

СОПОСТАВИМЫЕ МОДЕЛИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В США И В РОССИИ

© 2014 г. **Н.Н. Пешкова***

Тюменский государственный университет, Тюмень

В статье рассматриваются модели благотворительности в США и в России; показано, что опыт США послужил основой для развития благотворительности в Российской Федерации. Представлены законодательные основы осуществления благотворительности в этих странах. Анализируется имеющийся опыт развития венчурной благотворительности США для России.

Ключевые слова: модели благотворительности, США, Россия, венчурная благотворительность, грант.

Каждый тип культуры имеет собственную ментальность; собственную систему знаний; философию и мировоззрение; свою религию и стандарты «святости»; собственное представление о том, что правильно и неправильно; форму искусства и литературы; собственные мораль и законы, нормы поведения; доминирующую форму социальных отношений; собственную экономическую и политическую организацию; и, наконец, свой собственный тип человеческой личности с особым менталитетом и поведением. Исходя из кросс-культурного многообразия обществ, благотворительность формируется по-разному, подчиняясь вышеперечисленным факторам.

Общество – не только сложное, но и организованное целое, элементами которого являются не отдельные индивиды, а социальные образования. Среди них можно выделить социальные общности, социальные организации, различные социальные группы, в основе взаимодействия которых лежат общие обстоятельства (территориальные, демографические, национальные, семейные и т.д.).

Социальная структура обретает устойчивость благодаря таким свойствам, как относительное постоянство и функциональная целесообразность. Каждая структура регламентирует и воспроизводит определённые виды жизнедеятельности и взаимосвязи. Структуры выполняют свою роль поддержания стабильности общества только при условии их легитимности, т.е. при условии признания их целесообразности большинством населения. Благотворительность воспринимается населением не с позиции права, а с позиции процессуальной справедливости. Индивид признаёт благотворительные акты, только когда он лично знает об их легитимности.

Сопоставление американской и российской моделей благотворительности позволяет России, во-первых, перенимать американский опыт, во-вторых, учиться венчурной благотворительности на примере развитых стран, в-третьих, относиться к благотворительности как к социальной норме государ-

* ПЕШКОВА Наталья Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики товарных рынков Тюменского государственного университета.
E-mail: nanimi@bk.ru

ства, в-четвёртых, выявить мотивационные различия в восприятии благотворительности населением США и России.

В 1835 году А. де Токвиль писал, что «Америка, по своему общественному устройству, представляла собой в высшей степени примечательное явление: люди там характеризуются большим равенством состояния и духа, они более равномерно сильны, чем в каком-либо ином народе на земле и в какое-либо время, насколько хватает памяти истории» [2, с. 326].

Социология как идеология Америки приобрела миссионерское значение и должна принести спасение остальному миру. США стали областью надежд для авантюристов, эмигрантов, аутсайдеров и клапаном для снижения социальной напряжённости. У людей появился особый менталитет, тяга к прагматичному поведению и склонность к натуралистическому мышлению.

После «Великой депрессии» 1929–1933 гг. благотворительность в мире приобрела новое звучание: появились новые формы, новые технологии, новые методы. Дирижёром всех этих новых явлений стали Соединённые Штаты.

В США общественным благополучием занимаются сначала вынужденно, затем по собственному почину: то, что было предметом размышлений, становится инстинктом и благодаря постоянному труду на благо своих сограждан в конце концов усваивается привычка и склонность служить им. Равенство в американском обществе заключалось не в реальных жизненных условиях, а было равенством шанса между поколениями и внутри поколений. В обществе, где традиционные сословные различия и привилегии больше не важны, деньги автоматически приобретают характер социального критерия уважения и престижа. В этом обществе богатство может быть достигнуто только благодаря экономической активности. Социологии отводилась особая роль – вскрыть механизм взаимодействия поступков людей, чтобы сделать их полезными для дальнейшего социального прогресса и положения самого индивида в обществе.

США привлекали иммиграционные потоки из низших слоев, которые были озабочены не столько идеалами, сколько реальными возможностями обогащения. Организация «Рыцари труда» была открыта для всех неквалифицированных рабочих вне зависимости от расы, пола и вероисповедания. Впоследствии она превратилась в «Американскую федерацию труда» (АФТ). В этой стране появилось особое миссионерское сознание, которое приняло форму экономического проникновения вместо политического завоевания.

У. Самнер отмечал, что в ходе борьбы за существование возникают народные обычаи (*folkways*) и нравы (*mores*). Обычаи не являются плодом целенаправленного или результатом приложения разума человека. Они – продукт действия естественных сил, их индивид бессознательно приводит в действие. Они напоминают инстинкты животных, которые развиваются вместе с расширением жизненного опыта. Обычаи регулируют все действия людей – умывание, приготовление и употребление пищи, уход за кожей и волосами, способы одевания и передвижения, общение и т.п. С рождения и до могилы человек – раб древних обычаев и привычек. Все люди поступают одним и тем же образом с незначительными отступлениями и степенью свободы [9, с. 156–157].

Обычаи могут превратиться в глубоко укоренившиеся в личности нравы (*mores*). Общество – это функциональная структура, которая полезна для выживания группы. Изменение условий жизни вызывает изменение общественных структур. Эти структурные данности определяют ценностное представле-

ние и образ действий, обычаи, нравы и договоры. Однако они оказывают влияние на структурное неравенство. Социальные реформы в пользу экономически слабых должны привести к стагнации общества. Желание человека есть общераспространённый, одушевляющий принцип, всемирный пульс природы, источник всякого действия и жизненная сила мира [13, с. 46].

Распределение ресурсов в социально несправедливом (состоятельном) обществе и социально справедливом (с ограниченными возможностями) происходит по разным социально-экономическим законам. В состоятельном обществе распределение осуществляется не равномерно, однако доходы бедных слоев населения выше, чем в обществе с ограниченными возможностями, где распределение равномерное. В социально несправедливом обществе богатые люди отчисляют часть своих средств на благотворительность, выполняя функцию перераспределения. В социально справедливом обществе подобный механизм отсутствует за ненадобностью (советский период).

Знание распределено неравномерно и создаёт разность сил между «информированными эксплуататорами» и «незнающими эксплуатируемыми». Самую большую проблему общества Ф. Уорд видел в распределении знания, т.е. в системе образования и воспитания [13, с. 120]. Люди должны понимать, что благотворительность позволяет не заменить функции государства, а дать возможность сгладить те или иные социальные проблемы и противоречия.

Мигранты из Европы прибывали в Америку с бременем социальных структур и институтов своей старой родины в сознании, мышлении и поведении, но в Новом Свете всё это быстро утрачивало свою реальность перед лицом требований жизни в этой стране. Тот факт, что элита и верхний слой сформировались в Новом Свете, послужили основой для возникновения мифа об успехе и достижениях отдельного человека, идеологии «*Self-Help*». Прагматизм для Америки – это нечто намного большее, чем философское направление. Поступок отдельного человека и успех этого поведения как результата взаимодействия многих стал основополагающей исходной перспективой американской социологии.

Парадигма благотворительности «*Self-Help*» выражается в том, что благополучатель несёт солидарную ответственность с благотворителем за разрешение своей проблемы. В любой ситуации благополучатель должен нести непосредственную ответственность за свою жизнь. Благотворитель лишь даёт толчок в решении этих проблем.

Деловой прагматизм стал специфическим выражением основополагающей прагматической ориентации американского мышления. Жизнь есть беспрестанное решение проблем и функциональная необходимость познания, которая вытекает из практического столкновения с действительностью и основывается на коммуникативных процессах.

Американское понятие толпы включает различные её типы и понимается как совокупность поведений (*crowd* – толпа, сброд, публика и т.п.). Предметом рассмотрения является поведение отдельного человека в толпе, на публике и т.д. Группа, толпа, публика, сброд, масса представляют различные выражения коллективного поведения. В американском обществе группу героизировали и идеализировали, она стала преемницей индивидуалистического «*self-made-man*» («человек, сделавший себя сам»). Данная идеология породила два современных вида благотворительности: краудсорсинг и краудфайдинг.

Краудсорсинг – это мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью решения поставленных задач. Социальный, или общественный, краудсорсинг – решение любого спектра задач, связанных с общественной деятельностью, взаимоотношениями между людьми, благотворительностью. В данную подкатегорию попадают такие проекты как «Карта пожаров», поиск пропавших людей, сбор средств на строительство школы в районе и т.д. [14, с. 262].

Примером типа краудсорсинга «Поиск людей» является российский проект «Лайза Элерт» (*Liza_Alert*), который специализируется на поиске пропавших детей. Такие платформы обычно существуют на стыке онлайн и оффлайна и для своей деятельности активно задействуют физический ресурс. Благодаря волонтерам, разбросанным по разным городам, поиск охватывает всю Россию.

Краудфандинг (*crowdfunding*) заключается в привлечении финансирования от большого количества людей (от англ. *crowd* – толпа и *funding* – финансирование). Краудфандинг является относительно новым методом финансирования проектов при помощи Интернета. После удачных воплощений в области некоммерческих культурных и социальных проектов краудфандинг набирает свою силу в сфере финансирования стартапов. Социальные медиа играют не последнюю роль в развитии и продвижении краудфандинга. «*Facebook*», «*ВКонтакте*», «*Twitter*» – специализированные сайты – являются важнейшими инструментами для обмена информацией о краудфандинговых проектах и способствуют преобразованию социального капитала в капитал финансовый. Социальные сети позволяют создавать контент, распространять его и обсуждать, минуя цепь привычных посредников [14, с. 264].

Заметим, что система американской благотворительности стала базовой для формирования российской благотворительности. В советский период благотворительность не признавалась государством. В период всеобщего дефицита граждане обзаводились нужными знакомствами, активно развивались такие формы взаимопомощи, как «ты мне – я тебе», имели место взаимовыручка и дарственный обмен. Это обуславливалось слабо развитой внутренней финансово-экономической системой Советского Союза.

После распада СССР в современную Россию пришли западные рыночные механизмы, одним из которых является благотворительность. При формировании российской системы рассматривались два принципиально разных подхода к вопросу о существовании и развитии благотворительных организаций, известных в мировой практике.

Создание организации как таковой и её регистрация в качестве благотворительной при одном подходе разделены. Организация сначала регистрируется как субъект гражданско-правовых отношений и только при выполнении определённых условий через некоторое время вправе регистрироваться как благотворительная для приобретения особого статуса. По другому же подходу организация, создаваемая для осуществления благотворительной деятельности, сразу приобретает статус благотворительной.

Первый подход характерен для англо-американского законодательства, где организация «инкорпорируется». Затем она может приобрести статус благотворительной организации, предусматривающий определённые налоговые льготы по сравнению с организациями, не имеющими такого статуса.

В США все неприбыльные корпорации подлежат федеральному и местному налогообложению наравне с другими корпорациями, если им не присвоен статус благотворительной организации. Требования, которым должна удовлетворять организация для получения статуса благотворительной и освобождения от федерального налогообложения, формулируются в федеральном налоговом законодательстве [16]. Они касаются целей организации – её деятельность преследует религиозные цели, либо цели, признаваемые общественно полезными. К числу этих требований относятся: запрет на распределение прибыли, ограничения на хозяйственную деятельность и другие.

Для получения статуса благотворительной организация обращается в органы федеральной службы внутреннего налогообложения доходов США, которые проверяют соблюдение ею установленных требований и принимают соответствующее решение. В случае несоблюдения требований налогового законодательства, организация может быть лишена статуса благотворительной по представлению прокурора.

В России из-за произошедших кардинальных экономических изменений, которые повлекли за собой формирование частных капиталов и расслоение населения по уровню жизни, вопросы благотворительности стали актуальными в последнее десятилетие XX века.

Первыми активными благотворителями в постреформенной России в начале 1990-х годов стали зарубежные грантодатели и благотворительные фонды, такие, как Фонд Форда, Фонд Джона Д. и Кэтрин Т. МакАртуров, Британский благотворительный фонд (*Charities Aid Foundation, CAF*), Всемирный фонд дикой природы (*World Wide Fund for Nature, WWF*), Фонд Чарльза Стюарта Мотта, Фонд Сороса. Поддерживая отдельные социальные, культурные и научные проекты, они оказывали помощь российским учёным, талантливым музыкантам, художникам. Расширяя свою деятельность, эти фонды открывали отделения в России.

Следующим этапом развития благотворительности стало создание российских благотворительных фондов, специализирующихся в разных сферах: поддержка научных, учебных проектов, семей погибших и раненных военнослужащих, помощь детским домам, больницам, предоставление средств на дорогостоящее лечение и др. (Благотворительные фонды В. Потанина, М. Прохорова, Д. Зимина «Династия» и др.) На современном этапе происходит создание объединений различных фондов.

Формальные и неформальные объединения различных донорских организаций – одна из общемировых тенденций последних 10–15 лет. В России на сегодня наиболее известно Некоммерческое партнёрство грантодающих организаций «Форум доноров», объединяющее фонды, агентства международной помощи, двусторонние и международные организации, а также организации, выполняющие программы технической помощи и корпоративный бизнес. Российские компании тратят ежегодно до 11% чистой прибыли на благотворительность, а каждая вторая коммерческая компания имеет свой благотворительный бюджет. В Москве и регионах действует более 250 российских и зарубежных благотворительных фондов и организаций.

Широкое развитие благотворительности – отличительная черта США, призванная «уравновешивать» жёсткость рыночных отношений. По оценкам

экспертов, ежегодный объём пожертвований в России составляет примерно 0,9% ВВП (около 13 млрд. долл. за 2010 г.) Для сравнения, в США, по данным Бостонской консалтинговой группы (*The Boston Consulting Group*), этот показатель – 1,7% ВВП, или 4,4 млрд. долл. в 2009 г. В Америке, жертвуют в основном частные лица – 83% общей суммы (в США физические лица несут и большую часть налогового бремени) [12].

В России благотворителями преимущественно являются крупные компании. В последние годы они публикуют годовые социальные отчёты. Однако в их социальных программах сложно отделить благотворительность от социальной программы для работников компании. Большинство россиян (78% в 2007 г.) считают, что богатые должны делиться без всяких льгот. Российские доноры боятся публичности, скандалов с благотворительными фондами и того, что их могут обвинить в желании получить выгоду через льготы [8].

Представители органов управления отмечают, что благотворительность является положительным явлением в обществе, т.к. способствует решению основных проблем, её необходимо развивать и поощрять со стороны государства. Работники некоммерческого сектора добавляют, что благотворительность позволяет решить сложные проблемы в кратчайшие сроки, так как она не бюрократизирована.

Однако в России имеет место и негативное проявление данного явления: оно получило название «токсичной благотворительности», при которой различного рода мошенники пользуются желанием людей помочь больным детям, создавая сайты-дублиеры, на которых размещается информация о необходимости оказать помощь в дорогостоящем лечении за рубежом. Затем средства собираются, но до адресата не доходят.

В государствах с кодифицированной системой права нет разделения моментов приобретения некоммерческой организацией статуса юридического лица и статуса освобождаемой от налогообложения. Льготы предоставляются некоммерческим организациям определённых форм (обычно фондам предоставляются большие льготы, чем ассоциациям) и видов (как правило, льготы имеют некоммерческие организации в сфере здравоохранения, культуры и т. д.).

Право на льготное налогообложение возникает из факта регистрации государственными органами организации, созданной в соответствующей форме или действующей в определённой сфере. При этом требования, которым удовлетворяет организация, чтобы быть зарегистрированной, являются более жёсткими для тех, на кого будет распространяться льготный порядок налогообложения [6].

В Федеральном законе Российской Федерации «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» 1995 г. реализован подход к регистрации благотворительных организаций, соответствующий принципам кодифицированной системы права.

Понятие «благотворительная организация» не означает особый статус, который та или иная некоммерческая организация может получить, а получив, должна впоследствии его подтверждать, и если не получит или не подтвердит, то останется в своём прежнем качестве обычной некоммерческой организацией. Закон предусматривает иное: благотворительная организация – это особый вид юридического лица, и принудительное изменение этого статуса возможно лишь путём принудительной ликвидации организации.

Такой подход был обусловлен двумя главными основаниями:

1) Россия относится к странам с кодифицированной системой права, и введение в эту систему элементов другой системы породило бы целый ряд правовых проблем;

2) разделение моментов регистрации организации как юридического лица, а затем присвоения этой организации статуса благотворительной означало бы, что государственные или уполномоченные государством квазигосударственные органы станут принимать решения разрешительного характера: заслуживает или не заслуживает организация получения или продления статуса благотворительной, дающего право на получение определённых налоговых льгот.

Для американской модели благотворительности характерен венчурный характер, преобладание экономического определения и подхода к благотворительности. Венчурная благотворительность использует принципы венчурного капитала в процессе благотворительной деятельности. В этом случае благотворитель выполняет функцию донора и ожидает получить в результате своего вклада прибыль, выражающуюся не только в финансовых терминах. Вследствие чего благотворительный процесс становится частью более широкого взаимодействия между организацией и донором. На практике венчурный благотворитель, ожидая результат своих вложений, может выступить в качестве советника проекта.

Цель венчурной благотворительности заключается в использовании избирательного долгосрочного финансирования и активной консультативной поддержки, чтобы:

1) помочь некоммерческой организации реализовать инновационные идеи, которые продвигаются в социальной сфере;

2) научить организацию работать профессионально и стать финансово устойчивой.

В США реализуются не отдельные проекты, имеющие краткосрочный эффект, а создаются эффективно работающие социальные институты, приносящие пользу обществу в долгосрочной перспективе и мультиплицирующие социальный эффект, благодаря более профессиональному подходу в работе с донорами [10].

Венчурная благотворительность не допускает неуспех социальных проектов. Они отражаются на тех социальных категориях, решение проблем которых было изначальной целью проекта. Основные характеристики венчурной благотворительности формулируются следующим образом:

- высокая вовлечённость;
- целевое финансирование;
- долгосрочное сотрудничество;
- нефинансовое участие;
- организационное развитие.

Американская модель благотворительности направлена на стимулирование благополучателя к активному развитию и способствует созданию новых социальных механизмов.

По данным «Мирового рейтинга благотворительности» США занимает третье место в мире по оказанию непосредственной помощи нуждающимся (71% респондентов), по распространённости благотворительных пожертвований – 13 место, по волонтерской работе – седьмое.

Россия занимает 129 место по оказанию непосредственной помощи нуждающимся (29% респондентов), распространённости благотворительных пожертвований – 130 место, по волонтерской работе 67 место в мировом рейтинге благотворительности [4, с. 62–80], в то же время численность волонтеров, принявших участие в Зимней олимпиаде (2014 г. в Сочи), составила свыше 200 тыс. человек. Большинство россиян готовы стать волонтерами для участия в общественно значимых мероприятиях (Чемпионат мира по футболу 2018 г.).

При реализации американской модели благотворительной деятельности население активно участвует во всех видах благотворительности, что приводит к развитию данной системы и привлекает всё новых участников благотворительного процесса. Российские граждане процессу благотворительности придают мало значения, они считают его делом крупных корпораций (Газпрома, Роснефти, Лукойла и др.).

В США первопроходцами в вопросах благотворительности явились Э. Карнеги и Д. Рокфеллер. Созданные ими фонды (Корпорация Карнеги в 1911 и Фонд Рокфеллера в 1913 году) стали моделью для тысяч частных благотворительных фондов не только в США, но и во всем мире. Э. Карнеги утверждал, что благотворительность – не столько религиозный, сколько социальный долг богатого человека.

В 30-е годы XX века в США в связи с устрашающими масштабами обнищания населения началось решительное вмешательство государства в сферу социального благосостояния, замещение им благотворительности в основных его сферах (социальное обеспечение в старости и при потере работы, образование и здравоохранение). Конгресс вынужден был принять ряд законов (в том числе, закон «О социальном обеспечении» 1935 г. [*Social Security Act*]), которые означали рождение федеральной системы поддержки пожилых, инвалидов, детей-иждивенцев, а также защиты от безработицы. В 1960-е годы – при президенте Л. Джонсоне – социальная политика получила новый мощный толчок в его «Программе Великого общества».

В годы правления У. Клинтона приняли ряд программ, предназначенных резко снизить иждивенчество, ставшее социальным бедствием [11, с. 92]. Программы по сокращению числа клиентов государственного пособия беднейшим категориям граждан (*welfare*) и отработке трудоспособными получаемого пособия. Благотворительность изменилась и качественно, и количественно. Благотворительные организации поддерживают сейчас не только бедных, а вклады делают не только богатые, но, используя льготы по налогам, субъекты благотворительности действуют в интересах всех граждан страны.

Отличие России от США заключается в том, что в нашей стране граждане больше надеются на государственную социальную политику, что зачастую мешает благотворительности развиваться в нужном направлении. Однако в последние годы преобладает политика ослабления государственного контроля в социальной сфере, поэтому для решения социальных проблем подключаются различные благотворители.

Глобализация мировых связей открывает перед благотворительными фондами новые перспективы. Во многих сферах неправительственные организации гораздо раньше правительств объединились в международные сети. В условиях, когда деятельность международных корпораций нацелена на завоевание новых рынков, благотворительные фонды стремятся снизить социальные издержки

экономической конкуренции, выровнять условия жизни «юга и севера», выступая миротворцем в международных конфликтах и расчищая дорогу для контактов на официальном уровне. В России международные неправительственные организации ежегодно осуществляют проекты, содействующие реформам практически во всех сферах, на сумму в сотни миллионов долларов США.

В последнее время общественный сектор заявляет о себе как о самостоятельном игроке в экономике. Это обусловлено теми реальными достижениями в экономике и социальной сфере, которые демонстрируют благотворительные фонды.

Экономический кризис нанёс удар по пожертвованиям фондов, корпораций и физических лиц в США – уровень их суммарного вклада снизился на 3,2%. Именно такой вывод делает ежегодный отчёт «Глобал США» (*Global USA*). При этом, фактически, только фонды снизили свои пожертвования на 8,6%, а компании увеличили их на 5,9%. Снизив денежное участие, компании сделали выбор в пользу безвозмездной передачи товаров и продуктов. Основная масса частных жертвователей, поставляющая 75% общей массы пожертвований, оставалась неизменной с 2008 г. по настоящее время. «Полевой» опыт многих профессиональных фандрайзеров (специалист по привлечению средств в благотворительную организацию) и свидетельства многих американских НКО противоречат обнародованным результатам исследования, проведенного Университетом штата Индиана. Эксперты Бостонского колледжа сообщают о падении уровня частных пожертвований на 4,6% помимо их снижения на 6,1% в 2008 г. Расхождение между этими двумя исследованиями могут объясняться различиями в методике сбора и обработки данных.

Поступления в благотворительные фонды США увеличились из государственных и муниципальных источников – на 49%, пожертвования от корпораций и частных лиц – на 7%, доходы от собственной хозяйственной деятельности благотворительных фондах – на 43%. В Бельгии и Австралии объём доходов благотворительных организаций сравним с федеральным бюджетом России. Благотворительный сектор обеспечивает полную занятость 19 млн. человек. Сотрудники данного сектора составляли 5% общего числа занятых, 10% работающих в сфере услуг и 27% – в общественной сфере [7].

В США, согласно Совету по поддержке образования (*Council for Aid to Education*), частные пожертвования в 2009 г. колледжам и университетам упали на 17,8%.

По данным Ассоциации филантропии в сфере здравоохранения (*Association for Healthcare Philanthropy*), 433 больницы и медицинских центра, деятельность которых на 85% зависит от частных доноров, потеряли 11% частных пожертвований.

Голосование, проходящее на страницах «Хроники филантропии», показало, что пожертвования, получаемые четвертью успешных в фандрайзинге благотворительных организаций, упали на 10%.

Бостонская «Таргет Эналитикс» (*Target Analytics*) сообщает, что число пожертвований в 2009 г., совершаемых 38 млн. доноров в пользу 79 крупных благотворительных организаций в размере 5 тыс. долл. и менее, в среднем снизилось на 4,8%.

Согласно «Хронике филантропии», общий объём пожертвований в размере 1 млн. долл. и более в 2009 г. равнялся 4,4 млрд. долл. – на 64% меньше по сравнению с 12 млрд. долл. за 2008 год [7].

В России взаимовыгодно сотрудничество коммерческого и некоммерческого секторов: первому оно приносит улучшение имиджа и потребительской ситуации, а второму – ресурсы на выполнение общественной миссии и организационное развитие. Плодотворное партнёрство секторов позволяет государству привлечь дополнительные средства в социальную сферу.

Компания «Макдональдс» через благотворительный фонд «Дом Роналда Макдоналда» помогает организациям, осуществляющим поддержку детей [5]:

- были перечислены 200 тыс. долл. США 10 российским детским медицинским учреждениям на покупку медицинского оборудования;
- в рамках проекта «Операция Улыбка» Фонд передал медицинское оборудование на 60 тыс. долл. США Московскому медицинскому стоматологическому институту для проведения операций по исправлению челюстно-лицевых деформаций у детей;
- была открыта игровая комната для маленьких пациентов Кардиохирургического центра им. В.И. Бураковского;
- в результате проведения совместной акции с Министерством труда и социального развития РФ 4 приютам Москвы и Московской области закупили необходимое оборудование и мебель на сумму 8 тыс. долл. США;
- в рамках торжественного празднования пятилетия со дня открытия первого ресторана в Нижнем Новгороде приобрели необходимое оборудование и спортивный инвентарь на сумму 3 тыс. долл. США для Нижегородского Центра восстановительного лечения детей-инвалидов;
- Воронежскому реабилитационному Центру для детей с ограниченными возможностями был подарен автомобиль, спортивный инвентарь, оборудование для творческих мастерских и стоматологического кабинета на сумму 15 тыс. долл. США;
- было закуплено медицинское оборудование Казанскому кардиологическому диспансеру на сумму 150 тыс. долл. США;
- оборудован обеденный зал в социальном приюте для детей и подростков «Радуга» в Самаре на сумму 5 тыс. долл. США;
- приобретен автомобиль для Нижегородского социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Вера» на сумму 5 тыс. долл. США;
- закуплено оборудование для детского сада №19 для детей-инвалидов на Васильевском острове, Санкт-Петербург;
- закуплены микроавтобусы для Бугульминского реабилитационного центра для детей и подростков с ограниченными возможностями «Возрождение» и для пензенской школы-интерната;
- приобретено оборудование для общеобразовательной школы-интерната № 2, Астрахань;
- было приобретено медицинское оборудование для Новочебоксарской городской детской больницы;
- поставлено оборудование для Новодольского специального (коррекционного) детского дома для детей с ограниченными возможностями здоровья «Остров детства» (Ульяновская область, село Новый Дол).

Выступая спонсорами некоммерческих программ, корпорации используют позитивный образ благотворительности в своих рекламных и маркетинговых программах, в паблик рилейшнз, повышая доверие населения к своей продукции и намерениям. Данное обстоятельство особенно важно сейчас, когда де-

монстрация социальной ответственности российского бизнеса становится неотъемлемым условием успеха на рынке.

Благотворительный сектор предоставляет успешным фирмам и состоятельным людям специфическую услугу – возможность удовлетворить их потребности в творении добра, которая претворяется в виде благотворительных проектов и программ. Предприниматели заботятся об увеличении доходов, преумножают совокупный общественный ресурс, некоммерческий сектор – обеспечивает его рациональное перераспределение.

Зарубежные исследователи усматривают несомненную взаимосвязь экономического подъёма в России с наличием сильных деятельных благотворительных фондов. Во время смены социально-экономической формации, когда государство должно принимать нетривиальные решения и апробировать различные варианты политических действий, гражданские структуры – надёжный проводник обратной связи от населения к власти, при их помощи официальные органы получают информацию об эффективности или неэффективности своих действий и реакции общества на них. Сегодня перед Россией стоит множество благотворительных задач: восстановление дворянских усадеб, музеев знаменитых личностей, строительство спортивных сооружений, пропаганда здорового образа жизни и многое другое.

В настоящее время в России начинается новый этап благотворительности, возникло такое явление как «регенерация музеев». В Санкт-Петербурге появился частный музей «Фаберже», где состоятельные граждане выставляют свои ценности на всеобщее обозрение для широкой публики. Заметим, что цены в данном музее ничем не отличаются от аналогичных государственных музеев.

Российская благотворительность прошла путь от единичных инициатив до массового общественного движения. По данным Госкомстата, количество некоммерческих организаций всех организационно-правовых форм составило на 1 января 2012 г. около 85 тысяч. Сегодняшний сектор – это достаточно мощная система, аккумулирующая ежегодно увеличивающийся объём человеческих, финансовых, материальных и организационных ресурсов и потенциал гражданских действий. Главной и базовой проблемой государства, связанной с благотворительным сектором, на протяжении последнего десятилетия остается отсутствие последовательной стратегии и тактики использования данного постоянно растущего потенциала.

Представители государственной власти в России до сих пор склонны рассматривать благотворительность в качестве неумелого подмастерья, выполняющего мелкую черновую работу в социальной сфере. Это обусловлено тем, что ресурсы благотворительных фондов не учитываются при разработке государственной социально-экономической политики. Недооценена и роль благотворительности в формировании гражданского общества в России, в кристаллизации новых идей общественного развития, в снижении социальной напряжённости и разработке социальных технологий разрешения проблем общества, защите прав граждан и становлении правового государства.

Неэкономическая ценность сектора чаще всего остаётся незамеченной. Следствием недооценки общественной значимости благотворительных фондов являются снижение эффективности использования ресурсов и нагрузки на государство, торможение темпов прироста частных поступлений в благотворительные

фонды, приспособление сектора к обслуживанию частных интересов как должностных лиц, так и коммерческих структур, рост протестных настроений.

В последнее время в России интерес общества, властных структур и бизнеса к сотрудничеству с благотворительными фондами повышается. В большинстве случаев деятельность благотворительных фондов в социальной сфере оказывается более эффективной, нежели предпринимательских или государственных структур. Это подтверждает не только опыт других государств, но и некоторых регионов РФ, где приняты законы или положения о социальном заказе (конкурсном выполнении социальных программ).

В настоящее время в России крупный бизнес использует такой механизм благотворительности, как социальный маркетинг.

Социальный маркетинг – это система отчислений с каждой покупки определенного товара на решение социальных проблем. Примером такой акции является отчисления с покупки.

В частности, всемирный благотворительный проект ЮНИСЕФ и «Памперс» (*Pampers*) «1 упаковка = 1 вакцина» по предотвращению столбняка у новорожденных и их матерей, россиянами были собраны средства на покупку более 4 миллионов вакцин.

Торговые марки «Ариэль» (*Ariel*), «Тайд» (*Tide*), «Тикс» (*Tix*), «Ленор» (*Lenor*), «Ас» (*Ace*), «Комет» (*Comet*), «Мистер Пропер» (*Mr. Proper*), «Миф» совместно с российским благотворительным фондом «Линия жизни» и звездами российского шоу-бизнеса провели акции «Сердечная помощь» и «Стирка – помощь детям». В результате акции было собрано 9,9 млн. рублей, которые помогли 50 маленьким пациентам с пороками сердца.

Торговая марка «Дураселл» (*Duracell*) совместно с ФГУ «Центральный институт травматологии и ортопедии им. Н.Н. Приорова» и РООИ «Центр гуманитарных программ» реализовали проект «*Duracell* – Заряди улыбку», прибыль от неё была направлена на лечение детей с заболеваниями позвоночника. Помощь получили 23 ребёнка из различных регионов России на общую сумму 4,5 млн. рублей [1].

Н.Д. Запечкая в статье «Нужна ли правовому обществу благотворительность?» пишет, что «благотворительность, во-первых, должна быть возведена в ранг государственных программ, во-вторых, жёстко контролироваться общественностью, а в-третьих, быть исключительно индивидуальной. Россия никогда не знала такой благотворительности, не имеет опыта и навыков в этом благородном деле...» [3, с. 240]. Позиция автора дискуссионная, не со всеми её моментами можно согласиться. Благотворительность не может быть государственной программой, она – дело добровольное каждого человека. Заметим, что благотворительность возможна в различных формах как индивидуальных, так и групповых.

Американский опыт показал преимущества благотворительных фондов: они предлагают новые, рациональные и более дешёвые подходы решения старых проблем. Существенная экономия бюджетных средств достигается потому, что многие сотрудники фондов работают на безвозмездной основе и привлекают значительные материально-технические ресурсы из внебюджетных источников.

Благотворительным организациям удаётся достичь адресной помощи гражданам за счёт знания реальных потребностей и трудностей местных сообществ и непосредственного участия в их жизни. Многие приходят в благотворительные организации, потому что сами столкнулись с той или иной

проблемой и досконально знают её изнутри. Все эти факторы приобретают особенное значение в условиях недофинансирования социальных программ.

Как институт гражданского общества благотворительная деятельность представляет собой внесударственный механизм решения социальных проблем. В связи с этим благотворительные организации находятся под двойным контролем как со стороны государственных органов, так и со стороны общества, что противоречит российским конституционным началам в области благотворительности. Выработка единого подхода к пониманию благотворительной организации в гражданском законодательстве позволит более эффективно решать социальные проблемы данными организациями, а общество и государство сможет выработать способы поощрения благотворителей.

Список литературы

1. Благотворительные акции [Электронный ресурс] / Procter&Gamble. (http://www.pg.com/ru_RU/sustainability/social_responsibility/cause_reated_programms.shtml).
2. Волков Ю.Г. Социология: история и современность / Ю.Г. Волков, М.А. Гулиев, В.Н. Нечепуренко, С.И. Самыгин. Изд. 2-е. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 668 с.
3. Запечкая Н.Д. Нужна ли правовому обществу благотворительность? // Интеллигенция и проблемы формирования гражданского общества в России. Тезисы докладов Всероссийской конференции. Екатеринбург: УрГУ. 2000. С. 239-240.
4. Мировой рейтинг благотворительности 2012 // Gallup. Официальный интернет-портал компании. 2012 (www.gallup.com/home.aspx).
5. Наши результаты [Электронный ресурс]. Благотворительный фонд «Дом Рональда Макдональда» (<http://www.rmhc.ru/rub/4/>).
6. Некоммерческие организации: законодательное регулирование, практика и зарубежный опыт // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. [Электронный ресурс]. 2008 (http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2008/VSF_NEW200804292007/VSF_NEW200804292007_p_005.htm).
7. Пагава И. Пожертвования растут и падают // Филантроп. Электронный журнал о благотворительности. 2010 (<http://philanthropy.ru/analysis/2010/06/22/2426/>).
8. Почему благотворительность в России не повсеместна? // Newsland. Сетевое издание. 2010 (<http://newsland.com/news/detail/id/227678/>).
9. Самнер У. Обычаи и нравы // Кравченко А.И. Социология. Хрестоматия. Екатеринбург, 1998. 384 с.
10. Самородов В. Венчурная филантропия: прямые инвестиции в благотворительность // Деньги и благотворительность. 2007. №3 (64).
11. Социальная работа как профессия (аналитический обзор) // СОЦИС. 1993. № 10. С. 92–94.
12. Сучилин А. Бухгалтерия президента // Филантроп. Электронный журнал о благотворительности. 2013 (<http://philanthropy.ru/analysis/2013/04/08/10211/>).
13. Уорд Л. Психологические факторы цивилизации // Уорд Л. Очерки социологии. М.: Либроком, 2009. 241 с.
14. Хау Дж. Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса. / Дж. Хау; пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.
15. Экономика общественного сектора: учебник для студентов вузов / Ред.: П.В. Савченко, И.А. Поросов, Е.Н. Жильцов. Ин-т экономики РАН. М.: ИНФРА-М, 2010. 763 с.
16. United States Code, § 501 © & 501 © (4) (2000).