

В. П. Бусыгин

докт. экон. наук, профессор кафедры микроэкономического анализа Национального исследовательского университета — Высшая школа экономики (Москва)

Е. В. Попова

канд. экон. наук, доцент кафедры микроэкономики Российской академии народного хозяйства и государственной службы (Москва)

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ВОЛОНТЕРСТВО

Введение

Во многих сферах деятельности в современной экономике мы обнаруживаем смесь различных организационных форм, сосуществование разных форм собственности. Так, в США в сфере начального и среднего образования доминируют государственные и неприбыльные организации. В сфере медицинских услуг, услуг по уходу за детьми и престарелыми присутствует огромное разнообразие организационных форм, сосуществующих довольно продолжительное время; активным стало участие в их деятельности волонтеров. Волонтеры начинают играть все более заметную роль в жизни России. Это показало, прежде всего, наводнение в июле 2012 г. в Крымске, активное участие волонтеров в тушении природных пожаров в Подмосковье летом 2010 г., благотворительная помощь пострадавшим от пожаров жителям Подмосковья в том же году и т. д. На волонтерском труде была проведена универсиада в Казани (в качестве волонтеров участвовали 200 тыс. человек со всей России). Волонтеры трудились и в Сочи. Рост массовости волонтерского движения в России отразился, в частности, в том, что 2013 г. был объявлен в Москве Годом волонтера. Уже сегодня в Москве в добровольческой деятельности участвуют около 200 тыс. человек. В 2013 г. финансирование на поддержку добровольческой деятельности было увеличено более чем в четыре раза: с 7,5 млн в 2011 г. до 92,5 млн руб. Эксперты ожидают, что к 2016 г. волонтеров в Москве будет около 500 тыс. (см., например: (К 2016 году волонтеров..., 2013)).

Факт длительного сосуществования различных секторов экономики требует объяснения. В литературе существуют попытки такого объяснения, обсуждение которых будет предметом данной статьи. Это, в частности, анализ с позиции теории неполного контакта (см., например: (Харт, 1995, 2003; Shleifer, 1998)). Так, подход Шляйфера—Харта делает попытку определить сравнительные преимущества производства тех или иных товаров и услуг (технологий их производства) на предприятиях разных форм собственности — частной и государственной. Подход Бисли и Гаттака (Besley, Ghatak, 2001) обсуждает аналогичные вопросы

применительно к производству общественных товаров. Эти и аналогичные им подходы, однако, ограничены только государственными и частными предприятиями и не дают ответа на вопрос об их сосуществовании при производстве одних и тех же товаров и услуг. Более того, само их сосуществование представляется несовместимым с выводами, получаемыми в рамках этого подхода.

Для анализа смешанных рынков (сосуществования предприятий частной и государственной собственности) была разработана теория смешанной олигополии, в известной мере обобщающая выводы традиционной теории отраслевых рынков на случаи таких отраслевых рыночных структур. В рамках этой теории сосуществование предприятий разных форм собственности в одной и той же сфере деятельности, как и структура соответствующего рынка, как правило, объясняется задачами регулирования этого рынка, преимуществами такой формы регулирования на основе конкуренции.

В работах этого направления исследований выявляются результаты функционирования таких структур, возможности регулирования рынка на основе конкуренции; при этом рыночная структура задается экзогенно и не делается попытка объяснить сосуществование предприятий разных форм собственности, разных организационных форм, функционирующих на одном и том же рынке (см., например: (De Fraja, 1993; De Fraja, Delbono, 1990; Merrill, Schneider, 1966)).

Наличие предприятий третьего сектора, производящего те же товары и предоставляющего те же услуги, остается вне внимания указанных исследований. Ниже мы обсуждаем существующие попытки объяснить существование таких предприятий, как и феномена волонтерства, сравнительные характеристики экономического поведения во всех трех секторах экономики.

Заметим, что, хотя обычно выделяются именно указанные три сектора, в рамках которых осуществляется производство товаров и предоставляются услуги, на практике между ними не существует столь четкого различия. Так, к государственному сектору относят различные ОАО со значительной долей участия в их капитале; многие неприбыльные организации (как и некоторые предприятия частного сектора) значительные ресурсы для осуществления своей деятельности получают от государства; другие участвуют в деятельности, ориентированной на получение прибыли. Обычные коммерческие фирмы активно вовлечены в различные формы благотворительности, осуществляют благотворительные пожертвования и т. д. С другой стороны, существуют предприниматели, в деятельности которых сложно не увидеть элементы благотворительности, поскольку они занимаются такой деятельностью из личной привязанности к производству определенного рода товаров или оказанию определенного рода услуг. И наконец, существуют некоммерческие организации, извлекающие тем или иным способом прибыль из своей деятельности (см. подробнее: (Rose-Ackerman, 1996)). Другими словами, как отмечает в своей классической работе Роуз-Акерман, нельзя утверждать, что некоммерческие организации — результат альтруистических мотивов их создателей, работников, спонсоров, что некоммерческий сектор и альтруизм неразрывно между собой связаны. Точно так же и в идеологической сфере: идейные люди могут идти в политику, а не создавать некоммерческие организации например. Тем не менее можно показать, что именно пожертвования составляют значительную часть финансовой поддержки идеологических течений и что без такого рода поддержки многие идеологии не состоялись бы. И именно отсутствие «официальных» финансовых вливаний дает возможность предпринимателям от благотворительности извлекать выгоду там, где сложно оценить стоимость услуги.

Итак, почему в рыночной экономике существует некоммерческий сектор

Заметим прежде всего, что уже сам факт существования некоммерческого сектора, как и феномены взаимопомощи, безвозмездной помощи, благотворительности вообще и волонтерства в частности в развитой рыночной экономике не просто объяснить традиционным для экономической теории способом, а именно на основе концепции рационального поведения, предполагая, что индивиды имеют (и руководствуются) «стандартными» эгоистическими предпочтениями.

Действительно, почему в развитой рыночной экономике обмены одними из самых важных благ, оказываясь нерыночными, не принимают форму рыночных трансакций?

Феномен не опосредованных рынком обменов в рыночной экономике, по-видимому, нельзя объяснить, не указывая на существование тех или иных экстерналий, соответствующие, реальные или воображаемые фиаско рынка. Другими словами, искать причину существования в развитых рыночных экономиках таких не опосредованных рынком трансакций следует либо в неэффективности рыночной координации (наличие взаимовыгодных сделок, не реализуемых на основе рынка сделок), либо в неудовлетворенности результатами рыночной координации (по соображениям справедливости), либо неудовлетворенности таким процессом производства товаров и услуг, который реализуется в рамках такой рыночной координации.

Титмус (Titmuss, 1973), по-видимому, был одним из первых, кто обратил на это внимание, предположив, что сдача крови на добровольной (некоммерческой) основе является реакцией на такого рода фиаско рыночного предложения крови. Он указал прежде всего на следующие (вообще говоря, не независимые) факторы, ведущие к фиаско рыночного предложения.

- Асимметрия информации — потенциальные доноры, мотивируемые денежным вознаграждением, заинтересованы скрывать качество предлагаемой крови. (Этот феномен получил, как известно, название морального риска.) Как следствие асимметричной информации возникает необходимость создания доверия между донорами и реципиентами, уверенности реципиентов в том, что недобросовестные доноры, пользуясь их неосведомленностью, получают выгоды за их счет и что реципиенты должны будут за свою неосведомленность заплатить слишком высокую цену.

- Транзакционные издержки — качество переливаемой крови и факт ее зараженности хотя в принципе можно выявить, но цена при этом может оказаться слишком высокой.

Однако сам факт фиаско рынка не означает, что эти фиаско будут преодолены на фактически добровольной основе, в рамках коллективных действий. Таким образом, в дополнение к факторам на стороне предложения, объясняющим существование не опосредованных (целиком) рынком трансакций, следует искать и факторы на стороне предложения, на мотивах благотворительности, обеспечивающей значимые источники финансирования некоммерческого сектора. В литературе предложено, в частности, несколько подходов для объяснения этих феноменов в рамках парадигмы рационального выбора (путем соответствующей ее модификации) (см., в частности: (Fehr, Schmidt, 1999)), так и подходы вне этой традиции (Sugden, 1984).

Итак, почему же люди участвуют в благотворительности?

1. Одно из объяснений: они преследуют свои (эгоистические) интересы, ожидая (в будущем) получить личную выгоду от результатов финансируемой (в частности, ими) деятельности, возможной в результате таких пожертвований.

Например, индивид, жертвующий на медицинские исследования, надеется получить в будущем выгоду от результатов таких исследований.

2. Другое объяснение (фактически той же природы) следующее. В условиях наблюдаемости благотворительных взносов они являются сигналом богатства (дохода) (Glazer, Konrad, 1996).

3. Третье объяснение — объяснение в духе так называемого просвещенного эгоизма (enlightened self-interest) — следующего типа. Например, преуспевающий индивид, имеющий хорошую работу, может жертвовать на разные меры, облегчающие участь безработных, в надежде на то, что соответствующая система будет функционировать и в том случае, хотя и редком, но возможном случае, когда он сам окажется безработным.

4. Но, как представляется вполне очевидным, объяснения «объясняют» не все наблюдаемые случаи благотворительности. Поэтому следующие объяснения отходят от стандартного предположения традиционной неоклассической теории относительно предпочтений. Так, обращается внимание на тот факт, что люди до известной степени являются альтруистами, часто они заботятся не только о собственном благосостоянии, но и о благосостоянии других людей, и это обстоятельство имеет важные экономические последствия. Их предпочтения (представляющие их функции полезности) зависят от распределения ресурсов внутри их референтной группы.

Заметим, впрочем, что термины «альтруизм», «альтруист» — многозначные. Их содержание — предмет многочисленных споров и различных по характеру трактовок. Так, в литературе продолжает встречаться термин «чистый альтруизм» — некоторое чистое, идеальное состояние, в котором агент заботится только об улучшении благосостояния того, кому он дарует. В таком случае, однако, если его собственный вклад может быть лишь пренебрежительно малым для того, чтобы достичь цели, чистый альтруист не будет жертвовать, поскольку фактически речь идет о создании общественного блага и поэтому у рационального индивида возникает стимул быть «безбилетником». Другими словами, такой индивид не должен бы вкладываться в строительство музеев, больниц, школ, и его поведение отличалось бы от поведения стандартного безбилетника лишь мотивацией. Поэтому термин «альтруизм» в экономической литературе обычно операционализируется следующим образом: функция полезности «альтруиста» зависит не только от переменных, «измеряющих» «благосостояние», доступность тех или иных возможностей и т. д., других индивидов, но и от личного вклада данного индивида. Существуют и другие альтернативы. Роуз-Акерман полагает, что альтруистом лучше было бы называть человека, который делает вклад в силу принятых на себя моральных обязательств или даже из-за эгоистичного мотива почувствовать себя хорошо, участвуя в общем деле. Даже человек, который вкладывает свои деньги так, чтобы «не отстать» от других, поддерживая собственную репутацию «хорошего» человека или престиж мецената, не испытывая при этом удовольствия от дарения, и то более альтруистичен. Такого рода объяснения существования феноменов благотворительности оказываются, впрочем, вне рамок парадигмы рационального выбора (и соответствующих ее модификаций) и развиваются, в частности, в работе Сагдена (Sugden, 1984) (см., в частности, обзорную работу (Fehr, Schmidt, 1999)). В ней исследуется взаимодействие агентов, имеющих обязательства, касающиеся благотворительности, и показано, что при этом возникают различные равновесия, только одно из которых эффективно, а остальные общественные блага недопроизводятся, что, вообще говоря, хорошо согласуется с существующими данными. Таким образом, в рамках данной парадигмы возникает проблема объяснения выбора тех или иных состояний равновесия (и соответствующего

уровня благотворительности) и факторов, влияющих на такой выбор (и объясняющих его).

Другими словами, в ситуации с благотворительностью, видимо, нельзя исключить априорно многообразие возможных мотивов для такой деятельности. Это и моральные обязательства, и чувства симпатии, и многое другое (Rose-Askerman, 1996).

5. Предпочтения индивидов являются «взаимозависимыми» в том смысле, что определяются, в частности, и типом тех индивидов, с которыми они взаимодействуют.

6. Люди обуславливают свое поведение (оценки исходов взаимодействия с другими) намерениями тех, с кем они имеют дело. Так, если индивид ожидает, что его оппонент имеет «недружеские» намерения, он также поступает по отношению к нему «недружественно».

7. Наконец, в традиции школы общественного выбора исходы, которые представляются альтруистическими, могут оказаться исходами (политического) процесса, в рамках которого его участниками принимаются отнюдь не альтруистические решения.

Укажем теперь на две основные теории, объясняющие существование некоммерческого сектора и сосуществование его с другими секторами, производящими те же товары и услуги, а также некоторые аспекты их последующего развития.

Благотворительность как (добровольное) финансирование общественного блага

Вайсброд (Weisbrod, 1977) был одним из первых, кто попытался объяснить феномен существования некоммерческих организаций, заложив основы того, что в последующем получило название *public goods theory of nonprofit organization* — неприбыльные организации как средство для (добровольного) предоставления общественных благ альтруистическими индивидами. Естественно, эта теория имела отношение к объяснению существования только тех организаций, услуги которых можно рассматривать как имеющие характер чистого общественного блага.

В этой теории ключевое значение имеет гетерогенность предпочтений индивидов относительно характеристик общественных благ (количество, качество, структура спроса) по следующей причине. Политики, контролирующие предложение общественным сектором общественных благ, заинтересованы в том, чтобы такое предложение увеличивало их шансы на переизбрание. Теория исходит из простой модели политического процесса — модели Даунса, при котором ключевую роль играют предпочтения медианного избирателя. Таким образом, прогноз этой теории следующий: общественный сектор предлагает общественные блага в количестве и качестве, соответствующем предпочтениям одного, а именно медианного потребителя. И поэтому спрос других потребителей общественный сектор, вообще говоря, удовлетворить неспособен, оставляя простор для деятельности организаций других секторов. Этот неудовлетворенный спрос могут удовлетворить неприбыльные организации, финансируемые на основе добровольных взносов (денежных или волонтерской занятости) граждан, заинтересованных в увеличении количества или улучшении качества соответствующего общественного блага.

Заметим, что качественные выводы теории останутся без изменений и при других моделях политического процесса. Таким образом, теория общественных благ Вайсброда объясняет существование некоммерческих организаций через неспособность общественного сектора удовлетворить широкий спектр услуг, на который граждане предъявляют «платежеспособный» спрос. Тем не менее эта

теория, как и другие варианты теорий коллективных действий, сталкивается с проблемой объяснения того, как решается проблема организации таких действий, в частности проблема «безбилетника».

Хорошо известно, что максимизирующее поведение будет приводить к незначительным результатам из-за эффекта «безбилетника» особенно в тех сферах, где вклад одного человека не может сильно повлиять на результат. Таким эффектом обычно объясняют тот факт, что, например, основные вложения в такие жизненно важные общественные блага, как образование или поддержание экологического баланса, обычно делает государство, а частные пожертвования в эту сферу, как правило, малы. Даже те, кто не удовлетворен низким уровнем пожертвований, могут сами не делать пожертвований как следствие данного эффекта, на что обратил внимание и Вайсброд (Weisbrod, 1977), рассматривавший благотворительность как вложение в создание общественного блага.

И тем не менее, несмотря на прогнозы, полученные из анализа моделей финансирования общественного блага на добровольной основе, благотворительность — значимый феномен, и, таким образом, проблема «безбилетника» каким-то образом преодолевается. Одно из объяснений, упоминавшихся выше, — индивиды получают полезность от самого акта благотворительности. Этот феномен получил название *warm glow*.

Другими словами, те, кто испытывает удовлетворение от благотворительности, в разной мере обладают следующими психологическими особенностями: они могут испытывать удовлетворение от акта дарения как такового, безотносительно того, дарят ли другие; они могут испытывать удовольствие от участия в общем деле, которое дает общий большой результат; и могут также любить сравнивать свое предельное вложение или эффект, им произведенный, с другими. Последнее тем более заметно, чем меньше благотворительный фонд и чем богаче благотворитель.

Другими словами, проблема «безбилетника» преодолевается в тех случаях, когда индивиды-альтруисты ценят сам факт благотворительности, если они самоидентифицируются с тем (теми), кто получает соответствующие пожертвования, и (или) если они высоко ценят благодарность и ответное расположение тех, на кого эта благотворительность ориентируется.

Наличие таких психологических особенностей находит подтверждение в работах по экспериментальной экономике. Так, в работе (Ledyar, 1999) исследуется феномен вложений в общественное благо, реципиентами которого являются не нуждающиеся, а такие же испытуемые, как и сам донор. В ходе эксперимента испытуемому предлагается отдавать часть зарабатываемых денег в некий общий фонд. В частности, выясняется, каково различие между реальным и эффективным уровнем производства общественного блага. Интересно, что часть людей в рамках простейшей игры все же вкладывают в общественное благо 40—50% своего дохода, хотя в их личных интересах этого делать не нужно. Отметим, что результат игры крайне сильно зависит от конкретных правил и обстоятельств, вплоть до окружающей обстановки; повторение игры с той же аудиторией ведет к снижению среднего вклада, а возможность общаться дает игрокам дополнительные возможности. Интересно, что на результат игры действует предварительный разговор с участниками эксперимента о моральном долге одаривать дарящего.

Другого рода эмпирические исследования (см., в частности (Steinberg, 1990; Clotfelter, 1985; Kingma, McClelland, 1995)), обращающиеся к теме благотворительности, изучают так называемый эффект вытеснения: связь между изменением налогов и желанием людей делать дополнительные взносы в благотворительные организации. Результаты здесь неоднозначны. Так, если снижение налогов

для организаций, жертвующих на благотворительные цели, считать ценой жертвования, то функция спроса на дарение со стороны богатых в разных работах получается то эластичной, то неэластичной по этой цене. Далее, чем больше государство само занимается благотворительностью, тем ниже частные вложения. В частности, больницы в Нью-Йорке последние десятилетия финансируются практически полностью из государственных фондов, а деньги частных благотворителей составляют крайне незначительную сумму и практически не меняются при изменении государственного финансирования (Thorpe, Phelps, 1991).

Некоммерческий сектор и доверие

Как и в рассмотренной выше ситуации с переливанием крови, при наличии значительной асимметрии информации между потенциальными производителями и потребителями услуг потребители оказываются неспособными достаточно аккуратно оценить качество и количество таких услуг. Как следствие, возникает проблема обеспечения гарантий уверенности потребителей соответствующих услуг в том, что производители таких услуг, пользуясь их неосведомленностью, не смогут получать выгоды за их счет. В связи с этим Хансманн (Hansmann, 1996) предположил, что именно в таких ситуациях и возникают неприбыльные организации как реакция на соответствующее фиаско рынка — неспособность коммерческого сектора обеспечить такие гарантии и действовать заслуживающим доверия способом. К сожалению, остается без ответа вопрос, почему именно. Почему в этом случае не возникают соответствующие репутационные механизмы, обеспечивающие такое доверие. Хансманн видит преимущество некоммерческого сектора в наличии у него конституирующего этот сектор ограничения на распределение остаточного дохода от его деятельности и, следовательно, более слабые стимулы получать выгоды от информационной асимметрии. Заметим, что это объяснение близко к предложенному в подходе Шляйфера—Харта объяснению сравнительных преимуществ государственного сектора в производстве товаров и услуг, где весьма сильны стимулы в условиях асимметричной информации могут нанести серьезный ущерб качеству таких товаров и услуг.

Заметим также, что эти две ранние попытки объяснить существование некоммерческого сектора дают основу для ответа на вопрос о причинах наблюдаемого сосуществования различных секторов, их функциях, сравнительном преимуществе и разделении труда между ними.

Остановимся на некоторых ранних теориях.

Предпринимательские теории существования некоммерческого сектора

Приведенные выше теории концентрируют внимание на стимулах к созданию некоммерческих организаций и мотивах финансирования их деятельности. В свою очередь менеджеры как существующих, так и потенциальных некоммерческих организаций не могут не принимать во внимание мотивацию, которая стоит за «альтруистическими» поступками их доноров, и используют ее, разрабатывая свою фандрайзинговую стратегию. Если основная мотивация — сочувствие и желание почувствовать свое участие, то в ход идут персональные истории несчастных. Если мотивация — участие в общем деле, то используются отчеты об эффективности деятельности организации, разрабатываются планы. Если донорами выступают религиозные люди, им говорится о религиозной ценности их дара и будущем воздаянии. В последнем случае, а также в случае жертвования на цели образования дарители обычно имеют тесные персональные связи с при-

нимающей стороной. Обычно персональные связи очень важны и в случае, если требуется деятельная помощь (инвестиции времени) хотя бы в том смысле, что человек идет работать волонтером туда, где уже работают его знакомые или друзья.

Другими словами, эти теории дают объяснение существованию и поведению некоммерческих организаций со стороны предложения в отличие от рассмотренных выше теорий, основанных на объяснении «со стороны спроса». В центре таких теорий — социальный предприниматель, который, в отличие от «стандартного» шумпетерианского предпринимателя, создает социальные, а не материальные ценности.

Теория стейкхолдеров. Эта теория связана преимущественно с работами Анвара Бен-Нера (Anheier, 2005) и основана на экономике организаций и институциональной экономике. Она обобщает и развивает идеи Хансманна и Уайброда. Ее основные положения следующие. Потребители соответствующих благ или услуг и другие стейкхолдеры на стороне спроса создают неприбыльные организации для усиления (максимизации) контроля над выпуском в ситуации информационной асимметрии. При этом некоторые (ключевые) стейкхолдеры оказываются настолько заинтересованными в таком контроле, что решают осуществлять такой контроль самостоятельно, становясь, таким образом, стейкхолдерами как на стороне спроса, так и на стороне предложения (в одно и то же время). Важно, что при этом предоставляются неконкурентные в потреблении товары (услуги), так что производитель не может выбирать качество селективно, тем самым обеспечивая более надежный сигнал добросовестности, чем в ситуациях, которые обсуждал Хансманн (Hansmann, 1996).

Теория взаимозависимости. Эта теория обращает внимание на тот факт, что часто некоммерческий сектор и правительство скорее партнеры, чем конкуренты. Так, Саламон (Salomon, 1995) отмечает значительную поддержку некоммерческого сектора (как прямая, денежная поддержка, непрямая поддержка разного рода). Добровольные действия оказываются ограниченными, неорганизованными, часто неэффективными, и активность государства вполне может помочь преодолеть эту слабость таких коллективных действий. К сожалению, остается без ответа вопрос о заинтересованности государства в преодолении таких фиаско добровольных коллективных действий.

Почему же в рыночной экономике существуют некоммерческие организации? Какую нишу они занимают? В чем их преимущества и недостатки по сравнению с другими формами организации аналогичной деятельности? Как эти преимущества «обеспечиваются» особенностями их функционирования и менеджмента? Какие функции у таких организаций?

Рассмотрим подробнее деятельность некоммерческой организации. Она действует в рамках иной модели, нежели модель максимизации прибыли, и важнейшим моментом, определяющим статус такой организации, является ограничение по «нераспределению» прибыли. Это обстоятельство может иметь решающее значение для потенциальных доноров: по ряду причин люди могут захотеть пожертвовать деньги (или свое время в случае волонтерства) только или преимущественно некоммерческим организациям. Обычно указывают на следующие (впрочем, не являющиеся независимыми) причины:

- **проблемы мониторинга.** Крайне сложно проследить, как именно расходуются пожертвования на благотворительность, и люди могут бояться использования их денег не по назначению. Как представляется, указанные слабые стимулы, порождаемые уставными ограничениями некоммерческих организаций, способствуют созданию доверия между менеджментом этих организаций и их потенциальными донорами. Конечно, управляющие некоммерческими фондами тоже не всегда действуют исключительно безвозмездно, но в силу указанных

ограничений «возмездное» использование средств этих организаций незаконно, и их доноры могут надеяться, что такой управляющий опасается преследования по закону;

- **асимметричная информированность.** Отсутствие мотива прибыли в деятельности некоммерческих организаций дает основание надеяться, что их менеджеры не заинтересованы в манипулировании имеющейся в их распоряжении, но недоступной их клиентам информации, считая, что те не будут пытаться на них нажиться, поскольку прибыль не является их целью. Более того, реципиенты склонны принять помощь некоммерческой организации, даже если не разделяют ее идеологию (или религию);

- **спектр разрешенных действий для некоммерческих организаций гораздо шире, чем для коммерческих,** что позволяет им предоставлять больше услуг реципиентам. Даже государственные организации зачастую слишком связаны бюрократическими процедурами, чтобы действовать достаточно эффективно.

Конкуренция между некоммерческими и коммерческими организациями

Рассмотрим случай конкуренции между некоммерческими и коммерческими организациями. Во многих сферах деятельности коммерческие и некоммерческие организации сосуществуют в течение длительных периодов времени. Возникает вопрос: почему это происходит? Так, если одна из форм организации данной деятельности более эффективна, чем другая форма, почему более эффективная не вытесняет менее эффективную? В частности, почему в той сфере деятельности, где коммерческие фирмы способны получать прибыль, существуют и некоммерческие организации?

Критики некоммерческих организаций утверждают, что такая «живучесть» этих организаций — результат их особого статуса и особого к ним отношения регулятора. Эти критики обычно обращают внимание на то, что их менеджмент материально не заинтересован в эффективности функционирования такой организации, и на то, что такие фирмы могут продолжать существовать даже тогда, когда их существование уже совершенно неэффективно (Hansmann, 1996). Что «успех» многих некоммерческих организаций может оказаться следствием того, что им (разными способами) потворствует государство, позволяя им существовать (в частности, позволяя им не платить налоги, которые платят коммерческие организации).

Однако априори нельзя отрицать, что указанные выше особенности некоммерческой организации, приверженности ее клиентов тем же идеологическим установкам, которые часто оказываются положенными в основу ее деятельности, не способны компенсировать ее недостатки. Отсутствие материальной заинтересованности в результатах деятельности, сильных стимулов для экономии на издержках не обязательно приводит к неэффективности такой деятельности. Особый характер деятельности таких организаций и характер занятых в ней (добровольцы, альтруисты) позволяет надеяться на то, что агентские проблемы, связанные с функционированием любой организации, вполне могут оказаться ослабленными в достаточной степени, для того чтобы нейтрализовать отсутствие сильных стимулов (материальной заинтересованности в результатах деятельности организации). Другими словами, все указанные характеристики некоммерческих организаций, которые видятся их критиками как недостатки таких организаций, по мнению (Seibel, 1990), как раз и оправдывают их существование. В частности, в некоторых сферах коммерческая организация не выжила бы, и только некоммерческая может продолжать предоставлять убыточные услуги.

Рассмотрим организацию, в основе которой лежит некоторая идеология. Чтобы понять, как она сможет существовать, успешно конкурируя с коммерческими организациями, следует ответить на два вопроса: с точки зрения самой этой идеологии, что предпочтительнее — коммерческая или некоммерческая организация? И выгодно ли государству использовать эту идеологию? Если оба эти вопроса дают положительный ответ, потребители станут предпочитать именно эту организацию и она состоится. Почему еще могут они предпочесть эту организацию? Если они активно разделяют идеологию такой некоммерческой организации, им психологически комфортнее потреблять производимые ею товары и услуги, зная, что те, кто управляет этой организацией, делают это не из материальных, а из идеологических соображений. То есть именно распространение и поддержание идеологии ставится менеджерами во главу угла. То же самое можно сказать и о ситуации, когда потребители услуг данной организации разделяют с ее менеджментом представление о том, какой способ производства таких услуг является «правильным». Поясним сказанное на примере из сферы образования. Образовательная программа в некоммерческом секторе может полнее отражать представление о том, чему и как следует учить, хотя потенциальный контингент учеников может сделать такую программу непривлекательной с коммерческой точки зрения. С другой стороны, поскольку некоммерческие (часто религиозные) организации из-за отсутствия налогов могут сделать стоимость обучения достаточно низкой, конкурс в такие школы будет большой, они смогут отбирать лучших, повышая уровень образования, нивелируя тем самым свою потенциальную неконкурентоспособность.

Заметим, что третий момент представляется особо важным, ведь два остальных, в принципе, не отличают некоммерческие организации от государственных.

Добровольческий сектор пассажирских перевозок

Во многих странах мира можно наблюдать, что в перевозке пассажиров участвует добровольческий сектор. Например, в Великобритании добровольческий сектор возник и получил развитие в течение последних десятилетий как возможное решение проблем низких возможностей и социальной изоляции населения, вызванных плохим транспортным обеспечением. Несмотря на то что неофициальные добровольческие схемы автомобильных перевозок для удовлетворения социальных нужд существовали в Великобритании приблизительно с 1939 г. (Community Transport..., 2010), первый официально признанный оператор *добровольческого транспорта* (Community Transport) на территории Великобритании был создан только в 1966 г. в Бирмингеме.

Традиционно добровольческий сектор предоставляет услуги как вспомогательные или дополнительные к нормативному обеспечению, но все больше финансируется (частично или полностью) государством для оказания базовых услуг. Добровольческий транспортный сектор был первым, предложившим решение сельским транспортным проблемам и проблемам таких групп населения, кто оказался в социальной изоляции: молодым людям, национальным меньшинствам, пожилым людям, людям с ограниченными возможностями передвижения, которые могут иметь трудности с такими вопросами, как пол, национальность, изоляция, бедность и низкие доходы.

Добровольческий транспорт определяется как обеспечение местным пассажирским транспортом, которое осуществляется не посредством предусмотренных графиком автобусных или железнодорожных перевозок, организованным на некоммерческой основе добровольческими организациями, добровольчес-

кими транспортными группами или другими нестатутными органами. Добровольческий транспорт является ответом на транспортные потребности отдельных людей или групп, которые не удовлетворяются частными, статутными или традиционными государственными транспортными услугами. Фактически услуги этого вида транспорта осуществляются людьми для людей.

Выделяют следующие характеристики добровольческого транспорта:

- представлен организациями третьего сектора, включенными в местные общины;
- обеспечивает безопасные, общедоступные и допустимые по средствам транспортные решения для удовлетворения местных потребностей;
- является общественной собственностью и управляется местными жителями;
- является инклюзивным и нестатутным.

Многие ранние добровольческие транспортные проекты организовывались в Великобритании специально для решения конкретных проблем, где и когда они возникали. Данные проекты часто не решали проблемы тех, кто реально нуждался в решении, поскольку такие люди находились на такой отдаленной периферии, что страдали от крайней степени изоляции. Добровольческий транспорт развивался во многом благодаря возросшему спросу на транспортные услуги, приходу к упадку традиционных автобусных и железнодорожных транспортных услуг, росту политизации и признания прав пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями. Таким образом, добровольческий транспорт становился более профессиональным.

В Великобритании сдвиг к большему профессионализму внутри данного движения был поддержан успешным запуском «Журнала добровольческого транспорта» (Community Transport Journal) в 1982 г., который постепенно привел к созданию Ассоциации добровольческого транспорта (Community Transport Association (СТА)). В 1986 г. СТА начала свою деятельность как национальное объединение операторов добровольческого транспорта для обеспечения профессиональных консультаций и руководства их членов и сейчас является ведущей крупнейшей британской организацией добровольческого транспорта. В дополнение к своей роли в обеспечении обучения, консультирования и руководства СТА функционирует как лоббирующая группа, продвигающая улучшение возможностей сектора добровольческого транспорта.

Таким образом, услуги добровольческого транспорта играют уникальную роль в заполнении разрыва доступности транспортных услуг, который не может заполнить традиционный общественный транспорт из-за ограничений субсидирования, доступности или пространственных ограничений. Только в одной Англии существует примерно 1700 организаций добровольческого транспорта с более чем 60 тыс. добровольцев и 10 тыс. работников (Mulley, Nelson, 2012). Более 15 млн поездок были осуществлены группами добровольческого транспорта в 2010 г. В Австралии добровольческий транспорт также организован отдельно во всех штатах страны, хотя недавно (в 2011 г.) был создан национальный координационный орган.

Финансирование добровольческого транспорта в основном идет из общегосударственного бюджета через местные бюджеты и местные службы помощи. Также существуют другие источники доходов: фонды неотложной помощи, лотереи, благотворительные фонды и некоторые региональные организации развития. По закону, операторы добровольческого транспорта осуществляют услуги на некоммерческом принципе после получения разрешения властей, при этом требования для получения разрешения являются более простыми по сравнению с обычным общественным транспортом. Так, операторы не обязаны получать лицензию и регистрировать маршруты (оказываемые услуги подразу-

мевают гибкость). Операторы используют автобусы с количеством мест от 9 до 16 и используют труд водителей-волонтеров.

В России данный сектор не занимает существенной доли в общей массе всех перевозок, несмотря на то что волонтерством в настоящее время занимается все большее число людей. Очень малое число организаций в российских регионах занимается перевозками на бесплатной основе. Например, только недавно (в ноябре 2013 г.) в Москве появился проект бесплатных перевозок «17 минут» (Новый сервис..., 2014). Данный проект подразумевает взаимовыручку водителей, главное правило проекта звучит следующим образом: «Если хотите, чтобы вас подвезли, подвозите сами. Хотите только ездить — заказывайте такси». Проект предполагает, что желающие проехать пассажиры оставляют на сайте проекта заявку, которую могут получить желающие подвезти водители (которые затем по полученной информации друг о друге могут принять решение, осуществлять перевозку или нет). На начало января 2014 г. на сайте проекта зарегистрировано 859 водителей и 1224 пассажира, и только один водитель в среднем присутствует на сайте онлайн. Таким образом, сеть, как мы видим, (пока) не получила какого-то бы ни было существенного охвата.

Существуют и другие примеры работы добровольцев в перевозке пассажиров. Как правило, добровольцы занимаются перевозкой ветеранов ВОВ и инвалидов. Так, в г. Абакане к 65-летию Великой Отечественной войны в 2010 г. был организован проект «Социальное такси»¹, в рамках которого была сформирована база добровольцев, готовых безвозмездно несколько раз совершить рейс по заявке ветеранов, и организована работа диспетчера. Проект действовал 16 дней в мае 2010 г., и в некоторые дни число заявок от ветеранов было так велико, что добровольцы не могли своими силами их выполнить и обращались в коммерческие службы такси, просто оплачивая поездки за ветеранов (Закончился праздник...).

По аналогичной схеме, но на постоянной основе работает социальное такси «Забота»² в Казани, работает диспетчерская служба по приему заявок от лиц с ограниченными возможностями. В распоряжении службы имеется только один автомобиль, однако проект приглашает к работе добровольцев и принимает пожертвования на оплату расходов на содержание транспорта.

Немного более распространены в России проекты муниципальных органов власти во многих субъектах РФ, которые также являются малоизвестными. В рамках данных проектов организовываются службы с аналогичными названиями («Социальное такси»³), средства на которые выделяются из местных бюджетов; пользоваться их услугами могут некоторые категории инвалидов на определенных условиях (определенное число раз в месяц, за определенную плату (в каких-то службах бесплатно)).

Заключение

Существует несколько объяснений, почему люди участвуют в благотворительности как в рамках парадигмы рационального выбора (в целях получения личной выгоды от результатов финансируемой деятельности, для подачи сигналов о богатстве, для поддержания системы помощи на случай, если индивид сам

¹ Проект организован Региональной общественной молодежной организацией Республики Хакасия «Эдельвейс» при поддержке Управления культуры, молодежи и спорта администрации города Абакана в рамках «Молодежной инициативы — 2010» (Социальное такси...).

² Проект осуществляется Региональной общественной организацией родителей детей-инвалидов РТ «Забота» (Социальное такси «Забота»...).

³ Например, проект «Социальное такси»...

будет нуждаться в помощи), так и вне ее (предпочтения индивидов являются взаимозависимыми, зависимость поведения людей от намерений взаимодействующих с ними людей). Среди причин существования некоммерческого сектора можно указать основные две:

1) благотворительность как (добровольное) финансирование общественного блага;

2) реакция на соответствующее фиаско рынка — неспособность коммерческого сектора обеспечить гарантии и действовать заслуживающим доверия способом.

Также существуют предпринимательские теории существования некоммерческого сектора (дают объяснение существованию и поведению некоммерческих организаций со стороны предложения в отличие от двух основных теорий, основанных на объяснении «со стороны спроса»), теория стейкхолдеров (потребители соответствующих благ или услуг и другие стейкхолдеры на стороне спроса создают неприбыльные организации для усиления контроля над выпуском в ситуации информационной асимметрии), теория взаимозависимости. Наконец, мы попытались объяснить факт длительного сосуществования и конкуренции некоммерческого и коммерческого секторов. В заключение мы привели пример отрасли пассажирских перевозок, в которой добровольческий сектор дополняет частный и государственный секторы, заполняя ту нишу спроса, которая не удовлетворяется другими перевозчиками.

Источники

Закончился праздник, но ничто не забыто. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://skizee.livejournal.com/5993.html> (дата обращения: 02.01.2014).

К 2016 году волонтеров в Москве будет около 500 тысяч // Федеральное информационное агентство REGIONS.RU/«НОВОСТИ ФЕДЕРАЦИИ». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://regions.ru/news/2489510/> (дата обращения: 02.01.2014).

Новый сервис пассажирских перевозок. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.17minut.ru/> (дата обращения: 02.01.2014).

Проект «Социальное такси» // Саратовская областная организация Всероссийского общества инвалидов. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.voi64.ru/projects/detail.php?id=2&do=view> (дата обращения: 02.01.2014).

Социальное такси. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://skizee.livejournal.com/2748.html> (дата обращения: 02.01.2014).

Социальное такси «Забота». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://vk.com/social_taxi_zabota (дата обращения: 02.01.2014).

Anheier H. Nonprofit Organizations: Theory, Management. Routledge, 2005.

Besley T., Ghatak M. Government Versus Private Ownership of Public Goods // Quarterly Journal of Economics. 2001. Vol. 1. N 4. P. 1343—1372.

Clofelter C. Federal Tax Policy and Charitable Giving. Chicago, 1985.

Community Transport: Provision in England, Scotland, Wales and the Republic of Ireland // Research and Library Services. Research Paper. 27/10. 2010.

Fraja G. de. Productive Efficiency in Public and Private Firm // Journal of Public Economics. 1993. Vol. 50. N 1. P. 15—30.

Fraja G. de, Delbono F. Game Theoretic Models of Mixed Oligopoly // Journal of Economic Surveys. 1990. Vol. 4. N 1. P. 1—17.

Fehr E., Schmidt K. A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation // The Quarterly Journal of Economics. 1999. Vol. 114. N 3. P. 817—868.

Glazer A., Konrad K. A Signaling Explanation for Charity // American Economic Review. 1996. Vol. 86. P. 1019—1028.

Hansmann H. The Changing Roles of Public, Private, and Nonprofit Enterprise in Education, Health Care, and Other Human Services // Individual and Social Responsibility: Child Care, Education, Medical Care and Long-term Care in America / ed. by V. Fuchs. Chicago, 1996.

Hart O. Incomplete Contracts and Public Ownership: Remarks, and an Application to Public-Private Partnerships // The Economic Journal. 2003. Vol. 113. March. P. 69—76.

Hart O. Firms, Contracts, and Financial Structure. Oxford, 1995.

Kingma B., McClelland R. Public Radio Stations are Really, Really Not Public Goods; Charitable Contributions and Impure Altruism // *Annals of Public and Cooperative Economics*. 1995. Vol. 66. N 1. P. 5—76.

Ledyard J. Public Goods: A Survey of Experimental Research // *Handbook of experimental economics* / ed. by J. Karel, A. Roth. Princeton, N. J., 1999. P. 111—194.

Merrill W., Schneider N. Government Firms in Oligopoly Industries: A Short-Run Analysis // *The Quarterly Journal of Economics*. 1966. Vol. 80. N 3. P. 400—412.

Mulley C., Nelson J. Recent developments in community transport: Comparative experience from Britain and Australia // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2012. Vol. 48. P. 1815—1825.

Rose-Ackerman S. Altruism, Nonprofits, and Economic Theory // *Journal of Economic Literature*. 1996. Vol. 34. N 2. P. 701—728.

Salamon L. Partners in Public Service: Government—Nonprofit Relations in the Modern Welfare State, Baltimore, MD, 1995.

Seibel W. Organizational Behavior and Organizational Function: Toward a Micro-Macro Theory of the Third Sector / ed. by H. Anheier, W. Seibel. 1990. P. 107—21.

Shleifer A. State Versus Private Ownership // *Journal of Economic Perspectives*. 1998. Vol. 12. N 4. P. 133—150.

Steinberg R. Taxes and Giving: New Findings, *Voluntas*. 1990. P. 61—79.

Sugden R. Reciprocity: The Supply of Public Goods Through Voluntary Contributions // *Economic Journal*. 1984. Vol. 94. N 376. P. 772—787.

Thorpe K., Phelps C. The Social Role of Not-for-Profit Organizations: Provision of Charity Care // *Economic Inquiry*. 1991. Vol. 29. N 3. P. 472—484.

Titmuss R. *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*. London, 1973.

Weisbrod B. Toward a Theory of the Voluntary Nonprofit Sector in a Three-Sector Economy // *The voluntary nonprofit sector* / ed. by B. Weisbrod. Lexington, MA, 1977. P. 51—76.