



**ЦЕНТР АНТИКОРРУПЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И  
ИНИЦИАТИВ**

**ТРАНСПЕРЕНСИ ИНТЕРНЕШНЛ - Р**

109240, Москва, Николаямская улица, д. 6; тел/факс: + 7 495 - 915 00 19;

e-mail: [info@transparency.org.ru](mailto:info@transparency.org.ru); web: <http://www.transparency.org.ru>

---

---

**Прозрачность корпоративной отчетности и  
антикоррупционная политика российских  
частных компаний.**

**Комплаенс как конкурентное преимущество**

Доклад  
«Прозрачность и антикоррупционная политика российских  
частных компаний. Комплаенс как конкурентное  
преимущество»

Подготовлен: к.ю.н. Д. Я. Примаков, Е. В. Лазарева, М. М. Щигрева,  
А. С. Коваль, А. М. Иволга, И.И. Ильиных,

под ред. к.ю.н. Д. Я. Примакова

**Центр «Трансперенси Интернешнл – Р»**

**2014**

---

**АНО «Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл – Р»**

109240, Москва, Николаямская улица, д. 6; тел/факс: +7 495 915 00 19; e-mail: [info@transparency.org.ru](mailto:info@transparency.org.ru); web: <http://www.transparency.org.ru>

## Введение

Информационная прозрачность бизнеса является на данный момент одной из самых обсуждаемых проблем в научных, деловых и экспертных кругах. Современные тенденции развития мирового рынка ведут к тому, что открытость и доступность информации о структуре компании, характере и результатах её деятельности, её социальной ответственности являются одним из важнейших критериев формирования доверия. В современных стандартах деловой этики акцентируется важность доверительных отношений в выстраивании коммуникаций не только внутри самого бизнес-сообщества, но и между бизнесом и государством, а также между бизнесом и общественными интересами. Таким образом, информационная прозрачность компаний является неотъемлемым фактором развития экономики и создания благоприятного инвестиционного и делового климата.

Требование информационной прозрачности бизнеса часто наталкивается на критику со стороны представителей бизнес-сообщества. Говоря об отрицательных последствиях прозрачности, обычно утверждают, что обнародование подробной информации о структуре, деятельности компании и её результатах делает компанию уязвимой перед конкурентами. Кроме того, существует мнение о том, что излишняя публичность компании может быть использована недобросовестными сотрудниками государственных органов для коррупционного давления на неё. Помимо этого в минус прозрачности бизнеса ставят и деятельность средств массовой информации, которые могут использовать размещенную информацию в целях дискредитации компании.

Безусловно, каждый из этих аргументов заслуживает детального рассмотрения и обсуждения. Также стоит обратить внимание и на то, что публичная информация о компании должна иметь определенные рамки, в том числе и во избежание вышеперечисленных негативных факторов. Однако, так или иначе, выгода от открытости бизнеса и для общества, и для самой компании превышает подобные риски.<sup>1</sup>

В первую очередь, в открытости заинтересован сам бизнес, поскольку именно от информационной прозрачности во многом зависит формирование его репутации на рынке. Доступная, максимально подробная и объективная информация о деятельности компании, её успехах и достижениях, является одним из главных критериев для привлечения инвестиций. Отсутствие информации или наличие искаженной информации может служить сигналом о желании компании ввести потенциальных инвесторов в заблуждение, и тем самым не способствует формированию у компании положительного имиджа.

Во-вторых, по нашему мнению, информационная прозрачность способствует привлечению новых клиентов и потребителей к продуктам и услугам компании. По характеру предоставленной

---

<sup>1</sup> New Risks, Strategies in the Fight Against Corruption//Compliance Week. - January, 2014

компанией открытой информации потенциальный клиент может получить представление о качестве её продуктов или услуг, отношении компании к клиентам и инвесторам, и соответственно, принять решение о готовности воспользоваться ими. Соответственно, прозрачность способствует повышению доверия и к самим продуктам и услугам. Прозрачность бизнеса означает честность по отношению к потребителю, готовность компании к коммуникации с клиентами и инвесторами. Открытость компании также напрямую свидетельствует о высоких этических нормах и стандартах, которых придерживается компания в процессе ведения бизнеса, что также формирует благоприятное отношение к ней со стороны всех заинтересованных сторон.<sup>2</sup>

В-третьих, следует также обратить внимание на тот факт, что прозрачность способствует снижению коррупционных рисков внутри бизнеса и побуждает его к достижению большей эффективности своей деятельности. Своевременное обнародование информации позволяет регулировать конфликт интересов, снижает риск злоупотреблений со стороны менеджеров компании и возможность принятия ими неэффективных решений.

В-четвертых, на наш взгляд, помимо самого бизнеса открытость его деятельности представляет значительный интерес и для общества в целом. Интересы бизнеса часто сталкиваются с общественными интересами, которые могут идти в разрез с его целями. Открытие и публикация информации, а также создание эффективных инструментов для диалога и взаимодействия способны предотвратить ситуацию конфликта интересов общества и бизнеса. Особенно важную роль здесь играет расходование бюджетных средств, особенно в процессе государственных закупок. Данный процесс должен быть полностью подотчетен обществу и в целях обеспечения максимальной эффективности использования бюджетных средств, и для контроля над качеством и результатом предоставляемых услуг. Таким образом, прозрачность позволит предотвращать большинство вариантов коррупционного поведения, которое может быть сопряжено с реализацией государственного заказа.

В-пятых, также следует помнить, что деятельность компаний часто бывает сопряжена с отрицательными последствиями для общества. Так, например, уязвимыми являются различного рода экологические аспекты функционирования промышленных и добывающих предприятий крупного бизнеса. Публикация информации о стратегических планах развития компании в этой отрасли, публичное декларирование её политики по отношению к экологическим и социальным последствиям своей деятельности, равно как и раскрытие информации о произошедших техногенных авариях и происшествиях и об устранении их последствий, безусловно, является залогом успешного и гармоничного развития компании без конфликта с общественными интересами.

Таким образом, современные тенденции развития рынка и общества выдвигают все новые и новые запросы к информационной прозрачности и открытости бизнеса.

---

<sup>2</sup> All Eyes on Internal Controls// Compliance Week - June, 2014

## Раздел I. Методология

Исследование «Прозрачность и антикоррупционная политика российских частных компаний» направлено, в первую очередь, на то, чтобы оценить уровень прозрачности частных российских компаний определенного уровня и принятие ими мер по противодействию коррупции. В данном случае в центре внимания – та информация, которую компании публикуют о себе в сети Интернет. Кроме этого, были собраны из открытых источников и проанализированы такие данные, как информация о связях компаний с государством и политическими партиями, отношении компаний к социальной ответственности, а также особенности налогообложения. **При работе над проектом учитывались замечания, выполненные Василисой Стриж – партнером юридической компанией Morgan Lewis.**

Несмотря на то, что в исследовании сделан акцент на раскрытии компаниями информации о себе, авторы не изучали, насколько раскрытая (опубликованная) информация соответствует действительности. Нельзя забывать о том, что опубликованная информация может отражать лишь часть картины, наиболее выгодную для публикующей стороны. Тем не менее, раскрытие информации обеспечивает подотчетность компании перед обществом и расширяет возможности гражданского контроля над ее деятельностью. Не говоря уже о том, что, по мнению авторов, в современной международной бизнес-среде излишняя закрытость может навредить деловой репутации компании, а вместе с тем и ее деятельности.

### 1. Выборка

В ходе исследования были оценены **50 частных российских компаний и холдингов**.<sup>3</sup> Компании отобраны из рейтинга крупнейших частных компаний 2013 года, составленного изданием «Forbes»<sup>4</sup>. В выборку включены компании трех наиболее распространенных в России организационно-правовых форм: ОАО, ООО и ЗАО. Подчеркнем, что на момент подготовки исследования еще не вступили в силу положения Гражданского кодекса РФ, разделяющие общества на публичные и непубличные. Кроме того, оно выстроено вокруг рейтинга крупнейших частных компаний 2013 года. Поэтому в тексте исследования речь идет об акционерных обществах и общества с ограниченной ответственностью.

Для целей исследования предпочтение отдавалось «средним» компаниям: менее крупным акционерным обществам (АО), из нижней части списка, и более крупным обществам с ограниченной ответственностью (ООО), из верхней части списка. С одной стороны, это позволило сфокусироваться на менее известных АО: как правило, к ним приковано меньше внимания, и поэтому у них может отсутствовать мощный стимул вводить практику раскрытия (публикации) информации и комплаенс-контроля. Что касается ООО, культура прозрачности у них в целом развита хуже, чем у АО, не говоря уже о таком «новшестве» для российских компаний, как

<sup>3</sup> Большинство хозяйствующих субъектов, попавших в выборку, - это холдинги, состоящие из нескольких компаний, каждая из которых – отдельное юридическое лицо. В тексте доклада слово «компания» не будет использоваться в строго юридическом смысле. Например, группа, состоящая из компаний и холдингов, может быть названа собирательным наименованием «компания».

<sup>4</sup> <http://www.forbes.ru/rating/200-krupneishikh-chastnykh-kompanii-rossii-2013/2013?full=1&table=>

политика антикоррупционного комплаенса<sup>5</sup>. Поэтому наиболее реалистично было бы ожидать первых шагов в этом направлении от более крупных ООО – их мы и включили в нашу выборку. Однако, подчеркнем, что меньшая прозрачность ООО сложилась исторически и ее причины следует искать в теории права, а не в целях конкретных компаний. Принципиальным отличием акционерных обществ (в особенности открытых акционерных обществ) от обществ с ограниченной ответственностью является то, что АО представляют собой объединение капиталов. В то время как ООО занимают промежуточное звено между объединением капиталов и объединением лиц. В силу этого, механизм перехода права собственности на акции значительно проще перехода аналогичного права на долю участия. Поэтому к акционерным обществам предъявляются гораздо более жесткие требования по раскрытию информации.

В случае группы компаний/холдинга за организационно-правовую форму принималась форма головной компании. В двух случаях из 50 невозможно было отнести компанию к какой-либо группе. В одном холдинге не удалось установить, какая компания является головной, а в другом холдинге головная компания зарегистрирована в другом государстве и мы не стали ее относить ни к АО, ни к ООО.

Если рассматриваемая компания из списка «Forbes» входит в группу компаний, то мы, для целей настоящего доклада, отнесли все данные и выводы к такому холдингу в целом, а не к одной лишь его головной компании, чья организационно-правовая форма была использована для отбора. Иными словами, деление на организационно-правовые формы носит отчасти условный характер, сыграв свою роль прежде всего на этапе выборки.

Помимо разнообразия организационно-правовых форм, составленная выборка отражает самые разные сферы деятельности: розничная торговля, оптовая торговля, сельское хозяйство, пищевая промышленность, цветная металлургия, черная металлургия, угольная промышленность, металлообработка, химическая и нефтехимическая промышленность, нефтяная и нефтегазовая промышленность, электроэнергетика, транспорт, строительство, недвижимость, информационные технологии, медиа.

Поскольку нас интересуют частные компании, в выборку вошли лишь те из них, доля государственного участия в которых не превышает 30 %. Доля госучастия, а также организационно-правовая форма компаний устанавливались на основе информации, находящейся в открытом доступе в сети Интернет.

Список отобранных компаний представлен в Приложении 1.

Обращаем внимание на то, что авторы исследования не ставили перед собой цель сформировать выборку, репрезентативную для всех российских частных компаний в целом или для какой-либо

---

<sup>5</sup> Под комплаенсом в широком смысле в данном исследовании понимается соответствие требованиям, стандартам. Антикоррупционный комплаенс – соответствие антикоррупционным стандартам и законодательству. Политика антикоррупционного комплаенса – политика обеспечения соответствия внутренним антикоррупционным стандартам, а также антикоррупционному законодательству, применимому к данному субъекту. Комплаенс-контроль – контроль за соблюдением определенных стандартов и требований.

другой более обширной группы. Поэтому выводы и результаты, изложенные в докладе, отражают только анализ отобранных компаний.

## 2. Критерии оценки

Исследование проходило в два этапа:

- 1) заполнение анкет компаниями (раздел II настоящего доклада)
- 2) оценка прозрачности компаний экспертами АНО «Центр ТИ-Р» (раздел III)

### Фаза 1: Заполнение анкет компаниями

На первом этапе было запланировано предложить компаниям самостоятельно заполнить анкету, ответив на вопросы о прозрачности их собственной корпоративной отчетности. Предложенная анкета была разработана на основе опросника, который использовала организация *Transparency International* в исследовании «Transparency in Corporate Reporting»<sup>6</sup>. Исходная анкета была скорректирована нами с учетом особенностей современной российской бизнес-среды.

Анкета состоит из трех тематических блоков:

- раскрытие программ по борьбе с коррупцией
- организационная прозрачность
- *country-by-country disclosure* (раскрытие по странам экономических операций)

Всего анкета насчитывает 23 вопроса, предполагающих ответ «да» или «нет»; предусмотрена возможность оставить комментарий в специальном поле. С анкетой можно ознакомиться в Приложении 2.

Первый раз анкеты были разосланы компаниям в конце ноября – начале декабря 2013 года. Рассылка производилась по электронной почте или – если электронная почта отсутствовала – через форму обратной связи на сайте компании. Поскольку ни одна из 50 компаний не отреагировала, было принято решение связаться с компаниями по телефону и повторить рассылку.

Дозвониться по номерам, указанным на сайте компаний, было непросто. Несмотря на неоднократные попытки, повторявшиеся в течение недели, так и не удалось дозвониться по номерам, указанным на вебсайтах компаний «Детский мир», «СДС Азот», «Пермэнергосбыт», «Челябинский электрометаллургический комбинат», «ЭФКО», «Петербургская топливная компания», «DNS», «Трансойл», «Юг Руси», «Спортмастер». В ряде случаев дозвониться удалось, но не получилось связаться с нужным сотрудником («Рольф», «ВСМПО-Ависма», «ДСК -1», «Синергия»). В этих случаях анкеты были отправлены на адрес электронной почты, указанный на сайте компании.

Из 50 компаний две отказались принимать участие в исследовании. Так, в ходе телефонного разговора по номеру указанному на вебсайте компании, от участия отказался холдинг

---

6

[http://www.transparency.org/whatwedo/pub/transparency\\_in\\_corporate\\_reporting\\_assessing\\_the\\_worlds\\_large\\_st\\_companies](http://www.transparency.org/whatwedo/pub/transparency_in_corporate_reporting_assessing_the_worlds_large_st_companies)



«Объединенные кондитеры». Представители холдинга объяснили, что их компания прозрачна и информации на сайте достаточно для того, чтобы сделать такой вывод. По электронной почте был получен отказ от холдинга «Атлант-М», без объяснения причин. Из оставшихся 48 компаний анкету заполнили всего две – «Евросеть-ритейл» и «Лента». Остальные никак не отреагировали на приглашение АНО «Центр «ТИ-Р» к участию в исследовании.

Ответы компаний подробнее анализируются в разделе II данного исследования.

#### Фаза 2: Оценка прозрачности компаний исследователями

Поскольку низкий процент поступивших от компаний ответов не дает поле для обширного анализа, ключевым этапом исследования стала его вторая часть – оценка прозрачности компаний непосредственно экспертами АНО «Центр «ТИ-Р».

Для этого на основе вопросов, предложенных компаниям, авторами исследования была разработана новая анкета. Тематика и направленность вопросов претерпели значительные изменения, но фокус в анкете по-прежнему остался на прозрачности компании с точки зрения раскрываемой ей информации.

В частности, нас интересовало наличие следующей информации на сайте компании:

- устав
- ФИО, биографии и информация о смене состава Совета директоров (СД) и Генерального директора (ГД);
- информация об осуществлении коммерческой деятельности с иностранными контрагентами;
- информация о безвозмездной поддержке проектов, реализуемых госорганами;
- краткие и упрощенные для восприятия версии отчетов;
- участие в госзакупках;
- наличие англоязычной версии сайта.

Образно говоря, цель данного исследования - это, скорее, «прощупать почву», нежели провести «масштабные раскопки». Именно поэтому данный перечень не является исчерпывающим и не претендует на статус такового. Требования, включенные в список, соответствуют представлениям авторов доклада о том, какую информацию о себе в первую очередь может и должна раскрывать современная частная компания. В то же время, этот перечень не исчерпывает все возможности.

Наряду с раскрытием информации, авторов исследования интересовала степень внедрения компанией минимальных мер по борьбе с коррупцией и разработка системы антикоррупционного комплаенс-контроля. Для этого было проверено наличие на сайте компаний этического кодекса, а также наличие специального канала (вебсайта или выделенной телефонной линии) для заявления о предполагаемом факте коррупции или иного предполагаемого нарушения этических норм компании и гарантий конфиденциальности для заявителя. Обнаруженные на сайте компаний этические кодексы подробнее рассматриваются в части 4 раздела III.

В дополнение к вопросам о прозрачности и антикоррупционном комплаенс-контроле, в анкету был включен ряд вопросов о деятельности компании в рамках корпоративной социальной ответственности, об особенностях налогообложения, включая использование иностранных оффшорных юрисдикций, а также о потенциальной связи и взаимодействии компании с государством и политическими движениями, а именно:

- входят ли в совет директоров или коллегиальный (единоличный) исполнительный орган компании, лица, занимающие посты в федеральных органах государственной власти, органах субъектов федерации или местного самоуправления;
- осуществляет ли компания финансирование или иную безвозмездную поддержку проектов, реализуемых госорганами любого уровня или органами местного самоуправления;
- осуществляет ли компания поддержку какой-либо политической партии, движения и т.п.

Для вопросов по раскрытию информации и принятию мер по противодействию коррупции использовались официальный сайт компании и официальный сайт раскрытия информации [www.e-disclosure.ru/](http://www.e-disclosure.ru/).

Заполнение анкет проходило в течение февраля и марта 2014 года. В апреле была произведена перекрестная проверка собранных данных. Таким образом, в исследовании зафиксирована та информация, которая была размещена на сайтах компаний в указанные месяцы. Любые изменения, произошедшие позднее, в исследовании не учитывались.

Анализ данных, собранных в ходе фазы 2, представлен в разделе III данного доклада. Результаты разделены на три тематических блока: информационная открытость, связь с политическими партиями и представителями государственных структур, а также корпоративная социальная ответственность. Последняя часть раздела посвящена анализу кодексов этики рассмотренных компаний.

## Раздел II. Оценка компаниями собственных усилий по противодействию коррупции

Как было сказано выше, из 50 компаний, которым было предложено поучаствовать в исследовании АНО «Центр «ТИ-Р», отклик в виде заполненной представителем компании анкеты предоставили **лишь две из них**: ООО «Евросеть-Ритейл» и ООО «Лента».

В анкете, заполненной представителем петербургской компанией «Лента», были указаны следующие меры по обеспечению открытости и противодействию коррупции, **реализующиеся** внутри организации:

- Наличие этического кодекса, включая положения об антикоррупционных мерах, распространяющихся на всех сотрудников компании;
- Наличие в кодексе политики определения приемлемости подарков и отслеживания командировочных расходов, запрещения коммерческого подкупа, процедуры раскрытия конфликта интересов;
- Наличие конфиденциальных каналов, по которым сотрудник может заявить о факте коррупции;
- Проведение мониторинга программы по борьбе с коррупцией;
- Соблюдение политической нейтральности и запрет на взносы на политические цели;
- Наличие подразделения или должностного лица, ответственного за профилактику коррупционных правонарушений, а также наличие системы сотрудничества с правоохранительными органами в сфере противодействия коррупции;
- Раскрытие компанией всего списка дочерних компаний, а также ее процентных долей в этих компаниях; раскрытие стран инкорпорации и списка стран, в которых проводятся операции ее дочерних компаний.

К **нереализованным** внутри компании антикоррупционным мерам «Лента» относит:

- Отсутствие специальных обучающих антикоррупционных программ для сотрудников (тренингов);
- Отсутствие специальной практической инструкции для сотрудников по поведению в ситуациях, содержащих коррупционные риски;
- Отсутствие системы защиты прав заявителя о коррупции;
- Отсутствие публичного раскрытия своих благотворительных взносов в государственные и муниципальные структуры.

Представитель компании ООО «Евросеть-Ритейл» отметил наличие практически всех из перечисленных в анкете положений, что позволяет говорить об активном принятии

первоначальных мер по противодействию коррупции. Единственным нереализованным антикоррупционным инструментом компания обозначила публичное раскрытие своих расходов в других странах.

Сопоставление ответов, предоставленных компаниями, и результатов, полученных экспертами в ходе анализа сайта компаний, противоречий не выявило.

В то же время для устранения существующих пробелов двум рассмотренным компаниям предлагаем для выполнения ряд **рекомендаций**:

1. Публикация этического кодекса на сайте компании.

Этот пункт реализации антикоррупционной политики видится необходимым, т.к. позволит не только всем сотрудникам, но также и партнерам компании знать о мерах, принимаемых компанией с целью искоренения коррупционных рисков. Более того, наличие этического кодекса на сайте позволит не только в любой спорный момент прибегнуть к положениям кодекса, но и будет задавать планку для других компаний в сфере комплаенс-контроля.

2. Обеспечение защиты прав заявителя о коррупции.

Одним из главных элементов успешной антикоррупционной политики компании является *четко прописанная система защиты прав заявителя о коррупции как в этическом кодексе, так и на сайте компании*. Страх перед неформальными и формальными санкциями зачастую сдерживает сотрудника компании, имеющего информацию о предполагаемых нарушениях, от сообщения о данном факте начальству. Создание на сайте специальной страницы для конфиденциального заявления о предполагаемых нарушениях этических норм, а так же дублирование на данной странице положений из этического кодекса компании, гарантирующих защиту прав заявителя могло бы существенно повлиять на успешность реализации антикоррупционных программ.

## Раздел III.

### Часть 1. Информационная открытость компаний

Подход к обеспечению информационной прозрачности компании или холдинга (речь идет, соответственно, о головной компании холдинга) может быть двояким. С одной стороны, могут строго соблюдаться требования законодательства о раскрытии информации, однако ими же все и будет ограничено. С другой стороны, компания дополнительно на добровольной основе может раскрывать документы, регулирующие ее деятельность или содержащие информацию о достигнутых результатах. Последнее является предпочтительным, но гораздо реже встречается на практике. Так, из рассмотренных в рамках данного исследования компаний, лишь **22 %** закрытых акционерных обществ, **26%** обществ с ограниченной ответственностью, **80%** открытых акционерных обществ публикуют на своем сайте устав. (Напомним, что с 2012 года раскрытие информации акционерными обществами производится на специализированных ресурсах, и потому для большинства из них дублирование документов на своих официальных страницах происходит по их собственному желанию). Таким образом, четыре из пяти ЗАО и три из четырех ООО ограничиваются требованиями закона, не желая опубликовать на собственном сайте свой основополагающий документ.

Отдельно отметим, что в большинстве случаев при опубликовании компанией на своем сайте документов (отчеты, списки аффилированных лиц и пр.), такие файлы размещаются в форматах *tiff*, «залоченный» *pdf*, *zip* или *rar*. Это делает невозможным поиск по ним через поисковик. Таким образом, сводится к минимуму вероятность того, что информация из такого документа, например, отдельная фамилия из списка аффилированных лиц, случайно будет обнаружена в нем через поисковый запрос. При этом целью законодателя, относящего список аффилированных лиц к документам, обязательным для раскрытия отдельными видами юридических лиц, является обеспечение доступности информации из него «любому заинтересованному лицу»<sup>7</sup>. Таким образом, с одной стороны, формально соблюдая требования по раскрытию и даже обеспечивая «сверхоткрытость»; с другой стороны, компании – умышленно или нет – усложняют достижение целей, вкладываемых законодателем в конкретное требование. Поэтому рекомендацией может быть опубликование компаниями документов в формате *Word* или обычного *pdf*.

Кроме этого, у ряда компаний в списках аффилированных лиц встречаются пустые графы, предназначенные для указания адреса или полного наименования аффилированного лица. Формально это может быть расценено как несоблюдение требований по раскрытию. Приведем конкретный пример неполного указания необходимой информации: в списке аффилированных лиц одной из компаний вместо полного адреса места нахождения юридического лица указана лишь страна (Швейцария).

Такое основание включения лица в список аффилированных лиц, как «входит в одну группу лиц», является полностью корректным с точки зрения закона. Однако эта формулировка не проливает свет на конкретную причину попадания компании или человека в данный список. При этом именно она встречается практически в каждом списке аффилированных лиц, публикуемом рассмотренными компаниями. Поэтому, будучи использованной в точности с требованиями

---

<sup>7</sup> Ст. 30 Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ "О рынке ценных бумаг"

закона, она не может вызывать нарекания. Однако, с точки зрения прозрачности компании, замена этой формулировки на одно из конкретных оснований, приведенных в ст. 9 ФЗ РФ «О защите конкуренции», станет существенным улучшением.

В ряде случаев в рамках данного исследования из информации, опубликованной на сайтах некоторых компаний, не удалось установить **ОГРН**, **ИНН** и/ или точное наименование юридического лица (российской головной компании холдинга). А именно:

- Мираторг;
- ЗАО «Автомир»;
- DNS;
- ООО «Рольф».

Этого можно было бы избежать в случае указания ими на сайте ОГРН, ИНН и полного наименования (в случае холдинга может быть указан ОГРН, ИНН и название головной российской компании или юридического лица, осуществляющего основную деятельность на территории страны). И лишь отдельные компании (ООО «Спортмастер», ООО «Трансойл» и некоторые другие) открыто указывают эти сведения на своих сайтах.

В принципе, ОГРН, ИНН и полные наименования компаний могут быть найдены из иных открытых источников (например, на *egrul.nalog.ru*, *e-disclosure.ru*). Однако для этого потребуются навыки чтения пресс-релизов или квартальных отчетов и других документов, публикуемых в силу требований закона по раскрытию информации.

Помимо этого, на сайтах рассматриваемых компаний проводился поиск информации об участии компаний в государственных закупках товаров, работ и услуг. Полученные сведения мы затем сопоставили со сведениями на официальном ресурсе [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru). В данном случае, лишь **8% компаний** (головных компаний холдингов) показали себя **прозрачными** в области опубликования информации о госконтрактах: получая государственные контракты, они затем размещали соответствующие новости на своих сайтах. Однако, в три раза больше участников исследования – **24%**, – участвуя в госзакупках, **не публиковали** в новостных разделах сайтов информацию об этом. Безусловно, отсутствие таких публикаций не является нарушением норм права. Однако обнародование подобных сведений было бы существенным шагом вперед, с точки зрения открытости ведения бизнеса, так как, несмотря на ощутимые улучшения в сфере регулирования госзакупок, эта область долгое время была объектом критики за высокие коррупционные риски, происходящие из ее низкой прозрачности.

Следующим индикатором корпоративной открытости служит Кодекс корпоративной этики, регламентирующий нормы поведения сотрудников организаций при взаимодействии с клиентами, другими сотрудниками, контрагентами, надзорными органами и иными лицами, с которыми сталкивается тот или иной сотрудник в процессе исполнения профессиональных обязанностей, и пронизывающий все сферы ведения бизнеса. Данный документ обладает

ненормативным характером, однако репутационные и финансовые риски организаций после принятия данных кодексов снижаются в несколько раз<sup>8</sup>.

В нем также указываются положения о предотвращении конфликта интересов, политика «нулевой» толерантности к коррупции и запрет дачи взяток, политика подарков и пр.

Ключевой особенностью Этического кодекса является то, что он распространяется на всех работников компании или холдинга, а также затрагивает очень широкий спектр вопросов. Однако из 50 рассмотренных компаний и холдингов, Этический кодекс был найден лишь на сайтах **7 компаний**.

Кроме этого, в данном исследовании рассматривался вопрос привлечения компаний к ответственности за налоговые правонарушения. Так как постановление о привлечении к административной ответственности является индивидуальным ненормативно-правовым актом, то обычно его экземпляры находятся у налогового органа и привлекаемого лица. Поэтому данные о недоплатах черпались из единой картотеки дел арбитражных судов РФ, в которую попадают лишь *оспариваемые* постановления. Рассматриваемый период вступления судебного решения в силу: январь 2012 года – апрель 2014 года.

Итак, из 50 компаний **только 3** имеют проигранные судебные споры с налоговым органом о **недоплате налогов**. Однако интересно, что есть такое же небольшое число противоположных удовлетворенных судом исков: о переплате налогов и требовании к налоговикам вернуть излишек.

Небольшое число оспариваемых и поддержанных судом решений налоговых органов о недоплате налогов, по нашему мнению, может говорить об одном из следующих вариантов:

- о высокой правовой сознательности компаний;
- об использовании иностранных оффшорных юрисдикций. Большинство - 21 компания - из обнародующих информацию о своих дочерних, зависимых или материнских компаниях, имеет их на Кипре, Британских Виргинских островах, в Люксембурге или иных юрисдикциях с минимальными налоговыми ставками. При этом:
  - 16 из них – это открытые акционерные общества;
  - 4 компании – общества с ограниченной ответственностью.<sup>9</sup>

В то же время, делать окончательные выводы не представляется возможным, поскольку не все постановления о доначислении налогов оспариваются в судебном порядке, а из тех, которые оспариваются, не все могут своевременно попадать в картотеку арбитражных дел. В таком случае доступная нам информация недостаточно полная.

---

<sup>8</sup> Примаков Д.Я., Коник К.А., Реализация антикоррупционных программ на муниципальном уровне: научно-практическое издание. М., 2013. С.20.

<sup>9</sup> Оставшаяся одна компания – СТС Медиа, Инк., зарегистрированная в США и ведущая деятельность в России через представительство.

Таким образом, в качестве вывода по нашему исследованию в отношении информационной открытости компаний мы можем предложить следующее:

Компании отдельных организационно-правовых форм охотнее используют возможность, предоставляемую им российским законодательством, по сохранению информации о себе недоступной. К таким формам относятся ЗАО или ООО, так как для них существенно сужен перечень оснований для публикации сведений о своих аффилированных лицах (в том числе в оффшорных юрисдикциях). В данном исследовании у **12 из 50 компаний** отсутствовала информация, позволяющая установить наличие или отсутствие у них дочерних или зависимых обществ в юрисдикциях со льготным режимом налогообложения. Все эти 12 компаний являются ООО и ЗАО. Поэтому исследуя прозрачность отобранных нами российских холдингов, можно говорить о потенциальной незаинтересованности в ней как минимум их части, оберегающей информацию о структуре группы за наименее прозрачными организационно-правовыми формами юридических лиц.



## Часть 2. Аффилированность

Требования о раскрытии информации об аффилированных лицах содержится в ст.93 Федерального закона от 26.12.1995 г. «Об акционерных обществах», но само понятие аффилированности раскрыто было в Законе РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (далее – «Закон о конкуренции») в редакции от 06.05.1998 г. В статье 4 Закона о конкуренции указано, что аффилированные лица – это физические и юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Статья 53<sup>2</sup> Гражданского кодекса (введена Федеральным законом от 05.05.2014 N 99-ФЗ и вступил в силу с 1 сентября 2014 г.) содержит иное определение аффилированности. «В случаях, если настоящий Кодекс или другой закон ставит наступление правовых последствий в зависимость от наличия между лицами отношений связанности (аффилированности), наличие или отсутствие таких отношений определяется в соответствии с законом.»

Следовательно, согласно гражданскому законодательству, аффилированность означает не только наличие влияния, но и связанности.

Кроме того, несмотря на то, что ст. 4 Закона о конкуренции использует выражение «способные оказывать влияние» под аффилированными лицами и сейчас также понимаются лица, на которые оказывается влияние. Аффилированность является частью более широкого явления – конфликта интересов. Российское законодательство, говоря о конфликте интересов, оперирует разными терминами. Субъектов при конфликте интересов, налоговое законодательство называет «взаимозависимыми лицами», корпоративное – «аффилированными», антимонопольное – «группой лиц», а административное – «заинтересованными лицами».

Первый тип аффилированности условно назовем «финансовая поддержка компанией партий и политических движений» Законодательные ограничения существуют лишь тогда, когда речь идет о личной заинтересованности должностного лица<sup>10</sup>, а не об организации. В законодательстве о финансировании политических партий указано, что одним из источников может быть частное финансирование. В Федеральном Законе «О бухгалтерском учете», среди прочего, закреплены требования об указании всего перечня аффилированных лиц (УК, НПФ, лица, с которыми есть договоры о совместной деятельности и другие), но финансовую поддержку нельзя обозначить как «совместной деятельностью», поскольку в объем совместной деятельности входит взаимное предоставление. Например:

### Магнатэк

ООО «Магнатэк», по данным портала *Лента.ру*, осуществляет поддержку партии «Единая Россия»<sup>11</sup>. ООО «Магнатэк» в 2011 году пожертвовало «Единой России» 40 млн. рублей, став второй компанией по размеру выделенных партии средств. Кроме того, *Forbes*<sup>12</sup> отмечает, что

<sup>10</sup> См.: часть 1 статьи 19 Федерального закона от 27 июля 2004 г. N 79-ФЗ "О государственной гражданской службе Российской Федерации" и . Статья 10 Федерального закона от 29 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции в РФ».

<sup>11</sup> <http://lenta.ru/news/2012/10/11/money>

<sup>12</sup> <http://www.forbes.ru/sobytiya/vlast/161122-kak-finansiruyutsya-rossiiskie-vybory-rassledovanie-forbes>

зачастую партию спонсируют организации, формально друг с другом не связанные, но имеющие «явное родство». К таким компаниям относятся «Магнатэк Регион» и «Магнатэк-Ресурс», перечислившие «Единой России» больше 50 миллионов рублей. Гендиректор «Магнатэка» Виталий Саввин уверяет<sup>13</sup>, что это просто дружественные компании, за которые он не несет ответственности. На своем сайте компания не размещает информации о финансировании «Единой России».

Руспрес<sup>14</sup> отмечает, что пожертвования в пользу «Единой России» осуществлялись компанией и в 2010 году - «предприятие возглавило «рейтинг» спонсоров партии «Единая Россия», переведя на их счета 55 млн. рублей (из-за превышения разрешенного лимита 11,7 млн рублей затем пришлось им вернуть)».

Второй тип аффилированности: «партия власти поддерживает проект компании», например:

#### **Группа компаний "Титан"**

«Титан» реализует федеральный инвестиционный проект «ПАРК: ПРОМЫШЛЕННО-АГРАРНЫЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ». Согласно сайту компании, проект «поддержан» «Единой Россией».<sup>15</sup> Данный проект можно найти на сайте партии «Единая Россия»<sup>16</sup>.

Третий тип аффилированности: родственные связи между учредителями, владельцами компаний и представителями власти или должностными лицами, например:

#### **КХ «СДС-Уголь»**

В совет директоров согласно информации, размещенной на сайте компании, входят Федяев Михаил Юрьевич и Гридин Андрей Владимирович<sup>17</sup>.

Старший сын Федяева М.Ю. - Федяев Павел Михайлович был избран в Государственную Думу в 2011 году по «губернаторскому списку» Амана Тулеева от партии «Единая Россия»<sup>18</sup>, член комитета по аграрным вопросам.

Отец Гридина А.В. Гридин Владимир Григорьевич<sup>19</sup> является депутатом Государственной Думы с 2007 года, в настоящее время он является заместителем председателя Комитета по транспорту Государственной Думы VI созыва. В 2007 и в 2011 годах был избран в составе федерального списка кандидатов, выдвинутых «Единой Россией».

Гридин А.В. и Федяев М.Ю. зарегистрировали ОАО «СДС Азот» - крупнейший производитель азотных удобрений и входят в состав совета директоров данного предприятия<sup>20</sup>. У указанных

13

14 <http://www.rospress.com/government/11239>

15 <http://www.titan-omsk.ru/park/>

16 <https://proj.edinros.ru/project/park-promyshlenno-agrarnye-regionalnye-klastery>

17 <http://www.sds-ugol.ru/struk/ruk/>

18 <http://www.duma.gov.ru/structure/deputies/131203/>

19 <http://www.duma.gov.ru/structure/deputies/131487/>

20 <http://www.sbu-azot.ru/index.php/ru/kompany/sovet-direktorov>

членов совета директоров возможно возникновение конфликта интересов при выполнении должностных обязанностей их родственниками.

В США и в Великобритании подобные связи (все три типа аффилированности, о которых мы говорили выше) запрещены законом. Любые выплаты (кроме так называемых *facilitating fees*<sup>21</sup> политическим партиям и политическим деятелям могут быть признаны в качестве проявления недобросовестной конкуренции.

Аффилированность связана с конфликтом интересов - феноменом, актуальным не только для государственных служащих, но и для представителей коммерческого сектора. Но в отличие от американского законодательства (например, Закон Сарбейнса — Оксли 2002 г. (US Sarbanes — Oxley Act), который направлен на предотвращение конфликта интересов в совете директоров, в комитете по аудиту, у аудиторов и финансовых экспертов компаний) в российском законодательстве проблема конфликта интересов в коммерческом секторе, если и обсуждается, то скорее на академическом уровне<sup>22</sup>. Только последнее время появились разъяснения высших судебных органов по данному вопросу – Постановление ВАС РФ № 62 «О некоторых вопросах возмещения убытков лицами, входящими в состав органов юридического лица» (далее – «Постановление»). В Постановлении устанавливается презумпция недобросовестности действий директора в случае, если он действовал «при наличии конфликта между его личными интересами (интересами аффилированных лиц директора) и интересами юридического лица, в том числе при наличии фактической заинтересованности директора в совершении юридическим лицом сделки, за исключением случаев, когда информация о конфликте интересов была заблаговременно раскрыта и действия директора были одобрены в установленном законодательством порядке» (Пункт 2 Постановления).

---

<sup>21</sup> Небольшой размер суммы, которые компанию может выплатить должностному лицу, политической партии за оказание «государственных услуг», таких как дача разрешения, подготовка документов, такие деньги не должны влиять на принятие решений. Stuart H. Deming (2005) "The Foreign Corrupt Practices Act And the New International Norms", American Bar Association.

<sup>22</sup> Смотрите работу: Дедов Д. И. Конфликт интересов – М.: Волтерс Клувер, 2004.

### **Часть 3. Корпоративная социальная ответственность**

Социальная ответственность бизнеса как масштабное явление оформилась во второй половине 20 века среди компаний США и Западной Европы и позднее распространилась в развивающихся странах. Возникновение социальной ответственности как массового явления связано с изменениями, происходившими на тот момент в развитых странах.

Под социальной ответственностью бизнеса предлагается понимать корпоративную социальную ответственность – деятельность компаний в экономической, экологической, социальной сферах, имеющую правовые основания и направленную на обеспечение и поддержание устойчивого развития самой компании, региона ее присутствия и общества в целом, осуществляемую путем поиска таких социальных практик, которые позволяют минимизировать экономические риски компании и повысить ее социальную значимость.

С повышением требований к политикам и государству, как аппарату управления, возник социальный запрос о повышении требований и к бизнесу. Западное общество начало активно критиковать бизнес за варварское использование окружающей среды и непрозрачные схемы, отказываться от покупки товаров или получения услуг от безответственных компаний. В условиях патерналистской политики государства, слабой развитости гражданского общества, практически отсутствия диалога между властью и бизнес-сообществом на паритетных началах, социальная ответственность ограничена и насаждается в значительной степени государством, становясь скорее обязанностью или очередным рычагом воздействия на бизнес, нежели истинной социальной ответственностью, направленной на развитие региона присутствия компании, помощь обществу и обеспечение устойчивого развития самой компании.

#### Количество социально ответственных компаний

В настоящее время значительное количество компаний декларируют на своих официальных сайтах приверженность к социальной ответственности и обозначают реализуемые практики в этой области. Так, из 50 частных компаний, официальные сайты которых были предметом анализа, 34 компании считают себя социально ответственными, о чем заявляют на своих сайтах, указывая основные направления проводимой политики в сфере корпоративной социальной ответственности. 16 компаний не реализуют практик социальной ответственности или же не сообщают о них на своих официальных сайтах.

#### Раскрытие информации о социальных проектах компаний

Малое количество компаний публикует социальные отчеты или включает информацию о социальной ответственности в годовые отчеты. Есть компании, публикующие подробные отчеты о социальной ответственности, что, безусловно, облегчает оценку компании заинтересованными сторонами, включая инвесторов. Например, компания ОАО «Дальневосточное морское пароходство» на официальном сайте публикует основные направления проводимых практик социальной ответственности, а также размещает социальные отчеты, включающие подробную информацию о реализованных проектах в сфере социальной ответственности.

Результатом отсутствия информации о социальных проектах компании в отчетности и на официальных сайтах является невозможность оценки объема социально ответственных действий компании и их эффективности заинтересованными сторонами.

Таким образом, отсутствие прозрачности в вопросах социально ориентированной деятельности компаний может вести к распространению «декларативной социальной ответственности», а также указывать на отсутствие понимания рядом компаний целей и задач социальной ответственности.

#### Реализация проектов государственной власти как декларативная социальная ответственность

Социальная ответственность значительного числа рассмотренных частных компаний крайне однобока, если не сказать, декларативна. Декларативность социальной ответственности бизнеса заключается в постановке ряда социально значимых задач, соответствующих поставленным задачам государственной или муниципальной власти, в результате чего бизнес реализует проекты государственной власти за счет своих средств. Большинство же рассмотренных компаний реализуют такую форму ответственности как благотворительность в адрес детских домов, школ, больниц и иных муниципальных учреждений, не участвуя более в жизни региона и решении социально значимых проблем.

Анализ официальных сайтов отобранных компаний показал, что 26 из них реализуют проекты государственной власти и оказывают благотворительную помощь муниципальным учреждениям по договоренности с органами власти различного уровня, а именно: 20 из 34 компаний, размещающих информацию о социальной ответственности на своих сайтах, и 6 из 16 компаний, не сообщающих о наличии практик социальной ответственности или их не реализующих.

Для некоторых компаний участие в проектах государственной власти – единственное проявление социальной ответственности бизнеса. Так, ООО «Магнатэк» на своем официальном сайте заявляет о наличии социальной ответственности, однако в качестве практики указывает лишь участие в федеральной целевой программе «Дети России», направленной на обеспечение полноценной жизнедеятельности детей-инвалидов.

Реализуя практики социальной ответственности, бизнес фактически выполняет некоторые социальные функции государства, передача которых может осуществляться с предоставлением различных налоговых преференций, льгот и иных поощрений, а также путем включения бизнеса в различные правительственные социально ориентированные программы. Однако на практике государство часто вынуждает компании выполнять обязательства за счет своей прибыли.

Примером может служить невключение ОАО «РЖД» в правительственную программу по обеспечению прав инвалидов на транспорте.

В связи с подписанием Россией в 2008 году Конвенции ООН по правам инвалидов, на государственную власть было возложено обязательство по созданию безбарьерной среды для людей с ограниченными возможностями. Согласно разработанной государственной программе

«Доступная среда»<sup>23</sup> на 2011-2015 годы, утвержденной Постановлением Правительства РФ, на органы государственной власти возлагается обязанность обеспечить доступность объектов и услуг для инвалидов и других маломобильных групп населения. В соответствии с программой и внесенными на основании нее изменениями в федеральные законы, в том числе в Федеральный закон «О железнодорожном транспорте в РФ»<sup>24</sup>, запланированными мероприятиями являются модернизация подвижного состава пассажирского транспорта, обустройство для нужд инвалидов вокзалов, станций, остановочных пунктов и переходов<sup>25</sup>. Однако объекты железнодорожной структуры не попали в перечень объектов, модернизация которых осуществляется за счет бюджетных средств. Таким образом, ОАО «РЖД» оказалось вынуждено проводить мероприятия в соответствии с программой «Доступная среда» за свой счет – железнодорожные составы оборудованы специальными вагонами для инвалидов-колясочников, железнодорожные вокзалы, переходы, спуски с платформ и другие объекты инфраструктуры модернизируются с учетом потребностей маломобильных групп населения.

Стоит отметить, что некоторые компании под видом практик социальной ответственности реализуют проекты, которые, по мнению авторов, не могут быть отнесены к социальной ответственности. Например, в положении о благотворительности ОАО «Самараэнерго» в качестве одной из целевых групп благотворительной помощи указаны правоохранительные органы. Однако правоохранительные органы должным образом обеспечиваются государством, кроме того, государственным служащим, коими являются сотрудники правоохранительных органов, согласно ст. 10 ФЗ от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О противодействии коррупции" запрещено принимать значительные денежные суммы, так как это может привести к конфликту интересов.

Таким образом, 26 из 50 рассмотренных компаний под социальной ответственностью понимают, в том числе и государственно-частное партнерство, и иное сотрудничество с органами государственной власти. В отличие от социальной ответственности бизнеса, направленной на решение социальных проблем и обеспечение устойчивого развития компании и региона ее присутствия, в отсутствие значительного государственного поощрения, государственно-частное партнерство служит для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

Из 26 компаний, осуществляющих финансирование или безвозмездную поддержку проектов, реализуемых органами государственной власти или органами местного самоуправления, только 13 компаний сообщает об этом на своем официальном сайте, причем из них только 5 компаний представляет подробную информацию, а не ограничивается лишь упоминанием указанного факта.

Социально ответственный бизнес реализует различные практики с целью не только решения социальных проблем, но и для минимизации экономических рисков. Государство же при

---

<sup>23</sup> См.: Программа «Доступная среда» [Электронный ресурс] URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12084011/#0> (дата обращения 19.05.2014)

<sup>24</sup> См.: Федеральный закон от 10 января 2003 г №17-ФЗ «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» (в редакции 02.07.2013)

<sup>25</sup> См.: Полноценные возможности // Dislife, 2010. [Электронный ресурс] URL: <http://dislife.ru/articles/view/9920#more> (дата обращения на 19.05.2014)

выполнении социальных функций не преследует в качестве цели получение выгоды, а реализует свою социальную функцию, установленную конституционно. Таким образом, реализация проектов государственной власти в отсутствие какого-либо законодательного регулирования данной деятельности далеко не всегда может быть выгодна самому бизнесу, не всегда может осуществляться добровольно, а кроме того, может осуществляться за счет средств бизнеса и являться источником различных коррупционных схем.

#### Проблемы государственно-частного партнерства

Ряд компаний, отобранных для анализа, подменяет деятельность в сфере социальной ответственности бизнеса реализацией практик государственно-частного партнерства. Под государственно-частым партнерством (ГЧП) подразумевается конструктивное средне- и долгосрочное взаимодействие власти и бизнеса не только в экономике, но и в политике, культуре, науке, для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях. В перспективе ГЧП может стать основной формой реализации крупных инвестиционных проектов, а также инструментом повышения эффективности государственных инвестиций за счет привлечения части капитала и управленческого опыта из частного сектора.<sup>26</sup>

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в социальной сфере в России находится на стадии внедрения и распространения, поэтому не сложилось единого определения ГЧП, закрепленного на законодательном уровне. В соглашениях о ГЧП между компанией и органами власти, как правило, предусматриваются общие обязанности компании по социальной ответственности, но в России – никак не регулируются форма соглашения, права обязанности бизнеса и власти в этих партнерских отношениях. По данной причине прозрачность во взаимодействии бизнеса с органами власти отсутствует.

Многие компании крупного и среднего бизнеса реализуют проекты ГЧП, однако значительная часть этих компаний предпочитает не раскрывать информацию о данной деятельности на своих официальных сайтах или в годовых отчетах. Социальная ответственность бизнеса, а также государственно-частное партнерство, посредством которых бизнес принимает участие в реализации некоторых социальных функций государства, в настоящее время непрозрачны, и могут являться предметом антикоррупционного комплаенс-контроля в частных компаниях, так данная деятельность в отсутствие прозрачности может вести к реализации различных коррупционных схем.

---

<sup>26</sup> Шохин А.Н. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011 - С.15-16



## Часть 4. Анализ кодексов корпоративной этики

Следующим индикатором корпоративной открытости служит Кодекс корпоративной этики (или Кодекс корпоративного управления), регламентирующий нормы поведения сотрудников организаций при взаимодействии с клиентами, другими сотрудниками, контрагентами, надзорными органами и иными лицами, с которыми сталкивается тот или иной сотрудник в процессе исполнения профессиональных обязанностей, и пронизывает все сферы ведения бизнеса. Данные документы обладают ненормативным характером, однако репутационные и финансовые риски организаций после принятия данных кодексов снижаются в несколько раз<sup>27</sup>.

В Кодексе корпоративного управления (поведения) компании «Стройтрансгаз»<sup>28</sup> представлены общие положения по работе управленческого состава, формированию Совета директоров, Собрания акционеров, Правления, раскрытию информации, осуществлению контрольных функций со стороны комитета по аудиту, выплате дивидендов, основные принципы работы. Документ содержит 10 страниц. В этом кодексе не нашли отражения этические антикоррупционные положения, которые, по мнению авторов, должны быть основными в подобном документе: нет положения о подарках, о возможности заявить о случаях предполагаемых нарушениях этических норм и защиты заявителей, процедур, касающихся работе с госорганами и коммерческими структурами. Задачи, схожие с комплаенсом, осуществляет Комитет по аудиту. Содержится запрет на распространение инсайдерской информации. Отдельно отмечена неприменимость конфликта интересов в отношении Совета директоров, Президента и членов Правления.

«Детский мир» размещает два документа – Кодекс этики и антикоррупционную политику<sup>29</sup>. Это небольшие по размеру, но емкие документы, которые предусматривают все основные этические принципы. В обоих документах есть статьи о подарках, сообщениях о предполагаемых нарушениях этических норм и защите лиц, сообщающих о них, процедур работы с госорганами, о честности в отношении контрагентов в виде положения о проверке их благонадежности, необходимости открытого и прозрачного ведения отчетности и проведении независимого аудита. В антикоррупционной политике есть общие положения о процедурах комплаенса, без указания конкретного отдела компании; есть информация о честной работе с контрагентами, запрет на использование посредников и третьих лиц для выполнения незаконных операций. В кодексе этики указан запрет на конфликт интересов, использование активов компании в личных целях, а также на использование инсайдерской информации.

В Кодексе корпоративного управления «Новороссийского морского торгового порта»<sup>30</sup> предусматриваются, в основном, этические принципы работы внутренней организации – общего собрания акционеров, совета директоров, правления и президента. Стандартно для таких документов – есть положения о конфликте интересов в отношении совета директоров и

<sup>27</sup> Примаков Д.Я., Коник К.А., Реализация антикоррупционных программ на муниципальном уровне: научно-практическое издание. М., 2013. С.20.

<sup>28</sup> <http://www.stroytransgaz.ru/upload/iblock/c00/c004dfd41e25a42c797544fae04d9b03.pdf>

<sup>29</sup> [http://www.detmir.ru/cntnt/menu1/investoram\\_i\\_akchioneram/raskritie\\_informachii21/detskiy\\_mir\\_chentr/dokumenti\\_reglamentir\\_uushie\\_deyatelnost\\_akchionernogo\\_obshestva1.html](http://www.detmir.ru/cntnt/menu1/investoram_i_akchioneram/raskritie_informachii21/detskiy_mir_chentr/dokumenti_reglamentir_uushie_deyatelnost_akchionernogo_obshestva1.html)

<sup>30</sup> [http://www.nmtp.info/holding/investors/info\\_disclosure/uch\\_documents/](http://www.nmtp.info/holding/investors/info_disclosure/uch_documents/)



правления, о запрете раскрытия инсайдерской информации, о раскрытии информации, о проведении независимого аудита. Некоторые задачи комплаенса осуществляет Комитет по аудиту. Нет упоминаний о действиях, связанных с подарками, передаче информации о предполагаемых нарушениях этических норм, защите таких лиц, работы с госорганами и коммерческими структурами, использовании активов компании в личных целях.

Кодекс корпоративного управления «Квадры»<sup>31</sup> похож на кодекс «Новороссийского морского торгового порта», за исключением того, что контроль за финансово-хозяйственной деятельностью описан в общих словах, нет информации об отделе или лице, отвечающем за его ведение.

«Русэнергосбыт» имеет два документа этической направленности – Кодекс этики<sup>32</sup> и положение о недопустимости коррупции. Кодекс этики – емкий документ, с множеством фактических положений; положение – более формальное. В обоих документах говорится о подарках, о комплаенсе (его осуществляет отдел аудита), работе с контрагентами, о заявлениях о предполагаемых нарушениях этических норм внутри компании. В Кодексе этики рассматриваются также вопросы защиты заявителей о коррупции, конфликта интересов, работы с госорганами, декларируется честность в отношении контрагентов, соблюдение достоверности и открытости информации, запрет использования активов в личных целях. В положении говорится о запрете использования услуг посредников для проведения незаконных операций.

«Крок»<sup>33</sup> размещает довольно краткий документ, всего 3 страницы, в нем предусмотрен пункт о заявлениях о предполагаемых нарушениях этических норм внутри компании и защите заявителей, о конфликте интересов, честности в отношении контрагентов, открытости отчетности и проведении независимого аудита. Ничего нет о подарках, комплаенсе внутри компании, работе с госорганами и коммерческими структурами, использовании активов компании в личных целях.

Сводные данные по содержанию Кодексов этики 6 компаний представлены в таблице в Приложении 3.

---

<sup>31</sup> [http://www.quadra.ru/shareholders/corporate\\_governance/constituent\\_and\\_internal\\_documents/](http://www.quadra.ru/shareholders/corporate_governance/constituent_and_internal_documents/)

<sup>32</sup> <http://www.ruses.ru/about/code-of-ethics>

<sup>33</sup> <http://www.croc.ru/eng/about/overview.php>

## Выводы и рекомендации

В соответствии со ст.13<sup>3</sup> Федерального закона "О противодействии коррупции", на юридических лиц наложена обязанность принимать меры по предупреждению коррупции. Другими словами, компании должны вводить систему антикоррупционного комплаенс-контроля. Но дело даже не юридической обязанности.

Судя по данному докладу, среди представителей малого [и среднего бизнеса до сих пор отсутствует понимание необходимости комплаенс-систем в их компании. Комплаенс не сводится просто к одной из функций службы безопасности, а требует более системного подхода и участия специалистов иной квалификации, поскольку комплаенс затрагивает множество аспектов, требующих особого подхода (например, система информирования о коррупционных проявлениях; разрешение конфликта интересов руководителей компании, проверка контрагентов (due diligence) и взаимоотношения с третьими лицами, выявление и недопущение действий, предпринимаемых в нарушение требований комплаенса и др.).

Вместе с тем, малый и средний бизнес наряду с большим бизнесом сталкиваются с коррупцией каждодневно. При этом для создания системы комплаенс в небольших компаниях не надо выделять большие финансовые и человеческие ресурсы. В большинстве случаев этическое поведение руководителей с однозначной политикой нулевой толерантности к коррупции (*tone at the top*) и наличие короткого по объему, но емкого по содержанию кодекса этики стимулируют сотрудников соответствовать заявленным ценностям компаниям. В свою очередь это влияет на репутацию фирмы как добросовестной и честной и повышает ее конкурентоспособность, поскольку потенциальные инвесторы и контрагенты с большим доверием относятся к результатам ее деятельности.

Ниже приводится ряд **рекомендаций**, которые сделаны по итогам проведенного анализа корпоративной открытости и комплаенса 50 российских частных компаний.

- **Публиковать на корпоративных сайтах** следующую информацию: **место нахождения компании, имена бенефициаров и руководителя компании, ОГРН и ИНН организации, учредительные документы**. Это не только облегчит взаимоотношения с клиентами, но и сделает более доступной и открытой политику в отношении инвесторов и контрагентов.
- **Публиковать информацию об участии в госзакупках**  
Информация об участии компаний в государственных и муниципальных заказах должна быть открытой ввиду того, что данные госзаказы совершаются за счет бюджетных ассигнований, то есть касаются денег налогоплательщиков и поэтому, по сути, подотчетны последним. Более того, участие компаний в госконтрактах и конкурсах нельзя расценивать в качестве социальной деятельности представителей частного сектора, поскольку они совершаются на возмездной основе.
- **Разработать полноценную комплаенс-политику** в компании, начав в первую очередь с **введения кодекса корпоративной этики**, содержащего следующие положения:

---

**АНО «Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл – Р»**

- 1) Заявление компании о нулевой толерантности к проявлениям коррупции в компании;
- 2) Положение о лице, ответственном за комплаенс в компании;
- 3) Положение о запрете подарков чиновникам и четкая политика в отношении *facilitation fees*
- 4) Положение о программе оценки рисков и проверка контрагентов;
- 5) Наличие антикоррупционной оговорки в контрактах, и формы такой оговорки;
- 6) Положение о горячей линии и системе информирования о коррупционных проявлениях в компании;
- 7) Положение о мерах предотвращения конфликта интересов членов органов управления и иных должностных лиц и сотрудников компании;
- 8) Положение о повышении квалификации и проведении регулярных семинаров по комплаенсу.

Примером кодексов, которые содержат указанные положения, могут послужить как Антикоррупционная Хартия Российского бизнеса<sup>34</sup>, разработанная ТПП совместно с Минэкономразвития в 2012 г., так и Правила *ICC (International Chamber of Commerce)* по борьбе с коррупцией, от 1977 г. (в редакции 2011 г.), переведенные недавно на русский язык<sup>35</sup> или Кодекс корпоративного управления, рекомендованный к применению Правительством РФ и Банком России<sup>36</sup>.

- **Создать на сайте специальную страницу для конфиденциального заявления о коррупции или информации о горячей линии;** а также дублировать на данной странице положения из этического кодекса компании, гарантирующих защиту прав заявителя.

Одним из главных элементов успешной антикоррупционной политики компании является четко прописанная система защиты прав заявителя о коррупции как в этическом кодексе, так и на сайте компании. Страх перед неформальными и формальными санкциями зачастую сдерживают сотрудника компании, имеющего информацию о предполагаемых нарушениях этических норм, от сообщения о данном факте начальству. Рекомендуемые меры могли бы существенно повлиять на успешность реализации антикоррупционных программ.

Стоит отметить, что при Уполномоченном при Президенте РФ по защите прав предпринимателей и региональных бизнес-омбудсменов существует система заявлений о наличии коррупции. Однако данный механизм, с одной стороны, недостаточно прописан с точки зрения гарантии защиты заявителю; с другой - касается управленцев компании, а не простых сотрудников, которые хотят информировать о коррупционных проявлениях в самой компании или в процессе взаимоотношения с клиентами или третьими лицами.

- **Проведение регулярных тренингов** для сотрудников компаний, где бы разъяснялась комплаенс-политика компании, в том числе объяснялась персональная ответственность каждого сотрудника при нарушении этических норм компании, за нарушение которых следует увольнение сотрудника и, если применимо, привлечение к ответственности, предусмотренное законодательством РФ. Если представители малого и среднего бизнеса не в состоянии

<sup>34</sup> [http://www.tpprf.ru/common/upload/EB\\_Antikorruptsionnaya\\_khartiya\\_rossiyskogo\\_biznesa.PDF](http://www.tpprf.ru/common/upload/EB_Antikorruptsionnaya_khartiya_rossiyskogo_biznesa.PDF)

<sup>35</sup> <http://www.iccwbo.ru/news/0/393/>

<sup>36</sup> <http://www.cbr.ru/publ/vestnik/vestnik/ves140418040.pdf>

проводить подобные тренинги самостоятельно, необходимо объединять усилия нескольких компаний и проводить совместные тренинги, либо проводить тренинги под эгидой ассоциаций, объединяющих представителей бизнеса.

- **Внести поправки в законодательство РФ**, запрещающие подкуп должностных лиц через оказание благотворительной помощи органам федеральной и региональной власти. Совершенствования законодательства в сфере благотворительности и государственной службы будут способствовать меньшей коррупционности в данной сфере.

## Приложение 1. Список компаний, попавших в выборку

ОАО:	ЗАО:	ООО:
СДС-Уголь	Глория Джинс	Стройгазконсалтинг
Останкинский МПК	Атлант-М	Стройгазмонтаж
Стройтрансгаз	Юлмарт	Автотор
Синергия	СrocusGroup	Рольф
Детский мир	Крок	О´кей
СДС Азот	Стройсервис	Русэнергосбыт
Пермэнергосбыт	Аэропорт Домодедово	СНС
Челябинский электрометаллургический комбинат	Петербургская топливная компания	Лента
Куйбышевазот	ГК Титан	Евросеть
Новороссийский морской торговый порт		Ташир
Группа Синтез		DNS
Самараэнерго		Автомир
Дальневосточное морское пароходство		Нефтегазиндустрия
Объединенные кондитеры		Трансойл
Квадра		Юг Руси
ДСК-1		AEONCorporation
Астон		Спортмастер
Группа Е4		Группа компаний Металл Профиль
ЭФКО		Магнатэк
ВСМПО-ависма		
А также: Мираторг; СТС Медиа		

## Приложение 2. Анкета для оценки компаниями прозрачности собственной корпоративной отчетности

### РАСКРЫТИЕ ПРОГРАММ ПО БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ

1. Существует ли внутри Вашей компании действующий этический кодекс для сотрудников?
2. Содержит ли этический кодекс компании антикоррупционные меры?
3. Распространяется ли данное внутреннее антикоррупционное законодательство компании на всех сотрудников?
4. Распространяется ли внутреннее антикоррупционное законодательство этического кодекса компании на всех агентов и других посредников (третьих лиц, работающих от имени компании)?
5. Распространяется ли антикоррупционная политика этического кодекса компании на подрядчиков, субподрядчиков и поставщиков?
6. Есть ли у Вашей компании специальные антикоррупционные программы обучения (тренинги, курсы) для сотрудников?
7. Есть ли в Вашей компании политика определения приемлемости подарков, отслеживания командировочных расходов и т.д.?
8. Существует ли внутри Вашей компании политика запрещения коммерческого подкупа (денежных выплат для упрощения формальностей)?
9. Существует ли внутри компании процедура раскрытия конфликта интересов?
10. Существует ли в Вашей компании система защиты прав заявителя о коррупции?
11. Имеет ли Ваша компания специальные конфиденциальные каналы, по которым сотрудник может заявить о факте коррупции, а так же проконсультироваться в случае возникших вопросов (например, горячая линия, специальная страница сайта)?
12. Производит ли компания Ваша регулярный мониторинг своей программы по борьбе с коррупцией?
13. Существует ли внутри Вашей компании политическая нейтральность?
14. Запрещены ли в Вашей компании взносы на политические цели?

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ**

1. Раскрывает ли компания весь список дочерних (аффилированных) компаний?
2. Раскрывает ли компания процентные доли, принадлежащие ей, в ее дочерних (аффилированных) компаниях?
3. Раскрывает ли компания страны инкорпорации ее дочерних (аффилированных) компаний?
4. Раскрывает ли компания полностью список стран, в которых проводятся операции ее дочерних (аффилированных) компаний?

***COUNTRY-BY-COUNTRY DISCLOSURE* (СТРАНЫ РАСКРЫТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ<sup>37</sup>)**

1. Раскрывает ли компания публично свои доходы/продажи в стране X?
2. Раскрывает ли компания публично свои расходы в стране X?
3. Раскрывает ли компания свою доналоговую прибыль<sup>38</sup> в стране X?
4. Раскрывает ли компания свой подоходный налог в стране X?
5. Раскрывает ли компания публично свои благотворительные взносы в стране X?

---

<sup>37</sup> В данном исследовании «страны операций», - это те страны (за исключением страны постоянного проживания), в которых присутствует компания, напрямую или через свои дочерние компании. Соответствующий список стран деятельности общества основан на собственной отчетности.

<sup>38</sup> Прибыль до налогообложения.

### Приложение 3. Обзор ключевых составляющих Кодексов этики

	<b>Стройтрансгаз</b>	<b>Детский мир</b> (2 документа: Кодекс этики, Антикоррупционная политика)	<b>Новороссийский морской торговый порт</b>	<b>Квадра</b>	<b>Русэнергосбыт</b> (2 документа: Кодекс этики и Положение о недопустимости коррупции)	<b>КРОК</b>
<b>Положение о подарках</b>	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет
<b>Заявления о предполагаемых нарушениях этических норм внутри компании</b>	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет	Нет	Есть статья в обоих документах	Есть пункт
<b>Защита заявителей о предполагаемых нарушениях этических норм</b>	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет	Нет	Есть статья в Кодексе этики	Есть пункт



<b>Кто отвечает за комплаенс</b>	Есть: Комитет по аудиту, Управление внутреннего аудита	Без указания органа, есть общая статья в Антикоррупционной политике	Есть статья: Комитет по аудиту	Есть	Есть статья в обоих документах : отдел аудита	Нет упоминания
<b>Конфликт интересов</b>	Есть: в отношении и Совета директоров, Президента и членов Правления	Есть статья в Кодексе этики	Есть: в отношении Совета директоров, Правления	Есть: в отношении Совета директоров, Генерального директора и членов Правления	Есть упоминание в Кодексе этики	Есть пункт
<b>Процедуры взаимодействия с госорганами</b>	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет	Нет	Есть статья в Кодексе этики	Нет
<b>Контрагенты: запрет на коммерческий подкуп, запрет на взятки, запрет на предвзятость при выборе</b>	Нет	Есть в Антикоррупционной политике	Нет	Нет	Есть статья в обоих документах	Нет

<b>Честность в отношении контрагентов</b>	Нет	Есть статья о проверке благонадежности контрагентов в обоих документах	Нет	Нет	Есть статья в Кодексе этики	Есть пункт
<b>Достоверность и открытость документации, отчетности (раскрытие информации)</b>	Есть статья	Есть статья в обоих документах	Есть статья	Есть статья	Есть статья в Кодексе этики	Есть пункт
<b>Использование Запрет на использование активов компании в личных целях</b>	Нет	Есть статья в Кодексе этики	Нет	Нет	Есть упоминание в Кодексе этики	Нет

<b>Запрет на использование инсайдерской информации</b>	Есть	Есть статья в Кодексе этики	Есть (отдельное положение и упоминание в Кодексе)	Есть (отдельное положение и упоминание в Кодексе)	Есть статья в Кодексе этики	Нет
<b>Проведение независимого аудита</b>	Есть упоминание	Есть статья в обоих документах	Есть статья	Нет	Есть упоминание в Кодексе этики	Есть пункт
<b>Использование Запрет на использование посредников для незаконных операций</b>	Нет	Есть статья в Антикоррупционной политике	Нет	Нет	Есть в Положении	Нет