается в следовании бизнеса директивам власти, желающей сохранить существующую социальную инфраструктуру. Например, поддержка убыточных объектов социально-культурной сферы. Вторую модель можно назвать – «торг», в которой ни власть, ни предприниматели не могут навязать другой стороне основные правила игры. И те, и другие обвиняют друг друга в излишних запросах. Третья, так называемая «город – комбинат или моногород», модель присуща моногородам, где нет других предприятий и производств, кроме градостроительного предприятия; и наконец, четвертая модель – «социальное партнерство», является наиболее прогрессивной, так как идет взаимодействие власти с предпринимательскими структурами и населением.

К особенностям казахстанской модели КСО можно отнести следующее:

Во-первых, цель бизнеса – прибыль и выполнение обязательств, прежде всего, перед непосредственными участниками бизнес-процесса словом, все те, кто инвестировал капитал. После достижения этих задач возникает ответственность перед обществом. Простыми словами, само существование компании это уже плюс, она обеспечивает население рабочими местами и платит налоги, просто так компания не может себе позволить тратить активы.

Во-вторых, социальная ответственность имеет место быть в компаниях, имеющих долгосрочные планы развития и активно работающих на конкурентном рынке, а также исправно платящих налоги.

В-третьих, имеется перекося в последовательности «власть – бизнес – общество» между отношением к собственному персоналу и внешним атрибутам социальной ответственности. Под внешними атрибутами понимается проявление социальной ответственности в виде акций, благотворительных мероприятий и т.д. Отношение к собственному персоналу проявляется в виде поощрительных и компенсационных мер по раз-

личным мотивам и исходя из конкретной ситуации. Например, помощь семье работника ввиду его временной болезни.

В-четвертых, нет универсальной формулы в цепочке «власть – бизнес – общество». Есть свои плюсы и минусы, остается лишь взвешенно подойти к выполнению обязательств. Мы не можем ввести единый стандарт для всех компаний, без учета специфики региона и структуры компании. То, что для национальной компании хорошо, не совсем подходит для частных. Также и с международными компаниями, уровень развития и возможности которых намного больше локальных предприятий.

В-пятых, может сложиться впечатление, будто государство переложило ряд своих функций на общество и бизнес, скорее это следствие расширения института гражданской ответственности. В целом данный механизм является саморегулирующимся, если же все стороны ведут конструктивный диалог и находят точки соприкосновения, то это позитивно для всей системы.

В-шестых, нет доступной единой базы данных с реальными отчислениями компаний на развитие социальных проектов, если нет показателей, трудно оценить ситуацию и делать выводы.

В-седьмых, КСО – это не панацея от «болезней» капитализма, не следует думать, что данная философия одобрительно принимается всем бизнес-сообществом. Также не мало фактов, когда компания создает лишь иллюзию активности.

В-восьмых, проявление социальной ответственности по силам лишь крупным и транснациональным компаниям, как правило, от малого и среднего бизнеса никто и не требует соблюдения принципа социальной ответственности. Хотя практика показывает, что МСБ эффективно решает проблемы местного сообщества, ввиду информированности о тех или иных проблемах.

В-девятых, есть различные факторы, которые обязывают и тяготят производство, заставляя по сути содержать местное сообщество, так происходит в моно производственных городах. Ярким примером служит город Жанаозен, где градообразующим производством является добыча нефти. В этом случае, производству приходится тщательно подходить к решению социальных и производственных вопросов. Именно поэтому было решено, расширить присутствие различных производств. Так, вводятся в эксплуатацию цеха по ремонту оборудования нефтяного назначения, цикл производства шин, сооружения с/х назначения и т.д.

В-десятых, важно не перегнуть палку, между отстаиванием интересов общества, с одной стороны, и соблюдением прав бизнеса на саморазвитие и определения вектора развития – с другой. Естественность процесса, вот ключ к развитию, любые искусственные условия приведут к неэффективности всего комплекса КСО.

Заключение

Казахстанский бизнес уже сейчас проявляет социальную активность и делает шаги в сторону большей социальной ответственности и социальной отчётности. В основе бизнеса лежит не только стремление к наживе, сама природа бизнеса предполагает развитие и расширение своей капитализации за рамками «домашних стен».

Вмешательство государства в область социальной ответственности бизнеса должно исключать императив и носить рекомендательный характер. На данном этапе важна именно моральная поддержка данных процессов со стороны государства – учреждение премий, медалей, также есть смысл в налоговых послаблениях, что лишь подстегнет интерес со стороны бизнеса. Деловое сообщество для защиты своих интересов должно выступать единым фронтом в лице всевозможных союзов, это поможет при разработке критериев и механизмов социальной отчетности. Несомненно, в этих сферах происходит множество конфронтаций между бизнесом и обществом, которые носят латентный характер и остаются не отраженными в теории и практиках КСО компаний.

Литература

- 1 Йонас Риддерстрале, Кьелл Нордстрем. Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. Освобождаясь от караоке http://polbu.ru/ridderstrale_karaoke/ch15_all.html
- 2 Корпоративная социальная ответственность. Case-study: на примере 30 компаний Казахстана. LPRC, 2015;
- 3 Закон Республики Казахстан о частном предпринимательстве (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.12.2015 г.
- 4 http://lprc.kz/files/library/241/rus/Case-study_%D0%9A%D0%A1%D0%9E-1.pdf
- 5 http://www.ngoexpert.kz/upload/files/issledovaniyu_kso_sandj_dlya_fonda_evraziya__2013.pdf
- 6 http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/page_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstan-mart-2006-g_1343986805

References

1. Kjell Nordstrom, Jonas Ridderstrale, Karaoke Capitalism: Management For Mankind (Financial Times Series) http://polbu.ru/ridderstrale_karaoke/ch15_all.html;
2. Corporate Social Responsibility. Case-study: the example of 30 companies of Kazakhstan. LPRC, 2015;
3. Law of the Republic of Kazakhstan on private enterprise (as amended as of 03.12.2015);
4. http://lprc.kz/files/library/241/rus/Case-study_%D0%9A%D0%A1%D0%9E-1.pdf;
5. http://www.ngoexpert.kz/upload/files/issledovaniyu_kso_sandj_dlya_fonda_evraziya__2013.pdf;
6. http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/page_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstan-mart-2006-g_1343986805.

Новый сайт Вестника КазНУ.
Серия Психологии и Социологии
в системе Open Journal Systems.

ВЕСТНИК КАЗНУ СЕРИЯ ПСИХОЛОГИИ И СОЦИОЛОГИИ

РАЗМЕР ШРИФТА



КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

высшее образование
глобализация жастар
интеграция культура личность
модель **МОЛОДЕЖЬ** мотив
мотивация образование
развитие семья социализация
социальная защита
социальная работа стресс
университет **ЦЕННОСТИ**
ценностные ориентации
человеческий капитал

УВЕДОМЛЕНИЯ

[Просмотреть](#)
[Подписаться](#)

[ГЛАВНАЯ](#) [О НАС](#) [ВХОД](#) [ПОИСК](#) [ТЕКУЩИЙ ВЫПУСК](#) [АРХИВЫ](#)
[РЕДАКЦИЯ](#)

Главная > Том 57, № 2 (2016)

ВЕСТНИК КАЗНУ СЕРИЯ ПСИХОЛОГИИ И СОЦИОЛОГИИ

ТОМ 57, № 2 (2016): ВЕСТНИК КАЗНУ. СЕРИЯ
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ

ПСИХОЛОГИЯ

КОНТЕНТ ЖУРНАЛА

Поиск

Область поиска

Все

Просматривать

[По выпускам](#)
[По авторам](#)
[По названию](#)

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

Имя

пользователя

Пароль

Запомнить меня

<http://bulletin-psysoc.kaznu.kz/index.php/1-psy>

На сайте доступен архив журнала с 2010 года, а также можно скачать
полнотекстовые статьи в формате .pdf