

УДК 364.075.71

ББК 60.5

## **БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**

*Сажина Наталья Сергеевна*

*канд. ист. наук, доцент, Российский государственный  
профессионально-педагогический университет, г. Екатеринбург*

*E-mail: nata06061976@yandex.ru*

### **АННОТАЦИЯ**

Рост третьего сектора в России требует развития специальных программ для компаний, оказывающих благотворительную поддержку негосударственным организациям.

### **ABSTRACT**

The growth of the third sector in Russia requires the development of special programs for companies that provide charitable support to non-state entities.

**Ключевые слова:** благотворительность, бизнес, филантропия, добровольчество

**Key words:** charity, business, philanthropy, volunteerism

Истоки благотворительности бизнеса в России коренятся в прошлом: до 1917 г. в среде российских купцов и банкиров существовали прочные традиции личной благотворительности. В дореволюционной России присутствовали два основных мотива благотворительности - нормы православной религии поощряющей милостыню, и возможность улучшить свой социальный статус (орден, полученный за благотворительную деятельность, позволял купцу получить дворянство и изменить свое социальное положение). Это было важно, так как сословная принадлежность играла в то время весьма значительную роль, и дети купцов, например, не могли занимать государственные должности. В советскую эпоху

(1917-1985) филантропическая деятельность не приветствовалась, хотя различные формы частной благотворительности (например, милостыня и некоторые формы волонтерской работы) полностью не исчезли.

О благотворительности предпринимателей в России в последние годы сказано и написано немало. Меценатство и филантропия российского бизнеса становятся объектом пристального внимания исследователей. Однако, как ни странно, большинство исследований (включая исследования благотворительного фонда САФ) фокусируются на традиционной благотворительности – пожертвованиях денег и товаров.

Социально ответственный бизнес - понятие, включающие в себя не только традиционную благотворительность, но и ответственность компании за качество товаров и услуг, производимых ею, взаимоотношения компании и поставщиков, партнеров, которые, согласно этой концепции, должны строиться на основах этики. Благотворительность здесь - лишь одна из составных частей, обязательная, но не являющаяся достаточной для построения социальной ответственности. Участие в жизни сообщества подразумевает не только обычные пожертвования товаров и денег (составляющие в большинстве крупных транснациональных компаний самую малую часть помощи), но и предоставление сотрудникам компании возможности в рабочее время оказывать добровольную помощь благотворительным проектам, поощрение пожертвований сотрудников компании, выделяемых из зарплаты (часто такие отчисления делаются по заявлению работника автоматически, при начислении зарплаты). Эта концепция включает в себя и возможность для благотворительных организаций бесплатно использовать ведущих специалистов компании (маркетологов, юристов, PR-менеджеров) в качестве консультантов, а также в фандрайзинге для какой-либо благотворительной организации.

Многие из компаний активно используют накопленный положительный отечественный опыт построения концепции корпоративной деятельности. Хорошая репутация, в которую входит и понятие "социальной позиции компании", становится экономическим фактором и элементом успеха в конкурентной борьбе. Происходит постепенное усиление участия бизнеса в жизни российского общества, активизация его сотрудничества с некоммерческими организациями.

Рост третьего сектора в России требует развития специальных программ для компаний, оказывающих благотворительную поддержку негосударственным организациям. Необходимым условием для дальнейшего развития этого сектора является также налаживание взаимовыгодного сотрудничества между бизнесом, некоммерческими организациями и властными структурами.

За последнее время, достигнут значительный прогресс в развитии некоммерческого сектора и корпоративной филантропии. Создана законодательная основа благотворительной и волонтерской деятельности. Однако в целом российское законодательство, затрагивающее благотворительную деятельность, не направлено на стимулирование ее роста. К некоторым проблемам в этом вопросе можно назвать размытость и недостаточную определенность правовых понятий, касающихся благотворительной деятельности. Например, несомненно, что организации будут испытывать трудности в предоставлении документов, свидетельствующих о целевом использовании полученных (выполненных, оказанных) в рамках благотворительной деятельности товаров (работ, услуг) в соответствии с положениями пункта 26 Методических рекомендаций по применению главы 21 Налогового кодекса. Множество нареканий вызывает требование отчислений подоходного налога с физических лиц, получивших помощь, так как закон освобождает от налога на доходы физических лиц социально значимые выплаты, произведенные исключительно работодателем. В результате, оказанная благотворительной организацией помощь физическим лицам уменьшается на 13%.

Отдельно следует подчеркнуть необходимость параллельного совершенствования налогового и неналогового законодательства для развития благотворительной деятельности. К сожалению, приходится констатировать, что неналоговые законы о некоммерческих организациях оставляют возможность для злоупотреблений и нуждаются в дальнейшем совершенствовании.

Большинство коммерческих структур предпочитают не пользоваться налоговыми льготами на благотворительные пожертвования. Сэкономленные таким образом средства незначительны, но привлекают внимание налоговых органов к доходам организаций.

Отношение населения к корпоративной филантропии тоже неоднозначно. Рядом социологических компаний были проведены исследования, в которых преобладают следующие представления о побудительных мотивах благотворительной деятельности бизнеса (в соответствии с частотой упоминания):

1. Благотворительность - это средство рекламы.

2. Благотворительность бизнеса - способ сокрытия доходов от налогообложения.

3. Благотворительностью предпринимателям заниматься выгодно с точки зрения социального оздоровления собственной среды обитания, что, в конечном счете, способствует развитию их бизнеса.

4. Благотворительностью бизнес занимается исходя из позиций милосердия, сострадания к тяжелому положению населения.

5. Благотворительность бизнеса вызвана желанием предпринимателей быть на хорошем счету у власти.

При этом уровень общественных ожиданий от участия коммерческих структур в решении проблем социального неблагополучия населения, достаточно высок, от бизнесменов ожидают отзывчивости. В то же время в массовом сознании россиян сложилась неоднозначная этическая оценка средств и способов, которыми достигается богатство. Широко распространено мнение, что бизнес не совместим с моралью, он требует отказа от этических норм.

Кроме этого, в России достаточно широко распространена практика "вынужденной благотворительности" под давлением государства. Коммерческие структуры слишком зависят от расположения региональных и местных властей и поэтому вынуждены принудительно заниматься благотворительностью, что, естественно, дискредитирует саму идею корпоративной благотворительности в глазах предпринимателей. В связи с этим многие предприниматели стараются не афишировать свою благотворительную деятельность.

По информации национального центра развития добровольчества, только 1% жителей России уделяют свое время участию в инициативах некоммерческих организаций. В России имеются громадный неиспользуемый человеческий потенциал и желание большого числа людей использовать свои таланты и умения для блага общества. По оценкам Г. П. Бодренковой, в случае, если 10% населения

окажутся вовлеченными в волонтерскую работу на 4-5 часов в неделю, то это будет эквивалентно внесению в социальный сектор ежегодно 18 млрд. руб. [1]

Таким образом, развитие корпоративной благотворительности в России проходит в достаточно сложной социально-экономической и политической ситуации и в условиях преодоления недоверия со стороны населен.

**Список литературы:**

1. Бодренкова Г. П. Системное развитие добровольчества в России: от теории к практике/учебно-методическое пособие. М.: АНО «СПО СОТИС». 2013. С. 56.