

[www.bestpravo.ru/federalnoje/hj-gosudarstvo/mlw.htm](http://www.bestpravo.ru/federalnoje/hj-gosudarstvo/mlw.htm)

3. Об образовании в Российской Федерации: Федер. закон от 29 дек. 2012 г. № 273-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/)

4. Стратегия государственной национальной политики в Российской Федерации на период до 2025 года: утв. Указом Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666-р. URL: <http://base.garant.ru/70284810/>

5. Доклад министра Н.Б. Бриленок на депутатских слушаниях в Саратовской областной Думе «О реализации Закона Саратовской области “О молодежной политике в Саратовской области”» 31 марта 2015 г. URL: <http://www.sport.saratov.gov.ru/upload...Бриленок 250315.doc>

6. О культуре: Закон Саратовской области от 28 июля 2010 г. № 118-ЗСО. URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW358;n=41263>

7. Свешников А. Все депутаты известны // Официальный сайт газеты «Богатей». URL: <http://www.bogatej.print/php?fr=340>

8. Пресс-релиз избирательной комиссии Саратовской области по выборам Саратовской городской Думы четвертого созыва и депутатов органов местного самоуправления Саратовской области // Официальный сайт избирательной комиссии Саратовской области. URL: <http://www.saratov.izbercom.ru/way/3080EDFF-922F402C8832>

9. Беловицкая А.А., Соловьева Л.А., Зозуля А.В. [и др.] Информация об основных результатах реализации молодежной политики в Саратовской области / под ред. С.Г. Ивченкова. Саратов, 2014.

**Yu.E. Andronova**

**Charity in Assessments of Entrepreneurs:  
Variability of Meanings**

In the frameworks of the authorial study of small and medium-sized enterprises in Saratov, semantic variants of the concept “charity” are defined. The main recipients of charitable activity are identified, and the motives of participation or non-participation in the charity are considered. The attitude of informants to the Russian charity funds is analyzed.

*Key words and word-combinations:* social entrepreneurship, charity, charity funds.

В рамках авторского исследования деятельности малых и средних предприятий в Саратове определяются смысловые варианты понятия «благотворительность». Выявлены основные адресаты благотворительной деятельности, рассмотрены мотивы участия/неучастия. Анализируется отношение информантов к созданным в России благотворительным фондам.

*Ключевые слова и словосочетания:* социальное предпринимательство, благотворительность, благотворительные фонды.

УДК 316.334.2

ББК 60.561.7

*Ю.Э. Андропова*

**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ  
В ОЦЕНКАХ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ:  
ВАРИАТИВНОСТЬ СМЫСЛОВ**

Предпринимательская деятельность является центральным элементом любой рыночной экономики, так как обеспечивает упрочение рыночных отношений, основанных на демократии и частной собственности. В современных условиях, когда экономический кризис в России ограничивает возможности государства в проведении активных общественных преобразований, актуальной становится задача поиска финансовых средств, включая дополнительные

внебюджетные ресурсы. Одним из социальных институтов, способных результативно справиться с решением проблем общества, становится социальное предпринимательство и благотворительность.

«Предпринимательство» и «благотворительность» — понятия близкие по содержанию, но не синонимичные. От первого термина второй отличается указанием на коммерческий характер деятельности, другими словами, цели достигаются не путем разовых финансовых вливаний, а посредством организации предпринимательской деятельности. В научных дискурсах социальное предпринимательство призвано объединить в себе как предпринимательство, так и благотворительность. На практике это не всегда достигается в связи с тем, что социальный предприниматель, движимый благой целью, либо работает себе в убыток, либо переориентируется на доходность дела.

В Федеральном законе «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» благотворительность определяется как добровольная деятельность граждан и юридических лиц по безвозмездной передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи [1]. Отметим, что под благотворительностью прежде всего подразумевается добровольная помощь другим лицам за счет собственного благосостояния и / или свободного времени и при условии, что оказание этой помощи не наносит вреда другим лицам и осуществляется в рамках закона.

Особый исследовательский интерес представляет рассмотрение развития благотворительности среди мелких и средних предпринимателей. К субъектам малого и среднего предпринимательства в России можно отнести потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также индивидуальных предпринимателей (ИП) и крестьянские (фермерские) хозяйства (КФХ), соответствующие критериям, установленным ст. 4 Федерального закона от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Один из основных критериев — средняя численность работников за календарный год (микропредприятия — до 15 работников; малые предприятия — до 100 работников; средние предприятия — от 101 до 250 работников) [2].

Эмпирическая база представлена качественным исследованием, проведенным в период с мая по сентябрь 2015 г. в Саратове. Глубинные интервью длительностью от 15 до 30 минут проводились с мелкими и средними предпринимателями ( $N = 23$ ) на их рабочих местах. Применялся метод «снежного кома», когда каждому информанту в конце интервью задавался вопрос: «Можете ли Вы порекомендовать предпринимателя из своего окружения?».

По результатам анализа выделены следующие смысловые варианты благотворительности. В первую очередь она определяется респондентами как

универсальная общечеловеческая ценность, являющаяся одним из основных атрибутов гражданского общества: «*Благотворительность — это помощь нуждающимся, перечисление денег на счет инвалидов, воспитанников детских домов, другими словами, материальная помощь*» (женщина, 1960 г. рожд.). Как показывает исследование, главные адресаты благотворительности — дети, пожилые люди и инвалиды, то есть усилия направлены на решение острых социальных проблем, имеющих непосредственное отношение к жизни и здоровью общества. Деятельность, связанная с развитием культуры и искусства, образованием, научными исследованиями, воспринимается участниками опроса как менее значимая, поскольку она не относится к удовлетворению базовых потребностей человека и, соответственно, второстепенна.

Необходимым условием благотворительности является, на взгляд респондентов, наличие ресурса, который составляет экономическую базу благотворительности. Таким ресурсом могут быть как деньги или любые материальные ценности, так и время, которое может быть потрачено на благое деяние: «*Благотворительность — это помощь в разном ее понимании. Например, даже сдать кровь — это уже сделать благое дело нуждающимся. И для этого даже не нужно быть предпринимателем*» (мужчина, 1983 г. рожд.).

По мнению опрошенных, современный предприниматель, помимо интеллектуальных способностей (аналитический склад ума, умение творчески мыслить и генерировать коммерческие идеи), восприимчивости к переменам, склонности к новаторству, риску, устойчивости к стрессам и коммуникативных способностей, должен обладать высоким морально-этическим потенциалом: «*Благотворительность — это дело каждого. Если можно так сказать, то я занимаюсь время от времени благотворительной деятельностью — отправляю к праздникам игрушки в детский дом, но все это я делаю без камер, не афиширую. Я просто считаю, что это должно оставаться на совести каждого человека. Есть добрая воля — это лично и индивидуально*» (мужчина, 1965 г. рожд.).

В качестве особых черт, которые должны быть у современных предпринимателей, занимающихся благотворительной деятельностью, респонденты отметили «*чувство совести*», «*ответственность*», «*сострадание*». Нередко благотворительность инициируется религиозными убеждениями, в соответствии с которыми любить ближнего — это в первую очередь накормить голодного, напоить жаждущего. Благотворительность в религиозном аспекте испокон веков является скорее необходимым условием личного нравственного здоровья, а не вспомогательным средством общественного благоустройства: «*Я верующий человек и считаю, что вера в Бога и благотворительность неразрывно связаны. Стараюсь проявлять любовь к ближнему, милосердие и справедливость, соблюдать каноны Библии*» (женщина, 1968 г. рожд.). Основные виды личной и коллективной благотворительной деятельности христиан выделяются по сходным признакам того, на что она направлена:

а) благотворительность телесная, помощь благополучателю в телесных нуждах: накормить голодных, напоить жаждущих, одеть раздетых, вылечить больных, приютить бездомных, помочь заключенным (Мф. 25);

б) благотворительность духовная, помощь в духовных нуждах человека: утешать, советовать, учить, обращать грешников, тех, кому не хватает знаний, сомневающих, страждущих, заблудших (Мф. 5) [3, с. 671].

Однако существует ряд причин неучастия в благотворительности мелких и средних предпринимателей. Обследуемые объясняют это наличием различных собственных проблем, а также неуверенностью в том, что помощь дойдет до адресата. По данным ВЦИОМ, россияне думают, что благотворительность должна быть делом каждого человека (63%) и должна быть анонимной (56%); также мотивация предпринимателей, занимающихся благотворительностью, должна быть бескорыстной, следовательно, государству не следует поощрять их материально, но некоторые высказываются за то, чтобы государство поддерживало благотворителей нематериальными способами [4].

По результатам исследования, масштабы материальной помощи нуждающимся зависят от доходности бизнеса респондентов: *«Я не занимаюсь благотворительностью никакой. Если я ИП — это еще не значит, что у меня много лишних денег. Я вынужденно занимаюсь своим бизнесом, так как жить-то нужно на что-то, семью кормить»* (женщина, 1960 г. рожд.). У более крупных предпринимателей больше ресурсов для систематической материальной помощи, чем у объединений, включающих представителей малого и среднего бизнеса. Более того, принято считать, что среди мелких предпринимателей России немало представителей так называемого «вынужденного предпринимательства»: спасаясь от безработицы и нищеты в современной России, люди становятся «самозанятыми» какой-либо коммерцией. Торговое дело мелких бизнесменов фактически выживает на рынке, сами они часто сводят концы с концами. Таким предпринимателям нередко и самим требуется благотворительная помощь [5, с. 409].

Не менее весомой причиной неучастия в благотворительности является, по мнению опрошенных, недоверие предпринимателей к общественным благотворительным фондам и организациям. В России сегодня существуют такие благотворительные организации, как Союз благотворительных организаций России, Федеральная комиссия по благотворительной деятельности, Национальный благотворительный банк, Совет по благотворительности при Президенте РФ. Представители среднего и малого бизнеса скептически относятся к деятельности благотворительных организаций, предпочитая помогать людям напрямую, без посредников: *«Не доверяю я благотворительным фондам, так как должна быть отчетность, сайт в общей доступности, видеоматериалы, доказывающие, что деньги ушли по назначению»* (мужчина, 1970 г. рожд.). В качестве причин недоверия к деятельности благотворительных фондов интервьюируемые назвали следующие: непрозрачность их деятельности и ощущение «виртуальности»; рес-

понденты не во всех случаях могут убедиться, что переведенные средства дошли до адресата, а также неловкости из-за слишком маленького пожертвования. По возможности предприниматели стремятся помогать нуждающимся напрямую: *«Я верю больше своим знакомым. Если они говорят про конкретного человека, о том, что он нуждается в помощи, то я помогаю. А благотворительные организации — это отмывание денег»* (мужчина, 1984 г. рожд.). Только один из опрошенных респондентов указал на свои контакты с благотворительными фондами: *«Мне ничего не нужно. Я думаю, те люди, которые занимаются этим и берут деньги, — у них есть совесть»* (женщина, 1973 г. рожд.).

В правовую базу благотворительности входит принятый в 1995 г. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», согласно которому законодательство о благотворительной деятельности состоит из соответствующих положений Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ, Закона о благотворительности и иных федеральных законов и законов субъектов РФ. Так, в Основном Законе указано, что благотворительность поощряется, однако уточнения данной формулировки нет [6, с. 97]. Нет также ясности, в чьи обязанности входит поощрение благотворительности. Следовательно, функция поощрения такой деятельности ни за каким государственным органом не закреплена. В соответствии с положением Налогового кодекса РФ расходы, связанные с осуществлением благотворительной деятельности, не учитываются, и с точки зрения исчисления и уплаты налога на прибыль организациям невыгодно заниматься благотворительной деятельностью.

Еще одной существенной проблемой современных предпринимателей является отсутствие информационной и пропагандистской поддержки благотворительной деятельности, так как средства массовой информации не заинтересованы оказывать им такую помощь: *«На мой взгляд, было бы эффективно для общества; если на местном телевидении будут говорить в разы чаще, что сегодня, мол, такой-то гражданин купил игрушки в детский дом — и показать видеотчет. Вот пример для общества: каким нужно быть»* (женщина, 1987 г. рож.). Коммерциализация деятельности СМИ привела к удалению из него «коммерчески невыгодных» тем. В связи с этим актуальной остается необходимость поддержки государством информационной активности в области освещения социально значимых тем, в том числе путем предоставления грантов на информационные и пропагандистские кампании [7, с. 71].

Всероссийский марафон «Всем миром», прошедший 29 сентября 2013 г. в России, помог жертвам наводнения на Дальнем Востоке. В результате за время проведения телемарафона удалось собрать более 830 миллионов рублей, которые были распределены между тремя регионами — Амурской областью, Еврейской автономной областью и Хабаровским краем. Это около 13 тысяч квадратных метров нового жилья, которое было построено в первую очередь для тех семей, которые формально не могли на него рассчитывать [8].

«Я, и могу перечислить еще ряд коллег, стараемся принимать участие в телемарафонах типа «Русфонд на “Первом”», где нужно отправить смс-сообщение со словом “Добро” в помощь больным детям. Вот таким мероприятиям я доверяю, и видеоотчет о результатах потом обычно есть» (мужчина 1982 г. рож.).

Сегодня не всегда можно получить полные достоверные сведения о частной благотворительности средних и мелких предпринимателей в связи с их конфиденциальностью: не каждый благотворитель «трубит», помогая нуждающимся. Коллективная благотворительность, напротив, предполагает гласность и отчетность по сбору и расходованию средств. Как считают респонденты, необходимы меры, направленные на активизацию мотивации бизнесменов к заботе не о своем материальном благе, а об имидже своей нравственно оправданной в глазах большинства населения деятельности. К сожалению, в России наблюдается дефицит экономических и правовых стимулов к деятельности по развитию системы негосударственной, в том числе внутрифирменной социальной защиты, участию компаний в спонсорской работе и социально значимых проектах. Формирование таких стимулов — задача органов местной власти, профессионального образования и местного сообщества, постепенно вырабатывающего механизмы этической регуляции деятельности индивидов и профессиональных групп в условиях рыночной экономики, культурного и политического плюрализма.

#### Библиографический список

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях: Федер. закон от 11 авг. 1995 г. № 135-ФЗ (в ред. от 5 мая 2014 г.). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_7495/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_7495/)
2. Единый инвестиционный портал. URL: <http://investmoscow.ru/investor-guide/small-and-medium-business/which-business-is-small-or-medium/>
3. Библия: Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. М., 1990.
4. Добровольчество в России: потенциал участия молодежи. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=111713>
5. Климова С.В. Предпринимательство России в постсоветском контексте: социологические параметры // Повседневная жизнь россиян: социологический дизайн: материалы научно-практической конференции «Дыльновские чтения». Саратов, 2014. С. 407–411.
6. Сулакшин С.С. Социальная доктрина. Макет-проект. М., 2010.
7. Вострухова В.Н. Социокультурная регуляция благотворительной деятельности в современных российских бизнес-процессах. М., 2006.
8. Официальный сайт Первого канала. О проекте «Всемирным». URL: [http://www.1tv.ru/projects\\_in\\_detail/si=5934](http://www.1tv.ru/projects_in_detail/si=5934)