

Дзокаева Залина Майрамовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный
университет им. К.Л. Хетагурова»

г. Владикавказ, Республика Северная Осетия – Алания

ЭКОНОМИКА НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: В ПОИСКАХ ИНТЕГРАТИВНОЙ ТЕОРИИ

Аннотация: в последние десятилетия экономисты стали проявлять все больший интерес к пониманию деятельности некоммерческих фирм, которые сочетают в себе такие признаки, как частность, с одной стороны, и некоммерческое распределение, с другой. Было предложено два типа теорий, объясняющих, почему такое сочетание имеет смысл. Один тип традиционно обозначается как теория провала рынка и, соответственно, рассматривает некоммерческую организацию как особое решение проблемы провала рынка. Другой тип, традиционно обозначаемый как теория предложения, рассматривает некоммерческую организацию как выход для альтруизма, идеологического предпринимательства и реализации социальных ценностей. Эти типы теорий часто считаются взаимодополняющими, поскольку они призваны объяснить различные части неоднородного некоммерческого сектора. Таким образом, значимое эмпирическое взаимодополнение теорий провала рынка и теории предложения предстоит продемонстрировать в данной статье.

Ключевые слова: интеграция, некоммерческий сектор экономики, теории провала рынка, теория предложения.

Торстейн Веблен, основатель институционализма, придерживался позиции о роли некоммерческой организации, которая, несмотря на свою уникальность, имеет важное сходство, как с теорией провала рынка, так и с теорией некоммерческой организации со стороны предложения. Более того, его позиция предполагает логическую связь между социальными проблемами, которые при-

звана решать некоммерческая организация, и индивидуальными мотивами для создания и поддержания некоммерческих фирм. Реконструкция этой связи является важным шагом на пути к развитию интегративного теоретического понимания некоммерческой организации. Размышления Веблена об этом институциональном устройстве были в значительной степени обусловлены его идеей дихотомии между материальными и производственными стимулами, которая была заметной темой во всех его работах. Среди многих следствий этой дихотомии два наиболее явно ссылаются на концепцию некоммерческой организации.

Во-первых, дихотомия между материальными и производственными стимулами подразумевала разрыв между интересами лидеров бизнеса и интересами общества в целом. Для бизнесмена, движимого денежными стимулами, жизненно важным моментом производства является продаваемость продукции, ее конвертируемость в денежные ценности, а не ее пригодность для нужд человечества. Некоторая доля пригодности для тех или иных целей должна быть у продукции, если мы хотим, чтобы она продавалась. Но из этого не следует, что наивысшая пригодность к эксплуатации дает наибольшую прибыль бизнесмену в денежном выражении, равно как и не следует, что во всех случаях продукция должна обладать лишь фактической пригодностью.

Такое разделение интересов приводит к тому, что «класс досуга» вносит довольно незначительный вклад в благосостояние общества, а вместо этого занимается различными формами денежной эмуляции и «показного потребления». Одна из передовых форм такого потребления предполагает участие досугового класса в «деятельности, которая исходит из способностей, которые нельзя отнести к самоценным, и целью которой не является недобросовестное различие. Тенденция к какой-то иной, нежели недобросовестной цели в жизни вылилась во множество организаций, целью которых является какая-то благотворительная или социальная деятельность» [3].

Во-вторых, Веблен [1] утверждал, что примат материальных стимулов над производственными, и в частности над инстинктом труда, должен привести к тому, что он обозначил как «упадок делового предпринимательства»: «дисциплина машинного процесса отсекает духовные, институциональные основы предпринимательской деятельности; машинная индустрия несовместима с ее дальнейшим ростом; она не может, в конечном счете, ужиться с машинным процессом». Этой тенденции традиционно противостоят, по мнению Веблена, предложения паллиативных мер, апелляцией к филантропическим, эстетическим, религиозным чувствам, попытками задобрить именем одного из эпифеноменов современной культуры. Веблен, однако, не верил в способность этих организаций обратить вспять то, что он считал естественным ходом истории: «Эти меры по исправлению положения, с помощью которых предлагается спасти или реабилитировать некоторые достойные похвалы, но устаревшие привычки жизни и мышления, в общем и целом, не имеют никакого значения, поскольку касаются рассматриваемого вопроса».

Очевидно, что идея Веблена о компенсирующей (пусть даже в конечном итоге безуспешной) роли некоммерческой организации в ситуации разрыва между интересами бизнес-элиты и общества напоминает современный аргумент о том, что некоммерческая организация помогает устранить провалы рынка. Действительно, такое разделение интересов представляет собой, по сути, провал рынка, поскольку предполагает, что предпочтения потребителей не могут направлять решения предпринимателей о распределении ресурсов. В некотором смысле, можно сказать, что теоретики рыночного провала некоммерческой организации расширили эту вебленовскую идею, предложив конкретные типы разрыва интересов, которые, скорее всего, приводят к появлению некоммерческих фирм. Эти типы, как известно, включают отсутствие у коммерческих фирм интереса к производству общественных благ и сильные стимулы к оппортунизму в условиях существенной информационной асимметрии в отношениях между фирмой и клиентом.

Более того, Веблен, по-видимому, четко различал социальные цели, которые стремятся достичь некоммерческие фирмы («номинальная стоимость» некоммерческой организации), и стимулы, побуждающие отдельных людей создавать эти фирмы. Это различие является важнейшим моментом, подчеркиваемым теорией предложения: существование некоммерческих фирм не может быть достаточно объяснено наличием спроса на них, поскольку не менее важно знать, почему кто-то должен быть заинтересован в предложении этой организационной формы. Предвосхищая современные споры о сочетании корыстных и альтруистических мотивов учредителей некоммерческих фирм, Веблен признавал, что «многие показательные дела бескорыстного общественного духа, несомненно, начинаются и продолжаются с целью, прежде всего, улучшить репутацию или даже получить материальную выгоду их учредителей» [4]. В то же время Веблен был уверен, что объяснение некоммерческой организации только с точки зрения эгоистических мотивов не даст справедливости в отношении этого сложного института.

Но после того, как сделаны все допущения и вычеты, остается некоторый остаток мотивов неэмулятивного характера. Сам факт того, что отличия или достойной славы добиваются таким способом, свидетельствует о преобладающем чувстве законности и предположительном реальном присутствии неэмулятивного, не завистливого интереса, как последовательного фактора в привычках мышления современных сообществ.

Таким образом, вебленовская связь между провалом рынка и причинами существования некоммерческой организации со стороны предложения может быть реконструирована следующим образом. Разрыв интересов лидеров бизнеса и широких слоев населения одновременно порождает спрос на некоммерческие организации как средство противодействия «упадку делового предпринимательства» и предложение некоммерческих организаций как формы «показного потребления» для досугового класса. Показано, что и спрос, и предложение на эту институциональную организацию коренятся в одном и том же явлении, в

конечном счете, вызванном дихотомией между материальными и производственными стимулами. В современной исследовательской литературе, рассматривающей провалы рынка и индивидуальные мотивы создания некоммерческих фирм как логически автономные друг от друга, не существует сопоставимой интеграции между теориями провалов рынка и теорией предложения некоммерческих организаций.

Тем не менее, вебленовский подход к интеграции этих различных теоретических аргументов не совсем удовлетворителен, поскольку он сосредоточен на классе досуга, исключая другие возможные заинтересованные стороны некоммерческих фирм. Возможно, это привело к тому, что Веблен недооценил истинную роль и потенциал некоммерческой организации. Фактически, грубо говоря, он, похоже, свел ее не более чем к прихоти богатых. Поэтому его связь между провалом рынка и аргументами в пользу предложения несколько неубедительна, поскольку основана на более или менее альтруистической мотивации представителей досугового класса. Веблен не рассматривал и, следовательно, не разрабатывал аргументы против возможности создания некоммерческих фирм более бедными людьми, чьи интересы напрямую страдают из-за разрыва между интересами бизнес-элиты и общества. Действительно, если производственные решения бизнес-элиты не соответствуют интересам многих членов сообщества, что мешает этим членам сообщества создавать некоммерческие фирмы, чтобы заполнить пробелы, оставленные предпринимательской деятельностью элиты? Очевидно, что созданные таким образом некоммерческие фирмы будут иметь гораздо больший потенциал для преодоления последствий вышеупомянутой нестыковки интересов, поскольку социальные проблемы, которые решают эти фирмы, будут являться основной мотивацией их учредителей.

Более того, для этих учредителей социальные проблемы, решаемые некоммерческой организацией, будут являться основными индивидуальными стимулами для создания некоммерческих фирм, поскольку рассматриваемые проблемы являются проблемами самих учредителей. Такая концептуализация

некоммерческих фирм подразумевает гораздо более тесную интеграцию между причинами рыночного провала и предложения для их создания, поскольку предполагается, что первые причины непосредственно порождают вторые. Выявление прямой связи между этими причинами является основным (пусть и косвенным) вкладом вебленовского анализа некоммерческих организаций в поиск интегративного понимания этого институционального устройства. Из этого вклада вытекают два теоретических следствия: 1) рыночный обмен является лишь несовершенным механизмом удовлетворения и 2) несовершенство этого механизма может быть в некоторой степени исправлено некоммерческой организацией, которая по определению не является институтом рыночного обмена (иначе она была бы подвержена тем же проблемам, что и рыночный обмен) [2]. Таким образом, достижение интегративного понимания некоммерческой организации критически зависит от выявления и определения природы некоммерческой организации с учетом последней спецификации. Далее эта задача будет решаться на основе теории разделения труда – теории, широко исследующей роль рыночного обмена в удовлетворении человеческих потребностей.

Список литературы

1. Ореховский П.А. Социальная рыночная экономика. Теория общественного сектора: учебное пособие / П.А. Ореховский; Международная академия современного знания. – М., 2020.
2. Привалов Н.В. Институционально-экономические основы развития некоммерческого сектора: дис. ... д-ра экон. наук / Н.В. Привалов. – Екатеринбург, 2016.
3. Тадорашко К.П. Некоммерческий сектор как институт гражданского общества. Основы становления и функционирования: дис. канд. экон. наук / К.П. Тадорашко. – М., 2013.
4. Яковсон Л.И. Некоммерческий сектор экономики: проблемы правового регулирования / Л.И. Яковсон // Государство и право. – 2019. – №3.