

МОНГОЛЫН КОМПАНИЙН НИЙГМИЙН ХАРИУЦЛАГА БА АШИГТ АЖИЛЛАГАА

С.Отгонсүрэн*

Хураангуй: Монгол улсын компаниуд компанийн нийгмийн хариуцлагыг хөгжүүлэх бодлогыг хэрэгжүүлж багагүй хугацааг туулсан ба бизнес эрхлэгчдийн хувьд эдийн засгийн үр дүнд голчлон анхаарахаас гадна хууль эрх зүй, ёс зүй, ёс суртахуун, нийгмийн үр дагаврыг ч тунгаан бодож шийдвэр гаргах, нийгмийн ашиг тустай үйл ажиллагааг хэрэгжүүлэх болжээ. Нийгмийн хариуцлагын үйл ажиллагааны үр дүнд засгийн газар, бизнес эрхлэгчид, нийгэм хоорондын харилцан үйлчлэл сайжирдаг. Энэхүү нийтлэлд компанийн нийгмийн хариуцлага (КНХ) болон компанийн үйл ажиллагааны хоорондын хамаарлыг судлан тодорхойлохыг зорьсон. Монгол улс дахь бизнес эрхлэгчдийн хувьд КНХ-ыг хэрэгжүүлэхэд энэ нь нөлөөлж байгаа эсэхийг тодорхойлохын тулд кейс байгууллага дээр судалгаа хийв. Монголын бизнесийн салбарын ашигт ажиллагааны судалгааг Голomt банкиг жишээ болгон сонгож 2014-2023 оны нийт 10 жилийн санхүүгийн тайлангаас цуглуулсан татварын дараах ашиг, КНХ-ын зардлын мэдээллийг цуглуулан өгөгдөлд корреляци болон регрессийн шинжилгээг ашиглан дүн шинжилгээ хийсэн. Корреляцийн хамаарлын тэгшитгэлийн үр дүнд компанийн нийгмийн хариуцлагын зардал банкны ашигт хэрхэн нөлөөлж байгааг харуулсан хамаарлын хүчний коэффициент 0.591 буюу энэ нь тус 2 үзүүлэлтийн хооронд мэдэгдэхүйц хүчтэй хамаарал бийг тодорхойлсон. Регрессийн шинжилгээний үр дүнгээр R square нь 0.349 байсан нь татварын дараах ашгийн өөрчлөлтийн 34.9%-ийг КНХ эзэлж байгааг харуулж байна. Энэхүү судалгааны үр дүнд бизнес эрхлэгчид КНХ-д үүрэг хүлээн тодорхой зардлыг гаргах нь ашигт ажиллагааг нэмэгдүүлдэг тул оролцогч талуудын онолд тулгуурлан өндөр түвшний үүрэг хүлээх шаардлагатай байна.

Түлхүүр үгс: компанийн нийгмийн хариуцлага, татварын дараах ашиг, хамаарлын хүч, нийгмийн хариуцлагын тайлан, аудит

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND PROFITABILITY

Abstract: Mongolian companies have spent a long time implementing policies to develop corporate social responsibility, and for business owners, they focus primarily on economic results, and make decisions by considering the legal, ethical, moral, and social consequences, and implement socially beneficial activities. As a result of social responsibility, the relations between the Government, business owners and society improve. It is aimed in the study to study and determine the correlation between corporate social responsibility and company's activities. In order to determine whether it affects the implementation of corporate social responsibility for Mongolian business owners, the study was conducted on a case organization. The profitability survey on business sector of Mongolia is selected on the example of Golomt bank, and analysis was made by collecting the data on after-tax profit and costs of corporate social responsibility from the financial statements of over 10 years from 2014 to 2023. As a result of the correlation equation, the coefficient of correlation strength is 0.591, which shows how the costs of corporate social responsibility affect the bank profits. It indicates a significant strong relationship between the two indicators. According to regression analysis result, R square is 0.349, which shows that corporate social responsibility accounted for 34.9% of the change in after-tax profit. The survey results show that the profitability of business owners increases upon spending certain costs for corporate social responsibility. Therefore, it is necessary to bear high level responsibilities on basis of stakeholder theory.

Keywords: corporate social responsibility, after-tax profit, correlation strength, social responsibility report, audit

* “Эрдэнэт үйдвэр” ТӨҮГ-ын дэргэдэх, ШУТИС-ийн харьяа Эрдэнэт цогцолбор дээд сургууль, (E-mail): otgonsuren@erdenetis.edu.mn

ОРШИЛ

Бизнесийн үйл ажиллагаа явуулах нь нийгэм ба хүрээлэн буй орчинтой харилцах харилцааг эхлүүлдэг бөгөөд бизнесийн үйл ажиллагааны шийдвэр нь хүрээлэн буй орчин нийгэмд шууд нөлөөлж байдаг. Компани эдийн засгийн шалгуурыг даван туулж, бизнесээ явуулахын зэрэгцээ нийгмийн өмнө үүрэг хүлээх шаардлагатай тулгарах нь зүй ёсны асуудал юм. Тэгэхээр компанийн нийгмийн хариуцлага гэдэг нь “компанийн ухамсар” буюу компанийн явуулж буй үйл ажиллагаа нь байгаль орчинд ээлтэй байх, нийгмийн сайн сайхан, эрүүл мэнд, аюулгүй байдлыг хангахад хувь нэмэр оруулах нийгмийн өмнө хүлээсэн үүрэг юм гэж үзэж болно.

Өнөөгийн бидний мэдэх КНХ гэдэг ойлголт нь өргөн агуулга, урт хугацааны түүхтэй хэдий ч дэлхийн хөгжингүй орнуудад 20-р зууны 1950-аад оны эхэн үеэс үндсэн асуудал болж хөгжин өнөөг хүрсэн байна. Харин энэ нь Монгол улсын хувьд сүүлийн үед эрчтэй яригдаж байгаа ойлголт бөгөөд өрсөлдөх чадвар өндөр, томоохон компаниуд нийгмийн хариуцлагын хөтөлбөрүүдийг хэрэгжүүлж, стратегидаа тусгадаг болох нь тэдний үйл ажиллагааны тайлан болон олон нийтийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл, борлуулалтын сувгийн сурталчилгаанаас илэрхийлэгддэг.

Бизнес эрхлэгчид КНХ-д хөрөнгө оруулах сэдэл нь өөр өөр шалтгаантай (өрсөлдөх чадвараа нэмэгдүүлэх, зах зээл дээр ялгарах, эрсдэлийг удирдах, хөрөнгө оруулалт татах, хүмүүнлэгийн г.м) байдаг ч дэлхий нийтийн хувьд КНХ нь сайн дурын үйл ажиллагаа бус нийгмийн өмнө хүлээсэн үүрэг болж байгаа гэдгийг ойлгох нь чухал юм. Бизнес эрхлэгчид өөрийн нийгмийн хариуцлагаа хамтран ажиллагч, хэрэглэгчид, олон нийтэд үнэн зөв, ил тод тайлагнах нь нийгмийн хариуцлагатай байгаагийн илрэл болдог. Олон улсын хэмжээнд томоохон бизнесийн байгууллага, компаниуд КНХ буюу тогтвортой хөгжлийн талаарх тайлангаа тогтмол мэдээлдэг.

Энэ нь тэдний бизнесийн нэр хүнд, орлогод эерэг нөлөө үзүүлдэг байна. Энэхүү нийтлэлээр бид КНХ-ын үйл ажиллагаа нь компанийн санхүүгийн эцсийн гүйцэтгэлд нөлөөлж байгаа эсэхэд үнэлэлт дүгнэлтийг санхүүгийн үзүүлэлтэд шинжилгээ хийх замаар товч тодорхойлов. КНХ-ыг бид хэрэгжүүлж байгаа нь Монгол улсын бизнес эрхлэгчдийн хувьд ямар нөлөөтэй байгааг банкны салбарын ашигт ажиллагаанд КНХ-ын нөлөөллийг үнэлснээр тодорхойлох зорилгоор дараах асуултуудыг тавьсан.

- КНХ болон банкны ашигт ажиллагааны хооронд ямар нэгэн хамаарал бий юу?
- КНХ нь банкны ашигт ажиллагаанд ямар нөлөө үзүүлдэг вэ? Энэхүү судалгааны үндэслэл нь харилцаа холбоо, түүнчлэн компанийн нийгмийн нөлөөллийг судлах явдал юм.

2. Судлаачдын тойм

2.1 КНХ-ын тодорхойлолтууд

Компанийн нийгмийн хариуцлага (КНХ) гэдэг ойлголтын хувьд зөвшилцсөн тодорхойлолт байдаггүй бөгөөд судлаач, нийтлэгчид үүнийг өөр өөрсдийн ажил мэргэжлийн зүгээс болон судалгааны чиглэл сонирхол, оролцоо, үнэт зүйлс дээр үндэслэн тодорхойлсон байдаг. Бизнесийн толь бичигт КНХ-ыг “Компанийн явуулж буй үйл ажиллагааны нийгэм, байгаль орчны (экологийн болон нийгмийн аль алиных нь) өмнө хүлээх хариуцлагын мэдрэмж” гэж тодорхойлсон байна.² Тогтвортой хөгжлийн Дэлхийн бизнесийн зөвлөл (2001) компанийн нийгмийн хариуцлагын тухай ойлголтыг “эдийн засгийн тогтвортой хөгжилд хувь нэмрээ оруулах, ажилчид, тэдний гэр бүл, орон нутгийн иргэдтэй хамтран ажиллах амлалт” гэж тодорхойлсон. Википедиа цахим нэвтэрхий толь бичигт, КНХ гэдэг нь “компаниуд үйлчлүүлэгчид, ажилчид, хувьцаа эзэмшигчид, олон нийтийн ашиг сонирхол болон байгаль орчин, экологийн асуудлыг өөрсдийн үйл ажиллагаанд бүхий л талаар харгалзан үзэх үүрэгтэй” гэсэн байна. (enw) Тогтвортой хөгжлийн Дэлхийн бизнесийн зөвлөл (2001) компанийн нийгмийн хариуцлагын тухай ойлголтыг “эдийн засгийн тогтвортой хөгжилд хувь нэмрээ оруулах, ажилчид, тэдний гэр бүл, орон нутгийн иргэдтэй хамтран ажиллах амлалт” гэж тодорхойлсон. Компанийн нийгмийн хариуцлага нь эдийн засгийн хүрээнээс давсан ойлголт бөгөөд нийгмийн хэрэгцээ, зорилгод анхаарлаа төвлөрүүлэн ажиллах ойлголт. Компаниуд үүнийг хэрэгжүүлэхдээ 1. хог хаягдал, бохирдлыг бууруулах, 2. боловсролын болон нийгмийн хөтөлбөрүүдэд хувь нэмэр оруулах, 3. хөдөлмөр эрхэлж буй хүний нөөцөд ашиг, орлого хуваарилах зэргээр хэрэгжүүлдэг. Нийгмийн хариуцлагын тухай хамгийн түгээмэл хэрэглэгддэг тодорхойлолтуудын нэг нь “Байгууллагуудаас нийгэмд бий болох эдийн засаг, хууль эрх зүй, ёс зүй болон буяны үйлсийн гэсэн дөрвөн үндсэн чиглэлтэй холбоотой аливаа эдийн засгийн хариуцлага” гэж Кэрролл тодорхойлсон. (Duga, 2012) Кэрролл 1979 онд гаргасан энэхүү тодорхойлолтоо дөрвөн хэсэг бүхий пирамид загвараар батжуулсан бөгөөд энэ нь КНХ-ын хамгийн түгээмэл, хүлээн зөвшөөрөгдсөн загвар болсон байх магадлалтай. Хожим нь Европын Комисс нь нийгмийн хариуцлагыг “нийгэмд үзүүлэх нөлөөллийн төлөө аж ахуйн нэгжүүдийн үүрэг хариуцлага” гэж тодорхойлсон. (European Commission, 2011) Олон улсын хэмжээнд компанийн нийгмийн хариуцлагыг байгууллагын дотоод бодлого, ёс зүйн асуудал, сайн дурын шийдвэр гэж үзэж байсан ч сүүлийн 20-иод жилийн хугацаанд энэ нь бүс нутаг, үндэсний түвшинд заавал дагаж мөрдөх тогтолцоо руу шилжээд байна.

² *“Definition of: corporate social responsibility”. businessdictionary.com. Retrieved December 9, 2018.*

2.2. Компанийн нийгмийн хариуцлагын зарчмууд

Компанийн нийгмийн хариуцлага (КНХ) нь компанийн засаглал, бизнесийн ёс зүй, тогтвортой хөгжил, хүний эрх, байгаль орчны асуудал зэрэг олон төрлийн зарчим, санааг багтаадаг. Тэдгээрийг илүү дэлгэрэнгүй тайлбарласан нь:

Бизнесийн ёс зүй: Ёс суртахуунтай бизнес эрхлэгчид өрсөлдөх чадвартай байхын тулд бүтээгдэхүүн боловсруулахаас эхлээд үйлдвэрлэл, түгээлт хүртэлх үйл ажиллагааныхаа ёс суртахууны үр дагаврыг үнэлдэг. Хүний эрх, байгаль орчныг хамгаалах, ажилчдын эрүүл мэнд, аюулгүй байдал, хөдөлмөрийн стандарт, маркетинг, хариуцлага, тайлагнах зэрэг олон асуудал бизнесийн ёс зүйн бүлэгт багтдаг. Бизнесийн ёс зүй нь дотоод журам, засгийн газрын даалгаврыг дагаж мөрдөхтэй холбоотой байдаг. (Kaler, 1993)

Тогтвортой хөгжил: Зарим хүмүүсийн хувьд нийгмийн хариуцлага нь тогтвортой хөгжлийн нэг хэсэг гэж үздэг бол зарим хүмүүсийн хувьд тогтвортой хөгжил нь байгаль орчинд анхаарал хандуулах болсон тул бизнесийн болон бусад байгууллагын нөлөөллийн нийгмийн хэмжигдэхүүнийг онцолж, ялгаж өгдөг. (Warhurst, 2001)

Компанийн засаглал: Энэ нь нэг талаас компанийн эдийн засаг, нийгмийн зорилтыг олон нийт, хувь хүмүүсийн хүсэл эрмэлзэлтэй тэнцвэржүүлж, компани, байгууллага, аж ахуйн нэгжүүдийн хариуцлагын үндэс суурь болдог. Кэдбергийн тайлан (Компанийн засаглалын санхүүгийн асуудлын хороо 1995) эрх мэдэл, эрх мэдлийн тэнцвэрт байдлыг хангахын тулд компанийн толгойд үүрэг хариуцлагын тодорхой хуваарилалтыг хийх ёстой гэж үзсэн.

- Хүрээлэн буй орчин: Бизнесийн хүрээлэн буй орчны асуудлуудыг орон нутгийн болон дэлхийн гэж хувааж болно. Их Британи дахь бүх бизнесүүд ус, агаар, хөрсний бохирдлоос урьдчилан сэргийлэх хууль тогтоомжийг дагаж мөрдөх ёстой. Үйлдвэрлэлийн бизнес эрхлэгчид тодорхой хязгаар хүртэл бохирдуулахын тулд зөвшөөрөл авах эсвэл тарифын арилжаа хийх боломжтой. Тэд мөн дэлхийн байгаль орчны асуудалтай тулгарах ёстой; Тэдний үйл ажиллагаа нь байгаль орчинд, ялангуяа хүлэмжийн хийг ялгаруулах замаар дэлхийн дулааралд өргөн хүрээний үр дагаварт хүргэж болохыг тэд мэддэг.
- Ажиллах харилцаа: Бизнес нь ихэвчлэн тухайн орон нутгаас ажиллах хүчээ сонгон шалгаруулдаг учраас орон нутгийн иргэдтэй нягт холбоотой ажиллаж, орон нутгийн иргэдэд янз бүрийн аргаар туслахад цаг хугацаа, мөнгө зарцуулан ялангуяа боловсролын хөтөлбөрүүд болон эрүүл мэндийн мэдлэг олгох санаачилгуудыг дэмжиж ажилладаг байна.
- Хүний нөөцийн менежмент: Үүнд ажилд авах, сургах, тэгш боломж олгох, ашиг хуваах, хувьцаа эзэмших схемүүд багтана.

- Нийлүүлэлтийн гинжин хэлхээний удирдлага: КНХ-ыг хэрэгжүүлдэг бизнесүүд бэлтгэн нийлүүлэгчдийнхээ туршлагад дүгнэлт хийгээд, бэлтгэн нийлүүлэгчдийг нийгмийн хариуцлагатай бизнесийн сорилтуудыг даван туулахыг урамшуулан, КНХ-тай бэлтгэн нийлүүлэгчидтэй үргэлжлүүлэн худалдаа хийхийг эрмэлзэнэ.

2.3 Бизнесүүд ашгаа нийгмийн ашиг сонирхлын төлөө золиосолж чадах уу?

Хууль эрх зүйн тогтолцоо нь компаниудад нийгмийн ашиг сонирхлын үүднээс ашгийг зарцуулах шаарддаг учраас компаниуд өрсөлдөөний дарамт шахалт дор үүнийг хэрэгжүүлдэг гэсэн үг биш юм. Юун түрүүн бизнес эрхлэгчид ашгаа нийгмийн ашиг сонирхлын үүднээс золиослох нь эдийн засгийн хувьд боломжтой юу? Энэ асуултад хариулахын тулд ямар нөхцөлд байж болох вэ гэсэн асуултыг авч үзэх юм. Компаниуд өөрсдийн үйлчлүүлэгчдээс бусад хүмүүс олон нийтэд ашиг тустай бараа, үйлчилгээг тогтвортой үзүүлэхэд туслах зургаан нөхцөлийг тодорхойлсон байна. Үүнд.

- Нэгдүгээрт: Компани болон түүний өрсөлдөгчдөөс нийгэмд тустай зарим үйл ажиллагаа явуулахыг шаарддаг зохицуулалтын хязгаарлалтыг бий болгох явдал юм.
- Ийм үйлдвэрлэл нь компанид зардал багатай байх боломж юм. Жишээлбэл, ресторанууд хоолны үлдэгдэл хоолыг орон гэргүйчүүдийн байранд хандивладаг.
- Нийгэмд тустай үйлдлүүд нь компанийн бизнесийн зардлыг тухайн үйл ажиллагааны зардлаас их хэмжээгээр бууруулж болзошгүй юм. Жишээлбэл, эрчим хүч хэмнэдэг (уур амьсгалд ээлтэй) технологи суурилуулах нь урт хугацаанд зардлын хэмнэлтийг бий болгож, тухайн үеийн зардлаас давж гарах боломжтой.
- Зарим тохиолдолд нийгэмд тустай үйл ажиллагаа нь орлогыг нэмэгдүүлэхэд хүргэдэг. Тогтвортой байдлын зарим зарчмын дагуу зохион байгуулагдсан органик хөвөн даавуугаар хийсэн хувцас гэх мэт ялгаатай бараа, үйлчилгээ, нийгэмд ашигтай үйлдлүүд нь компанийн нэр хүнд, борлуулалтыг сайжруулж, сайн санааг бий болгож чадна.
- Компаниуд одоогийн болон ирээдүйн зохицуулалтын хэлэлцээнд өөрсдийн байр сууриа сайжруулахын тулд байгаль орчин, эрүүл мэнд, аюулгүй байдлын хууль тогтоомжийг бүрэн дагаж мөрдөхөөс илүү сонголт хийх боломжтой. Ингэснээр тэд ирээдүйн зохицуулалтыг өөрчлөх, нөлөөлөх, эсвэл одоо байгаа зохицуулалтын хэрэгжилтийг чиглүүлэх боломжтой.

Зарим компаниуд дасан зохицох чадвар муутай компаниудаас

өрсөлдөх давуу талыг бий болгохын тулд ирээдүйн зохицуулалтыг хэт дагаж мөрдөж болно. (Bolanle, 2012) Эндээс дээр дурдсан асуултыг авч үзвэл: Компаниуд нийгмийн ашиг сонирхлын үүднээс ашгаа золиослох нь эдийн засгийн хувьд ямар нөхцөлд боломжтой вэ? Зарим тохиолдолд компаниуд нийгмийн хариуцлагын арга хэмжээг сайн дураараа хийдэг бол зарим тохиолдолд зах зээлд оролцогчид эсвэл бусад нийгмийн хүчний дарамт шахалт дор хэрэгжүүлдэг. Практикт сайн дурын үйл ажиллагаа болон шахалтаар хийж байгааг ялгахад хэцүү байдаг. Нийгмийн хариуцлагын санаачилга нь сайн дурын эсвэл шахалтаар байгаа эсэхээс үл хамааран эдийн засгийн тогтвортой байдал нь компанийн зах зээлийн хязгаарлалт, нийгмийн хүлээлтээс хамаарна. (Rahbek Pedersen, 2006)

2.4 Компанийн нийгмийн хариуцлагын зардал ба ашиг

“Сайн ёс зүй, компанийн сайн засаглалыг хэрэгжүүлсэн компаниудыг санхүүгийн зах зээл урамшуулдаг бол ёс зүйгүй, муу засаглалтай компаниудыг шийтгэдэг гэсэн хэд хэдэн судалгаа байдаг”. (Cochran, 2008) КНХ болон Санхүүгийн гүйцэтгэлийн хооронд асар их хамааралтай буюу нийгэм, байгаль орчны гүйцэтгэл болон санхүүгийн гүйцэтгэлийн хоорондын хамаарлыг олж тогтоосон. (Marc Orlitzky, 2003) Зардал, үр ашгийн шинжилгээг маш энгийн түвшинд хийх нь янз бүрийн үйл ажиллагааны үр дагавартай уялдуулан шийдвэр гаргах талаар системтэй бодох явдал байж болно. Бизнес эрхлэгчид КНХ-ыг нэмэгдүүлэх шийдвэрүүдийг байнга гаргадаг. Хэрэв КНХ-ыг сайн дурын зан үйл гэдгийг харгалзан үзвэл компаниуд хариуцлагатайгаар нийгмийн ашиг тусыг сонгох сонголт хийдэг гэсэн үг. Эдийн засаг нь хүлээгдэж буй үр ашиг эсвэл хүлээгдэж буй зардлыг илэрхийлэх шийдвэр гаргах шинжлэх ухаан юм. Хэрэв хүлээгдэж буй үр өгөөж нь хүлээгдэж буй зардлаас өндөр байвал компани нь зөвхөн хувьцаа эзэмшигчид чиглэсэн үйл ажиллагааг бус КНХ-ыг хүлээх ёстой. Гэхдээ үүнээс гадна нийгмийн хариуцлагагүй шийдвэр гаргах тогтолцооны үзэл баримтлал байдаг. Олон улсын зарчмын хүрээнд ашиг болон зардал нь шийдвэрт чухал боловч компанийн баялаг илүү чухал. Компаниуд ашиг тусаа дээд зэргээр нэмэгдүүлж, өөрсдийнхөө болон ирээдүй хойч үеийнхнийхээ төлөө гарах зардлыг хамгийн бага хэмжээгээр бууруулах, КНХ-ын үйлдлүүд нь олон улсын зарчмуудад нийцдэг.

3. ДЭЛХИЙ ДАХИНЫ КОМПАНИЙН НИЙГМИЙН ХАРИУЦЛАГЫН ХӨГЖИЛ БА ТҮҮХ

Компанийн нийгмийн хариуцлага нь Америкийн иргэний дайны дараах гучин жилийн хугацаанд (1861-1865) капитализмын хурдацтай өсөлтөд нийгэм, улс

төрийн хариу үйлдэл болон Америкийн Нэгдсэн Улсад үүссэн байна. Өнөөгийн бидний мэдэх томоохон компаниуд 1870-аад онд АНУ-д үйлдвэрлэлийн сууриа тавьсан байдаг ба тэдгээр компаниуд өсөж, хүчирхэг болохын хэрээр улс төрд аюултай нөлөө үзүүлж, нийгмийн хариуцлагагүй байдлыг бий болгож байсан тул тэдний эсрэг хөдөлгөөн өрнүүлэхэд хүргэжээ. АНУ-ын засгийн газар 1890-ээд оны эхэн үед эдгээр томоохон корпорацуудын нийгэмд үзүүлэх ёс зүйгүй байдлыг засах үүрэг хүлээсэн бөгөөд хүүхдийн хөдөлмөр эрхлэлт, үйлдвэрлэлийн ажлын байрны аюулгүй байдал, үйлдвэрчний эвлэлийн холбоог байгуулах хуулиудыг баталсан байна. (Josephson, 1962)

1906 онд АНУ-ын Дээд шүүх “Корпорац бол төрийн бүтээл” гэсэн мэдэгдэл хийсний дараа Америкийн корпорацууд олон нийтийн өмнө хүлээсэн үүрэг хариуцлагаа илүү ухамсарлан, олон нийтийн ашиг тусын тулд төртэй санал нэгдсэн гэж үздэг.” (Farmer, 1973) Америкийн компаниуд 1980-аад он хүртэл нэгдэж үндэстэн дамнасан корпорацууд болж томрон 1991 он гэхэд дэлхийн эдийн засагт тэргүүлж буй 50 корпорацад барууны хэд хэдэн орноос илүү хөрөнгөтэй АНУ-ын 13 томоохон корпорац багтсан байна. Энэ их эдийн засгийн өсөлтийг харгалзан Их Британи, АНУ-д шинэ хууль тогтоомжийг нэвтрүүлж, Байгаль орчны агентлаг, Байгаль хамгаалах агентлаг зэрэг шинэ агентлагуудыг тус тус байгуулжээ. Корпорацууд эдгээр шинэ хууль тогтоомжийг нэгдүгээрт байгаль орчны бодлого боловсруулахад засгийн газартай хамтрах шаардлагатай, хоёрдугаарт үндэсний хэмжээний нэгдсэн зохицуулалт нь бизнест “тэгш өрсөлдөөний талбар” олгоно гэдгийг ойлгосны үндсэн дээр нааштайгаар хүлээн авчээ. (Enloe, 1975)

4. МОНГОЛ УЛС ДАХЬ КНХ-ЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

4.1 Төрийн зохицуулалт

Зарим улсын засгийн газрууд нийгэм, байгаль орчинд ээлтэй компанийн үйл ажиллагааг сурталчилдаг байна. Компанийн нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэхэд засгийн газрын гүйцэтгэх үүрэг өндөр оролцоотой байх нь компанийн нийгмийн хариуцлагын олон хөтөлбөр, бодлогыг боловсруулахад тус дөхөм болсон. (Korschun, 2014) Европын олон орны засгийн газрууд өөрсдийн орны компаниудыг КНХ-ыг хэрэгжүүлэгч корпорацийн туршлагыг хөгжүүлэхийг шахдаг байна. Монгол Улсын Засгийн газар КНХ-ыг МҮХАҮТ-тай хамтран жил бүр шалгаруулдаг ТОП-100 аж ахуйн нэгжийн шалгаруулалтын нэг үзүүлэлт болгодог аж. (Аж ахуйн нэгжүүдийг шалгаруулахдаа олон улсын хэмжээнд харгалзан үздэг байгаль орчинд хэр ээлтэй үйл ажиллагаа явуулдаг, ядуурлыг бууруулах, боловсролын салбарт хэрхэн анхаарч буй зэрэг шалгуураар эрэмбэлдэг байна.) КНХ-ыг Монгол улсад

хөгжүүлэхийн тулд МҮХАҮТ-аас компаниудад зориулсан үйл ажиллагааг зохион байгуулж, КНХ-тай холбоотой судалгааг явуулан үр дүнгийн мөрөөр ажиллахыг зорьдог байна. 2007 оноос эхлэн КНХ-ын зөвлөлийг байгуулан, Entrepreneur ёслолын арга хэмжээнд “Excellence in CSR” шагналыг жил бүр гардуулдаг, КНХ-ын чиглэлээр олон улсын байгууллагууд, Монгол улс дахь ЭСЯ-ууд, ТББ-уудтай хамтран сургалт, судалгаа хийж ажиллаж ирсэн байна. Байгууллагын хариуцлагын талаар зөвлөмж гаргах, хөтөлбөр хэрэгжүүлэхээр:

1. Мэдээлэл, сургалтын хамрах хүрээг нэмэгдүүлж, нийгмийн хариуцлагын тайлан гаргадаг ААН-ийн тоо, тайлангийн ач холбогдлыг дээшлүүлэх;
2. Хувийн хэвшлийн компанийн засаглалыг сайжруулах чиглэлээр ОУ-ын байгууллагуудтай хамтран ажиллах; зэрэг асуудалд анхаарч ажиллаж байна.

Цаашид авч хэрэгжүүлэх арга хэмжээний талаар бизнес эрхлэгчдээс авсан судалгааны үр дүнд:

- Татварын хөнгөлөлт (60%);
- Шилдэг компанийн нийгмийн хариуцлага хэрэгжүүлэгч компанийг онцолж, дэмжих (21%);
- Компанийн нийгмийн хариуцлагын бодлогын бичиг баримттай болох (10%);
- Засгийн газраас шагнаж урамшуулах (9%) гэсэн саналууд тодорхойлогджээ.

4.2 Хууль эрх зүй

Олон улс орнууд компанийн нийгмийн хариуцлагын бодлогыг засгийн газрын мөрийн хөтөлбөртөө тусгасан байна. 2008 оны арван хоёрдугаар сарын 16-нд Данийн парламент Данийн 1100 томоохон компани, хөрөнгө оруулагчид болон төрийн өмчит компаниуд санхүүгийн тайландаа нийгмийн хариуцлагын талаарх мэдээллийг заавал тусгах тухай хуулийн төслийг баталсан. (Whooley, 2003) 1995 онд Маврикийн Орлогын татварын тухай хуулийн S50K зүйлд Маврики улсад бүртгэлтэй компаниуд тухайн улсын нийгэм, байгаль орчны хөгжилд хувь нэмрээ оруулахын тулд жилийн ашгийнхаа 2%-ийг төлөхийг үүрэг болгосон. (Retail week)_2014 онд Энэтхэг улс компанийн нийгмийн хариуцлагын зардлын заавал дагаж мөрдөх доод хэмжээг тогтоосон хуулийг баталсан. 2013 оны Компанийн тухай хуулийн дагуу 500 тэрбум ба түүнээс дээш хэмжээний цэвэр хөрөнгөтэй эсвэл 1,000 тэрбумын эргэлттэй эсвэл 5 тэрбумын цэвэр ашигтай аливаа компани цэвэр ашгийнхаа 2%-ийг нийгмийн хариуцлагын үйл ажиллагаанд зарцуулах ёстой. (Martinuzzi, 2011) гэж тусгасан байна. Монгол улсын хувьд КНХ-ын талаар бие даасан эрх зүйн зохицуулалт байхгүй ч бизнесийн тэгш өрсөлдөх боломжийг олгох авлигын эсрэг хууль, нийгмийн хариуцлагын үйл ажиллагаанд зарцуулсан зарим зардлуудыг албан татвар ногдох зардлаас хасахаар ААНОАТ-ын хуулиар зохицуулсан байдаг. Үүнд тус хуулийн 15.1.8-д спортыг дэмжих сан, клубын үйл ажиллагаанд 10 сая хүртэл; 15.1.9-д мэргэжлийн боловсрол, сургалтыг дэмжих санд өгсөн

мөнгөн хандив хөрөнгө; 15.1.10-д агаарын бохирдлыг бууруулах зорилгоор өгсөн хандив; 15.1.13-д Байгаль орчинд нөлөөлөх байдлын үнэлгээний тухай хууль, Ашигт малтмалын тухай хууль, Газрын тосны тухай хууль, Цөмийн энергийн тухай хуульд заасны дагуу ашиглалтын тусгай зөвшөөрөл эзэмшигч, төсөл хэрэгжүүлэгч, гэрээлэгчийн байгаль орчны менежментийн жилийн төлөвлөгөөнд тусгаж, холбогдох төрийн байгууллагаас нээсэн тусгай сан, төрийн сан болон Газрын тосны тухай хуулийн 11.2.9-д заасан дансанд шилжүүлсэн мөнгөн хөрөнгө; 15.1.14-д Ахмад настны тухай хуулийн 14.7-д заасан хязгаарт багтаан Ахмадын санд хуримтлуулсан зардал; 15.3-д Ашигт малтмал, цацраг идэвхт ашигт малтмал, газрын тосны хайгуулын болон ашиглалтын тусгай зөвшөөрөл эзэмшдэггүй албан татвар төлөгч нийслэл хотод байрлалтай үйлдвэр, эсхүл агуулахаа Багануур, Багахангай, Налайх дүүргээс бусад нийслэлийн хилийн цэсээс нүүлгэсэн тохиолдолд тухайн нүүлгэн шилжүүлэхтэй холбогдон гарсан энэ хуулийн 13 дугаар зүйлд заасан шаардлага хангасан зардлыг 50 хувиар нэмэгдүүлж албан татвар ногдох орлогоос хасаж тооцно; Хог хаягдлын тухай хуульд хог хаягдлыг ангилах, дахин боловсруулах, нийгэм, байгаль орчин, хүний эрүүл мэндэд аюултай хог хаягдлын талаар хэрэгжүүлэх менежментийг тусгасан нь КНХ-ын үйл ажиллагааг дэмжих, зохицуулахад шууд ба шууд бусаар нөлөөлөх заалтууд болж байна.

4.3 Нягтлан бодох бүртгэл, тайлагнал

Франц улсад нийгмийн хариуцлагын нягтлан бодох бүртгэл, аудит, тайлагналд тавигдах хууль эрх зүйн шаардлага байдаг ч олон улсын болон үндэсний хэлэлцээрээр нийгэм, байгаль орчны гүйцэтгэлийн утгыг хэмжих нэгдсэн ойлголтод хүрч чадаагүй байна. Олон компаниуд Тогтвортой хөгжил, компанийн нийгмийн хариуцлагын асуудлуудыг хамарсан хөндлөнгийн аудитын тайлангуудыг гаргадаг боловч тайлангууд нь хэлбэр, хэв маяг, үнэлгээний аргачлалын хувьд (нэг салбарт ч гэсэн) харилцан адилгүй байдаг.

Өмнөд Африкт 2010 оны 6-р сарын байдлаар Йоханнесбургийн хөрөнгийн биржид (JSE) бүртгэлтэй бүх компаниуд жилийн эцсийн санхүүгийн тайлан, тогтвортой байдлын тайлангийн оронд нэгдсэн тайлан гаргах шаардлагатай болсон. Энэ нэгдсэн тайлан нь санхүүгийн гүйцэтгэлтэй зэрэгцэн байгаль орчин, нийгэм, эдийн засгийн гүйцэтгэлийг дүгнэн гаргадаг байна. Энэ шаардлагыг албан ёсны болон хуулийн стандарт байхгүй үед хэрэгжүүлсэн ба Өмнөд Африкийн Нэгдмэл Тайлагналын Хороо (IRC) байгуулж тус хороо нь нэгдмэл тайлангаа хэрхэн бэлтгэх талаар удирдамж батлан гаргаж, мөрдсөн байна. (Чимэдсүрэн, 2020) Хөрөнгийн зах зээлийн оролцогчдыг тогтвортой байдлын найдвартай тайлангаар хангадаг, нэр хүндтэй байгууллагуудын нэг бол

Нүүрстөрөгчийн ил тод байдлын төсөл буюу CDP юм. CDP нь Их Британи, Япон, Энэтхэг, Хятад, Герман, Бразил, АНУ-д төвтэй олон улсын ашгийн бус байгууллага бөгөөд компаниуд, хотууд, муж улсууд, бүс нутаг, төрийн байгууллагуудад байгаль орчны нөлөөллийг ил тод болгоход тусалдаг. 2022 онд 18,700 орчим байгууллага CDP-ээр дамжуулан байгаль орчны мэдээллээ ил болгосон байна. (ESG Roundup, 2022) Манай улсын хэмжээнд МҮХАТ-аас явуулсан 2018 оны судалгаанд хамрагдсан компаниудын 66.6 хувь КНХ буюу үүнтэй ижил төстэй тайлан гаргадгийг тогтоожээ.

Энэ нь хоёр жилийн өмнөхөөс хоёр дахин нэмэгдсэн үзүүлэлттэй байгаа нь Монголын аж ахуйн нэгжүүд нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэх сонирхол нэмэгдэж байгаа болохыг илэрхийлж байна. Цаашид ч дэлхийн чиг хандлагаар нийгмийн хариуцлага нь сайн дурын үйл ажиллагаа биш, заавал мөрдөх үүрэг болохын хувьд КНХ-ын тайлагналыг бий болгох зайлшгүй шаардлага бий. *Хүснэгт №1-д* 1988 онд Америкийн зайрмагийн компани жилийн тайлангийнхаа нэг хэсэг болох Нийгмийн гүйцэтгэлийн үнэлгээг анх гаргасан, тухай бид дурдсан. Үйл ажиллагааны тайланг бид санхүүгийн үзүүлэлтээр бататгах шаардлагатай.

“Монгол дах бизнесийн байгууллагын санхүүгийн ба санхүүгийн бус олон төрлийн мэдээ мэдээлэл манай орны хувьд өөр зориулалт, зохицуулалт бүхий олон төрлийн тайлангийн хэлбэрээр, цаг хугацааны хувьд ижил биш үеүдэд гол төлөв бэлтгэгдэж байна.

Тайлагналын энэхүү олон хэлбэр нь мэдээллийг нэгтгэн боловсруулж, ашиглахад төвөгтэй байгаагаас шийдвэр гаргагч, хөрөнгө оруулагч, оролцогч, сонирхогч талуудад багагүй хүндрэл учирч, нэг талаас тухайн бизнесийн байгууллагын нийгэм, эдийн засагт оруулж буй хувь нэмрийг бодитой үнэлэх боломж олгохгүй байх, нөгөө талаар бизнес эрхлэгчид шийдвэр гаргахад эрсдэл хүлээх, хөрөнгө оруулалт, бизнесийн боломжоо алдах нэг нөхцөл болж байна” (Чимэдсүрэн, 2020).

Монголын компаниуд НҮБ-ын Даян дэлхийн гэрээ (Global compact), Дэлхийн эдийн засгийн форумын Авлигын эсрэг түншлэл зэрэг гэрээ хэлцэлд 2023 оны дөрөвдүгээр сараас нэгдсэн байна. Одоогоор Монгол улсын 192 компани Даян дэлхийн гэрээнд, 158 компани Авлигын эсрэг түншлэлд нэгдэж гарын үсэг зурсан.

Эдгээр компаниуд хоёр жил тутамд үйл ажиллагааны тайланг гаргаж өгөх үүрэгтэй. КНХ-ыг хангалттай хэрэгжүүлж чадвал НҮБ-ын globalcompact.org цахим хуудсанд мэдээллээ байршуулж, үйл ажиллагаагаа олон улсад сурталчлах боломжтой болно. Энэ нь олон улсын компаниудтай хамтран ажиллах, хөрөнгө оруулалт татах боломжийг бүрдүүлэх алхам болох юм. Нийгмийн хариуцлагын тайлагнал нь компанийн үйл ажиллагааны тайлангийн

нэг хэсэг ч гэсэн Санхүүгийн тайлагналын нэг хэсэг байх нь зайлшгүй, эсвэл санхүүгийн тайлантай заавал уялдсан байх ёстой болно.

Нийгмийн хариуцлагатай үйл ажиллагаа болон хүчин чармайлтын ул мөрийг бид санхүүгийн үзүүлэлтээр тодорхойлж дүгнэх ба энэхүү тайланд компанийн удирдлага, нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэгч хүмүүс төдийгүй нягтлан бодогчдын үүрэг оролцоо чухал байх болно.

4.4 Аудит, Баталгаажуулалт

Компанийн нийгмийн хариуцлага, түүний үр дүнд бий болсон тайлан, хүчин чармайлтыг бараа, үйлчилгээний хэрэглэгч баталгаажуулах ёстой. (Ending Value Framework, 2017) Нягтлан бодох бүртгэл, аудитын тайлагнал нь хэрэглэгчдэд үйл ажиллагаа нь нийгэмд тогтвортой байгаа эсэхийг шалгах үндэс суурь болдог. Компанийн нийгмийн хариуцлагын талаарх санаачилга, үйл ажиллагаа нэмэгдэж байгаатай холбогдуулан олон салбарууд өөрсдийн баталгаажуулалтын нөөцийг бий болгосон байдаг. Жишээлбэл: Цаасан ба модон эдлэл, бүтээгдэхүүний компаниуд: Ойн менежментийн зөвлөл, Өмнөд Африкийн алмаз үйлдвэрлэгч орнуудын: Кимберли процесс зэрэг байгууллагууд нь хууль ёсны үйл ажиллагаа эрхэлдэг байгууллагуудын үйл ажиллагааг дэмжих, засгийн газартай хамтран ажиллах, ижил чиглэлийн байгууллагуудын КНХ-ын тайлагналын баталгаажуулалтыг нэгдсэн арга зүйгээр хангахыг эрмэлздэг байна. Олон улсын стандартын байгууллагаас КНХ-ын стандарт (ISO-26000) батлан гаргасныг монгол хэл рүү хөрвүүлэн, хэрэглээнд нэвтрүүлэхээр МҮХАҮТ-аас төлөвлөн ажиллаж байгаа нь КНХ-ын тайлагналд аудит, баталгаажуулалт хийх үйл ажиллагааны үндэслэл болохоор ажил юм. Монгол улсад КНХ-ын тайлагналын тогтолцоо бүрдэн хэрэгжиж эхэлбэл нийгмийн хариуцлагын аудит ба баталгаажуулалтыг холбогдох стандартуудад үндэслэн гүйцэтгэж эхэлнэ.

4.5 Оролцогч талууд

Компани нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэхдээ компанийн хувьцаа эзэмшигчдээс гадна ажилчид, үйлчлүүлэгчид, бэлтгэн нийлүүлэгчид, олон нийт зэрэг оролцогч талуудын сэтгэл ханамжийг хангах явдал чухал юм. Монгол улсын ДНБ-ий 70 гаруй хувийг бий болгодог хувийн хэвшлийн байгууллагууд орлогынхоо тодорхой хэсгийг нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэхэд зарцуулдаг байна. Тодруулбал МҮХАТ-ын 2018 оны зургаадугаар сард гаргасан судалгаанд нийт 256 компани, хувь хүн оролцжээ. Тэдний зүгээс хамтран ажиллагсад, түншдээ чиглэсэн үйл ажиллагааг эрчимжүүлэх нь чухал хэмээн 33.3 нь үзсэн бол 16.6 хувь нь хэрэглэгчдэдээ чиглэсэн арга хэмжээ авах ёстой гэж хариулсан ба ажиллагсад, олон нийтийн боловсролыг дээшлүүлэхэд

илүү анхаардаг гэж судалгааны үр дүнгээр илэрхийлэгдсэн байна. Бизнес эрхлэгчид КНХ-ын хүрээнд оролцогч талуудад чиглэсэн үйл ажиллагааг илүү дэмждэг болох нь судалгааны үр дүнгээс тодорхойлогдож байна. Энэ судалгаанд хамрагдсан 256 аж ахуйн нэгжийн 8.3 хувь нь 0-10, 33.4 хувь нь 10-50, 10.5 хувь нь 50-100, 16.9 хувь нь 100-500 сая төгрөг, 11.0 хувь нь 500 саяас нэг тэрбум төгрөг, 20 хувь нь нэг тэрбумаас дээш төгрөг зарцуулдаг гэсэн үр дүн гарсан байна. Монгол Улсын хувьд “АПУ” Хувьцаат Компани, “Мобиком” корпорац, “Эрдэнэт” үйлдвэр ТӨҮГ, “Хаан банк”, “Голомт банк” зэрэг цөөн тооны байгууллага нийгмийн хариуцлагын төлөвлөгөөтэй ажилладаг ба оролцогч талуудтай нийгмийн хариуцлагын хүрээнд холбоотой ажилладаг байна.

4.6 Монголын компаниудын КНХ-ын өнөөгийн байдалд хийсэн SWOT анализ:

Хүснэгт 1.

S: ДАВУУ ТАЛ	W: СУЛ ТАЛ
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Монгол улсад Эрдэнэт Үйлдвэр ТӨҮГ, Мобиком корпораци, АПУ ХХК, Хаан банк, Голомт банк зэрэг нийгмийн хариуцлагын өндөр оролцоотой үйлдвэр, компаниуд бий. ✓ Нийгмийн хариуцлагын хөрөнгө оруулалтад компаниудын оролцоо нэмэгдэх хандлагатай; ✓ Ихэнх компаниуд КНХ ба түүнтэй төстэй тайланг сайн дурын үндсэн дээр тайлагнадаг; ✓ Нэгдмэл тайлагналыг нэвтрүүлэх арга зүйн судалгааны бүтээл хэвлэгдсэн; ✓ КНХ-ын тайлагнал ба нэгдмэл тайлагналд шилжих үндсэн нөхцөл бий; ✓ Нийгмийн хариуцлагатай компаниудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг худалдан авах хэрэглэгчдийн сонирхол нэмэгдэх хандлагатай; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Орон нутгийн компаниуд, ялангуяа ЖДҮ-ийн түвшинд нийгмийн хариуцлагын үзэл баримтлал төдийлөн танигдаагүй; ✓ Монголын байгууллагууд бүгд нийгмийн хариуцлагын соёлыг хэрэгжүүлээгүй; ✓ Бизнес, ЖДҮ эрхлэгчид нийгмийн хариуцлагын санаачилга тэр бүр гаргадаггүй; ✓ Орон нутгийн ЖДҮ эрхлэгчдэд нийгмийн хариуцлагын төсөв байдаггүй. ✓ Компанийн удирдах ажилтнууд нийгмийн хариуцлагыг дарамт гэж үзэх нь олон; ✓ КНХ-ын санаачилга нийгэмд, бизнест хэрхэн нөлөөлөх талаар нарийн судалгаа, таниулах арга хэмжээ дутмаг; ✓ Монголын зах зээл дээрх компаниуд нийгэм, байгаль орчинд хор хөнөөлтэй нөлөө үзүүлсээр байна;

<p>О: БОЛОМЖ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Монголын компаниуд нийгмийн хариуцлага, стратегийн туршлагатай улс орнуудын практикаас суралцах, нэвтрүүлэх боломж бий; ✓ Олон улс дэлхийн түвшний КНХ-ын стандарт, нийгмийн нөлөөллийн тайлагнал, түүний баталгаажуулалтын талаарх өргөн ойлголт, судлах туршлагууд бий; ✓ Одоогоор нийгмийн хариуцлагын санаачилгыг ТББ-уудтай хамтрах байдлаар хэрэгжүүлэх боломжтой; ✓ КНХ-ын тайлан нь байгууллагуудад нэр хүндээ өсгөх боломжийг олгодог; ✓ Ойрын ирээдүйд КНХ нь зардлын төв байхаа больж, олон талт үр өгөөжтэй үр дүнтэй менежментийн хэрэгсэл болно; ✓ КНХ нь нийгэмд үр өгөөжөө өгч, компаниуд үнэ цэнээ улам өсгөх боломж бий; ✓ КНХ нь ойрын жилүүдэд маркетингийн үйл ажиллагааны үүрэг болно; ✓ Хүмүүсийн ёс зүй, нийгмийн хариуцлагын боловсрол нэмэгдэж байгаа; 	<p>Т: АЮУЛ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ КНХ-ын талаар харилцан уялдаа холбоотой, нэгдсэн зохицуулалт дутмаг; ✓ КНХ-ын тайлан заавал шаардлаггүй учир энэ нь нийгмийн хариуцлагын санаачилгатай ажиллахыг дэмжихгүй байна; ✓ КНХ-ын дутмаг байдал нь Монголын компаниудын гадаад зах зээлд гарах, хамтын ажиллагаанд саад болж байна; ✓ Практикт нийгмийн хариуцлагын санаачилгыг дэмждэг төрийн байгууллагууд байдаггүй; ✓ Компаниудад нийгмийн хариуцлагын санаачилгыг сурталчлахад зардал өндөр тусдаг; ✓ Компаниудад нийгмийн хариуцлагатай үйл ажиллагааны сурталчилгаа дутмаг байдлаас зах зээл дээр эрсдэл бий болж байдаг; ✓ Ерөнхийдөө нийгмийн хүлээлт бол нийгмийн хариуцлага гэдэг нь PR-аас өөр зүйл биш;
---	---

4.8 Монголын компаниудын КНХ-ын өнөөгийн байдалд хийсэн SWOT шинжилгээнд үндэслэсэн TOWS матриц:

Хүснэгт 2.

	S	W
О	<p>Боломжуудыг давуу тал болгон ашиглах стратеги</p> <ul style="list-style-type: none"> • КНХ-ын санаачилгуудыг төрөөс дэмжих, олон нийтэд сурталчлан таниулан нэр хүндийг нь өргөх замаар бусдад нөлөөлөх үйл ажиллагаа явуулах; • КНХ-д бизнес эрхлэгчид жигд оролцоотой байх нөхцөлийг бүрдүүлэхэд төр болон ТББ-ын хамтарсан хууль, эрх зүйн зохицуулалтыг хэрэгжүүлэх; • КНХ-ын санаачилгыг хэрэгжүүлэгчид түүнийгээ ил тод, нээлттэй, иж бүрэн тайлагнах, уг тайланг баталгаажуулах үйл ажиллагааг төрөөс бүрдүүлж өгөх; • КНХ-ын үйл ажиллагаа дахь хэрэглэгч, оролцогч талуудын ёс зүйн нөлөөллийг улам нэмэгдүүлэх сургалт, сурталчилгааг хэрэгжүүлэх; 	<p>Сул талыг боломж болгон ашиглах стратеги</p> <ul style="list-style-type: none"> • ЖДҮ эрхлэгчид болон хувиараа бизнес эрхлэгчдэд нийгмийн хариуцлагыг хэрэгжүүлэхийн ач холбогдлыг ухуулан таниулах; • Бизнесийн орлогын тодорхой хувийг КНХ-д зарцуулдаг байх эрх зүйг бүрдүүлэх; • КНХ-нь зөвхөн өндөр ашиг, орлоготой ажилласнаар хөрөнгө зарцуулж, хэрэгжүүлдэг бус байгууллага нь экологид үзүүлж буй сөрөг нөлөөллийг бууруулах, хэрэглээний хэв маягаа удирдах замаар нийгмийн хариуцлагын санаачилгатай ажиллахыг уриалах; • КНХ-ын талаар тогтмол судалгаа авч, судалгааны мөрөөр ажил зохион байгуулах; • КНХ-д удирдлагын зүгээс санаачилга өндөр байх учиртай, иймээс компанийн удирдлагуудад сургалт явуулах замаар нийгмийн хариуцлагын санаачилгыг нэмэгдүүлэх;

Т	<p>Аюулаас зайлсхийж давуу тал болгон ашиглах стратеги</p> <ul style="list-style-type: none"> • КНХ-ын талаарх үйл ажиллагааг нэгдсэн зохицуулалтад оруулах; • КНХ-ын талаарх хууль эрх зүйн орчныг сайжруулах, бүрдүүлэх замаар бизнес эрхлэгчдийг тэгш оролцоогоор хангах; • Нийгмийн хариуцлагатай компаниудын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ, үйл ажиллагаа болон нийгмийн хариуцлагын санаачилгуудыг төрөөс дэмжин сурталчлах; • КНХ өндөр компаниудад төрийн үйлчилгээний ажлыг гүйцэтгэх боломжоор дэмжих; • КНХ-ын тайлагналыг албажуулах, түүний баталгаажуулалтыг бий болгох; 	<p>Сул талыг багасгаж, аюулаас зайлсхийх стратеги</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компанийн удирдах ажилтан болон ажилтнуудад ёс зүйн талаарх сургалтуудыг заавал явуулах; • Компани нийгмийн хариуцлагын нэгж эсвэл ажилтантай байх ба тэдгээр нь КНХ-ын үйл ажиллагаа, тайлагналыг төр болон олон нийтийн өмнө хариуцах байдлаар харилцан уялдаатай ажиллах; • КНХ-ыг удирдан чиглүүлэх төрийн байгууллагатай байх, нийгмийн хариуцлагын санаачилга, үйл ажиллагааг сурталчилж олон нийт, нийгэмд төрөөс таниулдаг байх; • КНХ-ын тайлагналын хяналтын тогтолцоог бүрдүүлэх замаар бизнес эрхлэгчдэд тэгш оролцоог хангаж өгөх;
---	---	--

КНХ-ын зардал, ашигт ажиллагааны хамаарлын шинжилгээ

Судалгаагаар бие даасан хувьсагч (КНХ-ын зардал) болон хамааралтай хувьсагчийн (Татварын дараах цэвэр ашиг) хооронд хамаарал байгаа эсэх байгаа бол хамаарлын цар хүрээг таамаглах юм. Энэхүү судалгаа нь КНХ ба банкны Санхүүгийн Гүйцэтгэлийн хоорондын учир шалтгааны хамаарлын загварыг баталсан бөгөөд энэхүү судалгаанд статистикийн үндсэн арга болгон регрессийн шинжилгээг ашигласан. Судалгаанд Голомт банкны сүүлийн 10 жилийн тайланг ашигласан. Ашигласан тоо баримтад 2014-2023 оны нийгмийн хариуцлагын зардал, татварын дараах ашгийг багтаасан болно. Банкны нийгмийн хариуцлагын зардалд зарцуулсан зардал, ашигт ажиллагааны талаарх холбоотой өгөгдлийг энгийн хамгийн бага квадрат (OLS) регрессийн загварыг бий болгоход ашигласан бөгөөд нөлөөллийг үнэлэн дүн шинжилгээ хийсэн.

Хүснэгт 3 : Голомт банк КНХ зардал ба Татварын дараах цэвэр ашиг мян.төг

Онууд	Татварын дараах цэвэр ашиг	Компанийн нийгмийн хариуцлагын зардал
2014	49,828,355	2,416,018
2015	25,984,811	2,331,136
2016	5,273,561	2,585,480
2017	(5,152,854)	1,569,456
2018	53,546,240	7,999,583
2019	16,304,680	7,439,582

2020	10,393,760	5,941,183
2021	25,936,666	5,188,964
2022	116,542,048	7,428,109
2023	209,171,045	8,261,969

Эх сурвалж: Жилийн тайлан 2014-2023

SPSS программд Хүснэгт 3-ийн өгөгдлийг оруулан Голомт банкны 2014-2023 оны нийгмийн хариуцлагын зардал, татварын дараах ашгийн хамаарлыг тооцоолон Хүснэгт 4-д үзүүлэв. Үүнээс үзэхэд хоёр хувьсагчийн хоорондын корреляци буюу хамаарлын хүч 0.591 гарсан нь тус хоёр үзүүлэлтийн хооронд мэдэгдэхүйц хүчтэй хамаарал байгааг илрүүлж байна.

Хүснэгт 4. ТДЦА ба КНХ-ын зардлын Корреляци хамаарал

Корреляци ТДЦА ба КНХ-ын зардал		ТДЦА	КНХ-ын зардал
Pearson correlation	ТДЦА	1	
	КНХ-ын зардал	0.5915	1

Голомт банкны татварын дараах цэвэр ашгийн КНХ-ын зардлаас хамаарах хамаарлыг регрессийн загвараар шинжилгээ хийж үзэхэд дараах үр дүн гарсан. Энгийн хамгийн бага квадрат регрессийн шинжилгээний үр дүнг хүснэгт 6-д үзүүлэв. Регрессийн загварын F шинжүүрийн утга 4.31, ач холбогдол нь 0.07 гарсан ба энэ нь уг регрессийн загвар бүхэлдээ ач холбогдолтойг илтгэж байна. КНХ-ын зардал хувьсагчийн коэффициентийн *t* шинжүүрийн утга 2.07 гарсан нь уг коэффициент 5%-ийн ач холбогдлын түвшинд статистикийн хувьд ач холбогдолтой байна. R квадрат нь 0.35 гэж илэрхийлэгдсэн ба Голомт банкны татварын дараах ашгийн өөрчлөлтийн 35 орчим хувийг эзэлж байна. Энэ нь тус банк санхүүгийн үр дүнд хүрэхэд компанийн нийгмийн хариуцлагын зардал хэрхэн нөлөөлж буйг илэрхийлж байна. Эндээс үзвэл компанийн нийгмийн хариуцлагын зардлыг 1 төгрөгөөр нэмэгдүүлэхэд татварын дараах цэвэр ашгийн хэмжээ 14 төгрөгөөр өсдөг гэсэн таамаглал бий болж байна.

Хүснэгт 5. Ашигт ажиллагаанд КНХ-ын нөлөөллийн регрессийн үр дүн

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%
Intercept	-23803116.99	40076493.84	-0.593942102	0.568960841	-116219677.5	68613443.5
КНХ-ын зардал	14.57853608	7.025345332	2.075134444	0.071655044	-1.621939311	30.7790114

ДҮГНЭЛТ

КНХ-ын тухай янз бүрийн үзэл баримтлал болон дэлхий даяарх нийгмийн хариуцлагын ач холбогдол, КНХ-ыг хэрэгжүүлснээр бизнес эрхлэгчдэд бий болдог давуу талыг судлаачид тайлбарласан байдаг. Нийгмийн хариуцлагатай байх нь, түүнээс хүлээгдэж буй үр өгөөж нь компанийн нэр хүндийг өсгөж, өнөөгийн болон ирээдүй хойч үеийнхэнд үнэ цэн гэх сэтгэлгээг бий болгох замаар компаниуд өөрийн үнэ цэнийг нэмэгдүүлэх явдал юм. Энэхүү нийгмийн хариуцлагатай байдал нь компанид нэр хүндээс гадна ямар нөлөөг үзүүлж болохыг бид энэ судалгаан дахь загварын тооцооллын нөлөөгөөр тайлбарлахыг зорив. Судалгааны үр дүнг нэгтгэн авч үзвэл компанийн нийгмийн хариуцлагын зардал нь урт хугацаанд илүү сайн өгөөж өгдөг, нийгмийн ашиг тусын төлөөх зарцуулсан зардал нь компанийн ашигт ажиллагаанд эерэг нөлөөтэйг илэрхийлсэн тул Монголын банк болон бизнес эрхлэгчид үүнийг зардлын соёлдоо багтаан хэрэгжүүлэх ёстой гэж дүгнэлээ.

Судалгаанаас харахад КНХ-ын зардал болон банкны цэвэр ашгийн үзүүлэлтийн хооронд эерэг, мэдэгдэхүйц хүчтэй хамаарал байгаа нь КНХ-тай үйл ажиллагаа, түүнд зарцуулах зардал нэмэгдэх нь компанийн ашиг өсөхөд нөлөөлж буйг илэрхийлсэн байна. Голомт банкны хувьд КНХ-ын үйл ажиллагаагаар дамжуулан тэдний үзүүлж буй зорилтот зээлийн үйлчилгээ болон буцалтгүй тусламжийн үйл ажиллагаа нь бизнесийн орчныг илүү ээлтэй, үйлчлүүлэгч байгууллагуудыг оршин тогтнох нөхцөлийг бий болгох төдийгүй банкны байгууллагуудын олон нийт болон оролцогч талуудад үзүүлж буй нөлөөлөөс болж урт хугацаанд байгууллагын нэр хүндийг сайжруулж чадна гэж дүгнэлээ. Компаниуд өсөж дэвжихийн тулд тэдэнд нийгмийн дэмжлэг хэрэгтэйг нэгэн адил нийгэмд компанийн бүтээгдэхүүн, бараа, үйлчилгээ мөн компаниас явуулах нийгмийн хариуцлагатай байдал хэрэгтэй юм.

Компаниуд өөрсдийн тогтвортой амжилтаас гадна тогтвортой хөгжлийн төлөө нийгмийн хариуцлагаа ухамсарлан хэрэгжүүлэх нь заавал өндөр ашиг орлого олж, тодорхой төрлийн зардал гаргаж зарцуулсан байх ёстой гэж үзэж болохгүй бөгөөд компани байгаль орчинд ээлтэй үйлдвэрлэл явуулах, ашиг олохын төлөө хүний эрүүл мэндэд сөрөг нөлөөтэй бүтээгдэхүүн үйлдвэрлэн худалдаалахаас татгалзах, байгаль дах хог хаягдлыг дахин боловсруулан эргэлтэд оруулах, бизнесийн хэрэглээний хэв маягаа зөв удирдан чиглүүлэх замаар экологид үзүүлэх сөрөг нөлөөлөө бууруулах бүхий л ухамсартай, ёс зүйтэй үйл ажиллагааг ойлгохыг тодруулж байна.

Цаашид КНХ-ын тайлагнал илүү ил тод, үнэн зөв, найдвартай/КНХ-ын аудиттай/ байх нь нийгэм, олон нийтэд нийгмийн хариуцлагатай бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний сонголт хийх, хамтын үйл ажиллагаа явуулах, хөрөнгө оруулалт хийх зэрэг өндөр ач холбогдолтой болох юм.

АШИГЛАСАН МАТЕРИАЛ

- Bolanle, A. B. (2012). Corporate Social Responsibility and Profitability of Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol 3, No 1.
- Cochran, R. N. (2008). Corporate social responsibility, corporate governance, and financial performance: Lessons from finance. *Business Horizons*.
- Dura, C. I. (2012). The concept of Corporate Social Responsibility within the Romanian Multinational Companies-Theoretical and Practical Aspects. *The International Conference Competitiveness and Stability in Knowledge Based Economy*, 217.
- Ending Value Framework. (2017). *Minerals Council of Australia*.
- Enloe, C. H. (1975). *The Politics of Pollution in a Comparative Perspective*. London: Longman.
- ESG Roundup. (2022). ESG Roundup: Market talk. *Wall Street*.
- European Commission, C. (2011). A renewal EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility. *European Commission, Communication from the Commission to the European Economic and Social Committee and the Committee of regions*, 681 final, p.6.
- Farmer, R. D. (1973). *Corporate Social Responsibility, Social Research Associates Inc, USA*. New York: Random House.
- Josephson, M. (1962). *The Robber Barons, 2nd edn*. New York: Harvest/HBJ Books.
- Kaler, C. &. (1993). *Business Ethics*.
- Korschun, C. S. (2014). "Corporate Social Responsibility, Customer Orientation, and the Job Performance of Frontline Employees". *Journal of Marketing*, 78 (3).
- Marc Orlitzky, F. L. (2003). *Organization Studies: Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis*. London.
- Martinuzzi, K. R. (2011). CSR Activities and Impact of the Retail Sector. *RIMAS, Working paper N4*.

- Muller, A. W. (2009). Exploring the Geography of Corporate Philanthropic Disaster Response: A Study of Fortune Global 500 Firms. *Journal of Business Ethics*, 84.
- Rahbek Pedersen, E. (2006). "Making Corporate Social Responsibility (CSR) Operable: How Companies Translate Stakeholder Dialogue into Practice.". *Business and Society Review*, pp.
- Retail week. (n.d.). Top 10 UK retailers revealed.
- Warhurst, A. (2001). "Corporate citizenship and corporate social investment: drivers of tri-sector". *Journal of Corporate Citizenship*, Spring, pp 57-73.
- Whooley. (2003, 12). The corporate responsibility report. p. 1.
- Чимидсүрэн, Ч. (2020). *Компанийн нэгдмэл тайлагнал түүнийг нэвтрүүлэх арга зүйн асуудал*. Улаанбаатар хот: Соёмбо принтинг.
- Чимэдсүрэн, Ч. (2020). *Компанийн нэгдмэл тайлагнал түүнийг нэвтрүүлэх арга зүйн асуудал*. Улаанбаатар хот: Соёмбо принтинг.