

R 742

ISSN 2010-5967

KORXONANI BOSHQARISH УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

№ 5⁽³⁵⁾
2010

Ушбу сонда:

Корпоратив бошқарув:
маълум муаммолар ҳақида батафсилроқ

Акциядорлик жамиятининг ижрочи органи
Мулкдор ва топ-менежер: «қоида бўйича ўйинлар»

В этом номере:

Корпоративное управление:
подробнее об известных
проблемах

Исполнительный орган акционерного
общества

Собственник и топ-менеджер:
«игра по правилам»



Журнал Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси билан стратегик ҳамкорликда ҳамда Ўзбекистон Республикаси
Давлат мулки қўмитасининг ахборот қўмағида нашр этилмоқда
Журнал издаётся при стратегическом партнерстве с Торгово-промышленной палатой Республики Узбекистан
и информационной поддержке Госкомимущества Республики Узбекистан



Корпоративная социальная ответственность транснациональных предприятий



Мансур Камалов,
руководитель курса «Коммерческое право» Международного Вестминстерского Университета в г.Ташкенте

Сильная социальная политика является одним из важнейших направлений государственного регулирования экономики, основными задачами которой являются создание условий для обеспечения материального благосостояния граждан и формирование экономических стимулов для участия в общественном производстве, а также обеспечение равенства социальных возможностей для достижения нормального уровня жизни. Мировая общественность утверждает, что, наряду с государством, крупный бизнес должен брать на себя определенную ответственность в решении социально значимых вопросов. Особое значение придается социальной ответственности транснациональных корпораций (ТНК), которые на сегодняшний день выступают основным источником инвестиций в мировой экономике.

Объемы инвестиций ТНК сравнимы с годовым оборотом отдельных государств, а их деятельность охватывает большинство стран. Так, объем производства товаров и услуг примерно 79 000 ТНК по всему миру на начало 2008 года превысил 15 трлн. долл. США, совокупный объем продаж этих компаний составил 31 трлн. долл. США. Объем валовой продукции иностранных филиалов со всего мира составил 11% от мирового ВВП¹.

В начале 2000-х гг. ТНК контролировали до половины мирового промышленного производства, более 60% - внешней торговли, примерно 80% - патентов и лицензий на новые технологии, разработки ноу-хау². Соответственно, развивающиеся страны, будучи странами-реципиентами, в целом выигрывают от притока инвестиций.

Транснациональные корпорации, располагая дочерними компаниями в различных странах мира, с учетом неравномерности развития экономик этих стран имеют возможность маневрировать ресурсами, объемами производства готовой продукции в целях снижения издержек и усиления конкурентных позиций на национальных рынках разных государств.

¹ CNUCED, World Investment Report 2008: Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge.
² Мовсесян А., Либман А. Современные тенденции в развитии и управлении ТНК // Проблемы теории и практики управления, 2004, №1. С.34.

Вхождение ТНК на национальный рынок позволяет для стран-реципиентов инвестиций решить ряд таких серьезных задач, как:

- создание новых рабочих мест;
- насыщение рынка конкурентоспособными товарами за счет развития конкуренции, в том числе между ТНК, на внутреннем рынке;
- техническое перевооружение и реконструкция действующих производственных мощностей;
- пополнение бюджета налогами от деятельности ТНК³.

Однако ТНК оказывают и негативное воздействие на национальные экономики, поскольку их деятельность в принимающих странах также сопряжена с опасностью нанесения ущерба экологии и природным ресурсам развивающихся государств. В настоящее время в прессе можно найти достаточно информации о случаях нарушения экологического равновесия со стороны ТНК в процессе добычи нефти и газа. Примером такого негативного последствия может служить энергетический проект «Сахалин-2», осуществляемый на территории Российской Федерации при участии корпорации «Sakhalin Energy». Как результат незаконных действий ТНК в рамках данного проекта был вырублен лес, нанесен огромный ущерб водным объектам и акватории местности проведения работ⁴.

В последнее время вопрос социальной ответственности корпораций приобретает на международном уровне особое значение, в особенности после того, как в ряд экологических аварий были вовлечены ТНК, что заставило общественное мнение пересмотреть свое отношение к большому бизнесу. В итоге лидеры транснациональных компаний, - по крайней мере, в своих публичных выступлениях - стали уделять социальным проблемам и социальной ответственности деятельности своих корпораций гораздо больше внимания. Социальная ответственность стала пониматься очень широко и включать в себя весь круг вопросов - от влияния бизнеса на здоровье работников до экологии или состояния местных сообществ. И все чаще понятие социальной ответственности стало предусматривать вопросы взаимоотношений между руководством компаний и ее акционерами.

На сегодняшний день большинство ТНК вовлечены в социально значимые проекты. Для отображения политики корпорации в социальной сфере ТНК принимают Социальные кодексы, представляющие собою свод правил поведения, согласно которым корпорация обязуется выстраивать определенным образом свои отношения с работниками, обществом и государством. В частности, Кодекс определяет вопросы социально-ответственного участия компании в жизни общества, экономические основы социальных инициатив, социальные гарантии работникам и вышедшим на пенсию сотрудникам и ряд других вопросов, непосредственно касающихся социальной сферы. При этом ТНК обязуется соблюдать единые стандарты по вышеуказанным вопросам в каждой стране присутствия вне зависимости от уровня развитости той страны.

Необходимость принятия Социального кодекса, главным образом, обусловлена тем, что на международном уровне до сих пор не принят нормативно-правовой акт, регулирующий деятельность ТНК на глобальном уровне. В результате, деятельность ТНК остается вне контроля на международном уровне, ибо внутреннее регулирование в рамках национального законодательства отдельных государств не способно охватить всю их деятельность. Принимая Социальный кодекс, корпорации, тем самым, создают для себя правила поведения, которые в отличие от закона, не имеют обязывающего характера. ТНК стараются выполнять данные правила в тех странах, где это требуется в обязательном порядке местным законодательством либо по своему усмотрению, там, где можно получить льготы и преференции.

Наличие Социального кодекса, а также участие в социальных проектах делает ТНК социально ответственной, что является обязательным ее атрибутом в условиях отсутствия международно-правового регулирования деятельности транснациональных корпораций. Следова-

³ Семенов К.А. Транснациональные корпорации // Международные экономические отношения: Курс лекций. М. Гардарики, 1998. С.159.
⁴ <http://www.rg.ru/2006/10/21/sakhalin.html>

тельно, возникает вопрос - **обязан ли крупный бизнес быть социально ответственным или это акт доброй воли, направленный на формирование имиджа компании?** Прежде чем ответить на этот вопрос, следует выяснить само понятие социальной ответственности корпорации.

ЧТО ТАКОЕ "СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОРПОРАЦИИ"?

Понятие «социальная ответственность корпорации» сформировалось на Западе около 40 лет назад. До этого периода существовали разрозненные стандарты в различных областях корпоративного управления, касающиеся политики взаимоотношений с работниками, корпоративной этики, подходов к охране окружающей среды. В сфере социальной политики компаний стандарты и правила не были выработаны вообще и преобладал скорее «случайный» подход: работа по обращениям, ответ на просьбы местных властей или выполнение требований профсоюзов. Однако уже с конца семидесятых годов XX века ведущие компании США и Великобритании начали приходить к необходимости объединить разрозненные элементы корпоративной политики, связанные с взаимоотношениями компании с внешней средой, и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом.

Такая политика, с одной стороны, должна была бы быть связана с философией компании, ее маркетинговой стратегией; с другой стороны, отвечала бы ожиданиям общества. Среди причин, побудивших крупные компании обратить более пристальное внимание на политику во взаимоотношениях с обществом, можно выделить также: усилившееся давление со стороны государства, которое в Великобритании и других странах Западной Европы под давлением общества выдвинуло более жесткие стандарты в сфере трудового законодательства, охране окружающей среды. В США роль государства была значительно ниже, однако и в Соединенных Штатах постепенно ужесточались нормы экологической безопасности, совершенствовалось трудовое право.

В последнее время ООН стала вовлекать деловое сообщество в целом и ТНК в частности в свою работу, направленную на решение проблем мирового развития. ООН призвала лидеров глобального предпринимательства соблюдать в своей деятельности универсальные принципы в области прав человека, трудовых стандартов и охраны окружающей среды. В результате в июле 2002 года была выдвинута инициатива «Глобальный договор», в соответствии с которой предприниматели обязывались сделать эти универсальные принципы неотъемлемой частью своей деятельности. Данная инициатива представляла собой попытку ряда учреждений системы ООН и предприятий содействовать отбору основных руководящих принципов. К числу других инициатив можно отнести также работу, проводимую в рамках ЕС, которая находится пока на раннем этапе развития.

Определение социальной ответственности с течением времени подвергалось изменениям. Как отмечают специалисты ЮНКТАД, всемирно признанного определения до сих пор не существует, как и не существует консенсуса относительно тех проблем, которые охватывает эта концепция. Общеизвестно, что социальная ответственность корпорации – это не просто благотворительная деятельность или соблюдение законодательства. Общий знаменатель большинства определений сводится к тому, что **социальная ответственность представляет собой концепцию, в соответствии с которой предприятия интегрируют социальные и экологические проблемы в свою предпринимательскую политику и деятельность с целью сделать свое воздействие на общество более благоприятным.**

Всемирный банк считает, что «социальная ответственность корпорации – это намерение предпринимателей внести вклад в устойчивое экономическое развитие на основе сотрудничества с работниками, их семьями, местной общиной и обществом в целом с целью повышения качества жизни такими способами, которые выгодны для бизнеса и благоприятны для развития».

По мнению специалистов ОЭСР «социальная ответственность включает эффективность степени отлаженности отношений коммерческих предприятий с обществом, в котором они работают. Ключевым элементом корпоративной ответственности является сама предпринимательская деятельность».

Следует также отметить, что некоторые международные организации занимались разработкой правил социальной ответственности предприятий самостоятельно, еще до принятия «Глобального договора» в 2000 году. В докладе Секретариата ЮНКТАД перечисляются ряд таких инициатив. На наш взгляд, наиболее важными среди этих инициатив были следующие:

1. «Принципы МОТ в отношении многонациональных предприятий». В рамках МОТ трехсторонний орган, в состав которого входили представители правительства, организаций трудящихся и работодателей, разработал Трехстороннюю декларацию принципов, касающихся многонациональных предприятий и социальной политики. Цель Декларации состояла в установлении стандартов в сфере занятости для коммерческих предприятий. В Декларации охватывались такие проблемы, как недопустимость дискриминации, гарантии занятости, профессиональная подготовка, заработная плата, пособия и условия труда, гигиена и безопасность труда, свобода ассоциации и право на организацию. Однако в нем была недостаточно разработана методология, в анализе отсутствовали статистические данные, что не позволяло сравнивать тенденции во времени. В настоящее время МОТ пытается решить эти проблемы с помощью введения дополнений и более подробного вопросника для ТНК и Всемирной Федерации профсоюзов.

2. «Принцип корпоративного управления ОЭСР». Организация экономического сотрудничества и развития играет заметную роль в содействии корпоративному управлению. В 1999 году в ее рамках был подготовлен вариант комплекса согласованных на международном уровне принципов корпоративного управления. В них вводилось понятие ответственности корпорации перед заинтересованными сторонами, а также перед своими акционерами. Но, как подчеркнуто авторами, принципы не носят обязательного характера.

3. «Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий». Впервые страны-члены ОЭСР согласовали свод Руководящих принципов для многонациональных предприятий еще в 1976 году. Но они были пересмотрены в 2000 году и утверждены 36 странами. Этот документ представляет собой наиболее полный свод принятых на многосторонней основе руководящих принципов. В нем охвачены такие вопросы, как предоставление информации, обеспечение занятости, трудовые отношения, охрана окружающей среды, взяточничество, интересы потребителей, наука и техника, конкуренция, налогообложение.

К руководящим принципам прилагаются положения о порядке их осуществления, предусматривающие создание национальных контактных пунктов в каждой принявшей их стране, через которые могут быть поданы жалобы и урегулированы споры между предприятиями и другими сторонами. Однако, как отмечают авторы доклада Секретариата ЮНКТАД, руководящие принципы часто подвергаются критике за их недостаточную четкость в отношении применения и в вопросе о том, кто и каким образом может обратиться с жалобой. Разрабатываются и другие инициативы ОЭСР, в том числе Конвенция о борьбе с дачей взяток и руководящие принципы для защиты потребителей в условиях электронной торговли.

4. «Глобальный договор» Организации Объединенных Наций». Данный документ был направлен на содействие развитию и содержал призыв к предприятиям придерживаться в своей предпринимательской деятельности основных принципов, касающихся охраны окружающей среды, соблюдения прав человека и трудовых стандартов. Принципы «Глобального договора» базируются на всеобщей Декларации прав человека ООН, Декларации МОТ об основополагающих принципах и правах в сфере труда, а также принципах по окружающей среде и развитию, принятых в Рио-де-Жанейро в 1992 году.

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ?

Сегодня ТНК производят около 25% мирового продукта. Социально значимые вопросы давно стоят в центре внимания общественности, поэтому компании пытаются по мере сил вести свою деятельность с учетом интересов общественности и стандартами экологической безопасности. Так, например, российские ТНК активно выходят на мировые рынки и уже поэтому вынуждены играть по правилам цивилизованного бизнеса. Например, компания "ЛУКОЙЛ" объявила о введении международных стандартов экологической сертификации ISO и OHSAS, а вскоре после этого приобрела в США компанию «Getty Petroleum» с сетью ее заправок.

Более того, результаты исследований, проведенных «Walker Information», выявили прямую связь между социальной ценностью компании, ее репутацией и преданностью ее потребителей брэнду (*brand loyalty*). Исследование 469 американских компаний различных отраслей, проведенное организацией «Conference Board», показало, что существует очень значительная положительная корреляция между доходностью активов (Return On Assets, ROA) и социальной активностью компании; значительная положительная корреляция между доходностью продаж (Return On Sales, ROS) и социальной активностью компании.

Однако, помимо вышеуказанных оснований, большинство корпораций используют социальную ответственность, во-первых, как инструмент прикрытия нанесенного вреда экологии действиями корпораций, работающих в нефтегазодобывающих отраслях, и, во-вторых, для обеспечения безопасности активов компании от возможных случаев национализации.

В то же время можно говорить о других аргументах в пользу социальной ответственности.

В частности, социальная ответственность служит для нижеследующих целей:

- создание благоприятных для бизнеса долгосрочных перспектив;
- сохранение социальной стабильности в обществе в целом;
- освещение деятельности компании в СМИ;
- улучшение имиджа компании, рост репутации;
- возможность получения налоговых льгот.

В Республике Узбекистан также присутствуют аффилированные подразделения ряда ТНК, в частности, одной из них является компания "ЛУКОЙЛ", которая придерживается политики социально ориентированного бизнеса. В компании в 2002 году был принят Социальный кодекс, в рамках которого проводится политика поддержки творческих коллективов Молодежного театра Узбекистана, Театра оперетты. Более того, оказывается финансовая помощь для целей развития детского спорта Узбекистана и поддержки ветеранов, укомплектования больниц медицинским оборудованием и ряд других мер.

Согласно основным направлениям социально-экономического развития Республики Узбекистан на долгосрочную перспективу в стране формируются основы гражданского общества, продолжаются реформа власти и модернизация экономики. Эффективное выполнение этих задач выносит на повестку дня вопрос о взаимной ответственности власти, бизнеса и общественных институтов.

Социальная ответственность приобретает характер взаимной обязанности бизнеса перед общественностью, нежели исключительно как обязанность государства. На законодательном уровне вопрос социальной ответственности бизнеса также нашел свою поддержку. В частности, в Налоговом кодексе РУз установлено, что налогооблагаемая прибыль юридических лиц в Республике Узбекистан уменьшается на сумму взносов в экологические, оздоровительные и благотворительные фонды, учреждения культуры, народного образования, здравоохранения, труда и социальной защиты населения, физической культуры и спорта, органы самоуправления граждан, но не более двух процентов налогооблагаемой прибыли⁵.

⁵ Ст.159 Налогового кодекса РУз.

Однако, на наш взгляд, предоставленная льгота недостаточно освобождает бизнес от налогового бремени. Возможно в этой связи сегодня в Узбекистане социальная ответственность крупного бизнеса должным образом не развивается. Хотя, мировая практика показывает, что корпоративная социальная ответственность не преследует цель увеличения прибыли за счет взносов в социально значимые сферы. В частности, за рубежом бизнес в основном преследует такие цели, как сохранение социальной стабильности в обществе в целом и улучшение имиджа компании, рост репутации. На сегодняшний день многие отечественные компании занимают позицию социально ответственной организации, участвуя в финансировании различных социальных проектов.

В отношении ТНК социальная ответственность в настоящее время рассматривается в качестве инструмента саморегулирования их деятельности. В целях придания юридической силы вопросу в рамках ТНК принимаются социальные кодексы. Однако по сей день не существует определенных стандартов в области социальной ответственности корпораций, а также нет механизма и органа контроля за выполнением требований, отраженных в настоящих кодексах. В результате, нельзя утверждать, что социальная ответственность ТНК полноправно может служить альтернативой правовому регулированию их деятельности. Более того, не выработан механизм правового принуждения к исполнению обязанностей по социальной ответственности.

Уважаемые руководители предприятий, менеджеры, предприниматели!

Направляйте свои предложения по тематике журнала, а также вопросы, касающиеся практики управления предприятием, и наши эксперты ответят на них, опираясь на собственный опыт и практику ведущих консультантов.

Наши контакты:

Адрес: 100015, г.Ташкент, ул.Ойбек, 20. Телефоны: 252-26-22; 252-13-23, 370-30-71.

Электронная почта: mrzakova@mcf.uz, publishing@mcf.uz.