



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

К. Бендукидзе

Социальная ответственность российского бизнеса

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Bendukidze_44.pdf

Перепечатка с сайта Московской школы
политических исследований

<http://msps.ru>

URL: <http://www.civisbook.ru>

Завершая, хотел бы сказать, что крупный бизнес — это локомотив российской экономики на пути построения современного демократического общества с развитой инфраструктурой. Но это именно локомотив, он не отвечает за обслуживание

вагонов, за то, сколько их и кто в них едет. За это отвечают гражданское общество, малый и средний бизнес. Правила движения локомотива также определяются не бригадой машинистов, а обществом. Если они носят слишком ограничительный

характер или не соответствуют техническим возможностям локомотива, локомотив от этого не сойдет с рельсов, но будет вести состав слишком медленно, и пассажиры могут умереть от старости, так и не доехав до станции назначения.



*Каха Бендукидзе,
Председатель правления ОАО «Уральские машиностроительные заводы»*

ГОВОРЯ О БИЗНЕСЕ и социальной ответственности в России, можно долго рассказывать о многочисленных фактах, как люди давали деньги на расцвет наук, искусств и ремесел. Но я хотел бы этот феномен корпоративной филантропии рассмотреть более внимательно. Я против благотворительности корпораций, и вот почему.

Представим себе, что вы кому-то одолжили 100 тысяч рублей на полгода. А через полгода вам возвращают только 90, потому что 10 тысяч ваш должник отдал на благотворительность. Или — вы приходите в Сбербанк, куда положили деньги под 12 процентов годовых, но вместо 12-ти получаете 9,37 процента, поскольку у банка благотворительная программа и его руководители за социально-ответственный бизнес.

Возникает вопрос: какая разница, если ваши деньги потратил другой человек или корпорация с большим числом акционеров, которых

никто об этом не спросил, хотя бы они потратили деньги именно таким образом?

У этой проблемы три аспекта: теоретический, ценностный и практический. С теоретической точки зрения благотворительность как таковую никто не оспаривает. Она существует, и это замечательно, но лишь в том случае, когда вы ничего не получаете взамен. А если благотворительностью занимаются с целью рекламы, если спонсор дает деньги для того, чтобы о нем говорили и к нему хорошо относились — это уже совершенно другое. На самом деле, благие деяния совершаются гражданами, поскольку это нечто, связанное с душой. Но мне трудно подозревать наличие души у акционерных обществ, когда корпорация, например, занимается рекламой, направленной на создание ее образа, смягчающего отрицательное отношение потребителей или наемных рабочих. Причем здесь благотворительность?

Переходя отсюда к практическому аспекту проблемы, хочу обратить внимание еще на следующее. Иногда по телевидению показывают фильмы, где в титрах пишут: «снят при содействии такого-то ОАО и лично его президента». Получается, что эта корпоративная благотворительность и есть в данном случае не что иное, как потребность весьма амбициозных людей в саморекламе за чужой счет.

Таким образом, в действительности, когда идет речь о корпорациях, где много владельцев, перед нами либо специальный вид рекламы, либо удовлетворение амбиций отдельных руководителей с ущемлением прав других владельцев.

Как известно, одним из крупнейших благотворителей в современной России на ниве культуры был банк «Чара». Банк действовал именно по этой схеме, это была чистой воды пирамида. То есть деньги частью вкладывались во что-то, час-



Пабло Пикассо. Художник и вязальщица. 1927

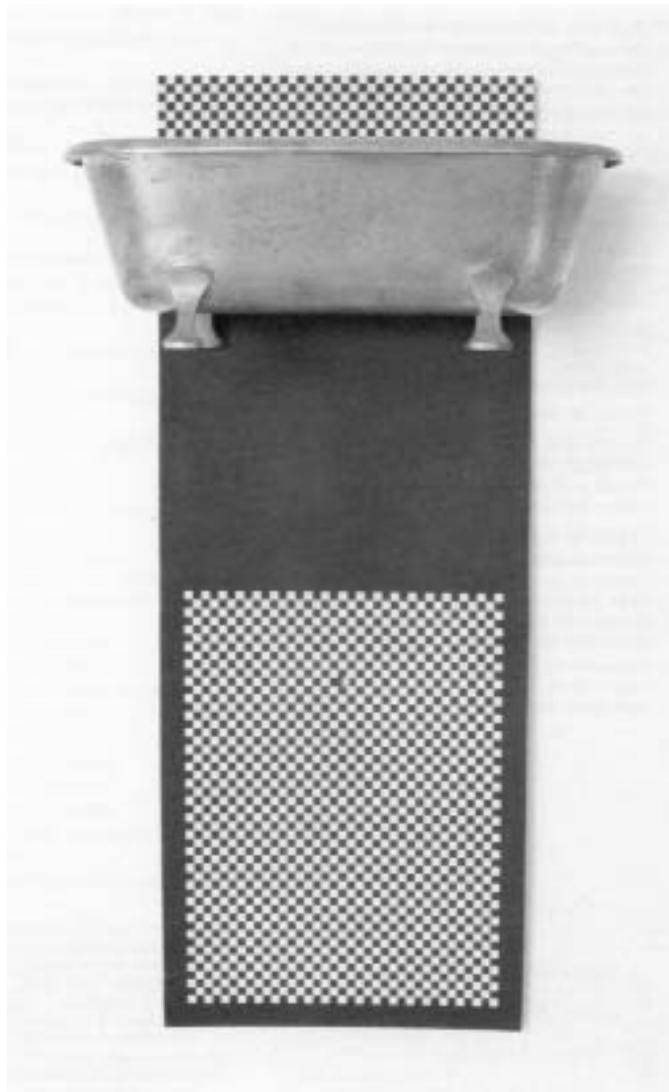
тью тратились на выплаты очень больших процентов, а частью шли на благотворительность. Господин Мавроди, президент «МММ», широко спонсировал разного рода музыкальные мероприятия, дарил деньги студии, на съемку фильмов, занимаясь благотворительностью за ворованные, по сути, деньги.

Существенным моментом здесь (причем, не только в России) является перекошенная, уродливая система налогообложения. Она была порождена левой волной, поднявшейся особенно после второй мировой войны. Эта система культивирует корпоративную благотворительность в гораздо большей степени, чем она развивалась бы, исходя из задач чистой рекламы или просто эгоцентрических устремлений руководи-

телей компаний. Если посмотреть, кто является сегодня крупными благотворителями в США, в Европе и в России, то мы обнаружим, что в Соединенных Штатах подавляющее число благотворителей — это конкретные люди, в Европе людей меньше и достаточно много корпораций, а в России, как правило, только корпорации. Это напрямую связано с тем, как формируются налоги: в Америке основная часть налогов поступает от частных лиц, в Европе — в основном от корпораций, в России подавляющую часть налогов платят в первую очередь корпорации, тогда как налогообложение частных лиц составляет очень небольшую долю.

О чем это говорит? Об отделении налога от человека. Когда вам говорят, что ваш налог маленький, а у компаний есть налог на добавленную стоимость, а вы его никогда не платили сами и знаете о нем абстрактно, то не думаете о том, что это ваши же деньги. И, следовательно, вас просто обманули.

Благотворительность превращена в разновидность бизнеса. В частности, оборот благотворительных организаций только на территории Москвы и Московской области составляет полтора миллиарда долларов в год. И не потому, что власть на этой территории такая добрая, а потому что существует своего рода «ипотечная контора» по отмыванию денег. Есть не-



Герфрд Даас. Акустика. 1990

сколько крупных благотворительных фондов, которые занимаются предоставлением услуг по минимизации налогообложения на производственной основе.

Резюмируя, хочу сказать, что социальная ответственность бизнеса, если говорить о ней в более широком смысле, а не только о корпоративной благотворительности, это — в первую очередь ведение са-

мого бизнеса, во вторую очередь — ведение бизнеса, и в третью очередь — ведение бизнеса. Никакой другой ответственности у бизнеса быть не может. Вообще, ответственность — это нечто, как я сказал уже, характеризующее человека, а не юридическое лицо.

Так что стоит говорить об ответственности не бизнеса, а бизнесменов. Почему это-

му уделяется повышенное внимание? Я думаю, в силу двух обстоятельств, одно из которых является очевидным, когда мы понимаем, что деньги являются мерилем не только покупательной способности, но и нашей личной способности и желания воздействовать на общество. И второе обстоятельство: люди, у которых денег больше, тем не менее, не всегда хотят воздействовать на общество в лучшую сторону. Почему? Ответ, на первый взгляд, тоже, казалось бы, очевиден: значит, они не обладают некими сокровенными знаниями о ценностях. Но это, на первый взгляд, поскольку встает вопрос: а хотят ли россияне сами, чтобы они воздействовали на общество в лучшую сторону?

По степени ясности восприятия проблем нашей страны и процессов, в ней происходящих, бизнесмены входят в наиболее понимающую часть общества. Для них неэффективно работающий государственный аппарат — не сочетание слов, вычитанное в газетах, также как фраза «наша налоговая система несовершенна» — результат ежедневного ощущения этого несовершенства. В этом смысле возможность бизнеса адекватно оценивать ситуацию наверняка выше, чем у среднестатистического гражданина Российской Федерации. Но было бы неправильно, исходя из этого, тем не менее, фетишизировать саму способность бизнеса адекватно реагировать на вещи.