



Благотворительность, меценатство и спонсорство относятся к типу помощи, оказываемой, в большей части, безвозмездно. Главная цель – содействие развитию того или иного направления деятельности, а не коммерческие выгоды. Как и в любом деле, связанном с денежными отношениями, здесь также возникают множественные вопросы и проблемы, которые мешают развитию и эффективному функционированию подобного вида деятельности.

В первую очередь, дадим определения каждому из вышеназванных активностей:

1. *Благотворительность* – это содействие нуждающимся людям, часто выраженное в денежном эквиваленте. Среди наиболее распространенных направлений можно выделить благотворительность для бездомных людей; больных; инвалидов; пострадавших от чрезвычайных ситуаций; находящихся в детских домах и домах престарелых.
2. *Меценатство* – это направление поддержки развития сферы искусства. Примером является спонсирование выставок разных направлений искусства, художественных и литературных кружков и организация культурных мероприятий.
3. *Спонсорство* – это организация и финансирование социальных мероприятий в разных областях. Например, образовательной, спортивной и здравоохранительной.

Все эти три термина в чем-то похожи и, в некоторых случаях, могут использоваться как синонимы.

Среди проблем, наиболее часто наблюдаемых в России в отношении благотворительности, меценатства и спонсорства, следует выделить следующие:

1. *Низкий уровень социального капитала в обществе.* Другими словами, низкий уровень доверия. У граждан отсутствует доверие к государству, у государства – к гражданам. В связи с чем возникает нежелание поддерживать те или иные направления развития. Например, государство, бизнес или частных спонсор могут предполагать, что не все деньги, выделенные на проект, будут использоваться для его развития, а будут потрачены на совсем другие цели. Это снижает стимулы оказывать помощь подобного рода и, соответственно,

снижает объемы помощи.

2. *Низкий уровень осведомленности потенциальных спонсоров о существующих проектах.* Часто наблюдается ситуация, при которой помощь оказывается только тогда, когда о ней попросят. При этом, достаточно громко, чтобы потенциальный спонсор мог это услышать. Возможно, есть как желающие и имеющие прекрасные возможности заниматься благотворительностью, так и нуждающиеся в ней, которые имеют схожие интересы, но не знают о существовании друг друга. В качестве предложения, можно создавать специальные площадки (наиболее эффективно – онлайн), на которых бы могли без проблем встретиться эти контрагенты.
3. *Спонсорская деятельность рассматривается в качестве инвестиций.* Большая часть спонсоров не рассчитывает вкладывать свои деньги в какие-либо проекты безвозмездно. Поэтому либо таких вложений оказывается очень немного, либо подобные проекты становятся хотя бы частично коммерческими, что имеет как плюсы, так и минусы.
4. *Отсутствие серьезной государственной поддержки на законодательном уровне.* Спонсорство, меценатство и благотворительность по закону рассматриваются как коммерческие вложения, поэтому с них взимается налог. Получается, что система вдвойне неэффективна: спонсор не только не получает прибыль, так как проект благотворительный, но еще должен выплатить налог на подобную помощь. Подобный факт снижает стимулы к оказанию безвозмездной помощи. Также следует отметить отсутствие государственной помощи тем лицам, которые желают заниматься благотворительностью, меценатством и спонсорством.
5. *Бюрократическая неэффективность.* Большое множество бюрократических процедур, требуемых для оформления подобного рода помощи отталкивает и приводит к снижению объема помощи.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что благотворительность, меценатство и спонсорство являются полезными и действенными факторами содействия помощи. Однако, по причине существующих проблем, их эффективность снижается. Поэтому для развития данного направления необходимо качественно проработать существующие неэффективные аспекты и стимулировать развитие вышеупомянутых видов безвозмездной помощи.