Очень важным (не только с этической точки зрения) аспектом поведения предпринимателя сегодня, как впрочем, и столетия назад, является благотворительность. Традиции благотворительности в России ведут свое начало от становления христианства в Киевской Руси. Церковь и Великие князья учили призрению сирых и убогих. При церквях создавались "божьи дома". Проповедью нищелюбия известны святой и равноапостольный князь Владимир I и Владимир Мономах.

Прежде всего, я хотела бы сказать, что такое благотворительность. Понятие "благотворительности" в сознательном аспекте имеет чрезвычайно широкий ареал действия. Это и нравственный поступок, и моральные качества благотворителя, это и нравственные отношения между людьми, и социально справедливая деятельность классов и общественных групп, и мера более справедливого состояния общества в целом. Благотворительные акции представляют одну из форм общественного благодеяния. Они представляют собой поступки, отвечающие требованиям нравственности, совершаемые сознательно по моральным мотивам во имя высоких идеалов, интересов человека и общества. Благотворительные акции в нравственном смысле означают собой добро, которое представляет одно из наиболее общих понятий морального сознания. Если подвергнуть теоретическому анализу благотворительность как одну из форм добра, имеющего место в обществе, то, очевидно, что оно связано с понятием смысла жизни и бессмертия. Подтверждением тому является тот факт, что мы до сих пор помним меценатов, их благотворительная деятельность сделала их в какой-то мере бессмертными (театры, музеи, созданные на их средства, увековечили их имена). Имена Павла Третьякова, Саввы Мамонтова, Саввы Морозова и др., извлеченные из забытья, блестят ярким светом, вызывая благоговейные чувства у благодарных потомков. Их клишированные образы стали, своего рода, эталоном подлинности российского мецената.

Одной из существенных функций благотворительности является созидательная. Под ней мы понимаем строительство на средства благотворителей, спонсоров и меценатов учреждений культуры: театров и музеев, школ и поликлиник. Материально-вещественная функция благотворительности приводит к тому, что создается, функционирует и развивается духовная жизнь общества в тех местах, где для ее процветания по линии государства предпринимались недостаточные усилия в связи с недостатком финансовых средств или просто ничего не делалось в этом отношении ввиду отсутствия таковых.

Я считаю, что в обществе в последнее время все большее значение придается духовным потребностям человека. На мой взгляд, постепенно происходит осознание того, что экономическая модель общества, не должна быть основана на чистом материализме и утилитаризме, т.к. в этом случае она стремится к саморазрушению. Поэтому сегодня актуальной задачей является поиск компромисса между материальными и духовными устремлениями человека и как индивидуума, и как существа коллективного.

В своей работе я бы хотела выявить причины, мотивы, подталкивающие предпринимателей к жертвованию части заработанного состояния. В этой связи, в первую очередь необходимо обратиться к истории, к корням, во многом определяющим наше мироощущение сегодня. В этой связи также необходимо сказать, что сегодня в качестве образца для подражания предпочитают брать русских дореволюционных предпринимателей.

Во-первых, одним из мотивов, побуждавших богатых купцов жертвовать свои средства на те или иные цели, на мой взгляд, является чувство вины. Дело в том, что низкий уровень производительности хозяйства, направленного, в основном, на выживание и поддержание имеющегося состояния, порождал отношение к богатству как к символическому, знаковому признаку отличия властного сословия, распоряжающегося им по праву захвата и распределения, а не производства. В этих условиях богатство неминуемо становилось своеобразной компенсацией служебных усилий и тягот общественных групп, осуществляющих государственные функции. Обладание богатством другими социальными слоями с этой точки зрения становилось социально незаслуженным, неправомерным, по крайней мере, с моральной позиции. В особенности это касается торгового капитала, который рассматривался как результат вынужденного, но выгодного обмана. Приобретенное торговлей богатство воспринималось как чрезмерное и чрезмерно легко добываемое, особенно на фоне других источников его получения. Купец как бы получает деньги ни за что и ниоткуда. Он не пашет и не сеет, государеву службу не исполняет… Это создает ситуацию нравственного долга перед обществом, выполнение которого оправдывает торговую и деловую деятельность и снимает с купца и предпринимателя моральную вину перед знатными и бедными за "незаслуженное" богатство. Именно этим, на мой взгляд, можно объяснить расходование российскими меценатами денег на богоугодные заведения, на строительство церквей, монастырей и т.п. Цель меценатства в данном случае - снятие вины, самооправдание как перед людьми, миром, так и перед Богом за излишнюю материальность устремлений. В этом случае, меценатство - общеполезная трата частных средств и, одновременно, своеобразная искупительная жертва Богу, которая должна обеспечить спасение души. Кроме того, многие меценаты, будучи людьми религиозными, рассматривали свою деятельность как своего рода миссию, возложенную на них Богом. В этом случае получается, что Бог как бы дал им богатство в пользование и потребует по нему отчета. А благотворительность, являющаяся, по сути, выражением добра, угодна Богу.

Если же обратиться к русским народным сказкам, то видно, что Иван-дурак, персонаж, получающий счастье (царство, царевну, богатство, волшебные вещи) не за заслуги, а просто так, зачастую чужими руками (волшебный помощник), должен совершить ритуальное жертвоприношение, поделиться богатством, отдать кусочек, иначе это волшебное счастье пропадет так же, как и возникло. Точно так же "гулял" купец, не жалея денег на угощение для всех, совершая мистическую жертву, делясь шальным счастьем и торговой удачей, чтобы не пропала. Конечно же, это явление имеет и иные мотивы, однако в данном контексте нельзя забывать о существенном сходстве его с ритуальной жертвенной оргией. Более спокойные, приемлемые формы подобного жертвоприношения - спонсорство и меценатство: возможность поделиться, раздать, чтобы удача не ушла. Впрочем, казино, по моему мнению, на сегодняшний день тоже предоставляет такую возможность…

Традиции, накапливавшиеся веками, не могут просто исчезнуть, не оставив и следа в нашей памяти, в нашем сознании. И поэтому я считаю, что современные меценаты (предприниматели, занимающиеся благотворительной деятельностью) в какой-то степени тоже руководствуются этими мотивами. Конечно же, сегодня ситуация сильно изменилась: отношение между людьми, их мироощущение уже не те. Однако существует такое понятие как менталитет, который определяет поведение в той или иной ситуации. Так вот те самые мотивы, которыми руководствовались богатые люди прошлого, с большой вероятностью могут существовать в подсознании состоятельных людей нашего поколения, независимо от их взгляда на идеи благотворительности, однако они перестали быть определяющими, как мне кажется.

Кроме того, благотворительная деятельность может, на мой взгляд, расцениваться как форма сохранения для потомков доброго имени и славы. Цели становятся более светскими, но сохраняют моральную мотивацию. В идеале, каждый, предприниматель понимает, что миллионы в могилу он с собой не унесет и, совершая благотворительные поступки, он улучшает отношения между собой и теми людьми, для которых он делает добро, а, предпринимая крупные благотворительные акции, он достигает бессмертия, поскольку будет жить вечно в тех памятниках искусства и культуры, которым он предоставил возможность практической реализации.

Современный этап развития благотворительности в России происходит в специфических условиях, которые оказывает сдерживающее влияние на ее развитие. Во-первых, сказывается негативное наследие недалекого социалистического прошлого, при котором благотворительность, в лучшем случае, рассматривалась как жалкие крохи, объедки со стола богачей, которыми они угощали эксплуатируемых или бедняков. После социализма в России больше не оказалось всеми разделяемой концепции общественного блага как блага для отдельного человека. И поэтому благотворительность, ее причины отличны от ранее существующих.

Сегодня, в эпоху рыночных отношений, в погоне за властью на рынке, в нелегкой конкурентной борьбе предприниматели руководствуются не только моралью, но и в некоторой степени идеей выгоды. Во-первых, благотворительная деятельность могла бы способствовать рекламе, создать благоприятный имидж, хорошее имя, что особенно важно для предприятий, работающих с массовым потребителем. Дело в том, что благотворительная акция понимается как тождественное добродеянию действие, имеющее положительное нравственное значение, оцениваемое моральным сознанием как добро. Поэтому предприниматель, занимающийся благотворительностью, расценивается как творящий добро, заслуживающий доверие. А это в свою очередь создаёт положительную репутацию, а значит и увеличивает спрос на производимую продукцию, что способствует росту прибыли.

Во-вторых, благотворительная деятельность, сотрудничество с общественными организациями может бытьдополнительной положительной характеристикой при взаимоотношениях с государственными, финансовыми структурами. Например,
чтобы получить какой-нибудь льготный кредит, или получить выгодный государственный заказ.
 В-третьих, благотворительность может способствовать укреплению репутации в глазах партнеров. Партнеры, видя, что корпорация оказывает помощь, будут знать, что она достаточно твердо стоит на ногах, что здесь собрались люди, которые не сливки хотят снять, а думают о земле, на которой живут, о городе, об обществе.
Если люди оказывают благотворительную помощь, значит, у них есть деньги, то есть они развиваются, рентабельно существуют, значит с ними стоит иметь дело.

В-четвертых, благотворительная деятельность может способствовать созданию притока квалифицированных клиентов (юридических лиц) через знакомство на почве общей благотворительной деятельности.

Также, хочется отметить, что сегодня существуют некоммерческие общественные организации, занимающиеся непосредственно благотворительностью (они являются как бы посредниками между обладателем средств – предпринимателем - и нуждающейся стороной).

Традиции российских меценатов продолжают в настоящее время фонды, ассоциации и общества, ставящие своей целью поддержку отечественной культуры в самых разных её сферах. Правда, нельзя, на мой взгляд, не признать, что их количество пока ещё ничтожно мало для того, чтобы ситуация в культуре получила тенденцию к изменению в лучшую сторону. Нельзя не увидеть, что шумные действа под вывеской благотворительных акций, претендующие на национальный масштаб, так и остаются действами в границах узкой территории и для избранного круга людей.

Возрождаемая сегодня благородная традиция, безусловно, требует новых форм, которые далеко еще не обрели ни внутренней логики, ни стабильности, ни достойного места в скитаниях современной культуры. Художественная и научная общественность с чувством какой-то ностальгии призывает "новых русских" равняться на Мамонтовых и Третьяковых, хотя, кажется, сама мало верит в то, что они действительно (если не сегодня, то уж завтра точно) придут и выступят не в роли разыгрывающих свою карту спонсоров, а в роли подлинных благотворителей. Дело в том, что на сегодняшний день существует много проблем, стоящих на пути предпринимателей, желающих заниматься благотворительностью.

Сегодня в любом поступке большинство ищет некий тайный смысл, подтекст. «Бедным помогаешь? Значит, в депутаты собрался. Театр спонсируешь? Не иначе как актрису- любовницу завел». Я считаю, что причина этому – нестабильность экономики, порождающая неуверенность в завтрашнем и недоверие к богатым людям, которые склонны «разбрасываться» деньгами.

Так, препятствием благотворительной деятельности является нестабильность экономики, которая в любой момент может обернуться потерями и потребовать незапланированных расходов и вложений. Поэтому всегда нужно иметь резерв, чтобы покрыть убытки. Это означает, что предпринимателю для благотворительности может просто не доставать оборотных средств.

Еще одной проблемой является несовершенство законодательства. Я считаю, что если бы в законодательном порядке было утверждено, что средства, направляемые на благотворительность, шли в затраты предприятия, снижая тем самым налогооблагаемую прибыль, то взносов и пожертвований было бы гораздо больше. В законе «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», принятом в 1995г., закреплена налоговая льгота для предпринимателей 3% от суммы прибыли, идущей на благотворительные цели. Но из-за высоких налогов она практически не работает. Так, вместо того, чтобы разработать стимулы, законодательство создает для благотворителей препятствия. Дело в том, что имущественные пожертвования облагаются налогом, и если, например, коммерческая структура хочет передать школе списанные компьютеры, то придется заплатить государству за свой порыв к милосердию.

Также отрицательное влияние оказывает такой фактор, как недоверие к общественным организациям. Так как все отчетливо помнят смутное время перестройки, когда создавалось огромное количество мошеннических предприятий. Сегодня благотворительность носит адресный характер (без посредников), потому что жертвователи хотят быть уверенными, что их помощь дойдет до реально нуждающихся, хотят видеть, кому они помогают.

Немаловажную роль в решении сделать пожертвования играют рекомендации родственников, знакомых, а также информация из объединений собственно предпринимателей (например, Ротари-клуб). Небольшое число предприятий имеет относительно устоявшиеся контакты с заведениями (главным образом, связанные с государственной опекой), которым оказывают регулярную помощь.

Очень часто жертвователи предпочитают сами приобретать на свои деньги то, что считают необходимым для нуждающихся. Так они обретают уверенность в том, что выделенные на благотворительность деньги никуда не пойдут на сторону. Некоторые предприятия оказывают не финансовую помощь, а бесплатно предоставляют свои услуги, имеющиеся в их распоряжении материальные ценности, товары, например: ставят школам рекламу бесплатно, передают в школу мебель, предоставляют церквям и монастырям саженцы, обеспечивают бесплатную охрану городских мероприятий (День города, 1, 9 мая).

Так, реальная ситуация мало способствует развитию благотворительнойдеятельности. И, наверное, из-за этого спонсорство и меценатство сегодня в немалой степени определяются рациональными (или рационально формулируемыми) мотивами. Это - стремление вкладывать деньги непосредственно, минуя государственные институты, в те или иные непроизводственные сферы. Цели таких вложений могут быть различными - от реализации личных интересов или даже чудачеств, до создания дополнительной рекламы, снижения налогов, развития определенных областей науки или подготовки специалистов определенного профиля и качества. Даже если это и носит характер выполнения морального долга перед обществом, то в достаточно небольшой степени. Свое моральное обязательство удачливый бизнесмен как бы выполняет тем, что создает дополнительные рабочие места и платит налоги, перераспределяющие, таким образом, доходы в пользу общества в целом. Спонсорская деятельность предполагает определенную программу и обоснование целей и результатов вкладывания средств, отчет о расходах и т.д. В некотором роде это финансирование либо с отдаленной выгодой, либо с заведомо рискованным результатом. Но все же - это, хотя и благотворительное, но в какой-то мере деловое предприятие.

Но, тем не менее, я считаю, что, несмотря на наличие негативных факторов, у русских предпринимателей желание помочь есть и останется, поскольку это движение души русского человека.

Одновременно, благотворительность играет большую положительную роль в общественных взаимоотношениях. Феномен благотворительности касается таких основных смысложизненных общественных ценностей, как "общественная справедливость", "добро" и "зло". Благотворительность, рассматриваемая как социальное целое, оказывает существенное влияние на состояние социальной напряженности в обществе или, как иногда говорят, на его нравственно-психологический климат. Она снимает, по крайней мере, частично, остроту противоречия между богатыми и бедными, имущими и неимущими, добровольно дарящими и по своему желанию принимающими эти дары.

Указанные стороны отмеченного выше противоречия, разрешаются с помощью благотворительности в духе особо деликатного по форме и содержанию примирения сторон. Добровольность дара и его принятия снимает социальную напряженность, заменяет ее особым состоянием душевной близости, гражданской незлобивости и примирения, социального конформизма и толерантности.

"Я должен помочь этим неимущим: построить для их детей здание школы, больницу, чтоб мои рабочие и их дети могли бесплатно лечиться в ней", - размышляет современный российский предприниматель. "Конечно, он наживается на нашем труде, обирает и грабит нас, не доплачивает нам за наш труд, - рассуждает рабочий, занятый на современной фабрике.- Но ведь я отлично помню, - продолжает размышлять он, - что до тех пор, пока он приобрел наше предприятие, нам месяцами не выплачивали зарплату, а если и делали это, то не деньгами, а продукцией фабрики. А теперь мы не только регулярно получаем зарплату, фабрика расширяется, мы и наши дети могут бесплатно лечиться в больнице, построенной нашим предпринимателем. Как же нам не благодарить его за это. Мы знаем, сколько безработных еще существует в городе". Такие и аналогичные суждения в отношении многочисленных фактов благотворительности и тех, кто их совершает, широко распространены в разных городах Российской Федерации.

Так, благотворительность вносит весомый вклад в решение проблемы социальной справедливости. Дело здесь заключается не только в том, что многомиллионные благотворительные акции существенно выравнивают уровни доходов, по крайней мере, в тенденции благотворителей, простых рабочих и служащих, но и, прежде всего в том, что они способствуют установлению в обществе принципов социальной справедливости.

Подводя итог, можно сделать вывод, что нынешний опыт благотворительных пожертвований со стороны предпринимателей является преимущественно адресный. Они хотят видеть наглядные результаты своего участия, и поэтому предпочитают оказывать поддержку непосредственно тем, кто в ней, по их мнению, реально нуждается. Чаще всего объектом благотворительности являются дети-сироты, одинокие пожилые люди, инвалиды. Распространенной практикой является предоставление просителям своих услуг, материальных ценностей, товаров на безвозмездной основе, скорее всего из-за того, что процесс официального оформления благотворительной помощи достаточно сложный, и сложно отчитываться перед налоговыми службами в том, что помощь была реально оказана. В этой связи многие предприниматели предпочли бы безвозмездно или с большой скидкой предоставлять общественным организациям свои услуги и материальные ценности.

Ограниченное участие в благотворительных акциях объясняется общей неустойчивой экономической ситуацией, требующей резервных средств, собственными ограниченными возможностями, неблагоприятной системой налогообложения. Серьезным барьером остается недоверие к существующим благотворительным фондам, организациям, неуверенность в том, что переданные средства будут эффективно использованы и удастся достичь реальных результатов.

Тем не менее, очень важно, что представители коммерческих структур, безусловно, готовы оказать поддержку программам, рассчитанным на основные социально уязвимые группы населения. Сотрудничество с общественными организациями, оказываемая им помощь, помимо очень важного морального удовлетворения, способно создать жертвователям дополнительную рекламу, более благоприятный имидж, укрепить деловую репутацию. От общественных организаций ожидается, что они могут оказаться посредниками между бизнесом и властями. Предполагается, что они могли бы лоббировать принятие более либерального налогового законодательства, других форм учета и поощрения благотворительной деятельности бизнеса.
Сама деятельность общественных организаций должна выглядеть для жертвователей прозрачной.

То есть, несмотря на все недостатки российской действительности, препятствующие развитию благотворительности, она является неотъемлемым аспектом поведения предпринимателей. И отличительной чертой благотворительной деятельности отечественных предпринимателей является то, что они руководствуются, как правило, мотивами милосердия, стремятся удовлетворить свои кратковременные интересы и выбирают для этого в партнеры не общественные организации, а государственные структуры. Конечно, современным предпринимателям еще далеко до знаменитых меценатов прошлого, и руководствуются они порой совсем иными целями, но и то, что они делают, имеет огромное значение для общества, и я считаю, что государство должно всячески стимулировать подобного рода деятельность.

Что касается перспектив развития благотворительности в России, то мне кажется, они вполне благоприятны. Это можно заметить как в общесоциологическом смысле, касающемся формирования общероссийского нравственно-психологического климата в целом, благоприятно настроенного по отношению к развитию благотворительности, так и в личностном плане, касающемся социального статуса класса предпринимателей. Оба эти фактора взаимодействует друг с другом, обеспечивая в комплексе благоприятные перспективы развития российской благотворительности.

Подъем экономики, начавшийся в последние годы, рост жизненного уровня народа, происходящий пока очень медленно, в перспективе, мне кажется, может привести к созданию общих благоприятных условий для развития данного социального явления. Здесь опять-таки очень важна государственная поддержка.

Кроме того, рано или поздно и перед предпринимателями встанет вопрос "вечной жизни", что также должно позитивно сказаться на перспективах развития российской благотворительности. Также мне хочется заметить, что дети современных российских предпринимателей получают образование в лучших учебных заведениях мира, а культура, как известно, одно из престижных условий, заставляющих предпринимателей заниматься этой гуманной, подлинно человечной деятельностью.

**Список литературы:**

1)Гавлин М.Л. Российские предприниматели: духовный облик, меценатство// История предпринимательства в России. Книга вторая. Вторая половина 19-го – начало 20-го вв.М.: РОССПЭН, 2000;

2) Журнал «Меценат» № 1,2003."Еще немного и мы преодолеем скользкий путь от гангстеров до филантропов";

3)Журнал «Меценат» №9, 2003. «Социальный портрет современного предпринимателя».