

*Науч. рук. А. М. Смулов, д-р. экон. наук*

## **Корпоративная благотворительность как один из важных показателей развития социального доверия в экономической системе**

В статье рассмотрена корпоративная благотворительность как один из важных показателей, способствующий развитию социального доверия в экономической системе. К рассмотрению приняты основные аспекты корпоративной благотворительности, выявленные автором на основании анализа исследования, выборкой которого являлись 200 компаний из списка RAEX-600, проведенного в августе 2017 г. фондом «Нужна помощь». На его основе предложены принципы, опираясь на которые корпорации повышают как экономическую, так и социальную эффективность, благодаря осуществлению благотворительной деятельности.

Понятие «благотворительность» в контексте теории экономических благ трактуется как комплекс мероприятий институциональных субъектов и частных лиц по оказанию материальной (финансовой, натуральной и др.) помощи нуждающимся, который обеспечивает общественную ответственность компании (бизнеса) перед различными социальными и экономическими группами общества (региональное общество, федеральная и региональная власть, персонал компании, инвесторы и др.); это добровольная, бескорыстная, целенаправленно организованная деятельность физических и юридических лиц (в том числе благотворительных организаций)<sup>1</sup>.

Одной из особенностей благотворительной деятельности является отсутствие жесткой регламентации и стандартов, которая наряду с вовлечением широкого круга субъектов определяет чрезвычайное много-

---

<sup>1</sup> См.: Якимец В. Н. Рынок исследований благотворительности современной России: попытка системного осмысления // Благотворительность в России: Социальные и исторические исследования. СПб., 2001. С. 79.

образе ее форм. Среди них сегодня можно выделить разновидности, которые обозначились достаточно четко и отражают внутреннюю логику, закономерности развития изучаемого явления. К ним можно отнести прежде всего спонсорство и волонтерство.

На сегодняшний день у крупного бизнеса есть интерес к благотворительным проектам. Но системный подход и профессиональные стандарты в этой сфере деятельности в России пока скорее исключение без правил. И одновременно это привилегия «гигантов» рынка. Объясняется современная ситуация в первую очередь тем, что благотворительность – это способность дальновидных людей. Необходимыми условиями для ее осуществления является наличие следующих личностных качеств: доброта, альтруизм и сострадание, которыми должна располагать личность, от которой зависит принятие решения и развития благотворительного проекта или деятельности в организации. Эти качества присущи очень многим людям. Каждый творит добро, вкладывая в это собственное представление о благе, о том, в какой форме и для кого его необходимо сотворить.

Благотворительность для многих людей имеет существенное значение и является насущной потребностью совершать добро, включая владельцев и руководителей целого ряда крупных корпораций и больших компаний.

Преимуществом осуществления благотворительной помощи именно крупными организациями является мощная ресурсная база, возможность, в частности, создания отдельного подразделения, деятельность которого направлена конкретно на осуществление благотворительной деятельности, включающей в себя разработку внутренней нормативной базы, проработку каждого этапа осуществления благотворительной деятельности, составление планов и отчетов и т. д.

Следует обратить внимание на такой аспект меморандума корпорации, как миссия. Миссия – одно из основополагающих понятий стратегического управления и глобальная цель крупного предприятия, т. е. четко выраженная причина ее существования. Миссия свойственна как пассивным организациям, так и организациям, генерирующим нестандартные идеи. Как раз миссия корпораций может повлечь за собой потребность в оказании благотворительной помощи.

Миссия может быть направлена на решение научных, административных, общественных и природных проблем, на обеспечение высокого уровня безопасности населения. Следуя обозначенной миссии, организация повышает эффективность своей деятельности, уделяет внимание проблемам общества, что, следовательно, влечет за собой повышение

уровня социального доверия. Объясняется это готовностью участвовать в реализации социальной политики организации.

Для общества корпоративная благотворительность представляется как один из важных путей развития социального доверия в экономической системе. Практические действия компаний выражаются в спонсировании или организации благотворительных проектов, сотрудничестве с НКО, разработке социальных программ.

Следует отметить, что на сегодняшний день социальное доверие в экономической системе России находится на весьма низком уровне. При этом необходимость повышения социального доверия растет. Экономистами используется следующее определение социального доверия: «Социальное доверие – это не только общая онтологическая установка субъекта по отношению к социальному миру в целом, это одновременно институциональный механизм организации жизнедеятельности социума, позволяющий субъекту воспринимать, регулировать и оценивать взаимодействия индивидов и групп»<sup>1</sup>.

Социальное доверие может выступать одним из ключевых ресурсов в развитии социально-экономических отношений. Важными элементами здесь являются доверие и парадигма нравственного поведения в обществе, выражением которых и является благотворительная деятельность.

К рассмотрению в настоящей работе приняты основные аспекты корпоративной благотворительности, выявленные автором на основании анализа исследования, выборкой которого являлись 200 компаний из списка RAEX-600<sup>2</sup> (рейтинг 600 крупнейших компаний России), проведенного в августе 2017 г. фондом «Нужна помощь».

В первую очередь ставился вопрос о регулярном участии компании в благотворительных проектах. Исследование показало, что у 62 % из всего списка компаний есть регулярные проекты, например: долгосрочные мероприятия, повторяющиеся из года в год, или же разовая организация социально ориентированного благотворительного проекта.

Во-вторых, 43 % компаний упоминают о своих партнерах из числа некоммерческих организаций (НКО). Неоднократно упомянуты такие

---

<sup>1</sup> Иванов А. В., Данилов С. А. Социальное доверие и институциональный порядок общества в социокультурном контексте западных и восточных культур: сравнительный анализ // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 11–8. С. 1852–1859. URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35861> (дата обращения: 10.02.2019).

<sup>2</sup> Рейтинговое агентство «Эксперт РА». URL: <https://raexpert.ru/ratings/expert400/> (дата обращения: 10.02.2019).

некоммерческие организации, как «Подари жизнь», «Линия жизни», «Вера», «Дорога вместе», благотворительный фонд «Фонд Валерия Гергиева», Международный благотворительный фонд Владимира Спивакова. Такое партнерство говорит о том, что в политику компании включена социальная деятельность, направленная на благотворительную помощь.

В-третьих, наличие сайта с четко прописанной социальной политикой организации. По данным исследования видно, что у 17 % компаний на сайте можно найти новости или отчеты, связанные с корпоративной благотворительностью, но лишь у 7 % можно найти документ, регламентирующий политику корпоративной благотворительности.

Обоснованный выбор направлений и форм помощи – это возможности для улучшения корпоративной благотворительности, переход от формального участия к вовлеченности.

Наряду с этим в благотворительном аспекте важную роль играют принципы, на которые опираются корпорации при осуществлении благотворительной деятельности. Проведенный автором анализ корпоративной благотворительности на основе использования социально-экономических технологий позволил выделить некоторые основные принципы благотворительности.

Принцип равноправия всех членов общества. Каждый вне зависимости от социального статуса, национальности, религиозных взглядов, этнической принадлежности и гражданства имеет право на осуществление благотворительной помощи.

Принцип достаточности благотворительной деятельности, который предусматривает такой ее объем, который позволяет удовлетворять базовые потребности благополучателей на социально приемлемом уровне, а также предоставление минимума материального возмещения потерь и убытков от различных чрезвычайных обстоятельств, стихийных и техногенных бедствий. Достаточность благотворительной помощи необходима для обеспечения социально приемлемого уровня жизни благополучателя и в то же время предотвращает возникновение социального иждивенчества трудоспособного населения.

Принцип адресности – оказание конкретной благотворительной помощи нуждающимся группам и слоям населения в соответствии с пожеланиями самих благотворителей.

Принцип правовой обеспеченности достигается благодаря действующим законодательным и нормативным актам, которые регулируют сферу благотворительности.

Принцип устойчивости благотворительной деятельности обеспечивается благодаря наиболее полному и целенаправленному использованию поступающих из всех источников, средств (ресурсов).

Принцип управляемости системой благотворительности, который обеспечивается за счет четкого разграничения функций, полномочий, ответственности и ресурсного обеспечения самых различных участников (может быть как НКО, так и любая другая организация), осуществляющих благотворительную поддержку за счет как организаций, предприятий, корпораций, так и частных лиц.

Принцип научной обоснованности системы благотворительности предполагает использование теоретических, методических, экспериментально апробированных механизмов и технологий, доказавших на практике свою эффективность в решении практических проблем благотворительности, а также использование современных экономических взглядов на выживание людей в условиях техногенной цивилизации.

Принцип информационной достаточности обоснования и сопровождения благотворительных акций, позволяющий встроить благотворительную деятельность как в систему социальной политики и социальных технологий, так и в рыночную экономику.

Принцип эффективности функционирования благотворительных организаций, обеспечивающий доступность предоставляемых благ нуждающимся слоям населения на основе способности благотворительной организации четко выявлять и реализовывать свои уставные функции<sup>1</sup>.

Итак, представленные выше благотворительные принципы могут выступать фундаментом, на который следует опираться корпорациям при осуществлении благотворительной деятельности, что дает возможность перехода от формального участия к реальным результатам.

Опираясь на данные исследования<sup>2</sup>, рассмотрим детали корпоративной благотворительности в публичном пространстве: направления, отраслевая специфика участия в благотворительности и ее формы<sup>3</sup>.

Как показало исследование, 75 % (149 компаний) «замечены» в благотворительности. Результаты по направлениям корпоративной благотворительности (ил. 1).

<sup>1</sup> См.: Якимец В. Н. Указ. соч. С. 83–87.

<sup>2</sup> Рейтинговое агентство «Эксперт РА». URL: <https://raexpert.ru/ratings/expert400/> (дата обращения: 10.02.2019).

<sup>3</sup> См.: Благотворительность крупнейших компаний России: Что видно публично? URL: <https://nuzhnapomosh.ru/research/2017/blagotvoritelnost-krupnogo-biznesa/> (дата обращения: 10.02.2019).



Ил. 1. Направления корпоративной благотворительности<sup>1</sup>

На рисунке видно, что основным направлением корпоративной благотворительности является социальная защита. В первую очередь это показывает вовлеченность благотворителей в социальную сферу, неравнодушное отношение к социальным проблемам общества, что непременно важно для развития социально-экономических отношений.

Далее рассмотрим отраслевую специфику участия в благотворительной деятельности (табл. 1).

Таблица 1

**Отраслевая специфика участия в благотворительной деятельности<sup>2</sup>**

Отрасль	Часто встречающиеся направления корпоративной благотворительности
Нефтяная промышленность	Культура и искусство; наука и образование; социальная защита; спорт, туризм
Пищевая и агропромышленность	Духовно-религиозная сфера и патриотическое воспитание; культура и искусство; развитие местных сообществ; социальная защита
Машиностроение	Наука и образование; социальная защита; спорт, туризм
Оптовая торговля	Здравоохранение, медицина; социальная защита
Розничная торговля	Здравоохранение, медицина; социальная защита
Банковская система	Здравоохранение, медицина; наука и образование; социальная защита
Аудит и консалтинг	Наука и образование; социальная защита

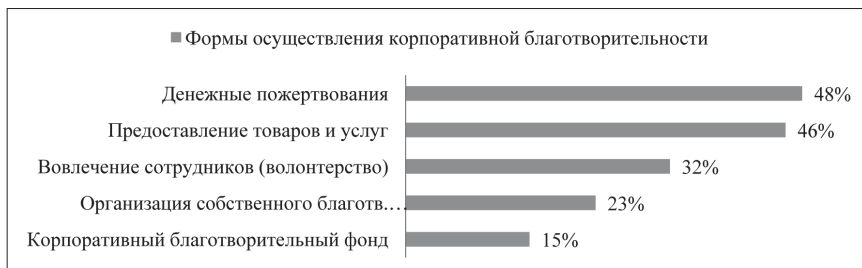
<sup>1</sup> См.: Благотворительность крупнейших компаний России: Что видно публике? ...

<sup>2</sup> См.: Там же.

Отрасль	Часто встречающиеся направления корпоративной благотворительности
Электроэнергетика и энергосбыт	Наука и образование; социальная защита
Транспорт	Здравоохранение, медицина; социальная защита; спорт, туризм

Представленные выше часто встречающиеся направления корпоративной благотворительности показывают, что наиболее пристальное внимание благотворителями оказано такому направлению, как социальная защита населения.

Ниже представлены формы осуществления корпоративной благотворительности (ил. 2). Судя по приведенным величинам процентов, можно сделать вывод, что первичной формой являются денежные пожертвования, что объясняется легкостью реализации данного способа. С экономической точки зрения такой вариант более влиятелен на развитие социально-экономических отношений, так как затрагивает финансовую сторону организаций.



*Ил. 2. Формы осуществления корпоративной благотворительности<sup>1</sup>*

В заключение приведем несколько выводов.

С течением времени корпоративная благотворительность в России будет систематизирована. Объясняется это активной вовлеченностью как корпораций, так и государства. Видится обоснованный выбор направлений и форм помощи — это возможности для улучшения корпоративной благотворительности, переход от формального участия к реальным действиям.

Наряду с этим возможно утверждать, что такой феномен, как корпоративная благотворительность, является одним из важных показателей

<sup>1</sup> См.: Благотворительность крупнейших компаний России: Что видно публике? ...

и способствует социальному доверию в экономической системе. Социальное доверие может выступать одним из ключевых ресурсов в развитии социально-экономических отношений. Важными элементами здесь являются доверие и парадигма нравственного поведения в обществе, выражением которых и является благотворительная деятельность.

Также в благотворительном аспекте важную роль играют описанные выше принципы, опираясь на которые корпорации повышают как экономическую, так и социальную эффективность благодаря осуществлению благотворительной деятельности.

На сегодняшний день крайне необходимо возродить такую традицию российского народа, как благотворительность, и восстановить функциональность данной сферы на государственном уровне. Это должно стать важной целью для многих преуспевающих фирм, банков, частных предприятий, состоятельных людей общества и т. д.

*Ключевые слова:* корпоративная благотворительность, принцип благотворительности, социальное доверие, миссия, экономическая система.

### ***Список литературы***

- Благотворительность крупнейших компаний России: Что видно публике? URL: <https://nuzhnapomosh.ru/research/2017/blagotvoritelnost-krupnogo-biznesa/> (дата обращения: 10.02.2019).
- Иванов А. В., Данилов С. А. Социальное доверие и институциональный порядок общества в социокультурном контексте западных и восточных культур: сравнительный анализ // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 11–8. С. 1852–1859. URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=35861> (дата обращения: 10.02.2019).
- Рейтинговое агентство «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. URL: <https://raexpert.ru/ratings/expert400/> (дата обращения: 10.02.2019).
- Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11 августа 1995 г., № 135-ФЗ: принят Государственной думой 7 июля 1995 г.
- Якимец В. Н. Рынок исследований благотворительности современной России: попытка системного осмысления // *Благотворительность в России: Социальные и исторические исследования*. СПб., 2001.