

Морозов В.А.¹

¹ Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Механизмы взаимодействия в третьем секторе экономики

АННОТАЦИЯ:

Целью исследования было рассмотрение существующих субъектов и среды социального обеспечения населения в различных направлениях деятельности. Проанализирована деятельность некоммерческих организаций и их эффективность работы. На основании исследований сформулированы предложения по классификации различных видов взаимодействия третьего сектора экономики с обществом. Обоснованно предложение по развитию и широкому внедрению в данный сектор экономики предприятий социального предпринимательства с принятием соответствующего данному закону.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *взаимодействие, социальное предпринимательство, потребности, эффективность, социально-экономические субъекты, некоммерческие организации, социальный бизнес*

JEL: L 30, L31, L39

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Морозов В.А. Механизмы взаимодействия в третьем секторе экономики // Креативная экономика. — 2015. — Т. 9. — № 3. — с. 313-328. —

<http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/ce/article/view/163/>

Морозов Владимир Александрович, д-р экон. наук, профессор, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (vm-1955309@yandex.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 16.03.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 30.03.2015

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП:

<http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/ce/article/view/163/>

(с) Морозов В.А. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский



Введение

Известно, что механизмы взаимодействия основаны на наборах потребностей и ценностей сторон. Выявить их состав, сгруппировать и назвать способы конкретной обратной связи возможно с их помощью. Механизмы включают в себя взаимодействия организации, совершающей те или иные действия, изменения, вызванные этими действиями, и влияние этих изменений на другие организации (с учетом реакции последних).

Чтобы понять взаимодействие, следует выяснить свойства взаимодействующих участников. Эти свойства не могут найти объяснения в факте взаимодействий, как бы ни изменялись они благодаря ему. Это зависит от индивидуальных и социальных свойств и качеств взаимодействующих сторон. Именно поэтому главное в социальном взаимодействии – *содержательная сторона*.

Международной практикой принято, что третий сектор экономики формируют организации, основной целью которых является не получение прибыли, а производство социальных благ (товаров и услуг), в том числе благотворительность. В России этот сектор зародился в начале 90-х, пройдя за десятилетия интенсивный рост, а также кристаллизацию, кризис и стагнацию.

Развитие третьего сектора бурно проходило в областях и регионах страны. Находясь под патронажем губернаторов и мэров в этот период у нового направления в лице большинства новообразований хватало сил, в основном, только зарегистрироваться и быстро истратить полученные сверху деньги. Конечно, часть этих денег шла по назначению, но другая (возможно большая) часть уходила на личные интересы инвесторов и «начальства». После 1995 г. в рассматриваемом направлении появились законы и, соответственно, профессионалы этого дела и, конечно, «зонтичные» структуры.

В конце 90-х годов кризис остановил работу многих направлений третьего сектора, в том числе такие направления, как реабилитационные центры, приюты и хосписы. В начале XXI века многие предприниматели организовывали НКО по большей части формально, чтобы уйти от высокого налогообложения, которое присутствует в предпринимательской сфере. Эти «горе организации», в основном, не имели профессиональной, кадровой и материальной основы. И их было большинство. Поэтому реально оставшихся и функционирующих

(зарегистрированных) добровольных организаций после стагнационного периода осталось только около 20%.

Если говорить о взаимодействии государственных структур и НКО, то в этом смысле можно разделить третий сектор на взаимодействие:

1) регионально-муниципального уровня с НКО, защищающие интересы отдельных слоев населения;

2) федерально-окружной уровень с НКО, решающие национальные общественные проблемы. Таким образом, НКО является посредником между властью и гражданами.

У НКО, по сути, для самовывживания в условиях существующего затяжного кризиса, чтобы выполнить свою социальную миссию (а не набивать собственные карманы) есть два пути:

— первый и самый «прямой» – сращивание с местной администрацией, имея постоянную при этом финансовую поддержку, где можно расширять штат и не «заморачиваться» в вопросах самофинансирования (что имеет место);

— второй «демократический» – если деньги не идут сверху, то их нужно получить на социальные нужды у населения, проявляя изобретательность и смекалку при широком информировании общественности о своей деятельности. Сюда входит и активная работа с коммерческой средой путем прямого адресного обращения;

— третий – разовый, при единичном мощном спонсорском пожертвовании, который недолговечен и имеет «черно-серые» пятна в налоговой области.

Сегодня Россию можно рассматривать через призму третьего сектора, в основном, по первому варианту пути. Регионально-областное руководство (как это бывает не только в РФ) работает с теми, кого оно знает на доверии, а значит, это партнеры, приятели, товарищи и друзья, родственники, в общем, присутствует кумовство. Где кумовские картели, там нет демократии рынка, там много собственных интересов и коррупция, которые тормозят полноценную содержательную социальную миссию НКО.

Из сказанного следует вывод, что основное условие жизнедеятельности НКО по всем регионам страны – это достижение независимого стабильного финансирования третьего сектора со стороны госструктур. Однако основная трудность работы на донорские средства – неустойчивость и непостоянство средств, конкуренция за донорские

ресурсы среди НКО. Обратной стороной проблемы оказывается то, что сегодня фандрайзинг становится едва ли не более значимым видом деятельности, чем существующая социальная помощь целевым группам. Что касается пожертвований индивидов, то это направление и вовсе слабо развито, в людях и сегодня сохраняется уверенность в том, что социальные программы – удел государства.

Получается, что во Франции и Германии государственные ассигнования – основной источник финансирования, а у нас этого не происходит. Причины: недостаток финансовых средств и механизмов их реализации, в том числе духовного менталитета, отсутствия «социального патриотизма» и энтузиазма, непрозрачной финансовой отчетности НКО, низкого уровня информированности общества о работе третьего сектора. Возможно и то, и другое, и третье. Действующие сегодня формы взаимодействия государственно-муниципальных структур функционируют при:

- разработке программ на основе конкурсного отбора проектов независимых организаций;
- формировании программ с участием набора смешанных рабочих групп, что обогащает их современными предложениями по разрешению социальных проблем;
- конкурсном размещении социального заказа на услуги населению.

В настоящее время эти формы становятся менее продуктивными из-за ужесточения налоговой политики к третьему сектору, когда сужается коридор льготных условий. По направлениям образования, культуры и поддержания инвалидов этот вопрос не стоит, но есть еще очень много другого, составляющее в удельном исчислении более 60%. Например, НКО с экологическим или правозащитным направлением, кроме сказанного, труднее общаться с государственными чиновниками на мотив разрешения проблем, так как за эти вопросы отвечает государственный сектор (в том числе субъекты федерации).

Сегодня применяемые Европой и США экономические санкции в отношении России ставят в исключительно сложное положение НКО, существующие за счет средств коммерческих предприятий и частных спонсоров, которым приходится больше думать о самовыживании и затягивать собственные пояса. Нелегко придется и тем НКО, кто существует за счет федерального финансирования, которое так же жестко урезают по большинству направлений.

Коллектив НКО, сидя не один год на «финансовой игле», сразу не способен добывать деньги самостоятельно и быть самокупаемым на основе товаров и услуг, строго отвечающих целям создания организации. Вместе с тем взаимодействие госструктур и НКО уже стало склоняться в пользу федерального административного давления из-за сокращения средств, для выполнения «любой ценой» официальных социальных показателей Росстата, являющихся социально-политическим барометром (разборок политических партий между собой). Нельзя не забывать, что такое давление вызвано предоставленными льготами на материальные услуги для деятельности НКО (офисные и вспомогательные помещения, техника, средства связи и т.п.).

К началу 2014 г. число юридических лиц, являющихся некоммерческими организациями составило 678 521 ед., это всего около 14% от всего числа предприятий и организаций [6]. Если оценивать количество социально ориентированных некоммерческих организаций, то на январь 2014 г. их было 113 237,00 ед., что составляет 16,7% от всего числа некоммерческих организаций (юр. лиц), то есть «капля в море» [12]. Как же распределяется число социально ориентированных НКО по видам деятельности (табл. 1)?

Таблица 1. Распределение социально ориентированных некоммерческих организаций по видам деятельности [8]

Виды деятельности	Количество социально ориентированных некоммерческих организаций
Всего	113237
в том числе:	
профилактика социального сиротства, поддержка материнства и детства	8664
повышение качества жизни людей пожилого возраста	9491
социальная адаптация инвалидов и их семей	9631
другие виды социальной поддержки и защиты граждан	19743
подготовка населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций	2031
оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, техногенных или иных катастроф	3137
охрана окружающей среды и защита животных	4424
охрана и содержание объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронений	2305
оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе гражданам, правовое просвещение населения, деятельность по защите прав и свобод	7492

человека и гражданина	
оказание юридической помощи на безвозмездной или на льготной основе некоммерческим организациям	3555
профилактика социально опасных форм поведения граждан, содействие такой деятельности	3588
благотворительная деятельность	12468
содействие благотворительной деятельности	8816
деятельность в области добровольчества	7486
деятельность в области образования, просвещения, науки, содействие такой деятельности	35241
деятельность в области культуры и искусства, содействие такой деятельности	24391
деятельность в области здравоохранения, профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, содействие такой деятельности	25936
содействие патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи	28181
деятельность в области улучшения морально-психологического состояния граждан и духовного развития личности	25579
деятельность в области физической культуры и спорта, содействие такой деятельности	13174
развитие межнационального сотрудничества, сохранение и защита самобытности, культуры, языка и традиций народов Российской Федерации	3871
поддержка общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций	3546
содействие деятельности по производству и (или) распространению социальной рекламы	641
антикоррупционная деятельность, включая содействие формирования в обществе активного неприятия коррупции	514
иные виды деятельности	30195

*Виды деятельности определены ФЗ «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996

Из таблицы 1 видно, что структура предприятий более склонна к направлениям образования и культуры, содействия патриотическому, духовно-нравственному воспитанию молодежи, а также улучшению морально-психологического состояния граждан и духовного развития личности. Статистика предприятий по их количеству имеет на сегодня правильное направление, правда результаты от этого – качество образования, количество психических расстройств – на фоне статистики самоубийств и уровня наркомании показывает пока не утешительную динамику.

Распределение социально ориентированных некоммерческих организаций по источникам объема денежных средств и иного

имущества организации за 2013 год выглядит следующим образом (таблица 2) [8].

За последние годы, как видно из таблицы 2, участие государства в социальных вопросах не превышает 20%, примерно 15% участия занимают коммерческие круги и физические лица. Основная доля приходится на доходы (выручку) НКО от реализации товаров и услуг. Участие иностранного капитала составляет всего 3%. Надо сказать, что основная отдача присутствует от тех некоммерческих организаций, которые имеют свои или арендуемые помещения. Статистика по этому вопросу такова. НКО, у которых нет помещений, составляет от общего числа 35%. Из 65% некоммерческих организаций, имеющих помещения в аренде, составляет 24,2% (из них 10,4% в государственно-муниципальной собственности) и 30,2% находится в безвозмездном пользовании (из них 18,2% в государственно-муниципальной собственности) [8].

Исходя из сложившейся ситуации и положения дел, можно отметить, что примерно за последние 10 лет для заметного обеспечения социальных потребностей у населения в экономике 3-го сектора требуются надежные масштабные и серийные подходы. Целесообразно в этом смысле активнее привлекать рыночные структуры, тем более что эта сфера только в официальной отчетности Росстата имеет более 25 направлений социально-хозяйственной деятельности.

Сегодня многие НКО по законодательной форме отчетности по большому счету не знают меру социальной эффективности. Их механизм в целом основан на дотационном финансировании и в связи с этим лишен предприимчивости и новаторства, чтобы самостоятельно зарабатывать деньги. Отсутствие мотивации в работе НКО ведет к кризису доверия со стороны общества (2/3 опрошенных не верят в работу социального предпринимательства и считают это чисто государственным вопросом).

Конкурсы на получение грантов, проводимые НКО, нередко подвержены субъективным человеческим факторам организационного, технологического и финансового характера, что не обеспечивает правильного выбора участника и безусловного контроля за эффективностью выполнения проекта.

Таблица 2. Распределение социально ориентированных некоммерческих организаций по источникам объема денежных средств и иного имущества организации за 2013 год

Источники и объемы формирования денежных средств и иного имущества организации	млн рублей	В % к общему количеству поступлений
Всего поступило	516422	100
в том числе:		
поступления из федерального бюджета	54283	10,5
гранты от некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества (предоставленные за счет субсидий из федерального бюджета)	1160	0,2
поступления из бюджетов субъектов Российской Федерации	21460	4,2
поступления из муниципальных (местных) бюджетов	11934	2,3
поступления из бюджетов государственных внебюджетных фондов	3138	0,6
поступления (включая пожертвования), гранты от российских физических лиц, за исключением денежных средств и иного имущества, полученного по завещанию в порядке наследования	66680	12,9
денежные средства и иное имущество, полученное по завещанию в порядке наследования	6141	1,2
поступления (включая пожертвования), гранты от российских некоммерческих организаций, за исключением грантов от некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества	28067	5,4
поступления (включая пожертвования) от российских коммерческих организаций, за исключением дохода от целевого капитала	71148	13,8
поступления от иностранных государств, их государственных органов, международных и иностранных организаций	14852	2,9
поступления от иностранных граждан и лиц без гражданства	225	0,0
доход от целевого капитала	3386	0,7
доходы (выручка) от реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав (кроме доходов от целевого капитала)	193299	37,4
внерезидентские доходы (кроме доходов от целевого капитала)	11648	2,3
денежные средства и иное имущество, полученное безвозмездно от хозяйственных обществ, учрежденных организацией, за исключением денежных средств, недвижимого имущества, ценных бумаг, полученных на формирование или пополнения целевого капитала	1703	0,3
Иные поступления	27298	5,3

В этом смысле существующие НКО (и входящие фонды) должны в ближайшем будущем выступать как прозрачные ассоциации организаций социального предпринимательства, направляющие полученные сверху средства социальным предпринимателям на условиях эффективности их работы.

Данные отношения позволят обновить работу социально-культурных институтов предпринимательства в обществе на основе широкого информационного сопровождения в СМИ, что повысит кредит доверия населения и позволит через другие формы взаимодействия привлечь население к частному широкому финансированию различных проектов. Последние пять лет проводимые конкурсы проектов показали, что среди числа разных организаций участников основной рост относится на индивидуальных предпринимателей (основной возраст — 45 лет), что подтверждает необходимость проведения налоговых изменений в этой сфере, так как налоговое бремя у индивидуальных предпринимателей заметно меньше, чем у коммерческих организаций.

Говоря о положении НКО в России и Европе следует отметить, что нестабильность валюты и незначительное количество средств, которыми могут управлять многие небольшие организации «третьего сектора», снижают привлекательность НКО для целевых капиталов фирм. Сегодня в государствах Европы и Азии существуют различные субъекты социального предпринимательства. Они имеют разные формы организации и направленность [10].

Во Франции и Испании, Египте и Чехии, в США и Индии существуют компании, фонды и ассоциации, которые занимаются социальным бизнесом. Сфера их деятельности также различна. Это: производство товаров; оказание услуг населению; предприятия воспитательного характера; интернет-порталы по микрокредитованию; организации, помогающие не забыть народные ремесла и одновременно поднять трудовую занятость у населения. Здесь следует отметить, что основное различие между предпринимательством и социальным предпринимательством заключается в самом определении ценностей и их применении.

Социальное предпринимательство занимает некое промежуточное положение между сферами традиционного предпринимательства и благотворительности. Главное различие между предпринимательством и социальным предпринимательством заключа-

ется в самом определении ценностей. Социальный предприниматель стремится к ценностям в виде широких позитивных изменений в обществе, уделяя внимание в своей работе необеспеченным и ущемленным слоям населения. Однако это не может означать, что социальные предприниматели избегают получения прибыли за счет создаваемых ценностей, он также должен полноценно жить и работать.

В настоящий момент целостный подход к определению понятия «социального предпринимательства» не выработан. Смысл социального предпринимательства (СП) заключается в деятельности, нацеленной на смягчение и разрешение социальных проблем, характеризующейся такими признаками, как социальное воздействие, новаторство, самокупаемость, финансовая стабильность, территориальный охват и серийность.

Сущность функционирования СП – это когда прибыль от деятельности принципиально реинвестируется в дальнейшее развитие этого бизнеса или местного сообщества и не используется для максимизации доходов совладельцев или собственника предприятия. В этом случае социальное предприятие является моделью частного бизнеса, где все нацелено на получение конкретного результата в жизни населения и экономике, поддержании экологической среды общества, сглаживания его местных маргинальных особенностей.

Такие модели социального бизнеса могут обеспечить масштабные позитивные изменения в общественной жизни любого района или города. Зарубежные формы предприятий могут иметь различные правовые формы: компания общественных интересов, общество с ограниченной ответственностью, общество доверительного управления (трастовая компания), кооператив. Такое глубокое вхождение в жизнь населения требует тесного сотрудничества с местными сообществами, а также партнерскими агентствами.

За рубежом существуют агентства социальных предприятий, финансируемые региональным или муниципальным бюджетом, похожее есть и в России, например, в ЖКХ (но система отчетности и система конкурсов последних значительно отличается от зарубежной). С точки зрения взаимодействия социальных предприятий и госструктур НКО – это весьма полезный интегратор-полупроводник. Полупроводник – так как он имеет управленческие затраты, которые ложатся на плечи граждан.

Сегодня в России приходится кормить эту прослойку НКО по ряду социальных направлений. За рубежом в городах остается острой

проблемой решение социальных проблем, связанных с бедностью, трудоустройством и улучшением жилищно-коммунального обслуживания, чем и занимаются «социальные предприниматели» без участия в этом НКО, что снижает затраты обслуживания для населения. В России эти направления пока развиваются весьма слабо, отсутствует нормативно-правовая база, да и остается общая проблема повсеместного зарождения социального предпринимательства. Худо-бедно решаются вопросы в этом ключе относительно занятости женщин-матерей, работающих на дому в швейном деле, агентами туристических компаний, парикмахерами по вызову, репетиторами, гувернерами для богатых и сиделками для инвалидов, и т.п. Сюда можно отнести отдельные лечебные (детские стоматологические) подразделения, прачечные, ремонтные мастерские для бытовой техники, парикмахерские и др. с использованием труда людей с ограниченными возможностями.

Проводимые сегодня гранты и конкурсы в социальной области лежат в основном на плечах частных фондов, отдельных регионально-муниципальных учреждений или иностранных инвесторов (редко). Получается, что федеральные структуры не создали нормативно-правовую базу для формирования сети социальных предприятий по широкому обслуживанию населения.

Должна быть прописана инфраструктура бизнеса с учетом специальных льгот для субъектов социального предпринимательства, несмотря на то, что существуют отдельные льготы для стимулирования социально ориентированной деятельности. Вместе с этим должны подключиться СМИ по всем субъектам федерации в раскрутке направления, так как в настоящее время охвачены только половина субъектов РФ. Для активного участия населения в развитии субъектов и регионов Российской Федерации из опыта зарубежных коллег целесообразно использовать краудсорсинг.

Краудсорсинг – это сосредоточение ресурсов (в том числе организация работы людей) за счет информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед государством, бизнесом и обществом. Сравнивая с аутсорсингом, который был придуман, чтобы задействовать трудовые ресурсы людей, работающих в других компаниях, то краудсорсинг служит для задействования для поставленных целей людей, обитающих в информационном поле. Формулу краудсорсинга можно описать так: проект = удовлетворение x

время. К видам стратегий можно отнести финансирование, создание, голосование или так называемую «мудрость толпы».

Другим видом взаимодействия как народного финансирования можно рассмотреть краудфандинг. Это метод привлечения финансирования от широких масс с целью: реализации продукта, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки бизнеса и т.д. Среди моделей можно выделить следующие: без вознаграждения (пожертвования); вознаграждение нефинансового характера; финансовое вознаграждение (краудинвестинг, включающий модель Роялти, народное кредитование и акционерный краудфандинг).

Преимущество краудфандинга в том, что он позволяет получить финансирование без участия банков, венчурных фондов или биржи в весьма короткое время за счет правильного информационного сопровождения. Нужно активно применять для лечения больных, поддержки инвалидов, локализации региональных экологических вопросов. Вместе с этим для решения вопросов в социальной сфере, науке, образовании и культуре НКО должно шире применять проектный (для конкретного проекта) и оперативный (коммунальные и материальные расходы) фандрайзинг.

Фандрайзинг – это творческая деятельность по сбору средств (методом убеждения) на реализацию социально значимых проектов, которые решают проблемы поддержки образования, духовной и культурной среды общества. Фандрайзингом занимаются организации образования, здравоохранения, культуры в обход НКО и официальных проектов. Роль фандрайзинга увеличивается с влиянием негосударственного сектора в реализации проблем населения.

Инвестором может является структура, для которой вложение – часть общей PR-стратегии. В итоге, фандрайзинг формирует убеждение людей в социальной необходимости разного рода деятельности. Данное явление можно сравнить с формированием уникальной продажи, отличие заключается в том, что социальный проект будет не продаваться, а подаваться – в этом смысл. В этом случае инвесторы получают уважение клиентов – положительный имидж и опосредованную прибыль.

Следующий механизм взаимодействия – это эндаумент-фонды (или целевой капитал в России), которые хотя и обладают наличием налоговых льгот для фондов целевого капитала, однако в России носят закрытый «розничный» характер функционирования, так как отсутствует

информация об отчетности и стоимости имущества. Имеют недоступность механизма целевого капитала для небольших учреждений менее востребованного профиля деятельности (например, гуманитарных, педагогических и др.) при этом могут возникать конфликты интересов в управлении целевым капиталом.

Присутствует недостаточность льгот для жертвователей в фонды целевого капитала и др. На сегодня в России практика этого не велика, хотя в целом направление охватывает финансирование развития в образовании, науке, культуре, здравоохранении. Получателями средств, как правило, являются университеты, госпитали, музеи, театры, библиотеки и другие учреждения.

В США предложили еще один механизм обеспечения частными инвестициями сферы социального развития, используя такой финансовый инструмент, как облигации развивающего воздействия (Development impact bond), созданные на основе облигаций социального воздействия (Social impact bond, SIB). При положительном эффекте от проекта государство компенсирует частному инвестору затраты из денег налогоплательщиков. Однако если положительного эффекта не будет, то не будет и выплат, то есть вклады в долгие доллары с риском. Однако финансовые компенсации инвесторам привязаны к уровню достигнутого успеха.

Такой механизм привлечения вкладчиков стимулирует к более эффективным вложениям. Многие сайты, предлагающие покупку или продажу бондов (кратко- и долгосрочные облигации, казначейские билеты) в Интернете, ориентированы большей частью на институциональных инвесторов и профессиональных брокеров. Сайты или ограничивают доступ к профессиональным аналитическим исследованиям, информации или другим необходимым для работы инструментам, предлагая их только профессионалам с соответствующими лицензиями, или, как это бывает в большинстве других случаев, подобные услуги слишком дорого стоят, чтобы ими могли воспользоваться обычные частные инвесторы. Кроме указанных выше механизмов, основной упор для России следует делать на социальное предпринимательство. Существуют еще много механизмов взаимодействия, но мы сегодня делаем акцент на СП.

Поддержка социальному предпринимательству достигается за счет:

- усиления законодательной роли социальных предприятий в оказании общественных услуг (оказание помощи социально

- необеспеченным, в том числе детям, расширении услуг в здравоохранении и защите окружающей среды);
- проведения конкурсов, грандов и госзаказов в сфере социальных и экологических инициатив на этих предприятиях;
 - создания сообщества социальных предпринимателей и внутренних рынков в регионах, способных к производству инновационных решений, отвечающих социально-экономическому развитию в урбанизированной среде;
 - финансовой поддержки крупными муниципальными органами программ развития социального предпринимательства.

Сегодня в России социальным предпринимательством в том или ином виде занимается только около 1% компаний. Для улучшения ситуации необходимо его в ближайшее время увеличить хотя бы до 10%. Для этого нужно создавать возможности и условия для развития отечественного предпринимательства в социальной сфере. Предпринимательство – это изменения, обновления, соответственно появятся новые идеи, технологии, возрастет качество услуг, будут сформированы новые рабочие места. Сегодня продельвается работа по тиражированию социальных практик по регионам с привлечением государственно-частного партнерства, но основным препятствием в этом вопросе является отсутствие нормативного регулирования.

В настоящее время только намечена работа по подготовке закона, где должны быть очерчены условия работа социальных предпринимателей, прописаны различные субъекты социального предпринимательства, обозначены ограничения и требования с установлением фискальных льгот, но пока существует только один государственный документ (приказ № 223 Минэкономразвития РФ от 23.04.2012), который даёт только определение социального предпринимательства.

В нем предпринимательская деятельность может разделяться по направлениям предоставления услуг категориям людей с ограниченными возможностями, или в составе этой организации должно находиться более половины работников, относящихся к этой категории, где доля их дохода более 20% от общего. Нам кажется, что здесь еще много должно быть определений и дополнений организационно-технологического и финансово-правового характера, например, с

формированием для этого отдельных типов организаций и корпоративных форм взаимодействия. Вместе с этим следует доработать и расширить законодательные акты по НКО, которые, с нашей точки зрения, необходимо дополнить процедурами описания деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций.

Заключение

В настоящее время, в условиях продолжительного кризиса, необходимо поддерживать госструктурам инициативу центров инноваций в социальной сфере, которые должны стать опорами формирования и роста решения важных социальных задач, способные осуществлять микрофинансирование в регионах социальным предпринимателям. Кроме того, в состав задач для государственно-муниципальных структур, определяющих правила игры в 3-ем секторе и НКО, должен входить:

- поиск моделей эффективного партнерства (взаимодействия) Государство – НКО – СП – общество. В модели входят вопросы законодательного, нормативно-финансового, организационно-экономического и контрольно-статистического характера;
- массовая, многофункциональная информативность работы третьего сектора по направлениям и видам взаимодействия;
- прозрачность и систематическая отчетность НКО и организаций социального предпринимательства на федеральном уровне;
- постоянная динамика целевого финансирования социального сектора по регионам.

ИСТОЧНИКИ:

1. Глушков В. [Социальное предпринимательство в России. Начало пути](http://www.rmcenter.ru) / www.rmcenter.ru.
2. [Государство перекинет социальные проблемы на бизнес](http://www.nb-forum.ru) / www.nb-forum.ru.
3. Задорин И.В. [Общественная поддержка и доверие населения как фактор развития социального предпринимательства](http://www.zircon.ru): Выступление на круглом столе «Социальное предпринимательство в России. Перспективы развития» / www.zircon.ru.
4. Зверева Н. [Социальное предпринимательство: взгляд в будущее](http://www.nb-forum.ru) / www.nb-forum.ru.
5. [Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования](#) / А.А. Московская, М.А. Аларичева, А.И. Албутова [и др.]. — 284 с.
6. «[Распределение предприятий и организаций по организационно-правовым формам в 2013 г.](http://www.gks.ru)» на сайте Федеральной службы государственной статистики / www.gks.ru.

-
7. [Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования](#) / www.coollib.net.
 8. [Итоги выборочного обследования социально ориентированных некоммерческих организаций за 2013 год на основе формы № 1 СОНКО](#) / www.gks.ru.
 9. [Социальное предпринимательство предлагают оформить законодательно](#) / www.nb-consult.ru.
 10. *Стрелков И.С.* [Зарубежный опыт социального предпринимательства](#) / www.nb-forum.ru.
 11. *Сэй Ж. Б.* [Значение социального предпринимательства](#) / www.fuqua.duke.edu.
 12. «[Число общественных объединений, политических партий и некоммерческих организаций, зарегистрированных в РФ на 1 января 2014 г.](#)» на сайте Федеральной службы государственной статистики / www.gks.ru.
-

Vladimir A. Morozov, Doctor of Science, Economics, Professor, Lomonosov Moscow State University

Mechanisms of Interaction in the Third Sector of Economy

ABSTRACT:

The article shows a review of the existing entities and social welfare environment in various fields of activity. It analyses the activities of non-profit organizations and their performance. Based on the research, we develop proposals on classifying different types of interaction between the third sector of the economy and the society. We also provide rationalization for development and widespread implementation of social entrepreneurship enterprises in this sector with the adoption of a corresponding law.

KEYWORDS: interaction, social entrepreneurship, demands, effectiveness, social and economic entities, nonprofit organizations, social business
