

УДК: 339+338+33 (54)

НАДЖМИДИНОВ Ф.Н¹.

ВОПРОСЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В ТАДЖИКИСТАНЕ

В статье рассматриваются теоретические основы социальной ответственности бизнеса. С учётом имеющихся социальных проблем в рамках действующих закономерностей бизнеса, налогообложения, труда и защиты окружающей среды. Автор в предлагаемой статье всесторонне рассматривает процесс социальной ответственности бизнеса в условиях формирования под влиянием государственных органов и несовершенности гражданского общества и развития олигархического бизнеса в Республике Таджикистан. С этой целью предлагается необходимость взаимодействия двух субъектов – государства и бизнеса, изучение теоретической основы социальной ответственности бизнеса и виды их участия в решении социальных проблем общества. Представленные автором рекомендации направлены на повышение социальной ответственности бизнеса в условиях современной экономики.

Ключевые слова: социальная ответственность, меценат, корпоративная благотворительность, власть, общество, инициатор.

Мировой опыт показывает, что от успешности формирования системы партнерских отношений частного предпринимательства, власти и гражданского общества в социальной сфере, от эффективности такого партнерства во многом зависит качество жизни населения и социальная стабильность.

В настоящее время в развитых странах участие бизнеса в решении социальных проблем, либо жестко регулируется в рамках действующего коммерческого, налогового, трудового, экологического законодательства, либо осуществляется самостоятельно под воздействием специально установленных стимулов и льгот. В Таджикистане этот процесс находится на начальных этапах своего становления и происходит в условиях господствующих позиций государства, крайне слабого развития институтов гражданского общества и олигархического развития бизнеса.

В основе развития социальных функций предприятий лежит принцип социальной ответственности предпринимателей. Что же подразумевается под понятием социальной ответственности бизнеса?

Существуют различные определения социальной ответственности, сформулированные всевозможными международными коммерческими, общественными и государственными организациями. Но важно отметить, что практически все определения указывают на два главных момента: первое-это добровольная деятельность компании и второе- такая деятельность компании зачастую превосходит установленные законодательством нормативы[1].

Практически все эксперты разделяют социальную ответственность на две большие группы: *внутреннюю и внешнюю*. Отдельно выделяется такой показатель социальной ответственности, как уплата налогов. Большинство экспертов

¹ Адрес для корреспонденции: Наджмидинов Фирдавс Наджмидинович – аспирант ГУК Республики Таджикистан. 734055, Республика Таджикистан, г.Пенджикент ул. Низоми 1.Тел:92-797-10-15. E-mail: sado-simo@mail.ru

полагает, что любая компания только тогда является социально- ответственной, когда она в полной мере выплачивает все установленные законодательством налоги, является законопослушной. При этом подчеркивается, что в настоящий момент для наших бизнесменов это практически нереально по причине избыточного налогового давления, нерациональной системы налогообложения и фактической невозможности уплаты всех установленных налогов без угрозы для существования самого бизнеса.

К *внутренней* социальной ответственности эксперты относят деловую практику в отношении собственного персонала, всего, что касается развития человеческих ресурсов на предприятии или фирме. Например: безопасность труда; стабильная выплата заработной платы; дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников; совершенствование и интеллектуального капитала через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; помощь в критических ситуациях. *Внешняя* составляющая социальной ответственности бизнеса, по мнению экспертов, вызывает наибольшее количество споров в отношении того, что относить к данной сфере. Некоторые эксперты придерживаются точки зрения, что эта деятельность компаний, как правило, не регулируется действующим законодательством, а претворяется в жизнь на основе существующих в стране традиций. Данный вид социальной ответственности реализуется через следующие социальные функции:

1. Спонсорство и корпоративную благотворительность (все эксперты отмечают, что благотворительность является одной из составляющих социальной ответственности бизнеса).

2. Охрану экологии, которая включает в себя всё то, что превосходит установленные в государстве экологические стандарты, выполнение которых является обязательным.

3. Взаимодействие с местным сообществом, властными структурами. Развитие регионов. Некоторые эксперты, которые выделили данную категорию, подчёркивают, что налаживание взаимоотношений с муниципальными органами власти, открытость во взаимоотношениях с ними, реализация каких-либо совместных программ или участие в муниципальных социальных программах помогает компании оставаться устойчивой, снижает административное давление на неё.

4. Также важным считается готовность компании содействовать в помощи пострадавшим в кризисных ситуациях.

5. Выпуск качественной продукции — ответственность перед потребителями товаров и услуг.

Следует подчеркнуть, что в развитии социальных функций предприятий, значительная часть экспертов большую роль отводят самому бизнесу и различным некоммерческим организациям, чем государству. Однако до сих пор не выработано единое мнение, о том, что же такое социальная ответственность бизнеса?

Определение социальной ответственности бизнеса в нашем обществе трактуется по-разному. Кто-то понимает под ней только спонсорство и меценатство, кто-то видит ее как ответственность перед сотрудниками собственного коллектива, а кто-то как уплату налогов. Руководителя можно назвать социально ответственным только в том случае, если он при принятии управленческого решения кроме достижения основной цели — прибыль и ее увеличение, ставит декларируемые ценности корпоративной культуры своего предприятия в совокупности с общепринятыми нормами морали.

Сами понятия благотворительность и меценатство - это не заимствованные категории, это часть нашей общей культуры. Руководителя, который платит налоги и вовремя выдает зарплату, можно назвать законопослушным налогоплательщиком, но к социальной ответственности это не имеет никакого отношения. Если предприятие выпускает заведомо вредную

продукцию, опасную для здоровья людей (табак, алкоголь, экологически загрязненные продукты), а руководитель при этом может быть очень хорошим человеком: грамотным топ-менеджером, порядочным семьянином, достойным гражданином и даже меценатом; но к социально ответственному его бизнес отнести нельзя.

В Таджикистане социальные функции предприятий отличаются от социальных функций крупных международных компаний, которые ведут свою деятельность в этом направлении достаточно давно и имеют четкий регламент подобного рода деятельности:

- ответственность перед акционерами — в виде уплаты дивидендов;
- ответственность перед своими сотрудниками — достойно оплачивая работу, создавая хорошие условия для труда;
- ответственность перед государством — в плане уплаты налогов и соблюдения законодательства;
- ответственность перед обществом — защищая окружающую среду и реализуя социальные программы;
- ответственность перед потребителями — выпуская качественную продукцию и информируя потребителей обо всех рисках, связанных с курением.

Но наши компании не могут выполнять этот регламент в чистом виде. Под социальной ответственностью в основном понималась благотворительная деятельность. До сих пор у нас о социальной ответственности предпринимательства как о самостоятельной проблеме почти не упоминаются. Взаимодействие бизнеса и общества в этом вопросе носило случайный и бессистемный характер. Под социальной ответственностью в основном понималась благотворительная деятельность отдельных предпринимателей. Эта благотворительность обычно зависела от личностных качеств бизнесменов, и, чтобы не привлекать внимания проверяющих органов, такая деятельность ими не афишировалась.

В России актуальность этой проблемы начала дискутироваться, когда одним из приоритетов государственной политики была названа борьба с бедностью. Владимир Путин призвал олигархов разделить с государством социальную ответственность перед обществом[2]. В 2003 году в РСПП был создан специальный комитет, призванный заниматься разработкой социальных проектов предпринимательства по следующим основным направлениям:

краткосрочные филантропические программы, например, помощь детям-инвалидам; проекты, которые смогут путем взаимодействия бизнеса с региональными властями улучшить в провинции состояние социальной сферы; стратегические долгосрочные проекты, которые принесут предприятиям экономическую выгоду — развитие профобразования, реформирование системы обязательного медицинского страхования и изменение в меньшую сторону налогообложения благотворительности.

Руководитель комитета, Е. Гонтмахер, высказал мнение о том, что социальная ответственность бизнеса возможна только в том случае, если есть социальная ответственность государства и социальная ответственность общества. Когда последние две составляющие отсутствуют, то получается, будто бизнес призвали к ответственности[3].

Автор исследования поддерживает это мнение и считает, что бизнес у нас уже давно социально ответственен. Однако общество не всегда замечает социальные функции предпринимательства, особенно малого, а ведь именно предприятия, налаживая экономику, создавая рабочие места и выплачивая зарплату, обеспечивают его социальную стабильность.

Реальная польза в области социальных функций предприятий проистекает только от тех компаний, которые в своей деятельности стремятся превзойти требования законодательства и делают это добровольно.

Корпоративная социальная ответственность - это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций³. Для многих бизнесменов становится все очевиднее тот факт, что успех компании на рынке во многом зависит от объема ее инвестиций в социальную сферу страны. Как показывает практика, высокая корпоративная социальная ответственность позволяет сформировать положительный имидж фирмы или предприятия. Это, в свою очередь, дает компании определенные выгоды:

- помогает в расширении клиентской базы, укреплении партнерских связей,
- облегчает получение кредитов, упрощает страхование,
- делает более конструктивным взаимодействие с государственными структурами,
- предоставляет возможность привлекать и удерживать в штате фирмы высококвалифицированных специалистов,
- усиливает рейтинговые позиции на внутреннем и международном рынках.

Существует немало причин, по которым **социальной ответственности** должно быть уделено особое внимание. Прежде всего, не стоит забывать, что усиление глобализации, укрупнение и рост влияния бизнес структур обостряет конкуренцию на рынке, а значит, увеличивает роль бренда и имиджа компаний. При этом активизируется гражданское самосознание, обостряется борьба между компаниями за высококвалифицированные кадры.

Ниже приведена таблица вероятных проблем, при которых **социальная ответственность** бизнес структур требует тщательного анализа и оптимизации.

Наблюдаемые проблемы	Сфера, для которой характерны эти проблемы
Негативные последствия для окружающей среды и человека, возникающие при производстве конкретной продукции либо при ее потреблении	Нефтегазовая, химическая промышленность, автомобильное производство, лесозаготовки, деревообработка
Отрицательное воздействие производственных факторов на сотрудников	Химическая, табачная промышленность, фармацевтика
Нарушение прав человека	Несоблюдение режима работы, игнорирование санитарно-гигиенических норм
Вопросы, волнующие общественность	Добыча полезных ископаемых

Некоторые региональные чиновники отмечают необходимость законодательного принуждения бизнеса к социальной ответственности, а также определяют, что объектом социальной ответственности должно быть предприятие и уровень официальной зарплаты сотрудников. Рассуждая таким образом, чиновники пытаются переложить решение социальных вопросов и ответственность за их исполнение перед населением с государственных органов на коммерческий сектор, подменяя тем самым социальные функции государства социальной ответственностью предприятий.

Некоторые эксперты полагают, что следует дать возможность предприятиям развиваться по законам рынка, а государству перераспределять средства через налоги в социальные бюджеты, особенно на поддержку нетрудоспособных граждан.

Аргументы в пользу этого подхода выдвигаются следующие.

Компании платят своим сотрудникам мизерные зарплаты, укрывая остальное в конвертах и лишая государство налоговых поступлений, а своих работников - социального обеспечения в старости. В стране нет институтов, выражающих интересы наемных работников. Поэтому предприятия должны сами почувствовать ответственность за страну и ее развитие и перераспределять свои доходы в пользу населения в интересах общего будущего. Автор не согласен с данным мнением ввиду того, что интересы наёмных работников у нас сегодня защищены гораздо лучше, чем интересы самих работодателей. Также, в результате, проведённых автором в течение 3 лет исследований, выявлено, что инициаторами нелегальной зарплаты выступают сами наёмные работники, не желающие платить налоги, а вовсе не работодатели, которым почти безразлично платится зарплата официально или нет, ведь и фонд оплаты труда (ФОТ) и налоговые отчисления относятся на себестоимость. Но данная концепция не стимулирует увеличения ФОТ.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

* Социальная ответственность бизнеса - это понятие, посредством которого определяются обязательства компаний отвечать перед обществом за свою деятельность не только в экономической, но и в социальной и экологической сферах, что имеет целью - претворение в жизнь принципов устойчивого развития для сохранения социальной стабильности в обществе [4].

* Социальная ответственность бизнеса - это теория и практика ведения бизнеса, которая способствует росту позитивного влияния деловой активности на общественную жизнь, сохранению и приумножению культурных, нравственных и духовных ценностей государства.

. * Социальная ответственность бизнеса - это подход, посредством которого достигается интеграция экономических, экологических и социальных императивов, что является актуальным сегодня и учитывает потенциальные потребности следующих поколений.

* По общепринятому определению, социальная ответственность бизнеса - это совокупность ценностей которых придерживается компания для того, чтобы иметь позитивное и производительное влияние на развитие общества.

Социальная ответственность бизнеса реализуется посредством его социальных функций.

Экономическое и социальное развитие страны невозможно без формирования системы развития социальных функций предприятий и системы государственной поддержки социальных инициатив малого бизнеса. Анализируя данное мнение, автор усматривает узость формулировок, с точки зрения ответственности только коммерческих предприятий. В нашей стране ещё достаточно велик сектор государственной экономики, и существует большое количество, как государственных предприятий, так и муниципальных, которые имеют свои социальные обязанности перед обществом. Следовательно, при формировании механизма регулирования и управления социальными функциями таких предприятий, предполагается, что они также должны быть социально ответственны перед обществом, как и коммерческие предприятия.

Автор считает, что построение развитого социально-ориентированного общества невозможно без социальной ответственности всех трёх компонентов системы: **бизнес - власть - общество.**

Литература:

1. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. Под ред.: С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003.
2. Материалы конференции «Экономическая эффективность социального партнерства: бизнес, власть, общество». Коммерсант, 23.12.2003, №233
3. www.suar.ru Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год /под общей редакцией С.Е.Литовченко - М.:Ассоциация менеджеров, 2004
4. Красильников С. Г. Представление предпринимателей об обществе: социальная ответственность бизнеса, 26.10.2005, Интернет-опрос. E-mail: Krasilnikov82@mail.ru

НАЧМИДИНОВ Ф.Н.

МАСЪУЛИЯТИ ИЧТИМОИИ БИЗНЕС ДАР ТОЧИКИСТОН

Дар мақола асосҳои назариявии ҷавобгарии иҷтимоии бизнес бо назардошти ҳалли мушкилоти иҷтимоӣ дар доираи қонунгузориҳои амалкунандаи тичорат, андоз, меҳнат ва ҳифзи муҳити зист мавриди таҳқиқот қарор дода шудааст. Муаллиф бо пешниҳоди ин мавзӯи муҳим кӯшидааст, ки ба раванди ҷавобгарии иҷтимоии бизнес дар Тоҷикистон, ки дар марҳилаи ташаккулёбӣ, таҳти таъсири мавқеи ҳокимияти давлатӣ аст ва дар шароити рушди номукаммали ҷомеаи шаҳрвандӣ ва тарақиёти тичорати шахсони сарватманд ҷараён мегирад, дар заминаи воқеияти он таваҷҷӯҳ зоҳир карда шавад. Бо ин мақсад зарурати ҳамоҳангсозии ду субъекти асосӣ- давлат ва бизнес дар мадди аввал гузошта шуда, омӯзиши асосҳои назариявии масъулияти иҷтимоии бизнес ва намудҳои иштироки он дар ҳалли мушкилоти иҷтимоии ҷомеа ба миён гузошта шудааст. Ҷаҳду талоши муаллиф ва тавсияҳои пешниҳодшуда асосан ҷиҳати баланд бардоштани масъулияти иҷтимоии бизнес дар шароити иқтисоди муосир равона шудааст.

Калидвожаҳо: ҷавобгарии иҷтимоӣ, саховатпеша, хайрияи дастаҷамъон, а ҳокимият, ҷамъият, ташаббускор.

NADZHMIDDINOV F.N.

THE PROBLEMS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN TAJIKISTAN

The object of this study, is to discuss the theoretical foundations of the social responsibility of business. In view of the social problems in the framework of existing laws business nalogoblazheniya, labor and environmental protection. Copyright in this article we thoroughly considered socially responsible business in the conditions of formation under the influence of public authorities and civil society and the imperfect development of oligarchic business in Tajikistan. To achieve the goal necessary interaction between the two entities - government and business to study the theoretical foundations of the social responsibility of business and types of their participation in the solution of social problems of society. Presented by the author recommendations aimed at improving the social responsibility of business in today's economy.

Keywords: social responsibility, philanthropist, corporate philanthropy, government, society, the initiator.