

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СРЕДИ КОМПАНИЙ РФ ЗА СЧЕТ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ

Калинин К.И., аспирант,

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики

Аннотация: в рамках данной статьи на основании данных по 33 компаниям РФ за 2019 г. проводится анализ государственной политики в области КСО для продвижения ответственных и устойчивых методов ведения бизнеса за счет налоговых льгот. В ходе исследования было выяснено, что компании используют налоговые стимулы для внедрения социально-ответственного поведения, в частности, показано, что при снижении эффективной налоговой ставки рейтинг КСО компании повышается. То есть, компании хэджируют репутационные риски, возникающие за счет меньших сумм уплачиваемых налогов, посредством обеспечения общества социальными благами. Это также говорит о том, что общественность рассматривает компании как источники формирования социальных благ. Таким образом, подчеркивается эффективность налогового стимулирования КСО в РФ и в целом важность участия государства в формировании ответственного поведения среди российских компаний.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, государственное регулирование, мотивация компаний, налоговые льготы, эффективная налоговая ставка

Введение

Снижение уплаты налогов является проблемой, так как налоги критически важны для способности государства функционировать. Без налоговых поступлений правительства не могут предоставлять жизненно важную инфраструктуру и общественные услуги. Правительства также не могут предоставлять услуги, требуемые корпорациями, включая финансовые рынки, правовые системы и надзор. Следовательно, от компаний ожидается уплата налогов в полном объеме [14]. Снижение объема уплачиваемых налогов можно рассматривать, в таком случае, как социально безответственную деятельность. Ведь компании, которые осознают важность налогов для благосостояния людей, будут осуществлять деятельность в форме КСО и платить налоги в полном объеме. С другой стороны, деятельность в области социальной ответственности может существовать как часть уклонения от уплаты налогов, ведь налоговые льготы компенсируются созданием дополнительных благ для общества. Корпорации могут публиковать прозрачную налоговую информацию в своих отчетах о корпоративной социальной ответственности, чтобы снизить репутационные риски [3].

Цель данной статьи - рассмотреть взаимосвязь между налогами, уплачиваемыми компаниями РФ, и введением в этих компаниях корпоративной социальной ответственности. Впервые рассматривается вопрос об эффективности стимулирования деятельности компаний РФ в области КСО со стороны государства за счет налоговых льгот. Налоговые льготы можно рассматривать как механизм, с помощью которого правительства могут поощрять практику КСО. В данной статье показано, что

внедрение налоговых льгот со стороны государства стимулирует российские компании внедрять КСО, то есть чем выше налоговые льготы, тем выше рейтинг компании в области КСО.

Обзор литературы

Стимулирование КСО за счет налоговых льгот

Снижение уплаты налогов со стороны компании можно отнести к категории агрессивных налоговых стратегий, предпринимаемых с целью минимизации налогового бремени. Такая деятельность, с одной стороны, представляет собой риск для компании получить плохую репутацию в глазах общественности. В случае, когда компания принимает решение о сокращении налоговых выплат, богатство, передаваемое государству, сокращается. Поэтому компании могут стремиться компенсировать недостаток за счет внедрения КСО и социально-ответственного поведения. Каждая компания вправе предоставлять информацию о своей социальной ответственности в соответствии с правилами как в экономической, экологической, так и в социальной сфере внутренним и внешним сторонам. Ожидается, что компания будет руководствоваться принципами корпоративной социальной ответственности, чтобы способствовать экономическому развитию наряду с улучшением имиджа и качества компании, что влияет на интересы внутренних и внешних контрагентов [8].

Теория стратегии управления рисками считает, что деятельность по КСО может повысить репутацию компании в области социальной ответственности. Положительная социальная репутация важна, когда в бизнесе происходит негативное событие. Эта репутация помогает компенсировать санкции в отношении бизнеса компании, тем са-

мым обеспечивая определенную степень страхового покрытия. Налоговая агрессивность может привести к негативным санкциям, таким как потеря корпоративной репутации, усиление политического давления, штрафы со стороны налоговых бюро и даже бойкоты потребителей. Корпорация будет хеджировать последствия негативных санкций, реализуя стратегию социальной ответственности [2].

Однако некоторые корпорации несмотря на то, что публично выставляют напоказ свое ответственное поведение, могут на самом деле практиковать агрессивное поведение в отношении налогов [5]. Такое поведение возникает в результате налоговых льгот, предоставляемых государством, побуждающих корпорации заниматься КСО. Корпорации могут неправильно использовать стимулы, предоставляемые государством, то есть политика государства в отношении предоставления льгот может быть направлена не на нужные компании и в целом быть неэффективна.

При равноправном сотрудничестве всех стейкхолдеров главный смысл государственного регулирования должен состоять в том, чтобы стимулировать бизнес к вложению средств в нужные обществу сферы и, наоборот, дестимулировать его обратные действия. Государственное регулирование должно дать бизнесу, участвующему в решении социальных проблем, определенные привилегии.

Взаимосвязь налоговых льгот и деятельности в области КСО

В последнее время исследователи изучают взаимосвязь между снижением налогового бремени фирмы и ее корпоративной социальной ответственностью, но с неоднозначными результатами.

Например, результаты проверки гипотез [6] с использованием регрессии панельных данных показали, что раскрытие информации о корпоративной социальной ответственности имеет отрицательную взаимосвязь с налоговой агрессивностью в горнодобывающих компаниях, работающих в Индонезии. Исследования, проведенные [10] на выборке компаний Австралии в 2008 и 2009 годах, приводят к выводу, что большее раскрытие КСО связано с более низкой налоговой агрессивностью. В работе [12] внимание уделяется группе из 2696 компаний из 30 стран и семи секторах экономики за период 2002-2014 гг. Результаты показывают, что компании, которые достигают высоких корпоративных социальных показателей, корпоративных экологических показателей и показателей корпоративного управления, с меньшей вероятностью будут применять агрессивную налоговую практику. Исследование [1] показывает, что деятельность в области КСО и практика налоговой

агрессивности имеют отрицательную взаимосвязь. В данном исследовании использовались все компании, котирующиеся на фондовой бирже Индонезии в период 2015-2017 гг. Эмпирическое исследование на основании данных канадских компаний в статье [16] показывает, что чем выше рейтинг компании в области КСО, тем меньше вероятность того, что она будет проявлять налоговую агрессивность.

В исследовании [11] в качестве выборки были использованы показатели китайских компаний, за период в 2009–2016 г. Эмпирические результаты показывают, что фирмы, внедряющие КСО, имеют более низкие эффективные налоговые ставки. Это указывает на то, что фирмы, внедряющие КСО, более агрессивны в уклонении от уплаты налогов. Эти выводы предполагают, что фирмы участвуют в деятельности по КСО в качестве стратегии управления рисками. Используя выборку компаний Китая с 2008 по 2014 год, [2] выявляет, что раскрытие информации о корпоративной социальной ответственности значительно увеличивает вероятность налоговой агрессивности. Исследование [4] основано на выборке из 3481 наблюдений за период с 2009 по 2015 с использованием рейтингов КСО от рейтингового агентства корпоративной социальной ответственности Rankins (RKS) в Китае и всех финансовых данных, взятых из China Stock Market and Accounting Research (CSMAR). Авторы пришли к выводу, что корпоративная социальная ответственность отрицательно связана с текущей и эффективной налоговой ставкой, предполагая, что социально-ответственные фирмы больше участвуют в уклонении от уплаты налогов, чем менее ответственные фирмы. В исследовании [3] участвовали производственные компании, котирующиеся на фондовой бирже Индонезии в 2012-2015 годах. Это исследование свидетельствует о положительном влиянии КСО на уклонение от уплаты налогов. На основании исследования [7] можно сделать вывод о том, что государство может эффективно поощрять компании к проведению мероприятий в области корпоративной социальной ответственности за счет налоговых стимулов. Исследование [15] находит доказательства того, что корпоративная социальная ответственность положительно влияет на уход от налогов.

Налоговые льготы в РФ

В настоящий момент одним из ключевых инструментов государственного регулирования компаний в РФ являются налоговые льготы. При этом компании готовы направлять сэкономленные ресурсы на реализацию социально значимых проектов. Одним из примеров налоговых льгот является снижение налоговой базы за счет (подп. 13–15 п. 2 ст. 251 Налогового кодекса Российской Федера-

ции) имущества, которое было получено на формирование или пополнение целевого капитала. Также введен налоговый вычет в размере пожертвований социально ориентированным некоммерческим организациям (Федеральный закон от 21.11.2011 №328-ФЗ). Компании также освобождены от уплаты налогов на добавленную стоимость (Федеральный закон от 18.07.2011 №235-ФЗ) в части услуг по соц. обслуживанию несовершеннолетних детей, граждан пожилого возраста, инвалидов; безвозмездной передачи имущества в рамках благотворительности. Налогообложению не подлежат и выплаты в форме благотворительной помощи (как в денежном, так и натуральном виде). Бизнес освобожден от налогообложения по выплатам добровольцам в рамках безвозмездного выполнения благотворительных работ. Освобождены от налога на добавленную стоимость действия по безвозмездному оказанию услуг по производству/распространению социальной рекламы [17,18, 19].

Результаты эмпирического исследования

В рамках статьи проверяется гипотеза о том, что государственная политика по стимулированию КСО через налоговые льготы является неэффективной для российских компаний. Предполагается, что в РФ выплата налогов в полном объеме является необходимым требованием для формирования образа социально-ответственной компании и что общественность пока что в большей мере ожидает формирование благ со стороны государ-

ства за счет собранных налогов, чем от компаний, внедряющих подходы КСО.

Выборка содержит наблюдения за 2019 г. по 33 компаниям различных отраслей экономики РФ. В качестве зависимой переменной используется рейтинг компаний в области КСО из открытых источников (<https://www.csrhub.com/>). Показатель рассчитывается на основании социально-ответственных действий компаний в различных аспектах, которым присваивается индивидуальная методология расчета рейтинга, после чего она взвешивается и агрегируется. В качестве переменной, отвечающей за расчет степени использования государственных стимулов в виде налоговых льгот, используется показатель эффективной налоговой ставки (Cash ETR - *cetr*), рассчитанный как сумма уплаченного налога из отчета о движении денежных средств по отношению к прибыли до налогообложения. Руководители компаний и другие заинтересованные стороны часто используют эффективные ставки в качестве ориентира для разработки политики работы с налогами.

В качестве контрольных переменных используются показатели возраста компании (*age*), рентабельности активов (*roa*), финансового рычага (*leverage*), рост выручки (*growth*), капиталоемкость (*capitalintensity*). Данные для расчета были взяты из консолидированной финансовой отчетности компаний.

Описательная статистика переменных после удаления выбросов представлена в табл. 1.

Таблица 1

Описательная статистика переменных

Переменная	Среднее	Ст. Отклонение	Мин.	Макс.
<i>cscr</i>	50.82	3.88	43	58
<i>roa</i>	0.22	0.11	0.01	0.55
<i>age</i>	35.97	27.16	11	133
<i>cetr</i>	0.22	0.10	0.03	0.51
<i>leverage</i>	1.55	1.42	0.13	5.68
<i>growth</i>	0.01	0.11	-0.25	0.39
<i>capitalintensity</i>	2.07	1.65	0.69	9.57

Источники: отчетность МСФО компаний, рейтинг КСО (<https://www.csrhub.com/>)

В среднем компании РФ, осуществляющие деятельность в области КСО, получают рейтинг около 51 балла. При этом средний возраст таких компаний составляет около 36 лет, а эффективная налоговая ставка (Cash ETR) находится на уровне 22%. То есть, рассматриваемые компании платят в среднем высокие эффективные налоговые ставки, что может говорить о неэффективности налоговых

льгот со стороны государства. В качестве метода оценки используется регрессия Пуассона, так как зависимая переменная представлена значениями, обозначающими рейтинг компании в области КСО. Модель оценивалась с помощью программного пакета Stata. Результаты оценки модели представлены в табл. 2.

Таблица 2

Оценка модели Пуассона

Переменная	Коэффициент
roa	-0.098
age	0.001
cetr	-0.307*
leverage	-0.009*
growth	0.108*
capitalintensity	0.011

*** значим на 1%. ** значим на 5%. * значим на 10%

Источники: результаты регрессионного анализа

Расчет предельных эффектов представлен в табл. 3.

Таблица 3

Расчет предельных эффектов модели Пуассона

Переменная	Коэффициент
roa	-5.001
age	0.023
cetr	-15.57*
leverage	-0.484*
growth	5.518*
capitalintensity	0.575

*** значим на 1%. ** значим на 5%. * значим на 10%

Источники: результаты регрессионного анализа

Коэффициент при переменной, отвечающей за налоговые льготы, отрицательный, что говорит о том, что при использовании компанией налоговых стимулов, её активности в области КСО увеличиваются, то есть, чем ниже налоговая ставка, тем выше рейтинг компании в области социально-ответственного поведения. Так, при снижении налоговой ставки на 1% рейтинг компании может повыситься на 0.003% или на 0.15 пункта рейтинга при расчете предельных эффектов. Результаты регрессионного анализа опровергают первоначальную гипотезу о неэффективности налогового стимулирования компаний для ведения социально-ответственных действий. Также полученные оценки говорят о том, что компании используют налоговые льготы в целях снижения налогового бремени и повышают деятельность в области КСО для снижения репутационных рисков.

Заключение

Снижение налогового бремени стало обычным явлением в разных странах, в том числе и в РФ, поскольку руководства компаний разрабатывают различные способы управления налоговой нагрузкой. Одним из таких способов является использование налоговых льгот, которые государство внедряет для стимулирования КСО среди компаний.

Если уплата налогов воспринимается просто как бизнес-операция и одна из многих затрат, связанных с деятельностью корпорации, целью компании будет минимизация данной суммы,

насколько это возможно. При этом уплата налогов имеет последствия для общества, потому что она осуществляет важную функцию помощи в финансировании общественных благ, включая образование, национальную оборону, общественное здравоохранение, общественный транспорт и так далее.

Результаты данной работы показывают, что существует отрицательная взаимосвязь между эффективной налоговой ставкой и рейтингом российских компаний в области КСО. Эти результаты указывают на то, что чем больше компании используют налоговые льготы, предоставляемые государством, тем больше они развивают социально-ответственное поведение. То есть, компании хэджируют репутационные риски, возникающие за счет меньших сумм уплачиваемых налогов, посредством обеспечения общества социальными благами. В целом, можно сказать, что результаты поддерживают концепцию управления рисками в отношении взаимосвязи между КСО и снижением сумм уплачиваемых налогов. Компании, применяющие агрессивную политику уплаты налогов, будут чаще раскрывать информацию о КСО, чтобы показать, что налоговое бремя компании перенаправляется на расходы в области социальных благ.

В развитых странах корпоративная социальная ответственность является необходимым и обязательным условием функционирования бизнеса, в то время как в России она только начинает внед-

ряться. Для стимулирования этого процесса необходима система мер со стороны государства, направленная на расширение круга участников социальной ответственности бизнеса. Дальнейшее исследование в данной сфере может охватить оценку потенциала других инструментов государственного стимулирования КСО для определения

того, какие из этих методов могут быть наиболее эффективны для различных компаний РФ.

Результаты работы могут помочь государственным органам в разработке критериев, руководящих принципов, методов и инструментов стимулирования КСО в компаниях РФ.

Литература

1. Andriana A., Panggabean R. (2017). *The Effect of Good Corporate Governance and Environmental Performance on Financial Performance of the Proper Listed Company on Indonesia Stock Exchange*. *Binus Business Review*. Vol. 8. P. 1 – 8. DOI: 10.21512/bbr.v8i1.1757
2. Chen X. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Political Connection and Tax Aggressiveness: Evidence from China's Capital 3. Markets*. *Open Journal of Business and Management*. Vol. 6. P. 151 – 164. DOI: 10.4236/ojbm.2018.61010
3. Dewi R., Gunawan I. (2019). *The Implications Of CSR And GCG On Tax Avoidance*. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 24. Pp. 195-212. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/ja.v23i2.577>
4. Gulzar M., Cherian J., Sial M., Badulescu A., Thu P., Badulescu D., Vinh K. (2018). *Does Corporate Social Responsibility Influence Corporate Tax Avoidance of Chinese Listed Companies?* *Sustainability*. Vol. 10. P. 1-12. DOI: 10.3390/su10124549
5. Hamid N., Deslandes W., Kamaruddin W., Yahya M., Yusop R., Azi, R., Alam P. (2017). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Its Impacts towards Corporate Tax Aggressiveness*. *International Journal of Advanced And Applied Sciences*. Vol. 4. P. 10 – 15. Available at: https://www.researchgate.net/publication/320798917_Corporate_Social_Responsibility_CSR_Disclosure_and_Its_Impacts_towards_Corporate_Tax_Aggressiveness (accessed 24.08.2020)
6. Heryana T., Lathiif A. (2019). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Ownership Structure and Tax Aggressiveness*. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 65. P. 68 – 72. DOI: 10.2991/icebef-18.2019.16
7. Kim J., Im C. (2017). *Study on Corporate Social Responsibility (CSR): Focus on Tax Avoidance and Financial Ratio Analysis*. *Sustainability*. Vol. 9. P. 1 – 15. DOI: 10.3390/su9101710
8. Kusumawati W.T., & Hardiningsih, P. (2016). *The Effect Of Institutional Ownership And Corporate Social Responsibility To The Tax Aggressiveness*. *ICOBAME*. P. 83 – 90. Available at: <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/icobame/article/view/4653> (accessed 24.08.2020)
9. Landry S., Deslandes M., Fortin, A. (2013). *Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure*. *SSRN Electronic Journal*. Vol. 14. Pp. 611-645. DOI: 10.2139/ssrn.2304653
10. Lanis R., Richardson G. (2012). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis*. *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 31. P. 86 – 108. DOI: 10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006
11. Mao C. (2018). *Effect of corporate social responsibility on corporate tax avoidance: evidence from a matching approach*. *Quality and Quantity*. Vol. 53. P. 49 – 67. DOI: 10.1007/s11135-018-0722-9
12. Ortas E., Gallego-Álvarez I. (2020). *Bridging the gap between corporate social responsibility performance and tax aggressiveness: The moderating role of national culture*. *Accounting Auditing & Accountability Journal*. Vol. 33. P. 825 – 855. DOI: 10.1108/AAAJ-03-2017-2896
13. Sikka P. (2010). *Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance*. *Accounting Forum*. Vol. 34. Pp. 153-168. DOI: 10.1016/j.accfor.2010.05.002
14. Stephenson D., Vracheva V. (2015). *Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance: A Literature Review and Directions for Future Research*. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2756640
15. Zeng B. (2018). *Relationship between corporate social responsibility and tax avoidance: international evidence*. *Social Responsibility Journal*. Vol. 15. DOI: 10.1108/SRJ-03-2018-0056
16. Zeng R. (2016). *Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value*. *Accounting Perspectives*. Vol. 15. Pp. 7-30. DOI: 10.1111/1911-3838.12090
17. Минаков А.В. Государственное воздействие на собираемость налогов // *Налоги*. 2004. № 1. С. 56 – 62.
18. Омианова Э.А. Налоговые инструменты деофшоризации российской экономики // *Инновации и инвестиции*. 2019. № 9. С. 206 – 210.
19. Пушкарева Л.В. Формирование социально ориентированной системы налогообложения // *Налоговый журнал*. 2007. № 1. С. 17 – 19.

References

1. Andriana A., Panggabean R. (2017). *The Effect of Good Corporate Governance and Environmental Performance on Financial Performance of the Proper Listed Company on Indonesia Stock Exchange*. *Binus Business Review*. Vol. 8. P. 1 – 8. DOI: 10.21512/bbr.v8i1.1757
2. Chen X. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Political Connection and Tax Aggressiveness: Evidence from China's Capital 3. Markets*. *Open Journal of Business and Management*. Vol. 6. P. 151 – 164. DOI: 10.4236/ojbm.2018.61010
3. Dewi R., Gunawan I. (2019). *The Implications Of CSR And GCG On Tax Avoidance*. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 24. Pp. 195-212. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/ja.v23i2.577>
4. Gulzar M., Cherian J., Sial M., Badulescu A., Thu P., Badulescu D., Vinh K. (2018). *Does Corporate Social Responsibility Influence Corporate Tax Avoidance of Chinese Listed Companies? Sustainability*. Vol. 10. P. 1-12. DOI: 10.3390/su10124549
5. Hamid N., Deslandes W., Kamaruddin W., Yahya M., Yusop R., Azi, R., Alam P. (2017). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Its Impacts towards Corporate Tax Aggressiveness*. *International Journal of Advanced And Applied Sciences*. Vol. 4. P. 10 – 15. Available at: https://www.researchgate.net/publication/320798917_Corporate_Social_Responsibility_CSR_Disclosure_and_Its_Impacts_towards_Corporate_Tax_Aggressiveness (accessed 24.08.2020)
6. Heryana T., Lathiif A. (2019). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Ownership Structure and Tax Aggressiveness*. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 65. P. 68 – 72. DOI: 10.2991/icebef-18.2019.16
7. Kim J., Im C. (2017). *Study on Corporate Social Responsibility (CSR): Focus on Tax Avoidance and Financial Ratio Analysis*. *Sustainability*. Vol. 9. P. 1 – 15. DOI: 10.3390/su9101710
8. Kusumawati W.T., & Hardiningsih, P. (2016). *The Effect Of Institutional Ownership And Corporate Social Responsibility To The Tax Aggressiveness*. *ICOBAME*. P. 83 – 90. Available at: <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/icobame/article/view/4653> (accessed 24.08.2020)
9. Landry S., Deslandes M., Fortin, A. (2013). *Tax Aggressiveness, Corporate Social Responsibility, and Ownership Structure*. *SSRN Electronic Journal*. Vol. 14. Pp. 611-645. DOI: 10.2139/ssrn.2304653
10. Lanis R., Richardson G. (2012). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis*. *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 31. P. 86 – 108. DOI: 10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006
11. Mao C. (2018). *Effect of corporate social responsibility on corporate tax avoidance: evidence from a matching approach*. *Quality and Quantity*. Vol. 53. P. 49 – 67. DOI: 10.1007/s11135-018-0722-9
12. Ortas E., Gallego-Álvarez I. (2020). *Bridging the gap between corporate social responsibility performance and tax aggressiveness: The moderating role of national culture*. *Accounting Auditing & Accountability Journal*. Vol. 33. P. 825 – 855. DOI: 10.1108/AAAJ-03-2017-2896
13. Sikka P. (2010). *Smoke and mirrors: Corporate social responsibility and tax avoidance*. *Accounting Forum*. Vol. 34. Pp. 153-168. DOI: 10.1016/j.accfor.2010.05.002
14. Stephenson D., Vracheva V. (2015). *Corporate Social Responsibility and Tax Avoidance: A Literature Review and Directions for Future Research*. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2756640
15. Zeng B. (2018). *Relationship between corporate social responsibility and tax avoidance: international evidence*. *Social Responsibility Journal*. Vol. 15. DOI: 10.1108/SRJ-03-2018-0056
16. Zeng R. (2016). *Corporate Social Responsibility, Tax Aggressiveness, and Firm Market Value*. *Accounting Perspectives*. Vol. 15. Pp. 7-30. DOI: 10.1111/1911-3838.12090
17. Minakov A.V. *Gosudarstvennoe vozdejstvie na sobiraemost' nalogov // Nalogi*. 2004. № 1. S. 56 – 62.
18. Omshanova E.A. *Nalogovye instrumenty deofshorizacii rossijskoj ekonomiki // Innovacii i investicii*. 2019. № 9.S. 206 – 210.
19. Pushkareva L.V. *Formirovanie social'no orientirovannoj sistemy nalogooblozheniya // Nalogi-zhurnal*. 2007. № 1. S. 17 – 19.

**THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC SECTOR TAX INCENTIVES
IN PROMOTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AMONG RUSSIAN COMPANIES**

*Kalinin K.I., Postgraduate,
National Research University Higher School of Economics*

Abstract: in this article, based on the data for 33 companies in the Russian Federation for 2019, an analysis of governmental policy directed to promote responsible and sustainable business practices through tax incentives is carried out. The study found that companies use tax incentives to implement socially responsible behavior, in particular, it was shown that with a decrease in the effective tax rate, the company's CSR rating rises. That is, companies hedge reputational risks, in case of smaller amounts of taxes paid, through social benefits. This also suggests that companies are viewed by the public as sources of social benefits. Thus, it emphasizes the effectiveness of tax incentives for CSR in the Russian Federation and, in general, the importance of governmental participation in the formation of responsible behavior among Russian companies.

Keywords: corporate social responsibility, public policies, company motivation, tax incentives, effective tax rate