

31 января 2011 года

В поддержку бизнеса на развивающихся рынках

Энн Бернстин
Исполнительный директор
Центр экономического развития и частного
предпринимательства Южной Африки

Коротко о главном

- Несмотря на то, что предпринимательство играет ключевую роль в экономическом росте и развитии, частные компании часто несправедливо изображают социальными отщепенцами, которые должны коренным образом изменить свое поведение.
- Все большее распространение предвзятых, однобоких рассуждений об отношении бизнеса и общества оказывает негативное и потенциально крайне опасное воздействие на перспективы социально-экономического развития многих стран мира.
- Вместо того, чтобы занимать оборонительную позицию, корпорации, руководители крупных предприятий и бизнес ассоциации должны заниматься активным продвижением принципов рыночной экономики и роли частных компаний как необходимых и действенных инструментов прогресса, инноваций и социально-экономического развития.

Комментарии направляйте CIPE Economic Reform Feature Service по адресу:
www.cipe.org/featureservice.



Опубликовано
Центром международного частного предпринимательства,
партнерской организацией Торговой палаты США
1155 Fifteenth Street NW • Suite 700 • Washington, DC 20005 • USA
ph: (202) 721-9200 • www.cipe.org • e-mail: cipe@cipe.org

Оборонительная позиция бизнеса

Именно частные компании, работающие на конкурентных рынках, создали большую часть того, что мы сегодня называем «глобальным достоянием экономики». В особенности, это относится к самым богатым странам мира, однако, все чаще наблюдается и в других регионах, где благосостояние — явление недавнее и редкое. Вклад бизнеса в экономическое развитие страны является результатом комбинированного воздействия двух факторов, неотъемлемых от рыночной экономики: возможности и конкуренция. Создание реальной конкурентной среды и обеспечение выхода на рынков новым и малым предприятиям необходимо для того, чтобы получить максимальную отдачу от рыночной экономики.

Однако многие политики, представители государственной власти, эксперты, ученые, а также журналисты, в основном, не являющиеся специалистами в финансово-экономических вопросах, все чаще склонны судить о корпорациях исключительно с точки зрения степени их социальной ответственности. В итоге всегда делается вывод, что бизнес — это по сути враждебная обществу сила, которая обязана платить государству штраф, чтобы компенсировать отрицательные социальные последствия своего стремления к извлечению прибылей. Полностью игнорируя огромное положительное влияние, которое бизнес оказывает на общество, включая рабочие места, налоги, инновации, необходимые людям товары и услуги, предоставление женщинам возможности работать и т.д., сторонники этой точки зрения настаивают на том, что бизнес, фактически, обязан искупить свою вину перед обществом за свое безнравственное поведение, выплачивая репарации, и только тогда может считаться социально приемлемым.

Множество лозунгов, на которых строится т.н. «движение за социальную ответственность бизнеса» способствуют тому, что предпринимательская деятельность лишается моральной поддержки со стороны общества. Оборонительная позиция по вопросу о социальной роли бизнеса, в особенности, со стороны крупных транснациональных корпораций, едва ли способствует укреплению доверия к рыночной экономике и признания положительной роли бизнеса как инструмента экономического прогресса и инновационных технологий.

С другой стороны, многие противники концепции социальной ответственности бизнеса ссылаются на эпохальную статью Милтона Фридмана, опубликованную в 1970 г. в «Нью-Йорк Таймс», в которой автор утверждал, что «социальная ответственность бизнеса заключается в том, что-

бы увеличивать свою прибыль»¹ и указывал на то, что в условиях рынка руководитель компании работает на её владельцев, и, следовательно, обязан отчитываться только перед ними. В огромном большинстве случаев владельцы, нанявшие руководителя, стремятся заработать как можно денег, соблюдая при этом основные правила поведения, принятые в данном обществе, «как нормы закона, так и исторически сложившиеся морально-этические нормы». По его мнению, считать, что такой руководитель несет социальную ответственность, — либо демагогия, либо требует того, чтобы такой руководитель действовал против интересов своих работодателей.

В широком смысле, Фридман, безусловно, прав, когда указывает на то, что основная роль бизнеса состоит в прибыльной коммерческой деятельности. Однако в своей статье он слишком узко рассматривает эту тему. Он не дает должного анализа проблемам, связанным с ведением бизнеса в условиях современного мира с его национальным и культурным разнообразием. Есть, по крайней мере, шесть проблем, которые Фридман и его последователи, стоящие, в некотором роде, на позициях фундаментализма в вопросах оценки роли бизнеса в развитии общества, либо вообще не затрагивают, либо рассматривают слишком поспешно.

В частности, они склонны обходить молчанием ситуацию в развивающихся странах. В статье Фридмана утверждается, что «социальная ответственность бизнеса состоит в одном и только в одном – использовать собственные ресурсы в деятельности, направленной на увеличение прибыли при условии, что соблюдаются правила игры, а именно, бизнес участвует в открытой и свободной конкурентной борьбе, не обманывая и не мошенничая». Однако во многих бедных странах мира таких «четких правил игры» просто не существует.

Они исходят из единообразия этических и культурных норм. Фридман утверждает, что обязанность руководителя компании состоит в том, чтобы зарабатывать как можно больше денег и соблюдать основные правила, установленные обществом. Выполнить такое условие не так просто, как кажется, если человек руководит компанией, которая имеет отделения в разных странах мира и нанимает на работу представителей разных национальностей, чьи представления об этике и обычаях могут быть или фактически являются весьма различными.

Эффективность и наличие государственной власти принимается как факт, не требующий доказательств. Возможно потому, что «фундаменталисты от экономики» никогда не имели дела с развивающимися странами, они исходят из наличия эффективной государственной власти. Но во

многих странах мира слабая государственная власть зачастую представляет большую угрозу для жизни граждан, чем сильная государственная власть, поскольку анархия порой бывает хуже авторитаризма.

Также торопливо и схематично рассматривается ими взаимоотношения между частными компаниями и местным сообществом. Как в развитых, так и в развивающихся странах компании являются частью местной социальной среды. Каким образом компании могут играть более конструктивную роль и как эффективнее могут использовать свои ресурсы — ответы на эти вопросы требуют более глубокого анализа, чем те рассуждения автора, которые приведены в его небольшой статье. Бизнесу действительно требуется получить «разрешение на работу» от местного сообщества; чтобы определить, каким образом можно этого добиться, необходимо уделить этому вопросу более пристальное внимание.

Сложные проблемы краткосрочных и долгосрочных интересов бизнеса подаются в упрощенном виде. Фридман справедливо указывает на то, что во многих случаях действия компании, направленные на собственное выживание и успех, выдаются ею за меры социальной ответственности бизнеса. Однако приведенный им пример, касающийся улучшения работы местных органов власти, в большинстве или даже во всех развивающихся странах превратится в огромную проблему, которая выходит далеко за рамки рассуждений Фридмана.

В статье Фридмана его рассуждения о демократии выглядят наивными. Он утверждает, что в свободном обществе «злым» людям трудно «творить злые дела», в особенности потому, что то, что хорошо для одних может быть плохо для других. В странах с мажоритарной демократией, особенно там, где проживают расовые, национальные, религиозные или иные меньшинства, вполне возможно, что демократически избранное правительство будет вести политику, имеющую крайне негативные последствия для больших групп населения.

Реалии нашей глобальной экономики, а также роль и влияние компаний на общество имеют более сложный характер. Повсеместные требования обеспечить большую открытость в работе компаний и законное право общества ожидать, что операции и деятельность компаний будут социально ориентированными, указывают на необходимость расширить и адаптировать базовые положения, выдвинутые Фридманом. В своей книге я постараюсь разработать и предложить новый и более детальный подход к решению указанных проблем. Прежде всего, необходимо дать

Компания «Кока-Кола» сыграла свою роль в развитии малого бизнеса в Китае. Многие предприниматели, сегодня торгующие продукцией компании «Кока-Кола», ранее были безработными.

подробный анализ многочисленных и, в целом, весьма положительных — прямых и косвенных — результатов работы компаний, которые ведут обычную экономическую деятельность.

Прямые результаты деятельности частных компаний

Бизнес способен крайне эффективно превращать затраченные человеком усилия в полезные результаты. Специализированные ресурсы в виде труда, сырья и конечной продукции, капитала и знаний удивительным образом объединяются, превращаясь в товары и услуги более высокой стоимости. Таким образом, бизнес вносит принципиально новый вклад в развитие экономики стран, в которых мы все живем.

В тех регионах мира, где перспективы достижения западной модели процветания остаются весьма иллюзорными, крупные корпорации, несмотря ни на что, идут в первых рядах, формируя экономический путь развития, который необходим данной стране. Тем, кто определяет экономическую политику, следует понимать, что наиболее эффективный путь, отвечающий интересам бедных слоев населения, состоит в признании той огромной роли, которую играет частное предпринимательство в стимулировании экономического роста и сокращении числа неимущих, и сделать все возможное, чтобы помочь в этом предпринимателям.

Ниже дано лишь несколько из огромного числа примеров, демонстрирующих благотворное влияние бизнеса на экономику развивающихся стран.

«Кока-Кола» в Китае

В 2000 г. исследователи из Пекинского университета, Университета Циньхуа и Университета штата Южная Каролина

провели совместное исследование влияния работы компании «Кока-Кола» на китайскую экономику и обнаружили следующее:

- Компания «Кока-Кола» приняла на работу 14 046 человек (включая на полную ставку, на временную работу, квалифицированных и неквалифицированных работников). Свыше 62% составляли квалифицированные работники, большая часть которых была принята на постоянную работу.
- Около 350 000 человек было занято на разливающих линиях; продажа продукции компании на территории Китая позволила обеспечить не менее 50 000 рабочих мест в системе оптовой и розничной торговли.
- Около 414 000 рабочих мест прямо или косвенно было обеспечено за счет производства и распространения продукции компании на территории Китая.
- В 1998 г., благодаря работе сети предприятий по производству и розливу продукции компании «Кока-Кола», китайская экономика получила 8,16 миллиардов китайских юаней. Эти инвестиции позволили экономике страны получить еще около 21,7 миллиардов китайских юаней.
- В 1998 г. предприятия компании «Кока-Кола», занятых в производстве и розливе продукции, заплатили 387 миллионов китайских юаней в виде налогов в бюджет страны. Дополнительная экономическая деятельность, стимулированная работой компании «Кока-Кола», позволила Китаю получить еще 1,2 миллиарда китайских юаней в виде налогов².

Присутствие компании «Кока-Кола» оказало не менее важный качественный эффект на китайскую экономику. Многие заводы компании начинали свою работу как малоэффективные и технологически отсталые госпредприятия. В результате сотрудничества с компанией «Кока-Кола», они превратились в частные предприятия, осуществляющие деятельность по законам рынка, как того требует «Кока-Кола». На руководителей этих предприятий была возложена финансовая ответственность, введена система строгого учета, контроля качества и управления расходами. Предприятий научились отслеживать потребительские предпочтения и вести контроль за распределением своей продукции. Работники предприятий начали понимать: добросовестная работа будет вознаграждена. До присоединения к «Кока-Коле» руководство заводов заботилось только об увеличении производства, независимо от потребностей рынка. Сегодня они вынуждены признать, что качество и пригодность

продукции является важнейшим условием успешной деятельности на свободном рынке.

Компания «Кока-Кола» сыграла свою роль и в развитии малого бизнеса. Многие предприниматели, торгующие продукцией «Кока-Кола», ранее были безработными. В среднем, 28% владельцев розничных магазинов и ресторанов в Харбине, провинции Гуандун, Шанхае и Сиане были безработными до того, как открыли свое дело. Соответственно, для многих из них торговля продукцией бренда «Кока-Кола» составляла единственный источник существования. Из 400 владельцев предприятий розничной торговли, опрошенных путем случайной выборки, большинство согласно или безусловно согласно с тем, что продукция компании «Кока-Кола» привлекает покупателей в магазин³.

Работа «Кока-Кола» повлияла и на развитие крупного бизнеса. Так, в 1986 г. компания «Жонг-Фу Индастриал Груп» начала поставлять бутылки для продукции «Кока-Колы». Затем «Жонг-Фу Индастриал Груп» начала следовать за «Кока-Колой», строя бутылочные заводы рядом с каждым новым предприятием «Кока-Колы». К 1999 г. «Жонг-Фу» владела 36 заводами в разных регионах страны и начала экспорт своей продукции в Японию и страны Юго-восточной Азии⁴.

Наконец, компания «Кока-Кола» укрепляет и расширяет китайские рынки, обучая десятки тысяч китайцев своим всемирно известным маркетинговым технологиям, а также направляя свой опыт и капиталы на разработку и продвижение местных торговых марок безалкогольных напитков.

«Юнилевер» в Индонезии

Компания «Юнилевер» производит свыше 400 наименований пищевых продуктов, товаров бытовой химии и личной гигиены (начиная с супа «Липтон» и кончая туалетным мылом «Dove»), имеет производственные отделения в 100 странах и торговых представителей еще в 50⁵. По словам бывшего руководителя компании «Юнилевер» Найла Фитцджералда:

«Существование бизнеса само по себе оказывает колоссальное воздействие на общество. Три четверти нашей выручки уходит на оплату товаров и услуг поставщиков. А из денег, которые мы получаем ежегодно за счет улучшения этих товаров и услуг, почти 70% идет на нужды общества в виде заработной платы служащим, дивидендов акционерам, государственных налогов и инвестиций в местную социальную сферу. Мы создаем рабочие места. Создавая одно рабочее место в «Юнилевер» мы косвенно создаем несколько дополнитель-

ных рабочих мест в сети наших поставщиков и каналах реализации нашей продукции»⁶.

Около 95% индонезийцев пользуются, как минимум, одним из видов продукции компании «Юнилевер». В основном, это товары широкого потребления, такие как туалетное мыло, моющие средства, чай. Многие товары компании стали доступны для бедных слоев населения, что, в частности, объясняется мелкой расфасовкой продукции.

Эта оценка подтверждается результатами анализа, проведенного международной организацией «Оксфам», в рамках которого оценивалось влияние деятельности «Юнилевер» на экономику Индонезии⁷:

- Численность основного персонала компании «Юнилевер» в Индонезии составляет около 5 000 человек, из которых 60% — это работники, занятые непосредственно на производстве, и 40% — подрядчики. Косвенно, в пересчете на эквивалент полной занятости, около 300 000 человек зарабатывает на жизнь за счет занятости в производственно-сбытовой сети «Юнилевера».
- Свыше половины рабочих мест приходится на сеть реализации и розничной торговли. По расчетам, она включает 1,8 миллионов мелких магазинов и уличных торговых точек.
- Чем тесней и официальной связи работников производственно-сбытовой сети с компанией «Юнилевер», тем выгоднее им работать. Две трети доходов, полученных в результате улучшения товара по мере его продвижения по производственно-сбытовой цепи, выплачивается участникам, не входящим в число непосредственных производителей, поставщиков, дистрибьюторов и магазинов «Юнилевера».

- Налоги, которые «Юнилевер» выплачивает в бюджет Индонезии, составляют 26% стоимости, созданной по мере движения товара по производственно-сбытовой цепи.

Среди прочего, специалисты «Оксам» проанализировали производство «Кеап Банго» — сладкого соевого соуса индонезийской марки, приобретенной «Юнилевером». В связи с резким ростом продаж соуса, компании потребовались надежные и стабильные поставщики высококачественных черных соевых бобов. Вместе с исследователями местного университета компания начала работать с небольшой группой производителей, предложив им надежный рынок сбыта, кредиты и техническую помощь⁸.

Около 95% индонезийцев пользуются, как минимум, одним из видов продукции «Юнилевера». В основном, это товары широкого потребления, такие как туалетное мыло, моющие средства и чай. Многие товары компании стали доступны для бедных слоев населения, что, в частности, объясняется мелкой расфасовкой продукции.

Исследователи провели опрос в ряде населенных пунктов, расположенных в пределах одного километра от предприятий индонезийского филиала «Юнилевера». Из общего числа опрошенных, половина респондентов ответила, что присутствие «Юнилевер» принесло им неоспоримую пользу: появились новые рабочие места в самой компании, вырос объем продаж в местных магазинах, увеличилось число пассажиров, пользующихся моторикшами, расширились возможности для услуг по ремонту и техобслуживанию велосипедов и мопедов работников компании⁹.

«САБМиллер» в Южной Африке

В южно-африканском филиале компании «САБМиллер» работает 8 611 человек; непосредственные поставщики «САБМиллера» создали дополнительно 46 000 рабочих мест, а поставщики второго уровня, в свою очередь, создали условия для развития бизнеса и увеличении занятости. Благодаря такому «эффекту многократного усиления», работа «САБМиллера» в 2005 г. привела к созданию в стране 362 000 постоянных рабочих мест, что составило, примерно, 3% от общей занятости населения. Кроме того, по расчетам, в 2005 г. компания выпустила продукции на 44 миллиарда рандов, около 3,3% ВВП ЮАР за указанный год. В том же году было уплачено налогов на сумму 8,5 миллиардов рандов и еще 12,2 миллиарда рандов собрано в виде налогов с компаний, работа которых была связана с операциями «САБМиллера». Общая сумма, равная 20,7 миллиар-

дам рандов, составила 4,8% от общих налоговых поступлений в бюджет страны в 2005 г.¹⁰

Компания выпускает широкий ассортимент товаров по конкурентоспособным ценам. Компания имеет блестящую репутацию новатора в области выпуска товаров новых наименований и в новой упаковке, что дает потребителям огромные, преимущества, которые трудно переоценить.

Создание «САБ» возможностей для открытия новых коммерческих предприятий в ЮАР является частью хорошо продуманной политики компании. В 2007 г. компания израсходовала 1,95 миллиардов рандов на покупку коммерческого оборудования более чем для 4000 своих поставщиков негритянского происхождения. Тони фон Кралингген, бывший в то время директором компании, заявил:

«Аутсорсинг основных услуг и создание возможностей развития и обогащения для других компаний — политика для нас не новая. В 1987 г. мы начали проект «Автовладелец», благодаря которому бывшие работники «САБМиллера» открывали свое дело и развозили продукцию нашей компании по торговым точкам. К настоящему времени, инвестиции компании превысили 3 миллиарда рандов и привели к созданию 235 частных компаний, которые владеют 352 автотранспортными средствами и обеспечивают доставку около 60% объема выпускаемой нами продукции¹¹.

С тех пор, проект был расширен и охватил операторов-дистрибьюторов, включая лиц, владеющих несколькими транспортными средствами. Начиная с 1995 г., компанией «САБМиллер» было направлено свыше 38,5 миллионов рандов на содействие в открытии более 3 200 частных компаний. Свыше 85% компаний, начавших свою работу в 2003 г., до сих пор заняты экономической деятельностью (причем, некоторые в настоящее время превратились в предприятия с миллионным оборотом), и одна треть из них поставляет «САБМиллеру» свои товары и услуги¹².

«Де Бирс» в Ботсване

Деятельность многопрофильной алмазодобывающей корпорации «Де Бирс» в Ботсване, возможно, является самым ярким примером положительных экономических преобразований в результате работы крупных транснациональных корпораций в южно-африканских странах. Алмазы составляют 76% поступлений от экспорта, 45% бюджетных поступлений и 33% ВВП Ботсваны. С момента открытия месторождений алмазов в Ботсване в 1966 г., ВВП страны растет в среднем ежегодно на 7%. По сравнению с другими

компаниями, деятельность «Дебсваны», алмазодобывающей компании Ботсваны, совладельцем которой является «Де Бирс», оказывает самое значительное положительное влияние на социально-экономическое развитие страны. Без легальной торговли алмазами, в доходную часть бюджета Ботсваны ежегодно поступало бы на 13 миллиардов долларов США меньше. Такие бюджетные потери оказали бы негативное воздействие на все аспекты жизни страны, начиная с социальных программ и кончая государственными инвестициями в инфраструктуру.

Компании – руководители, частные предприниматели, организации – превращают идеи в жизнь, предлагают реальный выбор, отбирают полезные изобретения и обеспечивают их использование в виде эффективных, надежных, недорогих товаров, которые можно сделать доступными для потребителей в любом регионе мира.

В 1966 г., когда были открыты первые месторождения алмазов, в стране действовало всего три средних школы. Сорок лет спустя, благодаря доходам от продажи алмазов, их число увеличилось до 300. Более того, все дети в возрасте до 13 лет получают бесплатное образование. Томас Глоу, житель Ботсваны, рассказывает: «В 1966 году, после получения независимости, Ботсвана была одной из беднейших стран мира. Теперь, благодаря добыче алмазов, она вошла в число стран со средним уровнем доходов и обеспечивает своему населению высокий уровень жизни»¹³.

Недавно проведенное исследование показывает, что компания «Де Бирс» стала, возможно, крупнейшим в истории источником беспрецедентно высоких доходов для правительства развивающейся страны. Именно благодаря «Де Бирс» в 1969 г. была создана национальная алмазодобывающая компания Ботсваны — «Дебсвана». Когда стала понятна реальная стоимость разрабатываемых «ДеБирсом» алмазных месторождений, правительство Ботсваны пересмотрело свой договор с компанией на основании положения, позволяющего вносить поправки в договор. В резуль-

тате, согласно оценкам, от 70% до 80% прибыли от добычи алмазов поступает в бюджет страны¹⁴.

С учетом косвенного воздействия, алмазодобывающая промышленность создает одну четвертую всех рабочих мест страны. Сопутствующие виды деятельности включают охрану, поставку продовольствия, техобслуживание. Без добычи алмазов уровень развития экономики Ботсваны был бы совершенно иным. Потребность «Дебсваны» в электроэнергии способствовало быстрому росту «Энергетической корпорации Ботсваны», что благотворно сказалось на работе других отраслей экономики, не связанных с горнодобывающей промышленностью.

Компания «Дебсвана» проводит программу обучения и преимущественного приема на работу местных специалистов, в рамках которой оплачивает обучение студентов из Ботсваны внутри страны и за рубежом. Большая часть персонала «Дебсваны» — граждане Ботсваны. Штат ботсванской «Компании по оценке алмазов» и «Компании по торговле алмазами» почти целиком укомплектован гражданами страны¹⁵.

Косвенные результаты деятельности частных компаний

В большинстве споров, касающихся роли бизнеса, не учитывается один из важных аспектов взаимоотношений бизнеса и общества, а именно то, что я называю «невидимое корпоративное гражданство». Сюда относятся непреднамеренные последствия бизнес-деятельности, которые оказывают куда больший эффект, чем подавляющее большинство инициатив в области социальной ответственности бизнеса. В преуспевающих, высокоразвитых странах эти последствия до такой степени считаются сами собой разумеющимися, что крайне редко осознается их связь с экономической деятельностью. Такую связь намного проще увидеть в развивающихся странах и новых демократических странах с развивающейся рыночной экономикой, где современная корпоративная деятельность имеет недолгую историю.

В январе 2008 г. на Всемирном экономическом форуме в Давосе, Швейцария, «само собой разумеющиеся» последствия ведения бизнеса проявились со всей очевидностью. Руководители Индии и Китая рассказывали о работе своих компаний и об экономическом положении своих стран с такой уверенностью, какую невозможно было себе представить всего пять лет назад. Это прямой результат экономических успехов и выхода национальных компаний на международную арену. Никто не предполагал, что такое может

случиться, но это и есть один из результатов экономического роста и успешной работы корпораций этих стран — «невидимое корпоративное гражданство».

Само существование и деятельность частных предприятий оказывает положительное и во многом неожиданное воздействие в самых разных областях.

Новые перспективы для миллионов людей

Компании оказывают незаметное влияние на общество, и такое влияние, как правило, никем не учитывается. Бизнес по своей природе настроен оптимистично, что отличает его от фатализма, характерного для более традиционных стран или обществ, десятилетиями трудившихся при социализме или других неэффективных, коррумпированных, тяжелых режимах, которых подавляли всякую инициативу и прогресс.

Компании — руководители, частные предприниматели, организации — претворяют идеи в жизнь, предлагают реальный выбор, отбирают полезные изобретения и обеспечивают их использование в виде эффективных, надежных, недорогих товаров, которые можно сделать доступными для потребителей в любом регионе мира. В своем исследовании автомобильной, компьютерной, электронной и текстильной промышленности стран Юго-восточной Азии и Латинской Америки Теодор Моран показал, как иностранные инвестиции, поступающие через частные компании, способны преобразовать весь ход развития экономики страны, на территории которой работают такие иностранные компании, открывая, таким образом, новые экономические перспективы для сотен тысяч и даже миллионов людей, не занятых непосредственно на иностранных предприятиях¹⁶.

Несомненно, что присутствие иностранных компаний и инвесторов в таких странах, как Китай, содействует распространению новых, радикальных идей внутри закрытого общества. Компании не ставят распространение таких идей своей целью, но это является результатом их подхода к бизнесу.

Развитие отечественного бизнес-сектора

На первый взгляд может показаться, что единственным вкладом зарубежных инвесторов в экономику развивающихся стран является наём неквалифицированной и мало-квалифицированной рабочей силы, что приводит к увеличению сбережений местного населения. Однако на деле вклад зарубежных компаний в экономику развивающихся стран производит огромный положительный эффект. Ценность такого вклада выходит далеко за рамки обеспечения занятости местной рабочей силы на предприятия зарубежных компаний и их поставщиков; они помогают расширить диапазон видов производительной деятельности в стране, на территории которой работают иностранные компании. При условии правильного использования этого потенциала правительством страны, увеличение объемов прямых иностранных инвестиций способно преобразовать будущее всей страны и дать новые возможности всем ее гражданам.

Взаимоотношения между головным отделением транснациональной корпорации и ее филиалами предусматривают не только однократное внедрение новейших технологий и методов организации бизнеса, но предполагают динамичный процесс непрерывной модернизации технологий и методов хозяйствования, в который в течение короткого времени вовлекаются также и местные компании-поставщики.

Бизнес — проводник прав человека и всего передового

С одной стороны, современные иностранные компании приносят с собой новейшие технологии производства и маркетинга. С другой, приносят «неосязаемое» — корпоративную культуру поведения и отношений, основанных на современных представлениях о правах и обязанностях человека в 21 веке. Когда транснациональная компания приходит в незнакомую прежде страну, ей требуется набрать, а затем обучить местный персонал, чтобы обеспечить высокую производительность труда, а для этого необходимо, чтобы её сотрудников удовлетворяли условия труда и будущие перспективы профессионального роста.

Доверие и полномочия — каждому работнику

По информации американской транснациональной корпорации «Моторола», её деятельность, например, в Китае определяется теми же принципами, которые лежат в основе деятельности компании и в других странах мира: уважение

к личности и безусловная добросовестность при выполнении любой работы. Каждый работник «Моторолы» получает буклет с описанием программы компании, которая называется «Я рекомендую» и в которой работников просят давать свои предложения об улучшении условий труда. Плакаты на китайском языке призывают рабочих сообщать об опасных условиях на участках или о производственных процессах, которые можно модернизировать. «Моторола» настоятельно рекомендует руководящим работникам «проявлять инициативу, использовать свои организаторские способности, брать на себя ответственность, осуществлять контроль за быстро меняющейся ситуацией и соблюдать коллективный принцип работы»¹⁷. Все перечисленное типично для западных компаний, но то, что считается нормой в условиях западной демократии, строится на ценностях и принципах поведения, весьма отличных от тех, с которыми обычно сталкивается китайский рабочий, занятый на государственном предприятии и живущий в китайском обществе.

Новые ценности и идеи приходят в закрытое общество

Каковы ценности и идеи, которые «Моторола» и другие западные компании распространяют среди своих работников, набранных из числа жителей Китая или других стран, в ходе их обучения?

- Сообщать о нарушениях или низкой эффективности работы.
- Положительные качества учитываются.
- Работать коллективно и обмениваться информацией.
- Брать на себя ответственность; любые проблемы можно решить; имеет значение мнение каждого отдельного работника.
- Проявлять организаторские способности, открыто высказывать мнение, отличное от других, — аргументы и факты имеют значение.

Нет никаких сомнений в том, что присутствие иностранных компаний и инвесторов в таких странах, как Китай, содействует распространению новых, радикальных идей внутри закрытого общества. Компании не ставят распространение идей своей целью, но это является результатом их подхода к бизнесу. Ценности, идеи и нормы, присутствующие современным западным методам хозяйствования, мо-

гут оказывать глубокое влияние на самих работников, их семьи, их сослуживцев и, в конечном счете, на более широкие слои общества.

Бизнес и развитие институтов

Прямые иностранные инвестиции и правовая реформа

Джон Хьюко работал в Москве, Киеве и Праге старшим юристом крупнейшей международной юридической фирмы «Бейкер энд Маккензи». В этом качестве он выполнял обязанности юрисконсульта парламента Украины и члена нескольких редакционных комитетов по подготовке первой редакции украинского законодательства по иностранным инвестициям. Из собственного опыта он знает, что иностранные инвесторы — не пассивные наблюдатели законодательных и институциональных реформ. Напротив, зарубежные инвесторы выступают в роли «динамичной силы, которая стоит в первых рядах сторонников реформ и сама является проводником таких реформ»¹⁸.

Часто именно зарубежные инвесторы способствуют проведению законодательных и институциональных реформ, причем делают это более эффективно, разумно и с меньшими затратами по сравнению с аналогичными усилиями экспертов по международному развитию. Хьюко отмечает, что зарубежные инвесторы вовсе не альтруисты и их интересы не всегда совпадают с интересами общества в целом или интересами отечественных инвесторов. Поэтому он не предлагает передавать проведение реформ исключительно в руки зарубежных инвесторов. В этом процессе важную роль должны играть местные институты, в особенности, представительные органы государственной власти, местные и даже международные организации. Следует, однако, отметить, что именно зарубежное деловое сообщество, его юрисконсульты и специалисты по финансовому учету способны наиболее эффективно выявлять недостатки действующего законодательства и нормативов, регулирующих коммерческую деятельность¹⁹.

Институциональное и профессиональное развитие

Серьезно настроенные зарубежные инвесторы играют активную роль в подготовке и обучении персонала, а также в формировании групп граждан, которые понимают и признают новые бизнес-методы и концепции. Зарубежные инвесторы передают своим сотрудникам не только ценный опыт организации производства и технические знания, но и обучают их определенным принципам и нормам деловой

этики, этическим стандартам и правилам поведения на работе. Со временем эта деятельность приводит к образованию «критической массы» граждан, которым было привито стремление к реформам и которые способны поддерживать и требовать изменений закона и правоохранных органов.

Зарубежные инвесторы также очень хорошо умеют организовать обучение и передать необходимые навыки и опыт. Сегодня почти во всех странах бывшего коммунистического лагеря есть значительное число хорошо подготовленных, обладающих разносторонними знаниями бухгалтеров и аудиторов. По словам Хьюко, это почти целиком объясняется двумя факторами: присутствием иностранных инвесторов и работой бывшей «большой пятерки аудиторских фирм». То же явление, только в меньших масштабах, наблюдается в сфере подготовки юристов в странах, на территории которых работают зарубежные корпорации. По сравнению с этими результатами, влияние учебных программ, которые финансируются организациями по международному развитию, весьма незначительно²⁰.

Бизнес расширяет возможности женщин и бедных слоев населения

Тихая революция

Хелен Рахман из организации «Шоисшаб», финансируемой «Оксфам», утверждает, что благодаря появлению текстильной промышленности положение женщин в Бангладеш, где работает её организация, за последние 20 лет значительно улучшилось. По словам Хелен, швейная промышленность послужила стимулом к «тихой революции, которая принесла социальные перемены». В прошлом женщины могли работать только в деревнях, где они жили, а тех, кто уезжал из деревни в город, считали проститутками. Теперь женщины могут уезжать и проживать по несколько человек в арендованном ими доме. Более того, доходы, получаемые женщинами от работы, дают им новый социальный статус и возможность отстаивать свои интересы²¹.

Социальные последствия найма женщин в качестве малоквалифицированной рабочей силы на фабрики, которые работают на экспорт, выходят далеко за рамки повышения личного социального статуса и приобретения средств для самостоятельной жизни. Если женщина работает, из семейного бюджета можно выделить больше на врачей, питание и образование, и это повышает вероятность того, что бедность не будет передаваться из поколения в поколение. Кроме того, очевидно, что работа на фабрике препятствует

ранним бракам и заставляет женщину сознательно относиться к планированию семьи²².

Новые сетевые контакты, новые возможности

Строительство фабрик и заводов создает новые возможности для роста социального и профессионального статуса женщин. В 1999—2000 гг. Линда Лим, профессор Школы бизнеса Университета штата Мичиган, побывала на фабриках компании «Найк» во Вьетнаме и Индонезии, а также провела опрос среди руководящего состава фабрик этой компании в Сингапуре. Эти шаги были предприняты университетом в ответ на студенческие протесты, вызванные сообщениями в ряде СМИ об условиях работы на фабриках. Помимо подтверждения положительных отзывов других исследователей, она отметила, что, как показали ее предыдущие исследования в Малайзии, значительная часть фабричных работниц использовали контакты, завязанные ими на работе, для предоставления друг другу товаров и услуг; одна из привлекательных сторон работы на фабрике состояла в том, что такая работа обеспечивала доступ к более широкому кругу лиц, который можно было использовать в коммерческих целях²³.

Различные виды экономической деятельности укрепляют рынки и поскольку поставщики, работающие на этих рынках, нуждаются в потребителях и зависят от них, из потребителей формируется сила, с которой приходится считаться. Насаждая уважительное отношение к личности работников и предоставляя рабочие места женщинам (и другим ранее исключенным из трудовых отношений группам населения), западные компании открывают перед жителями развивающихся стран такие возможности, которых у них никогда не было.

Заключение

В современных дискуссиях о бизнесе и его роли в обществе не учитывается косвенное, незаметное с первого взгляда влияние «невидимого корпоративного гражданства». Мы затронули лишь небольшие, лежащие на поверхности последствия этого влияния. Однако в любом регионе мира можно найти массу примеров того, как обычная коммерческая деятельность меняет жизнь людей, хотя эти перемены никогда не обсуждаются на заседаниях правления, не отражаются в годовых отчетах компаний — и уж конечно, никогда не признаются критиками бизнеса. В этой статье дана краткая иллюстрация огромного влияния, которое оказыва-

ют самые обычные компании на ситуацию в странах, стремящихся улучшить свое экономическое положение.

Современному бизнесу для эффективной работы требуется наличие независимых сетей, ассоциаций, заинтересованных сообществ. В деятельности коммерческого сектора принимают участие самые разные «игроки», имеющие самые разнообразные интересы, что усиливает атмосферу плюрализма в стране в целом. Можно отметить, что обычная частная экономическая деятельность дает пять основных, непреднамеренных результатов: изменение модели экономического развития страны, поддержку сил, способствующих модернизации, укрепление гражданского общества, укрепление института прав человека и диктатуры закона, активное стремление к демократизации общества. В этом смысле бизнес является постоянным проводником социальных реформ. Рациональный подход к решению экономических проблем неизбежно ведет к формированию личности, имеющей современные представления о взаимоотношениях между людьми, и появлению институтов гражданского общества. А это, в свою очередь, невольно способствует соблюдению прав человека, плюрализму и демократии. «В этом смысле рынок с его мобилизацией капитала, распределением людских ресурсов, обучением на производстве, созданием институтов и чувством торговой конъюнктуры, является «тройным конем» демократии»²⁴.

Разговор о правах и обязанностях корпораций крайне необходим, так как они касаются влияния рынка на мировую экономику и на отдельные страны, роли бизнеса в рыночных отношениях, взаимосвязи рынка и бизнеса с политикой, природы развития и модернизации, перспективных путей борьбы с бедностью, а также взаимосвязи всех перечисленных факторов и мирового сообщества. Но этот разговор должен вестись в ином ключе и на ином, более позитивном языке, когда речь идет о вкладе бизнеса в социальный прогресс. Только в этом случае нарушения, допущенные бизнесом, будут правильно восприниматься как отклонения от нормы, а не как свидетельство его неизбежной порочной сути. Далее, крайне важно понимать природу развития и прогресса и ту роль, которую здесь играет бизнес, рынок, гражданское общество и государство. Обсуждая эти проблемы, следует давать положительную оценку рынку, а не подрывать его, и следить за тем, чтобы подобные дискуссии были реалистичны в своих оценках развития и рациональны в своих экономических оценках.

Руководителям крупных компаний, бизнес-организациям и их консультантам необходимо разработать ряд более убедительных, позитивных и ярких концепций, в рамках которых компании выступали бы как часть гражд-

данского общества. Это означает, что они должны встать на защиту бизнеса, глобализации, рынка и подходов, ориентированных на рыночную экономику, чтобы справиться с бедностью и обеспечить дальнейшее развитие. Они со всей твердостью должны возложить ответственность за многие проблемы на государство, а не соглашаться с чрезмерными претензиями к бизнесу и требованиями делать больше.

Капитализм является двигателем перманентной революции, которая изменила условия жизни людей, несомненно, в лучшую сторону. Благодаря таким изменениям, миллионы людей смогли выбраться из униженной нищеты и вести благопристойную жизнь; этот процесс идет и сегодня,

охватывая все больше стран мира. Руководители крупных компаний и бизнес организации должны встать на защиту своих достижений и гордиться той чрезвычайно положительной ролью, которую играют прибыльные и конкурентоспособные предприятия во всех регионах мира. Факты со всей ясностью свидетельствуют об этом.

¹ Фридман, Милтон. 1970 г. «Социальная ответственность бизнеса – повышать свою прибыль», «Нью-Йорк Таймс», 13 сентября.

² Пекинский университет, Университет Циньхуа и Университет штата Южная Каролина, 2000 г. «Экономические результаты работы компании «Кока-Кола» в Китае». Август, 2000 г. Колумбия, Южная Каролина, Школа бизнеса им. Дарла Мура, Университет Южной Каролины.
<http://mooreschool.sc.edu/export/sites/default/moore/research/presentstudy/Coca-Cola/China/china.full.aug.pdf>

³ Там же.

⁴ Там же.

⁵ «Юнилевер», 2007 г. «Мы с любовью относимся к окружающей среде и заботимся о ней. Юнилевер он-лайн».
http://www.unilever.com.br/Images/MeioAmbiente-ingles_tcm95-95565.pdf

⁶ Фитцджералд, Найл, 2003 г. «Социальная ответственность корпораций: восстановление доверия к бизнесу – перспективы корпоративной ответственности в 21 веке». Серия «Выступления ведущих специалистов», компания «Юнилевер» и Лондонская школа бизнеса. Октябрь, 2003 г.

⁷ Клей, Джейсон, 2005 г. «Изучение влияния работы международных компаний на снижение уровня бедности: анализ результатов работы «Юнилевер» в Индонезии». Совместный исследовательский проект «Оксфам ГБ», «Новиб» (Оксфам, Нидерланды), «Юнилевер» и «Юнилевер-Индонезия». Айншам, Великобритания, издательство «Информейшн Пресс».

⁸ Там же.

⁹ Там же.

¹⁰ Компания «САБМиллер». Годовой отчет за 2007 г.
<http://www.sabmiller.com/files/reports/ar2007/index.html>

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Цитируется там же.

¹⁴ Ноланд, Маркус и Дж. Брукс Спенсер, 2006 г. «Так создаются легенды: алмазы и социально-экономическое развитие в Южной Африке». Йоганнесбург, издательство «Бизнес Лидершип Саус Африка».

¹⁵ Там же.

¹⁶ Моран, Теодор Г, 2002 г. «Выход за рамки потогонной системы: прямые иностранные инвестиции и глобализация в развивающихся странах». Вашингтон, округ Колумбия, издательство «Брукингс Инститьюшен Пресс».

¹⁷ Санторо, Майкл А. 2000 г. «Прибыли и принципы: глобальный капитализм и права человека в Китае». Итака, Нью-Йорк, издательство Корнельского университета.

¹⁸ Хьюко, Джон, 2002 г. «Прямые иностранные инвестиции: имеет ли значение главенство закона?» Статья № 26 Фонда Карнеги. Программа «Демократия и нормы права», Фонд Карнеги за международный мир. Апрель 2002 г.
<http://www.carnegieendowment.org/publications/index.cfm?fa=view&id=952&prog=zgp&proj=zdrl,zted>

¹⁹ Там же, 13.

²⁰ Там же, 23.

²¹ Цитируется по работе Норберга, Йохана (Norberg, Johan), 2003 г. «В защиту глобального капитализма». Вашингтон, округ Колумбия, Институт Катона, 46.

²² Цитируется по работе Морана, 2002 г., 15.

²³ Там же, 3.

²⁴ Бернстин, Энн и Питер Л. Бергер (с соавторами), 1998 г. «Бизнес и демократия: сосуществование или противостояние?». Лондон, издательство «Касселл Академик».

Отрывок из книги Энн Бернстин «В поддержку бизнеса на развивающихся рынках». (Ann Bernstein, *The Case for Business in Developing Economies*; Copyright © 2010 г. Ann Bernstein). Публикуется с согласия автора.

Энн Бернстин, директор-учредитель Центра экономического развития и частного предпринимательства (CDE) в Йоганнесбурге, ЮАР, признана одним из ведущих южно-африканских экспертов по вопросам социально-экономического развития, активно отстаивает необходимость экономического роста для расширения возможностей, распространения принципов демократии и обеспечения устойчивого развития. Пользуется растущим международным признанием, много ездит по разным странам мира, постоянно выступает на конференциях и других совещаниях как в Южной Африке, так и за ее пределами. Энн Бернстин регулярно выступает в качестве комментатора по радио и телевидению, часто публикует

в журналах и газетах статьи по широкому кругу вопросов.

Мнения, высказанные в данной статье, отражают точку зрения автора и могут не совпадать с позицией Центра международного частного предпринимательства. Центр международного частного предпринимательства разрешает перепечатку, перевод и/или публикацию оригинальных статей, опубликованных Информационной службой экономических реформ, при условии (1) соответствующей ссылки на автора статьи и CIPE и (2) уведомления CIPE о месте публикации статьи и направлении копии статьи в адрес отделения CIPE в Вашингтоне, округ Колумбия.

Информационная служба «Economic Reform Feature Service» — это интернет-центр распределения электронных изданий CIPE. На сайте центра содержатся научные статьи, предназначенные для представителей государственной власти, предпринимателей, общественных деятелей, ученых и прочих лиц, интересующихся проблемами экономических реформ и их связью с демократическим развитием. Статьи отправляются по электронной почте и выкладываются на сайт дважды в месяц. Желая подписаться на бесплатную рассылку статей CIPE, пожалуйста, оставьте адрес своей электронной почты на сайте CIPE по адресу www.cipe.org. CIPE с удовольствием принимает статьи, написанные нашими читателями. Принимаются статьи объемом не более 3–7 страниц (от 1000 до 3000 слов) на тему, отвечающую основным задачам CIPE: создание ответственных, демократических институтов путем рыночных реформ. Публикуются статьи принятые редакцией службы.

Центр международного частного предпринимательства (CIPE) укрепляет демократию во всем мире посредством развития частной коммерческой инициативы и рыночных реформ. CIPE – один из четырех основных институтов Национального фонда поддержки демократии и некоммерческий филиал Торговой палаты США. Вот уже 25 лет CIPE в сотрудничестве с лидерами делового сообщества, политиками и журналистами служит созданию институтов гражданского общества, без которых невозможна подлинная демократия. Основные программы CIPE связаны с противостоянием коррупции, предпринимательскими объединениями, корпоративным и демокра-

тическим управлением, доступом к информации, проблемами теневой экономики и прав собственности, а также положением женщин и детей.