

ДОБРОЧИННІСТЬ ТА МЕЦЕНАТСТВО: ВИТОКИ, СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Успіх діяльності підприємця, могутньої корпорації визначається багатьма чинниками і, зокрема, взаємозв'язком типу: «підприємець – суспільство». Одним із важливих проявів життєдіяльності підприємця є його почуття відповідальності перед суспільством. Здавна підприємці, купці та промисловці намагалися досягти суспільного визнання за допомогою «позаекономічних» дій, що користувалися б у суспільстві високим престижем. Так виникла концепція «служіння бізнеса суспільству», початковими формами якої були доброчинність і меценатство.

Існують декілька чинників виникнення та розвитку практики доброчинності та меценатства. По-перше, суто суб'єктивний чинник, пов'язаний, з одного боку, із прагненням верстви купців та промисловців задовольнити власні марносластво та амбіції; з іншого, з особистісним устремлінням підприємця виправдати, з моральнісних позицій, свій достаток та діяльність по його накопиченню. Концентруючи великі кошти, промисловці, купці, банкіри використовували їх із великою щедрістю як пожертвування на храм. Поступово ідея доброчинності з релігійно-моральних мотивів поступилася місцем ідеї служіння суспільним інтересам.

По-друге, політичний чинник. На мотивацію поведінки підприємців суттєвий вплив здійснює дух державності. Так, зокрема, свого часу на теренах Російської імперії була сильно розвинута «ідеологія служіння» державі, суспільству[1].

По-третє, соціальний чинник. Доброчинність та меценатство, почасти, сприяли зменшенню соціальної напруги в суспільстві, що породжувалася розвитком бізнесу. Показовою у цьому контексті є благодійна діяльність

таких російських підприємців, як Коновалова, Прохорова, Бахрушина , братів Миколи та Федора Терещенків[2].

Аналіз практики благочинства в Російській імперії, показує, що з часом у ній зароджується нова традиція, яка користувалася значним суспільним престижем, – меценатство – добровільна діяльність, спрямована на матеріальну, фінансову підтримку культурних інституцій (музеїв, виставок, театрів, мистецьких шкіл та інших громадських культурних закладів); колекціонування пам'яток духовної культури з подальшою перспективою передавання їх у просвітницькі центри. До найбільш відомих меценатів дореволюційної Росії варто віднести С.Т.Морозова, С.І. Мамонтова, М.Терещенка[3].

Суспільство традиційно відмовляє заможним у визнанні, навіть, добрих намірів, перебуваючи у постійних пошуках (зазвичай, успішних), так званих, «істинних намірів» благочинників. Певною мірою, критичне ставлення суспільства до підприємців та їх діяльності має підґрунтя.

У своїй благочинній діяльності підприємці керуються матеріальними, духовними та моральнісними міркуваннями водночас. Мотиви ці є тісно переплетеними й головним мірилом їх суспільної користі, можливо, варто визнавати те, що саме підприємці залишили та залишають після себе нащадкам.

У сучасному світі ставлення громадськості до практики доброчинності та меценатства також не є однозначним. З одного боку, будь-які кроки фізичних чи юридичних осіб, що спрямовані на підтримку конкретної людини чи заходу сприймаються суспільством однозначно позитивно. З іншого, у таких заходах часто і громадськість, і держава вбачають шляхи мінімізації податків[4].

У більшості розвинутих країн влада заохочує створення благочинних фондів, надаючи їм пільги при оподаткуванні [5].

Сучасні вітчизняні та зарубіжні підприємці (Р.Ахметов, сім'я Пінчуків, О.Фельдман, В.Співаков, Б.Гейтс, Г.Форд, Дж. Кларк, Дж.Сорос та інші) відроджують практику меценатства та доброчинності [6,7].

Отже, найбільш далекоглядні та освічені підприємці здавна й дотепер сприймають доброчинність як довгострокове капіталовкладення на соціальні потреби суспільства.

Меценатство та доброчинність виступають найбільш поширеним видом спрямування матеріальних ресурсів на вирішення соціальних проблем - соціального інвестування заможних людей.

Головна роль у формуванні механізму, який робив би благочинні вчинки престижними, відводиться, безумовно, державі. Український досвід засвідчує, що знищення пільг, необхідність сплачувати податки із благочинних коштів зумовлює згортання діяльності благочинних організацій [8]. Держава має побачити в меценатах, спонсорах, благочинних фондах своїх партнерів у вирішенні соціальних проблем. Необхідна, насамперед, законодавча база, яка б зняла перешкоди на шляху доброчинності.

Отже, модель соціально орієнтованого підприємництва виступає найбільш адекватною та перспективною для економічного розвитку як з позицій комерційного розрахунку, так і з позицій моралі.

1. Боткина А. П.М.Третьяков в жизни и искусстве. –М.: Высш.шк., 1991. -351с.

2.www.okipr.ru

3.Там само.

4. <http://taxua.it-blogs.com.ua>

5. www.mbfportal.com

6.news.stanford.edu

7. Кс. Карпенко. Искусство требует пожертвований // Корреспондент. 16 декабря 2011.

8. Для порівняння: за даними журналу «Корреспондент» від 9 березня 2012 року, у західноєвропейських країнах філантропи користуються податковими пільгами, наприклад, можуть зменшувати свій дохід, що обкладається податком, на суму зроблених пожертвувань. У США вони зовсім звільнені від податку з доходів фізичних осіб на федеральному рівні. Вітчизняні ж благодійники не тільки не мають пільг, а й сума пожертвувань обкладається податком з доходів фізичних осіб. (Із статті К. Тимків «Швидка допомога».).