

КАК СТИМУЛИРОВАТЬ РАЗВИТИЕ МЕЦЕНАТСТВА И КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БЕЛАРУСИ.

Взгляд бизнеса.

Исследование «Либерального клуба»

Вадим Можейко

Резюме

- *В последние 5 лет практики меценатства / КСО в Беларуси стали шире и системнее, но в то же время далеко не все компании (даже крупные) стратегически подходят к этому направлению деятельности.*
- *Поскольку крупные международные игроки могут задавать стандарты КСО-активности на белорусском рынке, то более активный приход в Беларусь иностранного капитала способствовал бы распространению лучших практик из мирового опыта КСО.*
- *Международный бизнес привносит в Беларусь не только стандарты корпоративной социальной ответственности, но и стандарты открытости.*
- *У белорусских стейкхолдеров на сегодняшний день не сформировалось единого подхода к определению меценатства, спонсорства и КСО, что является преградой для взаимопонимания.*
- *Сложность применения Указа №300, отсутствие официальных разъяснений, риски штрафов из-за несущественных нарушений снижают интерес бизнеса к меценатству / КСО.*
- *Предложения различных стейкхолдеров (государство, эксперты, бизнес) по совершенствованию Указа №300 почти по всем вопросам не являются взаимоисключающими, однако и не совпадают, но дополняют друг друга, позволяя взглянуть на ситуацию с разных сторон.*
- *Для стимулирования дальнейшего развития меценатства / КСО в Беларуси необходимо в первую очередь усиление коммуникации между различными стейкхолдерами. Также факторами, непосредственно влияющими на развитие меценатства / КСО, являются повышение международной открытости Беларуси и устойчивости белорусской экономики, уход от искусственной политизации вопросов получения помощи.*
- *Значительно и системно развитию меценатства / КСО способствовали бы введение налоговых льгот, усиление символических стимулов и задействование механизма институционализированного диалога. И если введение налоговых льгот остается в лучшем случае среднесрочной перспективой, то начинать диалог и задействовать символические стимулы возможно уже в самой ближайшей перспективе.*

Введение

Меценатство и корпоративная социальная ответственность (КСО) – это практики не только дающие ресурсную поддержку социально важным проектам, но и способствующие укреплению общественных связей, налаживанию диалога и взаимопонимания, ведущие к устойчивому

развитию.

Их важность подкрепляется тем фактом, что меценатство и КСО являются консенсусной темой: все в целом согласны, что это полезные практики, которые необходимо культивировать. Следовательно, работа в этом направлении уже сама по себе может позволить сблизить различных стейкхолдеров и способствовать укоренению традиции цивилизованной общественной дискуссии в Беларуси. Это также является одной из главных целей деятельности ОО «Дискуссионно-аналитическое сообщество «Либеральный клуб», чем и обусловлен наш исследовательский интерес к теме меценатства и КСО.

Целью исследования является выявление эффективных способов стимулирования меценатства и корпоративной социальной ответственности в Беларуси.

Задачи:

- проанализировать нормативно-правовую базу и выявить направления для ее совершенствования;
- проанализировать опыт белорусского бизнеса, занимающегося меценатством / КСО, и выявить сопутствующие и препятствующие этому факторы;
- определить рекомендации для стейкхолдеров, выполнение которых способствовало бы развитию практик меценатства / КСО в Беларуси.

Объектом исследования выступают практики меценатства и корпоративной социальной ответственности в Беларуси. **Предмет исследования** – стимулирование развития меценатства и корпоративной социальной ответственности в Беларуси

Методология исследования

Основным методом получения первичных данных стали полуструктурированные направленные экспертные интервью, которые проводились весной 2017 года с компетентными представителями белорусского бизнеса, который уже занимается меценатством / КСО. Для повышения анонимности ответов (что являлось условием большей откровенности) данные экспертных интервью представлены только в агрегированном виде.

Вопросы были структурированы в 3 блока:

1. Анализ опыта компании в меценатстве / КСО: как давно и насколько интенсивно ведется такая деятельность, насколько она формализована, какие преследует цели.

2. Анализ нормативно-правовой базы и правоприменительной практики: соотношение законодательной рамки и практической деятельности бизнеса в меценатстве / КСО.

3. Анализ перспектив развития меценатства / КСО: выявление способствующих и препятствующих факторов, определение перспективных методов стимулирования.

Конкретные вопросы были индивидуальны и зависели от специфики бизнеса и его вовлеченности в меценатство / КСО.

В экспертных интервью приняли участие представители 12 белорусских бизнесов (всего 16 интервьюируемых). Среди них **ОАО «БНБ-Банк»** (Белорусский народный банк), **УП «ВЕЛКОМ»** (мобильный оператор Velcom), **ОАО «Пивзавод Оливария»**, **ООО «Вилгертс»** (белорусский офис

международной юридической фирмы VILGERTS Legal & Tax), и другие, принявших участие на условиях анонимности (см. ниже).

Среди респондентов представлены как малый, так и крупный бизнес; как локальные компании, так и входящие в международные структуры; как с небольшим опытом меценатства / КСО, так и очень долгим.

Также были изучены Указ Президента Республики Беларусь от 1 июля 2005 г. №300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи», вносящий в него изменения проект Указа, подготовленный Минэкономики, и также реакции на этот проект Указа в экспертном сообществе – в частности, предложения международного просветительского общественного объединения «АКТ»¹.

В исследовании применялся **метод компаративного анализа**, посредством которого было осуществлено сравнение подходов различного бизнеса к меценатству и КСО, их положению и развитию; сравнение предложений бизнеса, Минэкономики и МПОО «АКТ» к необходимым изменениям в Указ №300.

Методологические ограничения

Хотя данное исследование включает в себя анализ позиций представителей органов госуправления и негосударственных организаций (в части, посвященной корректировкам Указа №300), однако основным источником информации послужили мнения представителей бизнеса, полученные в ходе полуструктурированных направленных экспертных интервью. Акцент был сделан на их мнении исходя из того, что именно бизнес в конечном счете принимает решение об участии в меценатстве / КСО.

Тем не менее, для эффективной реализации выявленных способов стимулирования меценатства и корпоративной социальной ответственности в Беларуси необходимо также учитывать и анализировать позицию других стейкхолдеров – государственных органов в особенности. Это не входило в задачи данного исследования, но является важным направлением для будущей работы «Либерального клуба».

Результаты экспертных интервью: системность опыта меценатства / КСО

Чаще всего представители белорусского бизнеса отмечали, что начали заниматься меценатством / КСО на более-менее постоянной основе **в последние 4-5 лет**. В то же время, в отдельных случаях этот период куда больше, порой – **вплоть до XIX века**. Например, по современным меркам как корпоративную социальную ответственность можно обозначить деятельность создателя пивного завода «Богемия» (будущая «Оливария») Кароля Яна Чапского.

Анализируя ответы на вопросы о том, насколько формализована и систематизирована меценатская активность / КСО у бизнеса, можно обнаружить непосредственные корреляции с его размером.

В целом малому бизнесу свойственно более свободное, неформальное отношение к таким практикам, отсутствие четких стратегий на бумаге и подверженность импульсивным решениям. В то же время, некоторые представители малого бизнеса, напротив, руководствуются заранее обозначенным для себя планом и фокусируются сугубо на одном тематическом направлении

¹ <http://www.actngo.info/article/ukaz-no300-predlozheniya>

(мотивируя это ограниченностью времени и средств).

Среди крупного бизнеса чаще встречаются институционализированные механизмы. Например, КСО может являться частью стратегии устойчивого развития, распространяемой международным собственником на свои активы по всему миру. Здесь важно обратить внимание, что крупные международные игроки могут задавать стандарты КСО-активности, на которые равняются белорусские конкуренты.

Другой вариант – когда стратегия разрабатывается в белорусской компании индивидуально, в некоторых случаях – с привлечением всех сотрудников, открытым обсуждением и голосованием за приоритеты.

Сами приоритеты могут быть разными: чаще всего участники интервью называли такие, как **искусство** (и его отдельные направления), **дети** (больные, сироты), **экология** (в связке со спецификой бизнеса), **национальная идентичность** (этот сегмент шире появился у бизнеса в последние несколько лет, в контексте общественного тренда мягкой белорусизации).

Некоторые бизнесы формируют стратегию от противного: определяясь с направлениями, которыми они точно не хотят заниматься (например, спорт или те же дети).

Наличие четко определенных приоритетов может подменять стратегию: так, некоторые бизнесы отмечали, что им достаточно узко сфокусированных приоритетов и/или запланированного списка мероприятий, чтобы, с одной стороны, иметь некоторый план меценатской / КСО деятельности, но в то же время не сковывать себя излишними формальностями и узкими рамками.

Цели такой деятельности весьма различны. Назывались моральное удовлетворение и чувство значимости (как от важности своего вклада, так и от сопутствующего социального статуса), развитие профессионального сообщества, развитие местных сообществ, вклад в устойчивое развитие страны, продвижение компании.

В то же время многие компании подчеркивали, что продвижение бизнеса не является для них целью, а меценатская деятельность и КСО могут вообще не афишироваться (в первую очередь – в контексте помощи больным детям), принципиально никак не упоминаться в коммуникации.

Таким образом, можно сделать вывод, что **в последние 5 лет практики меценатства / КСО стали шире и системнее, но в то же время далеко не все компании (даже крупные) стратегически подходят к этому направлению деятельности.**

Открытость бизнеса

Целью исследования не было определить готовность белорусского бизнеса открыто говорить о своем опыте меценатства и участия в проектах корпоративной социальной ответственности. Тем не менее, исходя из результатов исследования, можно сделать любопытные выводы о степени открытости различного белорусского бизнеса к разговорам на эту тему.

Очевидно, что эти сферы тесно связаны с финансами и являются чувствительными для любого бизнеса, поэтому материалы интервью изначально планировалось использовать только в агрегированном виде (без указания на источники отдельных утверждений). Таким образом, открытость сводилась к тому, что публично будет упомянут сам факт участия в исследовании.

Так, **все четыре участника, которые приняли участие в исследовании публично, в той или иной**

степени международные: являются частью международных компаний или имеют иностранных акционеров.

Velcom входит в состав Telekom Austria Group (100% акций)². Оливария входит в международную компанию Carlsberg Group (67.8% акций), а еще 21% принадлежит Европейскому банку реконструкции и развития (ЕБРР)³. Почти 95% акций Белорусского народного банка принадлежат АО «Банк Грузии» и его дочерней компании Benderlock Investments Limited, еще около 5% – Международной финансовой корпорации (МФК)⁴. Vilgerts является белорусским офисом одноименной международной юридической компании⁵.

В то же время представители белорусского бизнеса настороженно подходили к своему участию в исследовании, особенно это касалось малого бизнеса. Никто из них не был готов принять участие в исследовании публично. В то же время, некоторые компании с международным бекграундом также предпочли анонимное участие. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в целом **международный бизнес привносит в Беларусь не только стандарты корпоративной социальной ответственности, но и стандарты открытости.**

Результаты экспертных интервью: определение понятий

Говоря о меценатстве, спонсорстве, безвозмездной помощи и корпоративной социальной ответственности нельзя обойти стороной вопрос терминологии. Целью данного исследования было не дать окончательный ответ о «верном» и «неверном» использовании этих понятий, но обозначить различия в их понимании между разными стейкхолдерами.

С точки зрения белорусского законодательства, спонсорство приравнено к безвозмездной помощи (Указ №300). В свою очередь, в соответствии с Кодексом о культуре (гл. 12, ст. 64-65) меценатство и спонсорство являются фактически синонимами, однако с той разницей, что меценатство – это деятельность физических лиц, а спонсорство – юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Понятие «корпоративная социальная ответственность» в белорусской нормативно-правовой базе отсутствует.

Мнения бизнеса в определении этих понятий разделились. Кто-то согласен с законодательным делением, но большинство трактуют эти понятия иначе. Одни считают, что меценатство – это поддержка искусства (не важно кем), а спонсорство – более широкая деятельность, от материальной поддержки переходящая к коммуникации, оказанию услуг и продвижению поддерживаемого. Другие считают спонсорство коммерческой деятельностью, наподобие сотрудничества со спортивными клубами по маркетинговому контракту. Третьи считают КСО более широким понятием, чем спонсорство или меценатство, связанным с осознанием компанией своей роли в обществе. Четвертые называют КСО синонимом меценатства и безвозмездной помощи, пятые видят КСО как часть глобальной стратегии устойчивого развития, а шестые критикуют КСО (в его белорусском воплощении) за подтверждение идеи «все в бизнесе нам должны» и не связывают его с добровольным меценатством или спонсорством.

При этом на экспертных интервью прозвучало замечание, что в традиции англо-саксонского права эти понятия вообще не различаются и речь идет о филантропии. Таким образом, можно

² <http://www.velcom.by/ru/about>

³ <http://www.alivaria.by/media/press-kit/Pages/default.aspx>

⁴ <http://www.bnb.by/o-banke/o-nas/korporativnaya-informatsiya/aktsionery.html>

⁵ <http://www.vilgerts.com/ru/o-nas/>

зафиксировать, что в Беларуси у стейкхолдеров на сегодняшний день не сформировалось единого подхода к определению меценатства, спонсорства и КСО, что является преградой для взаимопонимания.

Можно заметить, что разногласия в определениях существуют независимо от того, зафиксировано понятие в белорусской нормативно-правовой базе (меценатство, спонсорство) или нет (КСО). Следовательно, для улучшения ситуации необходимо не только совершенствование законодательных норм, но и обсуждения с выработкой единых подходов к определениям этих практик – как внутри бизнес-сообщества, так и в формате более широкого диалога (см. далее).

Результаты экспертных интервью: опыт взаимодействия с Указом №300 в практической деятельности

Впечатления бизнеса от нормативно-правовой базы меценатства / КСО точнее всего описывают следующие фразы из интервью: «Когда первый раз читаешь Указ №300, то все вроде бы стройно, но на практике все гораздо сложнее», «Ломаем голову с бухгалтерией, как оказать помощь, ведь у нас есть только трехсотый Указ», «Указ №300 не решает всех наших задач, сегодня КСО шагнула дальше Указа».

Бизнес отмечает нехватку официальных разъяснений, которые в других случаях появляются после Указа в виде распоряжений Совмина, и недоволен ситуацией, когда вместо разъяснений госорганы перенаправляют запросы друг на друга. Все это создает «риск нарушений на пустом месте», и в конечном счете может снизить мотивацию к меценатству / КСО: «охоту отбить однозначно можно».

Суммируя высказанные в ходе интервью мнения бизнеса, их можно привести к перечню из 6 базово необходимых для изменения пунктов:

- **оперативнее рассматривать заявления** на регистрацию безвозмездной помощи;
- ввести **облегченный порядок получения иностранной безвозмездной помощи** ниже определенного лимита (например, до 2000 евро);
- **исключить излишнюю ответственность** за незначительные нарушения в отчетах о выделении / получении помощи и сроках их представления (либерализация таких норм, как «в течении 30 дней», «в текущем году»);
- **узаконить существующую практику неуплаты налогов с полученных благотворительных взносов;**
- **разрешить оказывать помощь нерезидентам**, если они имеют в Беларуси юридическое лицо;
- **разрешить оказывать помощь частным лицам** без необходимости заключать фактически фиктивный рекламный договор.

Вместе с тем, во время интервью несколько раз звучала и другая позиция: в целом текущее законодательство в этой сфере не такое уж плохое, и «есть большие сомнения, что если государство возьмется его менять, то станет лучше».

Изменения и дополнения в Указ №300: предложения Минэкономики и экспертного сообщества

Указа Президента Республики Беларусь №300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи» был принят еще в 2005 году, однако до сих пор является основным документом, который регулирует сферу меценатства / КСО. Между тем, 12 лет назад в Беларуси была совсем другая экономическая ситуация, иной уровень развития общества, другой

уровень развития белорусского бизнеса и распространения практик меценатства / КСО, несравнимо другой уровень развития технологий.

Аргументируя внесение изменений и дополнений в Указ №300, в соответствующем обосновании⁶ **Министерство экономики признает, что существуют «проблемные вопросы, связанные с практикой применения Указа № 300»**, а «анализ законодательства в сфере благотворительной деятельности позволяет сделать вывод о необходимости совершенствования в этой части отношений, регулируемых Указом №300».

Таким образом, **тот факт, что изменения в Указ №300 назрели естественным путем, выглядит консенсусным**. Однако встает вопрос, как именно оптимально адаптировать Указ №300 к современным реалиям?

Кратко инициированные Минэкономики изменения⁷ можно свести к четырем пунктам:

- Запрет на получение иностранной валюты в качестве безвозмездной помощи;
- Гармонизация целей использования безвозмездной помощи в сфере культуры со статьей 64 Кодекса о культуре;
- Официальное разрешение для некоммерческих (благотворительных) организаций использовать до 20% полученной в течение года помощи на оплату труда работников и другие административно-хозяйственные расходы;
- Упрощение процедуры принятия решений о предоставлении безвозмездной помощи компаниями с более чем 50% госсобственности (в той или иной форме): необходимо будет согласие лишь руководителя самого крупного из государственных собственников, а не каждого.

Эффективность этих мер, однако, вызывает сомнения, исходя как из мнения экспертов, так и из практического опыта представителей бизнеса.

Запрет на использование в безвозмездной помощи иностранной валюты очевидно никак не будет стимулировать такую помощь. Впрочем, согласно Обоснованию, он и принимает сугубо «во исполнение пункта 15 Плана мероприятий по дедолларизации экономики» – Минэкономики и не претендует на то, что этот пункт Проекта полезен для развития меценатства и спонсорства.

Что касается гармонизации целей использования безвозмездной помощи в сфере культуры, то она не изменяет существенно этот список, а скорее является стилистическими поправками в контексте адаптации текста старого нормативно-правового акта (Указ №300, 2005 год) к новому (Кодекс о культуре, 2016 год) – изменяются формулировки, но не меняется суть списка, не происходит его расширения или сужения.

Установление нормы в 20%, которые благотворительные организации могут тратить на зарплаты и другие административные расходы, можно оценивать двояко. С одной стороны, это позитивное изменение, так как оно узаконивает уже сложившуюся практику. Как отмечается в Обосновании Минэкономики, «изучение практики применения Указа №300 показывает, что в настоящее время

⁶ Документы цитируются по веб-архиву Google, так как после 1 июня, когда прекратился срок приема предложений и замечаний в рамках открытого общественного обсуждения, Минэкономики удалило с сайта всю информацию об этом, включая собственно Проект Указа и Обоснование:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://economy.gov.by/uploads/files/proekty-mpa/28.04.2017-Obosnovanie.pdf>

⁷ <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://economy.gov.by/uploads/files/proekty-mpa/27.04.2017-Proekt-Ukaza-300.pdf>

организации направляют денежные средства безвозмездной (спонсорской) помощи ... на оплату труда своих работников и иные административно-хозяйственные расходы при отсутствии соответствующей разрешительной нормы в Указе №300». Представители бизнеса на экспертных интервью отмечали, что сейчас нормы Указа №300 в данном вопросе размыты, и остается, к примеру, неясным, можно ли относить к «текущим нуждам» получателя помощи зарплаты персонала, уплату налогов, банковскую комиссию. Правоприменительную практику по этому вопросу характеризовали как противоречивую, постоянно заставляющую обе стороны меценатства волноваться, не будут ли те или иные их действия трактовать как нарушение норм.

С другой стороны, международное просветительское общественное объединение (МПОО) «АКТ» призывает не вводить предлагаемую Минэкономики норму⁸. В качестве обоснования отмечается, что практика реализации Декрета Президента Республики Беларусь от 31 августа 2015 г. № 5 «Об иностранной безвозмездной помощи» показала, что аналогичная норма относительно использования иностранной помощи «вызвала большие проблемы как в трактовке данной нормы, так и в возможности реализации общественно полезных проектов на средства иностранной безвозмездной помощи исходя из этой нормы». В частности, «в белорусском законодательстве отсутствует норма, которая бы однозначно расшифровывала, какие расходы следует относить к административно-хозяйственным расходам», что неизбежно приводит к разночтениям в трактовке и потенциальным штрафам «как для получателей безвозмездной (спонсорской) помощи, так и для спонсоров. Это будет снижать мотивацию к привлечению и оказанию безвозмездной (спонсорской) помощи».

Что же касается упрощения процедуры принятия решений о предоставлении безвозмездной помощи компаниями с более чем 50% госсобственности, то она в целом выглядит шагом в верном направлении, но недостаточным. Бизнес интересуется более широкий подход в этом вопросе, в частности – изменение процедуры принятия решения о выделении безвозмездной помощи в ОАО. Сейчас это законодательно требует решения Совета директоров и не может быть делегировано (как, к примеру, в ООО / ОДО), что создает излишнюю волокиту, особенно если акционеры находятся за границей. **Норма, вроде бы созданная для борьбы с недобросовестными директорами, оказалась излишней и сегодня сковывает честную меценатскую деятельность ОАО.**

Таким образом, **из четырех изменений в Указ №300, инициированных Минэкономики, два не стимулируют расширение практики меценатства / КСО, третье является противоречивым, а четвертое – недостаточным.**

Альтернативные предложения выдвигает МПОО «АКТ»⁹. Помимо уже упомянутого призыва не вводить норму в 20%, которые благотворительные организации могут тратить на зарплаты и другие административные расходы, «АКТ» предлагает еще три конкретных пункта:

- **сделать условия получения помощи некоммерческими организациями более благоприятными**, разграничив их с коммерческими;
- **расширить список целей**, на которые может направляться спонсорская помощь;
- **исключить требование указания в договоре видов товаров, работ и услуг**, которые будут приобретены за средства спонсоров.

Также «АКТ» предлагает включить разработанный ими более широкий проект закона «Об

⁸ http://www.actngo.info/sites/default/files/files/letter_moe_2017_05_22.pdf

⁹ <http://www.actngo.info/article/ukaz-no300-predlozheniya>

общественно полезной деятельности»¹⁰ в план подготовки законопроектов на 2018 год.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что **предложения различных стейкхолдеров** (государство, эксперты, бизнес) по совершенствованию Указа №300 **не являются взаимоисключающими** (кроме нормы о 20%), однако и не совпадают, но **дополняют друг друга**, позволяя взглянуть на ситуацию с разных сторон.

Результаты экспертных интервью: способствующие и препятствующие развитию меценатства / КСО факторы

Отвечая на вопрос о факторах, которые сегодня способствуют или препятствуют развитию меценатства / КСО, представители бизнеса выделяли следующие.

Способствуют:

- переход белорусского общества от атомизированного к более инклюзивному и гуманному, рост прослойки проактивных граждан в Беларуси, готовность людей на вовлечение и отклик;
- общественный запрос: наличие заметных и актуальных социальных проблем, о которых все говорят;
- появление громкой «народной» истории (ФК «Крумкачы», журнал «Имена»);
- распространение успешного зарубежного опыта и практик в процессе глобализации и дигитализации, повышения открытости страны, более частые поездки белорусов по миру;
- наработка успешного белорусского опыта, историй коллег;
- патриотизм.

Препятствуют:

- экономические трудности («КСО растет когда есть деньги», «как в самолете: сперва наденьте маску на себя»);
- отсутствие культуры демонстрации богатства, в том числе в виде крупных пожертвований;
- недостаточная осведомленность бизнеса и общества о сути КСО, порой негативное общественное мнение об оказании помощи как уходе от налогов;
- отсутствие в Беларуси представительств глобальных фондов, которые могли бы привносить культуру благотворительности;
- искусственная политизация вопросов оказания безвозмездной помощи, в первую очередь анонимной и/или из-за рубежа;
- малая база громких успешных проектов в сфере меценатства / КСО;
- небольшая история развития бизнеса в Беларуси («КСО – это новый виток, зрелость компании»);
- сложности коммуникации и кооперации с творческими людьми, нахождение общего языка с бизнесом.

Таким образом, для стимулирования дальнейшего развития меценатства / КСО в Беларуси необходимо в первую очередь **усиление коммуникации**: для обмена успешным опытом (как белорусским, так и зарубежным); для продвижения новых социально важных тем; для распространения знаний о сути КСО; для налаживания взаимопонимания между донорами и реципиентами помощи. Также необходимо **повышение международной открытости Беларуси и устойчивости белорусской экономики, уход от искусственной политизации вопросов получения**

¹⁰ http://www.actngo.info/sites/default/files/files/proekt_zakona_opd_0.pdf

помощи (в том числе из-за рубежа).

Результаты экспертных интервью: системные шаги, способствующие развитию меценатства / КСО

Выше было обозначено много направлений, которые бы способствовали развитию меценатства / КСО: совершенствование Указа №300, исправление нынешних помех и усиление уже существующих стимулирующих факторов. Между тем, следует выделить три весьма различных, но важных механизма, которые могли бы **значительно и системно** поспособствовать развитию меценатства / КСО.

1. Налоговые льготы

Такое прямое финансовое стимулирование в виде возврата подоходного налога бизнесу, который занимается меценатством, является классическим инструментом стимулирования. Белорусский бизнес в целом считает, что подобные льготы были бы эффективными и у нас («бизнесу приятнее отдавать не абстрактно государству, а конкретным людям»), особенно среди малого бизнеса, но обращает внимание на дополнительные моменты.

Во-первых, условия получения таких льгот должны быть понятными и прозрачными – и «не только для налоговых органов, но и для всего общества». Критерии их применения необходимо тщательно рассмотреть в публичном обсуждении, чтобы найти золотую середину между защитой от злоупотреблений и излишней зарегулированностью. Во-вторых, необходимо тщательно проработать механизмы документального сопровождения таких процессов, чтобы «бухгалтеры не хватались за головы».

Также во время экспертных интервью звучала идея вводить налоговые льготы для физических лиц, которые занимаются волонтерством.

2. Символические стимулы

Меньше половины участников экспертных интервью слышали про конкурс «Меценат года», ежегодно проводимый Министерством культуры. Те же, кто про него знают, отмечали слабый пиар конкурса, узкий состав номинаций, недостаток прозрачности работы жюри и, как следствие, низкое доверие к его результатам.

Однако такое строгое внимание к «Меценату года» связано в том числе с тем, что белорусскому бизнесу в целом не хватает альтернатив: других конкурсов и наград за меценатскую / КСО деятельность («конкуренция простимулирует развитие идеи КСО, обеспечит пиар темы»).

Также звучал интерес к чувству значимости, сопричастности, повышению социального статуса для бизнеса, который занимается меценатством / КСО. Вспоминали опыт благотворительных балов, закрытых вечеринок с аукционами и пожертвованиями «как в House of Cards», создания галерей портретов спонсоров в западных университетах. У белорусского бизнеса, который был бы готов пожертвовать деньги за участие в чем-то подобном, сегодня такой возможности практически нет.

3. Институционализированный диалог

Во многих экспертных интервью рефреном звучала тема спроса на многостороннюю диалоговую площадку, которая должна включать в себя собственно представителей бизнеса, занимающегося меценатством / КСО, представителей государственных органов и независимых

неправительственных организаций.

Такая площадка могла бы выполнять сразу несколько ролей, предложенных различными участниками экспертных интервью, но органично дополняющих друг друга:

- обмен успешным опытом и лучшими практиками между бизнесами;
- «FuckUp Night»: обмен негативным опытом, обсуждение сложностей и ошибок;
- создание сообщества компаний, занимающихся меценатством / КСО;
- укрепление диалога и взаимопонимания с чиновниками;
- получение от чиновников обратной связи: аналитика и статистика в секторе; куда и как направляли помощь, которая не вызвала нареканий среди контролирующих органов; какие здесь типичные ошибки бизнеса;
- обмен между чиновниками позитивным опытом участия в КСО-проектах: как в качестве официального партнера, так и персонально;
- использование экспертизы независимых неправительственных организаций и их опыта общественной работы для развития меценатства / КСО;
- обсуждение технических (бухгалтерских) моментов меценатства / КСО: «не где взять деньги, но как это все оформить и правильно отчитаться без штрафов».

Подводя итоги, следует отметить, что **появление в Беларуси налоговых льгот** повлечет за собой существенные финансовые изменения и потому **вряд ли может быть реализовано в краткосрочной перспективе**. Оно требует как минимум глубокой проработки заинтересованными государственными органами и даже при наличии политической воли на такие изменения (которой сегодня не наблюдается) займет несколько лет.

В то же время, **задействование механизма институционализованного диалога возможно уже в самой ближайшей перспективе**, не повлечет необходимости дополнительного выделения бюджетных средств (и вообще каких-либо финансовых затрат) и требует только готовности всех стейкхолдеров к коммуникации друг с другом. **То же касается более активного задействования символических стимулов** (таких, как премии, конкурсы).

Рекомендации

Таким образом, для стимулирования развития меценатства и корпоративной социальной ответственности в Беларуси необходимо:

1. Начать институционализированный диалог между тремя сторонами (бизнес, государство, независимые неправительственные организации).
2. В рамках этого диалога, открыто и с привлечением всех стейкхолдеров, обсудить необходимые изменения в Указ №300 и представить новый Проект Указа, отражающий консенсусную позицию всех этих стейкхолдеров.
3. Активнее задействовать и продвигать механизмы символического стимулирования бизнеса к меценатству / КСО, такие как премия «Меценат года».
4. Интенсифицировать повышение международной открытости Беларуси и избавиться от политических коннотаций в вопросе получения иностранной помощи.
5. Прорабатывать возможное техническое воплощение механизмов налоговых льгот для меценатов, чтобы обеспечить задействование этого механизма в среднесрочной перспективе.