

## ЗАМЕТКИ И ПИСЬМА

ЛИ СИНЬ,

*доктор экономических наук, профессор Института мировой экономики,  
директор Центра по изучению России и Центральной Азии  
при Шанхайской академии международных исследований  
(Китай)*

### **К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В КИТАЕ**

LI SIN,

*Doctor of Econ. Sci, Professor of the Institute of the World Economy,  
Director of the Center on Study of Russia and Central Asia at the  
Shanghai Academy of International Studies  
(China)*

### **TO THE QUESTION ABOUT THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN CHINA**

С чисто экономических позиций социальная задача транснациональной корпорации (ТНК) состоит в максимизации прибыли, а ее основная функция — в создании как можно большего дохода для акционеров. Помимо этого ТНК не несет никакой другой ответственности. Однако по мере экономического развития и социального прогресса все больше ученых считают, что транснациональная корпорация должна отвечать не только за максимизацию своей прибыли, но и за защиту и приумножение общественного богатства.

Транснациональные корпорации сами должны быть готовы брать на себя определенную социальную ответственность. Во-первых, как хозяйствующие субъекты они, безусловно, стремятся к максимизации прибыли, но при этом не должны нарушаться моральные принципы, так как именно они определяют возможный диапазон эффективности рынка. Во-вторых, по-настоящему зрелое современное предприятие — это не просто хозяйствующий субъект с передовыми технологиями, эффективными управлением и системой маркетинга; оно должно отвечать запросам общества и отличаться уникальной корпоративной культурой. В-третьих, при выходе ТНК на развивающиеся рынки возникает проблема с восприятием их самих и их брендов местным обществом. Поэтому для поддержки репутации они не могут игнорировать вопросы своей социальной ответственности в стране размещения.

Таким образом, ТНК реализуют свои функции, связанные с социальной ответственностью, в основном в трех направлениях: экономическая ответственность перед акционерами, социальная ответственность перед заинтересованными неакционерами и общая ответственность перед страной пребывания.

Все эти тезисы в полной мере касаются деятельности транснациональных корпораций в Китае, и их анализ позволил сделать следующие выводы.

**I. Некоторые работающие в Китае ТНК не в полной мере выполняют свои функции, связанные с социальной ответственностью перед обществом.**

К концу 2011 г. свыше 730 тыс. китайских предприятий финансировались в том числе и за счет иностранных инвестиций, фактический объем которых превысил 1 трлн. дол., что обеспечило 30% совокупного промышленного производства, 22% промышленной прибыли, 50% общего внешнего товарооборота и 40% ВВП страны. ТНК превратились в одну из главных движущих сил экономического развития Китая. Многие из них уделяют большое внимание вопросам социальной ответственности, уважают

китайские законы, выполняют свои налоговые обязательства, соблюдают права и интересы потребителей и работников, не наносят ущерба окружающей среде, отвечая всем экологическим требованиям, гармонизируют отношения между акционерами и сотрудниками, предприятиями и потребителями, предприятиями и социальной и природной средой. Тем не менее, деятельность некоторых корпораций противоречит концепции социальной ответственности и нарушает корпоративные этические принципы. В других странах они четко выполняют все свои социальные обязательства, а в Китае сразу меняют свое поведение в этом вопросе. Ослабление корпорациями своей социальной ответственности в основном проявляется в следующем.

**1. Взятничество.** Коммерческий подкуп подрывает честную конкуренцию, нарушает торговый порядок, искажает рыночные сигналы и рациональное распределение ресурсов, препятствует нормальному функционированию рыночного механизма, наносит ущерб интересам потребителей. По неполным статистическим данным, за последние 10 лет из 500 тыс. дел о коммерческом подкупе, которые расследовались соответствующими органами власти разных уровней, 64% были связаны с международной торговлей и иностранным бизнесом. И темпы их роста составляют 20% в год.

**2. Незаконное уклонение от уплаты налогов.** Уклонение от уплаты налогов постоянно растет, при этом используются все новые способы для осуществления таких нарушений. С помощью трансфертного ценообразования корпорации переводят прибыль на счета материнских компаний или их филиалов за рубежом. Таким образом они завышают убытки, чем наносят ущерб интересам Китая. Согласно статистике Министерства торговли Китая, к концу 2005 г. более половины всех предприятий с иностранными инвестициями оказались убыточными. По более строгой оценке, вследствие уклонения иностранных предприятий от уплаты налогов бюджет недополучал почти 30 млрд. юаней в год.

**3. Ограничение конкуренции и монополия.** После вступления Китая в ВТО инвестиционный климат для транснациональных корпораций стал более мягким. Пришедшие на рынок Китая ТНК с мощным потенциалом капитала, технологий и менеджмента через слияния, а также благодаря авторитету своих брендов и т. д. наращивают масштабы, укрепляют собственные позиции, увеличивают свою долю на рынке. Корпорации повышают конкурентоспособность с помощью доминирования на рынке в целях ограничения конкуренции.

**4. Нарушение прав работников и снижение заработной платы.** В Китае некоторые ТНК нередко нарушают права работников, что проявляется в удлинении рабочего дня, занижении размеров заработной платы, принудительном труде, ограничении личной свободы, отсутствии элементарных условий труда, отказе в выходных днях и др. Такие проблемы чаще всего возникают на предприятиях с трудоемким производством продукции на экспорт.

**5. Несоответствие продукции некоторых ТНК, работающих на китайском рынке, стандартам безопасности.** Транснациональные корпорации, которые обычно славятся качеством своей продукции, дорожат своими клиентами, здесь ослабляют свою социальную ответственность и снижают стандарты безопасности и качества товаров, нанося тем самым вред здоровью потребителей.

**6. Пренебрежение требованиями охраны окружающей среды.** Часть ТНК, используя стремление Китая привлечь как можно больше иностранных инвестиций, размещает на его территории энергоемкие предприятия (в основном, пищевой и химической промышленности, машиностроения, электроники и др.), загрязняющие окружающую среду. Головные офисы большинства из них находятся в Европе, США, Японии и других развитых странах, представляют известные бренды и входят в топ-500 мира.

**II. Причины ослабления транснациональными корпорациями, расположенными в Китае, своей социальной ответственности.**

Причины такого поведения ТНК многообразны, и их можно свести к следующему:

1) китайские законы, нормативные акты и система контроля не совершенны, что усложняет регулирование и сдерживает социальную ответственность корпораций;

2) слепое доверие китайского общества к транснациональным корпорациям;

3) ради достижения экономических целей органы местного самоуправления порой игнорируют или даже отказываются от контроля над ТНК в вопросах их социальной ответственности. В Китае органы местной власти уже давно сосредоточились на экономическом развитии, поэтому в целях привлечения иностранных инвестиций относятся к иностранным предприятиям слишком толерантно, не выполняя контролирующих функций. Это касается не только утверждения проектов, выделения земельных участков, налогообложения, наделения иностранных корпораций статусом наднациональных, но и снижения требований к иностранным предприятиям по сравнению с отечественными по качеству продукции, нарушения законов и нанесения ущерба интересам потребителей;

4) двойные стандарты социальной ответственности состоят в том, что корпорации берут на себя больше социальной ответственности в своей или в развитых странах, чем на развивающихся рынках или в отсталых странах. В Японии действует строгая система классификации продуктов, согласно которой первоклассные товары продаются на внутреннем рынке, второсортная продукция — в Европе и США, а остальная — в Китае и других развивающихся странах.

### **III. Меры по усилению социальной ответственности транснациональных корпораций в Китае.**

Для выполнения предприятиями своей социальной миссии нужно создать систему содействия их работе в разных странах, а также поощрять и поддерживать их усилия по улучшению условий труда, соблюдению прав потребителей и т. д. В то же время правительство должно защищать интересы потребителей путем строгого выполнения законов, реализуя на практике ряд мер:

— активно содействовать воплощению концепции социальной ответственности корпораций, формировать единый подход в этом вопросе, а не слепо доверять корпорациям, вплоть до потери контроля над ними. Только создание бизнес-среды социальной ответственности заложит прочный фундамент для устойчивого развития ТНК в Китае;

— ужесточить соответствующее законодательство, наладить систему правовой защиты для реализации ТНК их социальной ответственности, включить концепцию социальной ответственности в законы, чтобы ее моральные ограничения превратились в правозащитное “жесткое ограничение” принимающей стороной;

— усилить контроль со стороны потребителей, СМИ и общественных групп за выполнением ТНК своих функций по социальной ответственности;

— разработать механизм контроля за социальной ответственностью ТНК: во-первых, ввести дисциплинарные меры по пресечению нечестного поведения ТНК; во-вторых, усилить надзор за предприятиями; в-третьих, задействовать общественность для контроля за ТНК;

— расширить принципы саморегулирования корпораций в вопросах социальной ответственности;

— способствовать дальнейшему укреплению сотрудничества в сфере разработки и оптимизации правил регулирования социальной ответственности корпораций;

— обязать ТНК совершенствовать структуру корпоративного управления, создать систему внутреннего надзора за реализацией мер по социальной ответственности, а также усилить контроль со стороны общественности за поведением транснациональных корпораций, расположенных в Китае.

*Материал поступил в редакцию 15 октября 2012 г.*