

мнению проверяющих органов, несмотря на заявленную благотворительность, основным видом деятельности компании было указано «прочее денежное посредничество», при этом благотворительность в перечне видов деятельности вообще не указана.

«Была еще одна нашумевшая история: волгоградский фонд „Наше будущее“ по результатам проверки ФНС за период с 2013 по 2015 год был привлечен к ответственности в связи с неуплатой налогов. С 2013 по 2015 год фонд не предоставлял налоговые декларации: это объяснялось тем, что он якобы существовал за счет пожертвований и не вел никакой деятельности, требующей отчисления в бюджет», — рассказывает Юлия Андреева. — Оказалось, что в фонде весьма свободно трактовали налоговое законодательство. Организация, которая по документам занималась поддержкой детского музыкального творчества, фактически являлась довольно успешным бизнес-проектом. Фактически фонд представлял собой коммерческое предприятие: он получал от участников деньги, на которые проводил детские фестивали, и не занимался благотворительностью. Все средства перечислялись в рамках договоров, никаких взносов или спонсорской поддержки не предполагалось».

Наталья Иванова отмечает, что до 2005 года занимающиеся благотворительностью организации действительно получали определенную выгоду. «Средства, использованные на благотворительность, учитывались как расходы организации, что существенно снижало сумму налога на прибыль. Это и породило появление множества фиктивных некоммерческих организаций, которые под видом благотворительности прикрывали уход от налогов», — поясняет она.

По словам Георгия Башинуридзе, юриста компании «Юристар», чаще всего злоупотребление налоговыми льготами происходит путем учреждения фиктивных благотворительных обществ. «А налого-

вые льготы и иные послабления, применяемые к ним вкуче со слабым контролем со стороны государственных органов, позволяют им не только укрывать имущество и деньги, но и активно переправлять их за границу под предлогом международной трансграничной благотворительной деятельности», — констатирует господин Башинуридзе.

Павел Зюков, старший партнер, руководитель налоговой практики юридической компании Coleman Legal Services, говорит, что встречается построение налоговых схем с использованием фиктивных благотворительных фондов, в частности, в целях экономии на зарплатных налогах. «Например, коммерческая компания создает подконтрольную благотворительную организацию, в которую на основании гражданско-правовых договоров набираются сотрудники данной коммерческой организации в качестве волонтеров, которым выплачивается вся или часть заработной платы в виде необлагаемых НДФЛ и страховых взносами выплат», — рассказывает господин Зюков.

**СТИМУЛ ДЛЯ ДОБРЫХ ДЕЛ** По мнению Натальи Петровой, деректора по развитию благотворительного фонда «Дети наши», пока российский бизнес с трудом «раскручивается» на системные проекты, с отложенным и не всегда легко оцифруемым результатом. «Сейчас за счет благотворительности большинство российских компаний хочет решать собственные вопросы: усилить HR-бренд, повысить лояльность сотрудников к бренду, развить корпоративную культуру. И зачастую, что особенно грустно, бизнес видит в НКО не партнера, а исполнителя», — сетует госпожа Петрова. Например, к нам в фонд «Дети наши» как-то пришел запрос от компании: «Нам надо вывести 500 сотрудников на волонтерское мероприятие: забора покрасить, деревья посадить. Завтра». По сути, это был запрос на организацию тимбилдинга с последующим пиаром. Однако никакого толчка для решения соци-

альных проблем такое волонтерство не даст. Очень хочется, чтобы корпорации отчетливо понимали, что задача НКО — это решение конкретных социальных проблем, а не обслуживание бизнеса».

Юлия Андреева напоминает, что в России до конца 2019 года должна появиться обновленная Концепция развития благотворительности, которая разрабатывается по поручению премьер-министра РФ Дмитрия Медведева. Проект документа готовится Минэкономразвития с участием НКО и широко обсуждается в СМИ и на профильных площадках. Возможно, уже в ней мы увидим новые инструменты, говорит эксперт.

По мнению Станислава Бойко, на данный момент самым главным благотворителем выступает государство. А для того чтобы стимулировать частные компании, необходимо предоставить «стандартные» налоговые льготы. «К примеру, предусмотреть какой-либо порог от процентного дохода или суммы дохода, который можно учитывать в качестве расхода и уменьшить налоговую базу по налогу на прибыль», — комментирует господин Бойко. — В 2014 году в Госдуму был внесен законопроект о поощрении меценатства, который предусматривал установление максимальной суммы пожертвований в размере 5 млн рублей. К сожалению, законопроект был отозван».

Павел Кокорев, ведущий юрист Европейской юридической службы, напоминает, что Минфин России и ФНС России в своих письмах неоднократно высказывали следующую точку зрения: «Осуществление расходов в виде благотворительных пожертвований — это добровольное волеизъявление налогоплательщиков, преследующее общепользные цели, которое не направлено на извлечение доходов в коммерческих целях».

По словам Маргариты Есиповой, руководителя проектов направления «Налоги и право» группы компаний SRG, вкуче с ограничениями, обусловленными правилами об иностранных агентах, мы на

практике часто встречаемся с тем, что резиденты РФ, потенциальные благотворители, заинтересованные в развитии какого-либо направления на благотворительных началах, намеренно регистрируют благотворительные организации и фонды за рубежом, где соблюдается конфиденциальность и присутствует максимально благоприятный налоговый режим без излишних административных издержек.

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ** В Европе пожертвования благотворительным организациям, которые являются плательщиками налога на прибыль, принимаются к вычету. Лимит на вычет, по словам Станислава Бойко, зависит от страны, но обычно составляет 10–20% своих налогооблагаемых доходов за соответствующий период.

«В Германии вычет ограничен 0,4% для юридических лиц и 20% для физических лиц. Существенные налоговые льготы предоставляются в Великобритании, сумма пожертвований применяется к вычету без ограничений. Согласно данным статистики, по количеству благотворительных организаций лидируют Германия и Великобритания», — констатирует Юлия Андреева.

По словам Екатерины Кругловой, исполнительного директора фонда «Память поколений», в Европе существуют две формы налоговых льгот — это либо вычет из налоговой базы (освобождение от обложения суммы пожертвования), либо налоговый кредит (сумма пожертвования сокращает налог к уплате и используется реже). При этом максимальная величина пожертвований в странах ЕС различна. «Во Франции, например, законодательно установлено право на снижение налога на доход донора на 50% от общей суммы пожертвования при ограничениях величины пожертвований в 6% облагаемой базы; в Испании предельная величина пожертвований — 10%», — рассказывает госпожа Круглова. Этот опыт можно было бы перенять. ■

# «НОВЫЕ ПОКОЛЕНИЯ — ЗА РАЗУМНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ, И НАМ ЕСТЬ ЧЕМУ У НИХ ПОУЧИТЬСЯ»

SR ОБРАТИЛСЯ К ЧИТАТЕЛЯМ С ВОПРОСАМИ: «КАК ЗА ПОСЛЕДНИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ У ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ МЕНЯЛОСЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА? ЧТО СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫМ СЧИТАЛОСЬ ТОГДА И ЧТО СЕЙЧАС?» ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО И РАНЬШЕ, И ТЕПЕРЬ СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАЖДАЯ КОМПАНИЯ ПОНИМАЕТ ПО-СВОЕМУ.

**ГЕОРГИЙ МИХАЙЛЕЦ,**  
партнер Win Pay:

— За последние десять лет вектор социальной ответственности бизнеса, на мой взгляд, повернулся в менее разумную сторону, выбрав моду своим ориентиром. Раньше было принято жертвовать деньги на благотворительность: поддержку детей, инвалидов, пенсионеров. Предпринимате-

ли были заинтересованы в создании рабочих мест и благоустройстве территорий, на которых бизнес имеет свои интересы. Сейчас речь чаще идет о поддержке организаций, борющихся за права определенных меньшинств. Можно даже увидеть, помощь какой категории «моднее» в конкретный период. Рабочие места продолжают создаваться, но уже для тех самых «особых»

групп, что впоследствии может негативно сказаться на продуктивности коллектива.

**ЮЛИЯ ЗАВИЛЕЙСКАЯ,**  
старший вице-президент Data Art:

— Представления о добре не меняются, но меняются ожидания рынка клиентского, капитала и труда от позиции бизнеса в области корпоративной социальной от-

ветственности (КСО). От хаотичного участия в разношерстных благотворительных проектах бизнес движется к осознанию необходимости выработать и сформулировать позицию, учитывая свое влияние на людей, общество, планету. Уже мало просто делать — стало важным уметь рассказывать и отвечать на вопрос о КСО как о части бизнеса. → 20