

М. Э. Елютина, Ю. Э. Андропова

ПРАКТИКИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В ОЦЕНКАХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация.

Актуальность и цели. Практики благотворительности в сфере предпринимательства являются эффективным механизмом социального научения, помощи и источником финансовых средств, направленных на решение социальных проблем общества, механизмом смягчения социальной напряженности. Актуальность изучения гендерных различий благотворительной деятельности в среде предпринимателей обусловлена необходимостью поиска мобилизационных ресурсов для активизации их благотворительных инициатив и практик в условиях реформирования системы социальной поддержки и защиты населения. Цель работы – выделить и охарактеризовать гендерные различия практик благотворительности в предпринимательстве.

Материалы и методы. Эмпирическую базу представляют глубинные интервью, проведенные среди мелких и средних предпринимателей ($n = 24$) по месту их работы. Исследование проводилось в г. Саратове в период с января по апрель 2016 г. Количество респондентов обусловлено насыщением кодировочных категорий (интервью с новыми респондентами не дают исследователю нового понимания для раскрытия темы).

Результаты. В рамках качественного авторского исследования определяются гендерные особенности содержательного наполнения практик благотворительности. Выделены субъектная направленность благотворительной деятельности, а также факторы риска предпринимательской благотворительности в гендерном аспекте.

Выводы. Гендерная дифференциация практик предпринимательской благотворительности касается их содержательно-структурных характеристик: направленности благотворительной социальной помощи и поддержки, выбора объекта благотворительности, средств реализации благотворительной активности. В качестве основных факторов риска предпринимательской благотворительности названы недоверие к благотворительным фондам, а также недостаток экономических и правовых стимулов для развития системы участия предпринимателей в благотворительной деятельности.

Ключевые слова: предпринимательство, гендер, благотворительность, меценатство.

М. Е. Elutina, Yu. E. Andronova

CHARITY PRACTICES IN ASSESSMENTS OF ENTREPRENEURS: A GENDER ASPECT

Abstract.

Background. Charity practices in the field of entrepreneurship is an effective mechanism of social learning, support and a source of funds to address social problems, a mechanism to mitigate social tensions. The relevance of the study of gender differences in charitable activities among businessmen is caused by the need to search for the mobilization of resources to enhance their charitable initiatives and practices in terms of reforming the system of social support and protection of the

population. The purpose of the study is to identify and characterize gender differences in charity practices of business people.

Materials and methods. The empirical base consisted of in-depth interviews conducted among small and medium-sized enterprises ($n = 24$) at their places of work. The study was conducted in the city of Saratov in the period from January to April 2016. The number of respondents was conditioned by the saturation of the coding categories (interviewing new respondents couldn't give researchers a new understanding to disclose the topic).

Results. The qualitative authors' study defines a gender-specific substantive content of charity practices. The article distinguishes a subjective orientation of charitable activities, as well as charity risk factors for business from a gender perspective.

Conclusions. Gender differentiation of charity practices by business people relates to their content-structural characteristics: orientation of charitable social assistance and support, choice of an object for charity, means of implementation of charitable activities. The main risk factors of business charity are a distrust to charitable foundations as well as a lack of economic and legal incentives to develop a system of entrepreneurs' participation in charitable activities.

Key words: entrepreneurship, gender, charity, philanthropy.

Предпринимательская деятельность является важным элементом рыночной экономики и обеспечивает экономический рост, производство разнообразных товаров, призванных удовлетворить качественно изменяющиеся потребности социума, его различных слоев и индивидов. В условиях экономического кризиса в России ограничены возможности государства в проведении активных общественных преобразований. Предпринимательская благотворительность способна результативно справляться с решением важных социальных проблем общества.

В соответствии с Федеральным законом от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» под благотворительностью понимается 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 концепт благотворительности всегда нормативно нагружен в направлении добровольной помощи другим лицам за счет собственного благосостояния и (или) свободного времени при условии, что оказание этой помощи не наносит вреда другим лицам и осуществляется в рамках закона. Для нас особый интерес представляет рассмотрение гендерного аспекта практик благотворительности среди мелких и средних предпринимателей.

Гендерная тематика становится фундаментальным трендом научных исследований на индивидуальном уровне, в семье, и на макроуровне – в обществе. В работах С. Барсуковой [2], Л. Бабаевой [3], Е. Мезенцевой [4] анализируются важные аспекты женского предпринимательства: карьера, занятость, сфера деятельности. Результаты исследований фиксируют рост числа женщин, вовлеченных в предпринимательскую деятельность, что не соответствует традиционному представлению о распределении социальных ролей [5]. При этом отмечается, что социальная ответственность женщин в предпринимательстве выше, чем у мужчин. Проявлением этой социальной ответственности является, с одной стороны, ориентация на гуманный менеджмент, учи-

тывающий человека во всех его проявлениях, с другой – выраженная ориентация на социальную помощь. Женщины все чаще становятся организаторами, лидерами, штатными сотрудниками и активистами благотворительных организаций, представляют собой добровольный неоплачиваемый актив волонтеров [6].

Тем не менее практики предпринимательской благотворительности с точки зрения гендерного анализа остаются мало изученным вопросом, что и обуславливает интерес к выбранной проблеме.

Эмпирическая база представлена авторским качественным исследованием, проведенным в период с января по апрель 2016 г. в г. Саратове. Глубинные интервью проводились с мелкими и средними предпринимателями ($n = 24$) по месту работы. При формировании выборки мы руководствовались основным критерием идентификации представителей малого и среднего предпринимательства, установленным ст. 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»¹. Применялся метод «снежного кома», когда каждому информанту в конце интервью был задан вопрос: «Можете ли Вы порекомендовать предпринимателя из своего окружения?». Количество респондентов обусловлено насыщением кодировочных категорий (интервью с новыми респондентами не дают исследователям нового понимания для раскрытия темы). Интервью имели различную длительность – от 35 до 55 минут. При проведении интервью сложность состояла в жестком ограничении времени интервью со стороны респондентов.

По результатам нашего исследования, респонденты определяют благотворительность как универсальную общечеловеческую ценность, являющуюся одним из основных атрибутов гражданского общества:

По сути, благотворительность – это любая безвозмездная помощь, в первую очередь, конечно, помощь детям, инвалидам, животным бездомным, волонтерские организации (женщина, 1981 г.р.).

В то время как женщины понимают под благотворительностью любую безвозмездную помощь, мужчины акцент делают главным образом на материальной помощи. Эту мысль в концентрированном виде выразил респондент, выделивший в качестве основного содержания благотворительной деятельности факт перечисления денег:

Благотворительность – это перечисление денег на счет инвалидов, воспитанников детских домов, другими словами, материальная помощь (мужчина, 1960 г.р.).

Необходимым условием благотворительности является, по мнению опрошенных женщин-предпринимателей, не только наличие материальных и иных ресурсов, но и времени, которое может быть потрачено на помощь и поддержку:

Благотворительность – это помощь в разном ее понимании. Например, даже сдать кровь – это уже сделать благое дело нуждающимся. Часто бывает, что есть желание, но нет свободного времени (женщина, 1973 г.р.).

¹ Единый инвестиционный портал. – URL: <http://investmoscow.ru/investor-guide/small-and-medium-business/which-business-is-small-or-medium/> (дата обращения: 23.09.2015).

Респондентки подчеркивали тот факт, что из-за нехватки времени, связанной главным образом с традиционной несбалансированностью профессиональных и семейных обязанностей, они не могут построить разумной стратегии благотворительной деятельности:

У меня ребенок еще несамостоятельный. Я целый день работаю. Хорошо, что мама по хозяйству помогает. Не получается везде успевать. Потому и благотворительность у меня какая-то фрагментарная. Я абсолютно не жадная, могу подать женщине на улице, если вижу бабушку, то даже не задумываюсь. Есть деньги, их и подаю. Считаю, что лучше ей подать, чем отдать непонятно на что (женщина, 1980 г.р.).

Как показали результаты нашего исследования, гендерные различия проявились в объектах адресации благотворительной деятельности. Дети, пожилые люди, инвалиды, животные являются главными адресатами благотворительности опрошенных женщин-предпринимателей, другими словами, их усилия в первую очередь направлены на решение первостепенных социальных проблем, имеющих непосредственное отношение к жизни и здоровью самых нуждающихся и незащищенных слоев населения и животных. Деятельность, которая связана с развитием культуры, искусства, а также с образованием, научными исследованиями, оказалась более значима для мужчин-предпринимателей:

Считаю полезным помогать в получении среднего и высшего образования, содействовать в развитии искусства, научных исследований в перспективных областях (мужчина, 1971 г.р.).

По результатам исследования, мужчины не склонны скрупулезно считать деньги, выделенные на благотворительную деятельность:

Если уж я безвозмездно помогаю нуждающимся, то я не задумываюсь о сумме пожертвования. Хочу, чтобы мой денежный вклад был замечен (мужчина, 1989 г.р.).

Этот факт подтвержден и другими авторами, указывающими на дух соперничества в сфере благотворительности. Суммы пожертвований мужчин на благотворительность могут зависеть и от привлекательности нуждающегося человека¹.

В представлениях наших респонденток благотворительность неразрывно связана с такими качествами, как «чувство совести», «ответственность», «сострадание», «нравственный долг»:

Я где-то прочитала правильную мысль о том, что человек больше богатства. Он потому и человек, что может не только думать о своем комфорте, но и помогать тем, кто его лишен. Это его нравственный долг (женщина, 1973 г.р.).

Благотворительность, по мнению респонденток, инициируется религиозными убеждениями, где любовь к ближнему – это в первую очередь накормить голодного, напоить жаждущего. Благотворительность в религиозном аспекте является необходимым условием личного нравственного здоровья:

Я отношу себя к верующим и считаю, что вера в Бога и благотворительность неразрывно связаны. Стараюсь проявлять милосердие и справедливость и соблюдать каноны Библии (женщина, 1968 г.р.).

¹ Материалы портала «Научная Россия». – URL: <http://scientificrussia.ru/articles/muzhchiny-i-blagotvoriteljnostj> (дата обращения: 12.05.2016).

Исследователи отмечают, что религия в жизни женщин, как правило, играет большую роль, нежели в жизни мужчин¹.

Респонденты же полагают, что участие в благотворительных акциях в большей степени зависит от индивида и институциональных опций, а не от традиций. По нашим данным, мужчины подходят к благотворительности более рационально, ее реализация должна быть, по их мнению, упорядочена с «точки зрения предпочтений». Для них значимыми оказались конкретные и ощутимые результаты благотворительной деятельности. В качестве такого результата респондент указал на подтверждение своих возможностей в предпринимательской деятельности:

Если я реализую какие-либо благотворительные инициативы, то я делаю вывод – дела мои идут в гору, я успешный предприниматель, у меня есть потенциал (мужчина, 1968 г.р.).

В данном случае благотворительность рассматривается как институциональный инструмент повышения удовлетворенности собственным предпринимательским проектом. Результаты исследований других авторов фиксируют тот факт, что мужчин в большей степени, чем женщин, привлекают бонусы и положительный общественный резонанс их благотворительных акций².

Мы попытались также выяснить факторы, препятствующие участию в благотворительной деятельности. Респонденты указали на следующие моменты.

Во-первых, масштабы благотворительной помощи зависят от доходности предпринимательской деятельности:

Если я являюсь предпринимателем, это еще не говорит о том, что у меня есть лишние деньги. Я вынужденно занимаюсь своим бизнесом, так как жить нужно на что-то, семью кормить (женщина, 1960 г.р.).

У крупных предпринимателей больше ресурсов для систематической материальной и иной помощи, чем у представителей мелкого и среднего бизнеса. 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 зачастую сводят концы с концами. Таким предпринимателям нередко и самим требуется благотворительная помощь³.

Во-вторых, фактором риска для благотворительной деятельности, по мнению респондентов, как мужчин, так и женщин, выступает недоверие к деятельности общественных благотворительных фондов и организаций:

Я думаю, что благотворительные фонды созданы все же для отмывания денег. Мне рассказывали, что сотрудники фонда берут лучшее из гуманитарной помощи себе. Ну как после этого доверять этим фондам?!» (мужчина, 1974 г.р.).

¹ Религиозность россиян и европейцев. – URL: [http://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/96/2010_2\(96\)_10_Kofanjva.pdf](http://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/96/2010_2(96)_10_Kofanjva.pdf) (дата обращения: 14.05.2016).

² Добровольчество в России: потенциал участия молодежи. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=111713> (дата обращения: 12.05.2016).

³ Женщины в благотворительных организациях России. – URL: <http://www.a-z.ru/women/texts/zelikovar.htm> (дата обращения: 19.05.2016).

В качестве причин недоверия к деятельности благотворительных фондов респонденты назвали: «непрозрачность их деятельности», «ощущение виртуальности», «не во всех случаях можно убедиться, что переведенные средства дошли до адресата», «инициируется чувство неловкости из-за небольшого пожертвования». Респонденты указали на стремление помогать нуждающимся людям напрямую, без каких-либо посредников:

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.р.).

Как показало наше исследование, женщины в большей степени склонны к сотрудничеству с благотворительными организациями, чем мужчины, так как, по их мнению, «эти организации выполняют свое предназначение и заточены на оказание помощи и поддержки».

В-третьих, в качестве фактора, препятствующего участию в благотворительной деятельности, респонденты назвали несовершенство нормативно-правовой базы и системы налогообложения для благотворителей. Отметим, что 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 Конституции сказано, что благотворительность поощряется, однако уточнения данной формулировки нет [7]. Нет также ясности, в чьи обязанности входит поощрение благотворительности. Следовательно, функция поощрения такого рода деятельности ни за одним государственным органом не закреплена. В соответствии с Налоговым кодексом РФ расходы, связанные с осуществлением благотворительной деятельности, не учитываются. С точки зрения исчисления и уплаты налога на прибыль организациям невыгодно заниматься благотворительной деятельностью. Большинство опрошенных мужчин-предпринимателей подчеркивали значимость получения налоговых вычетов при осуществлении благотворительной деятельности:

Моя организация не является благотворителем, но благотворительную помощь, бывает, я оказываю. А вот с системой налогообложения у нас в стране все сложно... Для государства важно участие граждан в благотворительности, а вот меры по получению налоговых вычетов не принимаются (мужчина, 1989 г.р.).

В-четвертых, информанты отметили отсутствие информационной и пропагандистской поддержки благотворительной деятельности:

На мой взгляд, было бы эффективно, если на местном телевидении говорили в разы чаще, что сегодня, мол, такой-то гражданин купил игрушки в детский дом и показали бы видеотчет. Это образец для общества, каким нужно быть (женщина, 1987 г.р.).

Коммерциализация деятельности СМИ привела к удалению «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 компании [8]. К примеру, всероссийский телемарафон «Всем миром», прошедший 29 сентября 2013 г., собрал более

830 млн рублей, которые были распределены среди жертв наводнения на Дальнем Востоке¹. По мнению информантов, необходимы меры, направленные на активизацию мотивации предпринимателей к заботе не о своем материальном благе, а об имидже своей нравственно оправданной в глазах большинства населения деятельности.

В целом гендерные особенности являются одним из основных факторов, оказывающих влияние на участие в благотворительности. Исходя из результатов нашего исследования, можно сделать вывод о наличии выраженной восприимчивости женщин-предпринимателей к участию в благотворительной деятельности. Их мотивация основывается главным образом на этических ценностях и имеет ярко выраженную эмоциональную составляющую. Для мужчин-предпринимателей важны прагматические моменты, основанные на рациональном сопоставлении ожидаемых издержек и выгод при различных вариантах благотворительной активности, связанные с имиджем, конкурентоспособностью, рейтингом. На сегодняшний день в России отсутствует прозрачность деятельности благотворительных фондов, что, соответственно, вызывает недоверие у большинства предпринимателей; имеется дефицит экономических и правовых стимулов для развития системы участия предпринимателей в благотворительной деятельности. Формирование этих 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.

Список литературы

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях : Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) // СПС «Консультант-Плюс».
2. **Барсукова, С. Ю.** Специфика женского предпринимательства. Способы адаптации населения к новой социально-экономической ситуации в России / С. Ю. Барсукова. – М., 1999.
3. **Бабаева, Л. В.** Женщины России в условиях социального перелома: работа, политика, повседневная жизнь / Л. В. Бабаева // Российский общественный научный фонд. Научные доклады. – М., 1996.
4. **Мезенцева, Е. Н.** Трудовые права в современном российском контексте / Е. Н. Мезенцева // Права женщин в России: исследование реальной практики их соблюдения и массового сознания. – М. : МЦГИ, 1998.
5. **Мельник, А. С.** Карьера руководителя в современных российских условиях: гендерный аспект : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Мельник А. С. – Екатеринбург, 2004. – 22 с.
6. **Климова, С. В.** Предпринимательство России в постсоветском контексте: социологические параметры / С. В. Климова // Повседневная жизнь россиян: социологический дизайн : материалы науч.-практ. конф. «Дыльновские чтения». – Саратов : Наука, 2014. – С. 407–411.
7. **Сулакшин, С. С.** Социальная доктрина. Макет-проект / С. С. Сулакшин. – М. : Научный эксперт, 2010. – С. 164.

¹ Официальный сайт Первого канала. О проекте «Всем миром». – URL: http://www.1tv.ru/sprojects_in_detail/si=5934 (дата обращения: 25.09.2015).

8. **Вострухова, В. Н.** Социокультурная регуляция благотворительной деятельности в современных российских бизнес-процессах / В. Н. Вострухова. – М. : МГИМО, 2006. – 142 с.

References

1. *O blagotvoritel'noy deyatel'nosti i blagotvoritel'nykh organizatsiyakh : Federal'nyy zakon ot 11.08.1995 № 135-FZ (red. ot 05.05.2014)* [On charitable activities and charitable organizations: the Federal law from 11.08.1995 № 135-FZ (revised on 05.05.2014)]. RRS «ConsultantPlus».
2. Barsukova S. Yu. *Spetsifika zhenskogo predprinimatel'stva. Sposoby adaptatsii nasele-niya k novoy sotsial'no-ekonomicheskoy situatsii v Rossii* [A specific character of woman's entrepreneurship. Population's adaptation means to a new socioeconomic situation in Russia]. Moscow, 1999.
3. Babaeva L. V. *Rossiyskiy obshchestvennyy nauchnyy fond. Nauchnye doklady* [Russian public scientific foundation. Scientific reports]. Moscow, 1996.
4. Mezentseva E. N. *Prava zhenshchin v Rossii: issledovanie real'noy praktiki ikh soblyu-deniya i massovogo soznaniya* [Rights of women in Russia: a research of real practice of observance thereof and mass conscience]. Moscow: MTsGI, 1998.
5. Mel'nik A. S. *Kar'era rukovoditelya v sovremennykh rossiyskikh usloviyakh: gendernyy aspekt: avtoref. dis. kand. sotsiol. nauk: 22.00.06* [The top manager carrier in modern Russian conditions: a gender aspect: author's abstract of dissertation to apply for the degree of the candidate of sociological sciences]. Ekaterinburg, 2004, 22 p.
6. Klimova S. V. *Povsednevnyaya zhizn' rossiyan: sotsiologicheskii dizayn: materialy nauch.-prakt. konf. «Dyl'novskie chteniya»* [Everyday life of Russian: a sociological design: proceedings of the scientific and practical conference "Dilnovskie readings"]. Saratov: Nauka, 2014, pp. 407–411.
7. Sulakshin S. S. *Sotsial'naya doktrina. Maket-proekt* [The social doctrine. A sample project]. Moscow: Nauchnyy ekspert, 2010, p. 164.
8. Vostrukhova V. N. *Sotsiokul'turnaya regulyatsiya blagotvoritel'noy deyatel'nosti v so-vremennykh rossiyskikh biznes-protsessakh* [Sociocultural regulation of charitable activities in modern Russia business processes]. Moscow: MGIMO, 2006, 142 p.

Елутина Марина Эдуардовна

доктор социологических наук,
профессор, заведующая кафедрой
социологии социальной работы,
Саратовский национальный
исследовательский государственный
университет им. Н. Г. Чернышевского
(Россия, г. Саратов, ул. Астраханская, 83)

E-mail: elutina133@mail.ru

Elutina Marina Eduardovna

Doctor of sociological sciences, professor,
head of sub-department of social work
sociology, Saratov National Research
State University named after
N. G. Chernyshevsky
(83 Astrakhanskaya street, Saratov, Russia)

Андронов Юлиа Эдуардовна

аспирант, Саратовский национальный
исследовательский государственный
университет им. Н. Г. Чернышевского
(Россия, г. Саратов, ул. Астраханская, 83)

E-mail: Andronova.91@inbox.ru

Andronova Yuliia Eduardovna

Postgraduate student, Saratov National
Research State University named after
N. G. Chernyshevsky
(83 Astrakhanskaya street, Saratov, Russia)

УДК 316.334.2

Елютина, М. Э.

Практики благотворительности в оценках предпринимателей: гендерный аспект / М. Э. Елютина, Ю. Э. Андропова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 3 (39). – С. 121–129. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-3-12