УДК 35.088.8:36:061.2

Мироненко Н.В.

Контрактные отношения как основной инструментарий построения межсекторного социального партнерства в контексте взаимодействий НКО и населения

В статье представлен анализ форм и инструментов построения межсекторного социального партнерства в контексте взаимодействий НКО и населения. Рассмотрены институциональные изменения межсекторного взаимодействия концепций некоммерческого сектора в рамках трансформационных процессов гражданского общества, выделены функции межсекторного взаимодействия НКО с государством и бизнесом. Предложен инструментарий развития межсекторного социального партнерства на основе контрактных отношений. Выделена спецификация контрактации построения межсекторного социального партнерства с учетом типологии НКО, а также разновидностей форм межсекторного взаимодействия.

Ключевые слова: социально-ориентированные некоммерческие организации (СО НКО), контрактные отношения, спецификация контрактации, межсекторное социальное партнерство; инфраструктурная поддержка СО НКО, общественно-государственное партнерство.

По мнению большинства исследователей, сегодня основными причинами неустойчивости новых институтов гражданского общества России являются трансформационные процессы, происходящие в экономике на фоне революционных изменений в рыночной среде, которые во многом опережают процессы принятия и усвоения новых институциональных норм массовым сознанием общества.

С одной стороны, современный некоммерческий сектор – реальный инструмент конструктивного и социально обусловленного взаимодействия общества, власти и бизнеса, реальный субъект экономической и социальной деятельности. Но вместе с тем отсутствие взаимодействия между некоммерческими организациями (НКО) или же отсутствие данных институтов в определённых секторах экономики приводит к размыванию достигнутых результатов без формирования новых, более эффективных форм взаимодействия. Основные причины столь сложных процессов в формировании межсекторного взаимодействия кроются в объективно различной социальной ориентации организаций, многообразии и разнообразии решаемых ими функциональных задач. В то же время над многими НКО довлеют неопределенность социальной миссии, первоочередность задач выживания организации, борьба за источники финансирования, конкуренция на рынке спонсоров и доноров и ряд других проблем, которые резко тормозят развитие институционализации НКО на федеральном, региональном и местном уровнях.

Поэтому первоочередной задачей развития системы взаимодействия некоммерческого сектора является определение границ и условий институционального равновесия.

Сегодня мы наблюдаем трансформацию неформальных рамок действующих социально-ориентированных НКО в формальные институты, действующие на основе социального партнерства. Процесс сложный и во

многом зависит от помощи государственных структур, но важнейшей его особенностью является то, что он объединяет активных и законопослушных представителей гражданского общества и предпринимателей-альтруистов, нацеленных на положительные изменения социальной среды.

В сложившихся условиях возникает необходимость в исследовании трансформационных процессов, изменении и разработке соответствующего инструментария для анализа и оценки происходящих трансформаций и институциональных изменений межсекторного взаимодействия некоммерческих организаций (рис. 1).

Вместе с тем представленная на рисунке 1 схема институциональных изменений основана на балансе интересов всех «игроков» межсекторного взаимодействия, а также на осознании необходимости глобальных общественных изменений, формирующих процедуры выявления и согласования интересов в проблемных отраслях социально-экономического развития. Однако модель не предусматривает те гибкие стандарты, ради которых создаются и в которых действуют НКО, помогая государству там и в тех условиях, где институты гражданского общества способны действовать более эффективно.

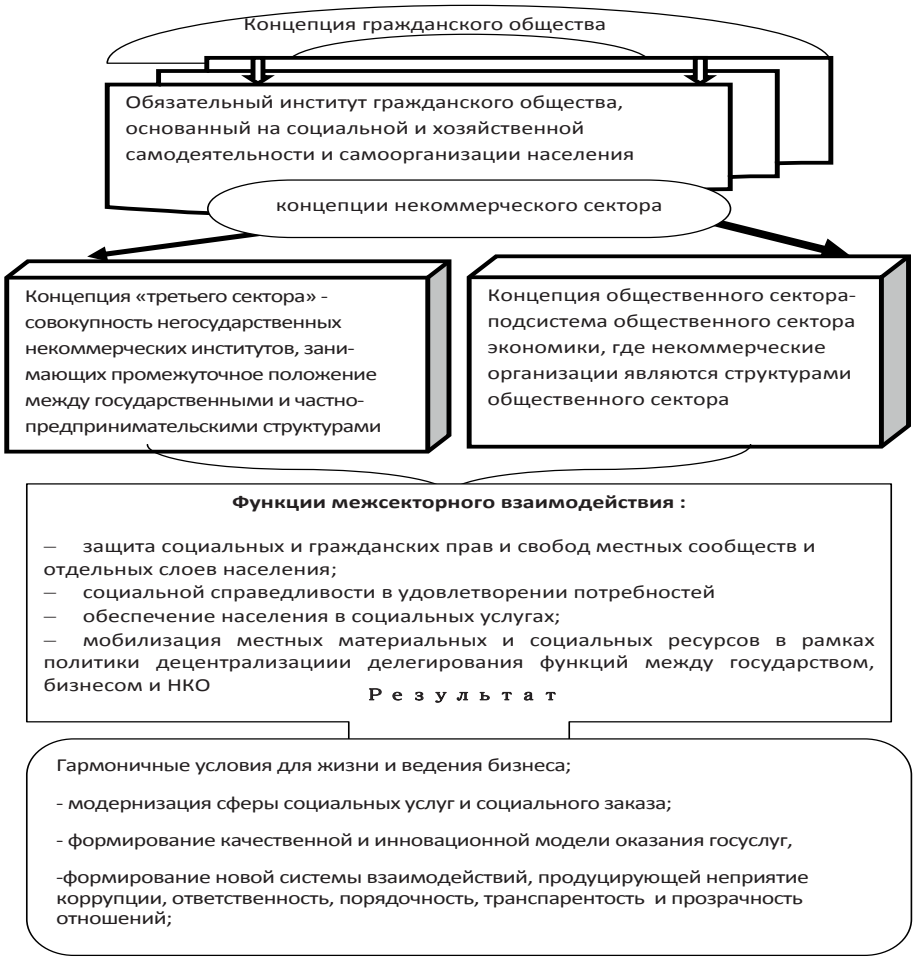


Рисунок 1 – Институциональные изменения межсекторного взаимодействия концепций некоммерческого сектора в рамках трансформационных процессов гражданского общества

В развитие обозначенных задач со стороны государства созданы предпосылки формирования модели межсекторного взаимодействия НКО:

– создан форпост правового поля регулирования (и саморегулирования) деятельности НКО, и продолжается его совершенствование, направленное на развитие механизмов участия общественности в решении социальных задач. В частности, создается структура стимулов активизации деятельности НКО по наиболее важным направлениям, которые «неинтересны» для коммерческих структур и затратны для государства;

– в рамках информационной поддержки деятельности третьего сектора в России работает ряд информационных порталов, отличающихся вариацией миссии, содержанием и поддерживаемыми операторами. При поддержке Общественной палаты создан портал НКО, формирующий единую информационную базу и работающий на институциализацию третьего сектора;

– действуют механизмы государственной поддержки социально-ориентированных НКО в рамках федеральных и региональных конкурсов для социально-ориентированных некоммерческих организаций на право получения субсидий из областного бюджета на реализацию социально значимых проектов и программ [2];

– на региональном уровне формируется инфраструктурная подсистема межсекторного взаимодействия, основанная на пересечении интересов власти и общества, функционирование которой обеспечивают различные департаменты и комитеты региональных органов власти.

В то же время подсистему межсекторного взаимодействия в рамках пересечения интересов бизнеса и власти обеспечивают различные структуры поддержки малого бизнеса и предпринимательской деятельности, например территориальные агентства поддержки малого бизнеса.

Данные процессы во многом обусловлены изменением мотивации предпринимательских структур в развитии инфраструктуры внешней среды, то есть использовании возможностей формировать нравственные и духовные ценности, обеспечивающие гармоничные условия для развития бизнеса.

Следует отметить, что основу межсекторного взаимодействия необходимо структурировать, нивелировав институциональную размытость, что на наш взгляд, возможно сделать на основе контрактных отношений.

Если использовать терминологию теории прав собственности, то контрактом можно назвать любое соглашение об обмене правомочиями и их защите, являющееся результатом осознанного и свободного выбора в заданных институтами общих рамках взаимодействия.

Конкретные же его рамки, регламентирующие условия совершения сделок, определяются положениями контракта или договора между непосредственными участниками. Гражданский кодекс РФ (ст. 420) признает договором «соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей». В свою очередь, под государственным контрактом понимается договор, заключенный заказчиком от имени РФ, субъекта РФ в целях обеспечения государственных нужд.

В сложившихся условиях возникает необходимость в изменении и разработке соответствующего инструментария для анализа и оценки происходящих трансформаций и создания адекватной теоретической базы на основе повышения уровня координации межсекторного взаимодействия в разработке и представлении диверсифицированной типологии контрактов. Контрактная система, на наш взгляд, станет грамотным инструментом формирования системы действий в межсекторном взаимодействии.

Однако создание института контрактного права представляет собой сложный и длительный процесс, предполагающий сотрудничество и взаимодействие различных структур государственной власти. На современном этапе в первую очередь необходимо разработать диверсифицированную типологию контрактов для различной номенклатуры товаров, видов работ и услуг с учетом разных форм размещения государственных заказов.

Основоположником современной институциональной теории контрактных отношений считается Д.Р. Коммонс. Основным объектом экономических исследований ученого стала теория сделок. В понятие сделки включались три элемента: конфликт, взаимозависимость интересов конфликтующих сторон, завершение сделки заключением контракта (соглашения). Исследователь

разделял обмен собственностью и обмен правами собственности, в частности «обмен правами собственности» он называл сделкой (трансакцией), и разделял их на «торговые, управленческие и рационирующие». Тем самым открываются широкие возможности для формирования и создания адекватной теоретической базы в представлении трансакционного процесса в межсекторном взаимодействии деятельности социально-ориентированных НКО, которые во взаимодействии служат определению разумной ценности, возникающей из согласия о выполнении в будущем условий контракта.

Контрактные отношения являются формой построения межсекторного социального партнерства в контексте взаимодействий НКО и населения, в виде гарантии ожиданий, без которых не может быть ценности.

Выделение в соответствии с типом НКО того или иного вида контракта зависит от состояния социально-экономических отношений в стране и сложившихся традиций создают четко очерченные рамки.

Трансакционный процесс служит определению разумной ценности, возникающей из согласия о выполнении в будущем условий контракта акторами межсекторного взаимодействия.

Безусловно, особенности и специфика построения межсекторного социального взаимодействия во многом зависят от структуры стимулов и антистимулов, лежащих в основе технологий социального партнерства: социального аниматорства, добровольчества, волонтерской деятельности, филантропии.

Между тем самостоятельного рассмотрения требует подход, заключающийся в идентификации и характеристике процессов контрактации. Представленная классификация отражает авторскую типологию контрактных отношений по существующим видам некоммерческих организаций, что представлено на рисунке 2.

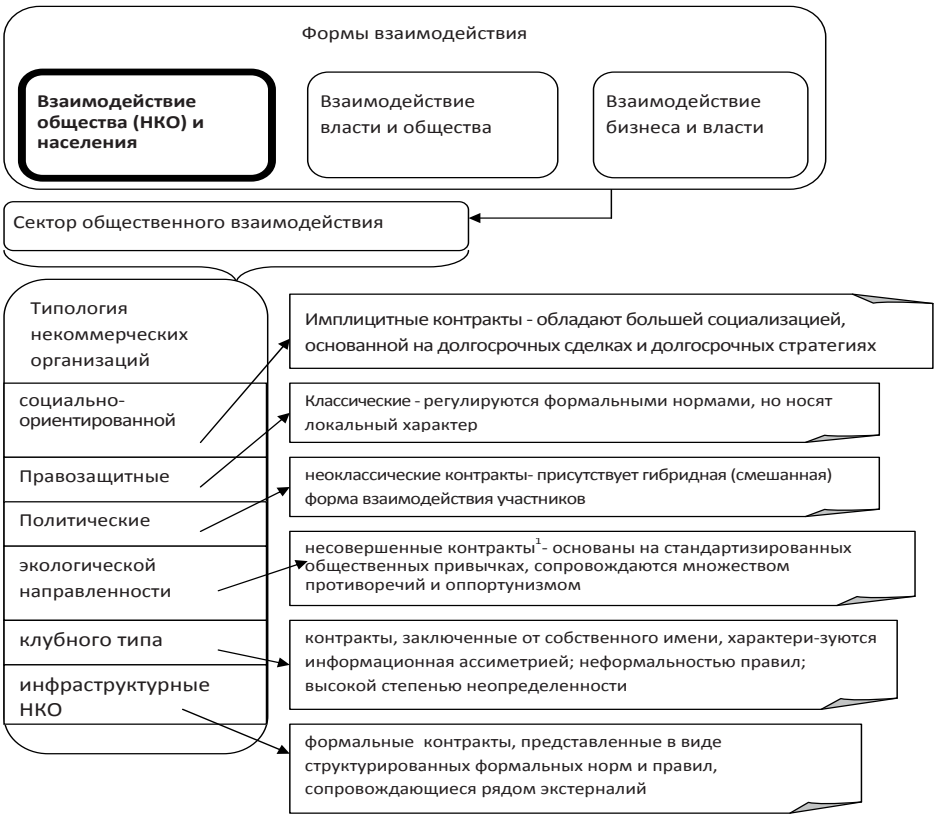


Рисунок 2 – Характеристика контрактных отношений по типологии некоммерческих организаций (составлено автором)

Из представленной схемы видно, что формы межсекторного взаимодействия выполняют пять основных функций, которые, в свою очередь, мы можем разделить на основные (базовые) и вспомогательные (инфраструктурные). К базовым мы относим институциональную и экономическую функции, а к инфраструктурным – организационную, информационную и духовно-психологическую.

Кстати сказать, организационная форма имеет переходный характер между базовыми и инфраструктурными в силу того, что эта функция не ограничена рамками пяти названных форм межсекторного взаимодействия, а служит для развития новых.

По нашему мнению, институциональная функция включает разработку и принятие нормативной базы, стимулирование межсекторного партнерства и обеспечение развития секторов; организацию контроля за исполнением законов и принятых решений.

Далее под экономической функцией подразумеваются защита собственности, создание реальных условий для активной деятельности в целях повышения уровня жизни населения и сокращения социальной дифференциации, разработка эффективных механизмов осуществления социального инвестирования и распределения финансовых ресурсов, закрепление рыночных отношений в сфере социального партнерства, учет затрат и выгод при реализации социального инвестирования.

Организационная функция служит стимулированию развития некоммерческого сектора и усилению взаимодействия всех его составляющих, созданию организаций для реализации той или иной технологии взаимодействия секторов.

Информационная функция формирует транспарентную систему развития рынка социального инвестирования, портфолио грантополучателей и грантодателей.

Духовно-психологическая функция – это усиление нравственных критериев в осуществлении реформ, уважение к закону и принятым социальным нормам.

Например, чрезвычайно широкой является целевая аудитория благотворительных фондов. Это не клиенты организаций, то есть это не те люди, которым оказывается помощь. Это люди, которые могут внести свой вклад в данный фонд, оказать помощь нуждающимся. Условно это люди от 25 до 55 лет, которые имеют постоянную работу и стабильный заработок и неравнодушны к проблемам других людей.

Однако спектр каналов, с помощью которых НКО контактируют со своей целевой аудиторией, нельзя назвать широким. Как правило, у каждого благотворительного фонда есть свой сайт, а также и представительства в социальных сетях. Таким образом, НКО имеют формальный канал контакта с целевой аудиторией через Интернет.

Справедливости ради отметим, что всё же Интернет здесь сродни «флешке», которую используют как аксессуар, а не для сбора и хранения информации, так как привлечь спонсоров и новых активистов удается по большей части при личной встрече или путём организации публичных акций. Таким образом, интернет-ресурсы используют, как правило, для пассивной пропаганды своей деятельности и для публикации отчётов о проделанной работе.

Из трёх форм стимулирования социального взаимодействия: кооперация, конкуренция и конфликт – публично для привлечения целевой аудитории используется, как правило, лишь кооперация, со всеми вытекающими формами в виде совместных акций и т.п.

Однако кооперация подразумевает более широкое сотрудничество как форма кооперации социального взаимодействия организации и целевой аудитории. Кооперация – сотрудничество нескольких индивидов (групп) ради решения общей задачи. В данном случае основная задача – это помощь нуждающимся. Сложности социальной среды и тяжёлое физическое, материальное и моральное положение нуждающихся не могут не порождать конфликтные ситуации, а о конкурентном предложении лучших условий социальной адаптации пока вообще говорить не приходится. Тем не менее, и кон-

фликтные, и конкурентные процессы пока остаются мало исследованными.

Другой существенной проблемой информационного обеспечения деятельности НКО и развития межсекторного взаимодействия является слабое освещение роли спонсоров в пополнении фондов благотворительных организаций. Считается само собой разумеющимся, что деятельность НКО направлена на то, чтобы передавать финансовые и материальные блага нуждающимся от тех, кто их пожертвовал; при этом тот, кто внес свой вклад, как правило, не получает от этого ничего (вознаграждение отсутствует). Понятно, что большинство людей, занимающихся благотворительностью в крупных размерах, состоятельны и делают взносы не просто потому, что им кого-то жаль, а для создания и поддержания своего имиджа и благоприятной репутации. Но здесь мы наталкиваемся на рамки Закона «О рекламе», который ограничивает пропаганду благотворительной активности бизнесменов и коммерческих структур рамками определённой информации. Поэтому вознаграждение в виде освещения деятельности НКО с указанием лиц, которые жертвуют большие деньги в данный фонд, имеет ограниченные рамки, что объясняют «скромностью» благотворителя.

На сайтах всех исследуемых нами НКО, а также в группах в социальных сетях есть указание на то, сколько средств потрачено на реализацию того или иного социального проекта, а также о том, кто именно (конкретное лицо) или какая коммерческая или государственная организация внесла свою лепту. Однако рассказ об их деятельности отсутствует во избежание обвинений в рекламном характере информации.

Следует отметить, что рассмотренные нами НКО, а это более 500 социально-ориентированных некоммерческих организаций, активно занимаются фандрайзингом, так как им необходимо привлекать финансовые, а также материальные ресурсы извне для осуществления своей деятельности.

В частности, представляют интерес три одноименные некоммерческие организации «Доброе дело», отличающиеся по специфике своей деятельности, а также формами вовлечения населения в деятельность НКО. Характеристика этих организаций представлена в таблице 1.

Таблица 1– Характеристика одноименных социально-ориентированных некоммерческих организаций «Доброе дело»

Название организации	Наличие сайта	Актуальность	Наличие подразделов	Информативность	Наличие новостных каналов	RSS-каналов	Взаимодействие с органами власти
Благотворительный фонд «Доброе дело»	+	+	+	средняя	-	+	Местные органы власти
Региональный общественный фонд помощи престарелым «Доброе дело»	+	+	+	относительно высокая	Соц. сети: Facebook, Twitter	+	-
Благотворительный фонд помощи детям «Доброе дело»	+	+	-	средняя	Соц. сети: Вконтакте, Одноклассники, Twitter, Face-book, You Tube	-	-

Первая организация в таблице занимается общими вопросами благотворительности, то есть помогает всем нуждающимся слоям населения, а также оказывает финансовую и материальную помощь муниципальным учреждениям: школам, детским садам, больницам и т.д.

Вторая – региональный общественный

фонд помощи престарелым «Доброе дело», а третья занимается оказанием помощи детям. Благотворительный фонд «Доброе дело» занимается фандрайзингом в первую очередь посредством Интернета, то есть с помощью своего сайта, информация на котором часто обновляется. Взаимодействие осуществляется на основе воздействия на массовую аудиторию, привлекая людей, которые могут стать волонтерами и людей, которые могут внести пожертвования в пользу фонда.

Следует отметить, что благотворительный фонд «Доброе дело» сотрудничает с местными органами власти, формируя долгосрочные отношения, которые в дальнейшем, на наш взгляд, будут сопровождаться имплицитными контрактами (см. рисунок 2).

Кроме того, данный фонд использует социальное аниматорство и проводит различные акции в целях поддержки нуждающихся в помощи.

В декабре 2013 года была проведена акция под названием «Белый цветок» [5]. Данная акция объединила и студенческое волонтерское движение лечебного факультета КемГМА «Открытое сердце», а также местные органы власти, при поддержке отдела молодежной политики, управления культуры, спорта и молодежной политики г. Кемерово. В результате этой акции были собраны средства на адресное лечение тяжелобольных детей и помощь пациентам хосписа. Так, « … человек, желающий помочь, бросает деньги в урну для пожертвований и получает в подарок белый цветок, символ акции, сделанный руками добровольцев».

Данный фонд осуществляет взаимодействие по всем секторам в том числе в рамках взаимодействия общества (НКО) и бизнеса на основе классических контрактных отношений. Например, группа компаний «Система РегионМарт» и Благотворительный Фонд «Доброе дело» выступили спонсорами I-ого городского конкурса «Молодая семья -2012». Цель данного мероприятия состояла в том, чтобы оказать финансовую поддержку молодым семьям. А компания «БАТ Россия» ко Дню Победы вместе с фондом провели совместную благотворительную акцию для ветеранов ВОВ.

Таким образом, эта НКО сотрудничает со многими коммерческими организациями, которые оказывают ей помощь, используя среднесрочные контрактные отношения и формируя и развивая систему долгосрочных имплицитных контрактов.

Следующий региональный общественный фонд помощи престарелым «Доброе дело» (см. таблицу 1) активно использует такие технологии участия населения в деятельности НКО, как добровольчество, благотворительность, социальное аниматорство.

Этот фонд ориентируется не только на население, т.е. физических лиц, но и на юридических лиц – бизнес-структуры.

Нельзя не обратить внимания на то, что данный фонд привлекает население посредством интернет-ресурсов (сайта и страниц в социальных сетях, которые пользуются популярностью). Основными направлениями социального взаимодействия при реализации базовой миссии – помощи пожилым людям являются: привлечение финансовых ресурсов (пожертвовании); привлечение волонтеров в рамках социального аниматорства; организация публичных мероприятий для формирования локального общественного взаимодействия во всех трех формах взаимодействия (бизнес– общество – власть). Примером, такого взаимодействии являются и сбор вещей для пожилых людей; и проведение спортивных праздников, и проведение праздничных марафонов, а вырученные средства были отправлены на покупку путевок в летний лагерь для детей из малообеспеченных и неблагополучных семей. Таким образом, фонд помогает социализироваться людям пожилого возраста.

Красноречиво иллюстрирует позиционирование в рамках межсекторного позиционирования, благотворительный фонд помощи детям «Доброе дело», можно структурировать стимулы и сигналы построения межсекторного социального партнерства в контексте взаимодействий НКО и населения в виде пирамиды логических уровней, что представлено на рисунке 3.

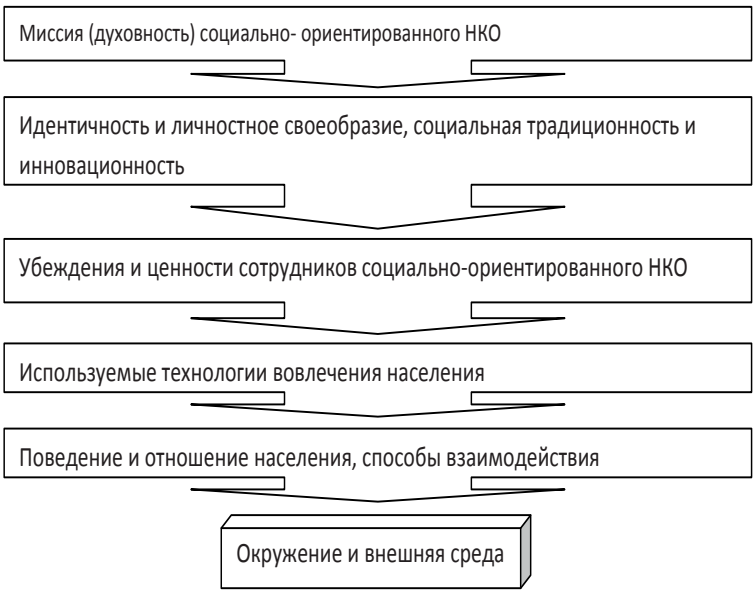


Рисунок 3 – Стимулы и сигналы построения межсекторного социального партнерства в контексте взаимодействий НКО и населения

Активно поддерживают данную деятельность и компании. В частности, на сайте фонда есть информация о том, кто оказывает поддержку, в частности это и банки, Русфинансбанк, и сетевые компании (компания «Орифлейм»), и представители малого и среднего бизнеса (магазин «ТИП -ТОП»), фабрика игрушек «Пеппи», ООО «Буквоед», ООО Торговая группа «Альянс» и мн.др).

Впрочем, этот фонд также использует инструменты социального аниматорства, и регулярно проводит различные акции, например, посещает детские дома, в праздники проводит в детских домах благотворительные концерты с раздачей подарков детям-сиротам и т.д.

Отличительной особенностью двух последних фондов является доминирование неформальных норм, и неразвитость взаимодействия с органами местной власти.

При этом, проводится активная информационная деятельность в социальных сетях, что еще раз подтверждает развития неформальных коммуникаций.

Важно отметить, что об этих организациях совсем немного отзывов и все отзывы (в основном на сайте и на страницах в социальных сетях) имеют положительный характер, что подтверждает высокую степень доверия со стороны населения и бизнеса.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что все рассмотренные нами НКО схожи между собой, хотя по специфике своей деятельности они немного и различаются. Они имеют общую целевую аудиторию, также используют схожие каналы коммуникации и используют такую форму социального взаимодействия как кооперация. При этом исследуемые фонды 30%-40% всего спектра оказываемых услуг населению составляют услуги по аккумулированию финансовых средств на основе фандрайзинговых технологий.

Инструментарий и механизмы реализации по привлечению внимания основываются на самом популярном и востребованном – сетях Интернет. Безусловно, это и сайты и наружная реклама.

Фандрайзинг осуществляется посредством Интернет-ресурсов (сайтов и социальных сетей), наружной рекламы, социального партнерства с местными органами власти (первая рассматриваемая организация) и проведения акций и массовых меро-

приятий, привлекая физических и юридических лиц для того, чтобы они оказывали им финансовую и материальную поддержку.

В общем виде социальное взаимодействие населения и социально– ориентированных некоммерческих организаций – это сложная система обменов, обусловленных способами уравновешивания вознаграждений и затрат. Если предполагаемые затраты выше ожидаемого вознаграждения, люди вряд ли начнут взаимодействовать, тем более конкурировать или решать сложные конфликтные проблемы. Здесь уместно вспомнить теорию обмена Джоджа Хоманса [6]. [1], который объясняет социальное взаимодействие на основе свободного выбора. В этом, пожалуй, и состоит сложность работы НКО и многоплановость задач по развитию межсекторного взаимодействия.

На примере, аксиом теории обмена Дж. Хоманса рассмотрим предпосылки развития волонтерских движений в России.

1. Аксиома успеха: чем чаще соответствующие действия людей получают вознаграждения, тем вероятнее, что эти действия будут осуществляться ими с определенной частотой и дальше. Соответственно, чем больше будет положительных сюжетов о волонтерских движениях, деятельности волонтеров их успехах и достижениях, тем выше синергетический эффект развития волонтерского движения.

2. Аксиома стимула: если в прошлом тот или иной стимул (или набор стимулов) был связан с вознаграждением действия индивида (социальной реализацией, общественным признанием), то чем более похожи на него стимулы в настоящем, тем вероятнее, что человек совершит такое же (или похожее на него) действие. Пример, общественное признание сопровождало волонтеров, при проведении Олимпиады в Сочи гораздо больше, чем рутинная деятельность тех же социальных аниматоров, и волонтеров при проведении более локальных мероприятий, приводимых НКО. Соответственно, волонтеры сочтут более привлекательным направлять свои ресурсы на реализацию больших федеральных проектов.

3.Аксиома ценности: чем большую ценность представляет для индивида результат его действия, тем более вероятно совершение им данного действия и в последующем.

Деятельность многих некоммерческих организаций формировалась в рамках социальных сетей по горизонтальному принципу и первоначально в рамках объединения усилий для оказания помощи, аккумулирования ресурсов, формирования площадки общения и т.д. После того как данный опыт оказывался удачным, инициаторы реализованных проектов, не жалеют усилий для того, чтобы продолжить и систематизировать (повторить) данную деятельность, несмотря на высокие трансакционные издержки организационных процессов.

4.Аксиома депривации–пресыщения: чем чаще в недавнем прошлом индивид получал определенную награду, тем менее ценным становится для него любое последующее получение этой награды.

5.Аксиома агрессии – одобрения: а) если действие индивида не вызовет ожидаемого вознаграждения или приведет к наказанию, он испытает состояние гнева, и возрастет вероятность того, что более ценным для человека станет агрессивное поведение; б) если действие индивида ведет к ожидаемому вознаграждению или не приведет к ожидаемому наказанию, то он испытает чувство удовольствия, и тогда возрастет вероятность того, что он воспроизведет одобряемое поведение, поскольку оно будет для него более ценным.

6.Аксиома рациональности: при выборе между альтернативными действиями индивид изберет то, для которого ценность результата, помноженная на вероятность его получения, наибольшая.

Безусловно, развитие межсекторного социального партнерства, на наш взгляд, должно быть основано на общественно-государственном партнерстве, реализуемое через формирование подсистемы инфраструктурной поддержки СО НКО (правовой, информационной, трансакционной, контрактной).

И как следствие реализация данных направлений позволит сформировать на основе системного подхода межсекторное социальное взаимодействие, обеспечивающих достижение следующих результатов:

– развитие добровольчества, благодаря чему формируется синергетический эффект увеличения их суммарного вклада в в ВВП;

– профилактика отказов от новорожденных детей, в том числе, и превентивные меры социального сиротства и профилактика лишения родительских прав, а также подготовка потенциальных родителей к приему детей на воспитание;

– профилактика правонарушений несовершеннолетних (технологии ювенальной юстиции, восстановительного правосудия);

– профилактика алкоголизма и наркомании, что продуцирует сокращение расходов на лечение россиян в государственных и муниципальных наркологических учреждениях, а также рост производительности труда данных категорий граждан;

– содействие охране окружающей среды, способствует охране окружающей среды, а также уменьшение государственных затрат на восстановление окружающей среды.

И в заключении, проведенное исследование теоретических и методических подходов межсекторного взаимодействия через призму контрактных отношений позволило сформулировать следующие основные выводы и предложения:

– сущность и роль контрактных отношений социально ориентированных некоммерческих организаций заключается в том, что это инструментарий регламентирующий и реализующий межсекторное взаимодействие, основанное на базовых принципах: следования общественным интересам; солидарности; профессионализма; осознанного участия; демократичности управления; недопущения конфликта интересов; самоконтроля; ответственной деятельности, ответственного партнерства, ответственного привлечения средств;

– основная роль контрактных отношений состоит в том, что они являются связующим инструментом, своеобразной основой взаимодействия в межсекторном социальном партнерстве.

Библиографический список

1. Арсеньева Т.Н., Виноградова Н.В.Инновационный менеджмент молодежных волонтерских программ// Открытая библиотека научных сборников по гуманитарным дисциплинам-URL: http://utopiya.spb.ru/index.php.-(14.08.2014.)

2. Кулькова В.Ю. Российские тренды развития некоммерческих организаций в международной компаративистике // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. № 30. С. 37–46.

3. Кулькова В.Ю. Теоретические аспекты межсекторного социального партнерства в современном управлении// Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 15. – С. 17-24.

4. Кулькова В.Ю. Опыт организации и реализации образовательной программы для специалистов социально ориентированных некоммерческих организаций Республики Татарстан (СО НКО РТ) в развитии системы государственной поддержки третьего сектора// Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2013. – № 3. – С. 96-103.

5. Новые инструменты для сбора онлайн-платежей для НКО //http://nkozakon.ru/events/kompaniya-yandeks-dengi-sozdala-novye-instrumenty-dlya-sbora-onlajn-platezhej-dlya-nko/

6. Составлен первый рейтинг частной благотворительности в регионах России -URL: http://nkozakon.ru/events/sostavlen-pervyj-rejting-chastnoj-blagotvoritelnosti-v-regionah-rossii (14.08.2014.)/

References

1. Arsen'eva T.N., Vinogradova N.V.Innovacionnyj menedzhment molodezhnyh volonterskih programm (Innovative management of youth volunteer programs), Otkrytaja biblioteka nauchnyh sbornikov po gumanitarnym disciplinam-URL: http://utopiya.spb.ru/index.php.-(14.08.2014.)

2. Kul'kova V.Ju. Rossijskie trendy razvitija nekommercheskih organizacij v mezhdunarodnoj komparativistike (Russian trends of development of non-profit organisations in international comparative studies), Nacional'nye interesy: prioritety i bezopasnost', 2012, № 30, p.p. 37–46.

3. Kul'kova V.Ju. Teoreticheskie aspekty mezhsektornogo social'nogo partnerstva v sovremennom upravlenii (Theoretical aspects of cross-sectoral social partnerships in modern management), Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija), 2013, № 15, p.p. 17-24.

4. Kul'kova V.Ju. Opyt organizacii i realizacii obrazovatel'noj programmy dlja specialistov social'no orientirovannyh nekommercheskih organizacij Respubliki Tatarstan (SO NKO RT) v razvitii sistemy gosudarstvennoj podderzhki tret'ego sektora (Experience in organizing and implementing of educational programs for socially oriented non-profit organizations in the Republic of Tatarstan in the development of system of state support for the third sector), Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishheva, 2013, № 3, p.p. 96-103.

5. Novye instrumenty dlja sbora onlajn-platezhej dlja NKO //http://nkozakon.ru/events/kompaniya-yandeks-dengi-sozdala-novye-instrumenty-dlya-sbora-onlajn-platezhej-dlya-nko/

6. Sostavlen pervyj rejting chastnoj blagotvoritel'nosti v regionah Rossii // http://nkozakon.ru/events/sostavlen-pervyj-rejting-chastnoj-blagotvoritelnosti-v-regionah-rossii/

[1] Прим. автора: схема поведения выглядит в нем достаточно жестко: стимул – реакция. Человек стремится к максимальным наградам при минимальных затратах на основе шести аксиоматических положений, в частности аксиом: успеха, стимула, ценности, депривации, агрессии, рациональности// Теория социального обмена Джорджа Хоманса -URL: http://wiki.uspi.ru/index.php/