

Юлія В. Іваненко
ЕКОНОМІЧНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ
«НЕКОМЕРЦІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ»

У статті розглянуто основні підходи до визначення поняття «некомерційна організація», а також найбільш популярні трактування, що зустрічаються у літературі. Виділено їх недоліки з позиції відображення економічної складової, а також вивчено економічні характеристики, що не включено в дані визначення та підходи. Взявши за основу поняття некомерційних організацій П. Друкера і Г. Хансмanna та систематизувавши основні економічні риси даних організацій, було запропоновано їх нове визначення.

Ключові слова: некомерційні організації; соціальне підприємництво; соціальний капітал; комерціалізація; конкуренція.

Табл. 3. Літ. 22.

Юлия В. Иваненко
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ
«НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»

В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия «некоммерческая организация», а также наиболее популярные формулировки, встречающиеся в литературе. Выделены их недостатки с позиции отображения экономической составляющей, а также изучены экономические характеристики, которые не включены в данные определения и подходы. Взяв за основу дефиницию некоммерческих организаций П. Друкера и Г. Хансмanna, систематизировав основные экономические черты данных организаций, предложено их новое определение.

Ключевые слова: некоммерческие организации; социальное предпринимательство; социальный капитал; коммерциализация; конкуренция.

Yulia V. Ivanenko¹
ECONOMIC DEFINITION OF NONPROFIT ORGANIZATION

The article explores the main approaches to the definition of nonprofit organizations and the most popular interpretations of the term found in literature. Their shortcomings in the context of reflecting the economic characteristics of nonprofit organizations have been identified. Economic characteristics of nonprofits, not included in these definitions and approaches, have also been studied. Based on P. Drucker and H. Hansmann's definitions of nonprofits, systematizing the key economic features of these organizations, a new definition of nonprofit organizations is offered.

Keywords: nonprofit organizations; social entrepreneurship; social capital; commercialization; competition.

Постановка проблеми. Некомерційні організації не мають чіткого визначення в економічній науці. У зарубіжній літературі організації некомерційного сектору визначаються лише за таким економічним критерієм, як неможливість розподіляти прибуток. Настільки простий підхід не дає можливості дослідити все розмаїття видів некомерційних організацій та проявів їх діяльності. На нашу думку відсутність однозначного поняття «некомерційна організація», яке б максимально широко відображало її економічне значення, ускладнює підготовку фахівців для некомерційного сектору, не дає можливості цілеспрямовано розвивати весь сектор, ускладнює взаємини з комерційним сектором, державою та суспільством. Внаслідок цього стримується створення соціального капіталу, без якого неможливий соціальний розвиток у сучасних

¹ Odesa Mechnikov National University, Ukraine.

умовах. Дуже часто, особливо в пострадянських країнах, де розвиток некомерційного сектору значно відстає від світового, його організації сприймаються просто як організації-утриманці. Нерідко їх також сприймають як агентів ворожого впливу, якщо вони фінансуються із-за кордону. Багато членів суспільства не розуміють значення існування та розвитку некомерційних організацій як таких, значення соціального капіталу в суспільному розвитку.

Загострення економічних проблем суспільства затьмарює значення багатьох інших чинників, менш помітних у короткостроковій перспективі, але надзвичайно важливих у довгостроковій. Емпірично доведено, що економічний розвиток країни та світу взагалі неможливий без соціального капіталу, існування якого пов'язане, в першу чергу, з діяльністю некомерційних організацій [7]. У зв'язку з цим виникає потреба запровадити таке визначення некомерційної організації, яке б пов'язувало її з комерційним сектором та економікою в цілому, а також дозволяло б визначити важливі атрибути їх діяльності, зокрема компетенції працівників та процеси функціонування. Наразі такого визначення немає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У західній економічній літературі описано різні ознаки діяльності некомерційних організацій і запропоновано велику кількість визначень [11; 13; 16; 21], які, проте, не в змозі відобразити весь складний комплекс їх соціально-економічної діяльності. У вітчизняній літературі визначення поняття «некомерційні організації» та їх ознак відбувається переважно в правовому контексті відповідно до законодавства, в якому використовуються синонімічні поняття – неприбуткові, невідприємницькі, неурядові організації. Але, ці визначення відображають хоча й важливу економічну складову їх діяльності, але не вирішальну. Важливим питанням залишається економічний аспект у трактуванні поняття некомерційних організацій, вирішення якого дозволить краще зрозуміти сутність їх соціальної та економічної діяльності в умовах ринкової економіки, ефективніше налагоджувати партнерські відносини як з державою, так і з різними економічними агентами, змінити на краще ставлення до некомерційних організацій, що в свою чергу сприятиме не тільки соціально-економічному розвитку некомерційного сектору, але й держави та суспільства в цілому.

Мета дослідження. У зв'язку з наведеним вище уявляється необхідним вивчити підходи до визначення поняття «некомерційні організації», проаналізувати дефініції, що використовуються в літературі, з'ясувати економічні характеристики діяльності даних організацій, що не відображені в існуючих визначеннях та, систематизувавши матеріал, запропонувати таку дефініцію некомерційних організацій, яка, на нашу думку, найбільш повно відобразить соціально-економічну складову їх діяльності.

Основні результати дослідження. У західній літературі можна виділити такі підходи до поняття некомерційних організацій, як:

- нормативно-правовий;
- функціональний;
- економічний;
- структурно-операційний [6].

Відповідно до нормативно-правового підходу, некомерційні організації — це такі організації, діяльність яких не підлягає оподаткуванню (tax-exempt organizations), тобто це організації, звільнені від сплати державних та місцевих податків на прибуток (а також податків від продажів, на майно та на інші активи, що залежить від законодавства певної країни). Так, наприклад, відповідно до законодавства Англії та Уельсу [14] будь-яка зареєстрована благодійна організація, яка входить в одну з 5 категорій (компанії з обмеженою відповідальністю; некорпоративні об'єднання; трасти; промислові й ощадні товариства; благодійні корпорації) звільняється від прибуткового податку з грантів, пожертвувань та інших подібних джерел доходу. Деякі види комерційної діяльності, здійснюваної благодійною організацією, також не обкладаються податком. Пожертвування від корпорацій і фізичних осіб на благодійні цілі (тобто благодійні внески) також мають податкові пільги. Членські внески не обкладаються даним податком за умови, якщо вони, по суті, є дійсно пожертвуванням, але якщо вони дають донорам право на певний прибуток, то вони можуть вважатися торговельною діяльністю та підлягають оподаткуванню.

Відповідно до Податкового кодексу України [1] неприбуткові підприємства, установи та організації визначаються як такі, основною метою діяльності яких є не одержання прибутку, а провадження благодійної діяльності та меценатства. Законодавство України виділяє наступні види неприбуткових (некомерційних) організацій: громадське об'єднання (організація або спілка) та благодійна організація [2; 3].

Громадське об'єднання — це добровільне об'єднання фізичних осіб та/або юридичних осіб для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів.

Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» визначає благодійну організацію як недержавну організацію, головною метою діяльності якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб [2].

Від оподаткування звільняються доходи вищезазначених некомерційних організацій, отримані у вигляді (ст. 157.3 Податкового кодексу України) [1]:

- коштів або майна, які надходять безоплатно або у вигляді безповоротної фінансової допомоги чи добровільних пожертвувань;
- пасивних доходів;
- коштів або майна, які надходять таким неприбутковим організаціям від ведення їх основної діяльності;
- дотацій або субсидій, отриманих із державного або місцевого бюджетів, державних цільових фондів або в межах технічної чи благодійної, в тому числі гуманітарної, допомоги, крім дотацій на регулювання цін на платні послуги, які надаються таким неприбутковим організаціям або через них їх одержувачам згідно законодавства з метою зниження рівня таких цін.

Від оподаткування доходів різної форми також звільняються [1]:

- органи державної влади України;
- установи, організації, створені органами державної влади України, що утримуються за рахунок коштів відповідних бюджетів;

- органи місцевого самоврядування;
- установи, організації, створені органами місцевого самоврядування, що утримуються за рахунок коштів відповідних бюджетів.

Згідно з нормативно-правовим підходом вищеназвані організації, що утворюють державний сектор економіки, повинні визнаватись некомерційними організаціями, що не відповідає ні сутності, ні призначенню ні перших, ні других. Це і становить головне обмеження цього підходу. Крім того, відповідно до нормативно-правового підходу до сектору некомерційних організацій потрапляють державні організації, визначення некомерційної організації в ньому є надмірно широким. Воно не дає уявлення про причини створення, можливі умови функціонування, дозволені чи використовувані способи досягнення мети, про причини існування, напрями та способи взаємодії з іншими організаціями тощо.

Інший спосіб визначення поняття некомерційних організацій – з точки зору цілей та функцій, які ставлять перед собою організації. Відповідно до функціонального підходу некомерційні організації – це організації, які намагаються досягти суспільного інтересу через реалізацію суспільних цілей. У даному підході домінує розуміння некомерційних організацій як благодійних [6]. Визначення благодійної організації (і благодійності) варіюється залежно від країни і в деяких випадках від регіонів країни. Наприклад, у США благодійною організацією є організація, яка організована і управляється в цілях, які благотворно впливають на суспільні інтереси. Податкова служба США визнає організацію благодійною, якщо вона займається діяльністю, що сприяє наступному [8]:

- допомога бідним або знедоленим;
- поліпшення становища релігії;
- розвиток освіти та науки;
- зведення або технічне обслуговування громадських будівель, пам'ятників або робіт;
- зниження навантаження на уряд;
- ослаблення напруженості в сусідніх регіонах (районах);
- ліквідація несправедливості і дискримінації;
- захист прав людини і громадянських прав, закріплених законом;
- боротьба з погіршенням стану громади та правопорушеннями неповнолітніх.

Благодійна діяльність в Україні здійснюються по таких основних напрямках [2]:

- сприяння практичному здійсненню загальнодержавних, регіональних, місцевих та міжнародних програм, що спрямовані на поліпшення соціально-економічного становища;
- поліпшення матеріального становища набувачів благодійної допомоги, сприяння соціальній реабілітації малозабезпечених, безробітних, інвалідів, інших осіб, які потребують піклування, а також надання допомоги особам, які через свої фізичні або інші вади обмежені в реалізації своїх прав і законних інтересів;

- надання допомоги громадянам, які постраждали внаслідок стихійного лиха, екологічних, техногенних та інших катастроф, у результаті соціальних конфліктів, нещасних випадків, а також жертвам репресій, біженцям;
- сприяння розвитку науки і освіти, реалізації науково-освітніх програм, надання допомоги вчителям, вченим, студентам, учням;
- сприяння розвитку культури, в тому числі програмам національно-культурного розвитку, доступові всіх верств населення, особливо малозабезпечених, до культурних цінностей та художньої творчості;
- надання допомоги талановитій творчій молоді;
- сприяння охороні і збереженню культурної спадщини, історико-культурного середовища, пам'яток історії та культури, місць поховань;
- надання допомоги розвитку видавничої справи, засобів масової інформації, інформаційної інфраструктури;
- сприяння розвитку природно-заповідного фонду та природоохоронної справи;
- сприяння розвитку охорони здоров'я, масової фізичної культури, спорту і туризму, пропагування здорового способу життя, участь у наданні медичної допомоги населенню та здійсненні соціального догляду за хворими, інвалідами, самотніми, людьми похилого віку та іншими особами, які через фізичні, матеріальні та інші особливості потребують соціальної підтримки та піклування.

Проте помилково вважати, що некомерційні та благодійні організації – синонімічні поняття. Поняття некомерційних організацій є більш широким, а благодійні організації є їх різновидом, джерело фінансування яких – це переважно кошти донорів.

Відповідно до функціонального підходу до категорії некомерційних організацій потрапляють також організації соціального підприємництва, оскільки їх мета також спрямована на досягнення суспільного блага. Проте некомерційні організації та організації соціального підприємництва, маючи спільну чи схожу мету, дотримуються різної філософії, стратегії досягнення цілей та функціонування і, як результат, становлять різні сектори економіки. Соціальне підприємництво – це бізнес, метою якого є вирішення соціальних проблем.

Переваги соціального підприємництва [4]:

- допомога в подоланні соціальної ізоляції – зокрема, працевлаштування людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями, безробітних, представників групи ризику;
- знаходження нових шляхів реформування державних соціальних послуг;
- залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;
- поява нових видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;
- більш ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;

- зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів).

Організації соціального підприємництва не можна віднести ні до комерційного, ані до третього сектору економіки. Соціальне підприємництво є консенсусом між двома цими секторами, що використовує переваги бізнесу, долає ресурсну обмеженість некомерційних організацій заради максимізації суспільного добробуту (табл. 1). На нашу думку, в ідеальній економічній системі організації соціального підприємництва зможуть витіснити бізнес та некомерційні організації, оскільки перші будуть максимізувати прибуток заради максимізації соціального капіталу.

Таблиця 1. Різниця між комерційними, некомерційними організаціями та соціальним підприємництвом, авторська розробка

	Бізнес-організація	Соціальне підприємництво	Некомерційний сектор
Мета	Максимізація власного фінансового капіталу	Максимізація фінансового капіталу заради максимізації соціального капіталу	Максимізація соціального капіталу
Головне джерело прибутку	Власні кошти	Власні кошти	Зовнішні джерела (донорські кошти)
Людські ресурси	Постійний склад працівників	Постійний склад працівників, волонтери на певних проектах	Постійний склад працівників + волонтери, іноді тільки волонтери

Економічний підхід розглядає некомерційні організації як організації, що мають обмеження в розподілі прибутків, а головним джерелом доходів є благодійні внески.

Економічне поняття некомерційних організацій лежить в основі Системи Національних Рахунків (СНР). Згідно з СНР, некомерційні організації – це інституційні одиниці, створювані з метою виробництва товарів і послуг, чий статус не дозволяє їм бути джерелом доходу, прибутку або іншої фінансової вигоди для одиниць, які їх заснують, контролюють або фінансують (СНР 2008, пункт 4.83) [18].

Відповідно до визначення некомерційних організацій СНР виділяє такий інституційний сектор, як «некомерційні організації, які обслуговують домашні господарства». Сюди входять неринкові некомерційні організації, які не контролюються органами державного управління. Вони надають товари та послуги домашнім господарствам безкоштовно або за цінами, нижче ринкових. Ці організації отримують в більшій мірі фінансову підтримку у вигляді благодійних внесків. Інші некомерційні організації, які, наприклад, отримують значну частину своїх доходів у вигляді державних грантів чи контрактів, потрапляють в інший інституційний сектор, а саме сектор державного управління. Некомерційні організації, такі як університети, коледжі, медичні клініки та ін., які надають послуги та продають товари за ринковими цінами, але при цьому не розподіляють свій прибуток та можуть отримувати доходи у вигляді пожертвувань, відносяться відповідно до СНР до сектору нефінансових корпорацій. Тобто головним недоліком економічного визначення некомер-

ційних організацій у СНР є те, що даний підхід призводить до віднесення великої кількості даних організацій до комерційного сектору.

Обмеження в розподілі прибутку є важливою ознакою діяльності некомерційних організацій, але не вирішальною. Якщо при визначенні некомерційних організацій керуватись лише даним критерієм, то міністерства оборони, освіти, охорони здоров'я та ін. також потрапляли б до сектору некомерційних організацій, що не відповідає дійсності і є недоліком даного підходу.

Відповідно до структурно-операційного підходу організації можна віднести до некомерційних, якщо вони відповідають наступним критеріям [6]:

- Організовані, тобто в деякій мірі інституціолізовані. Некомерційна організація, як і будь-який інший вид організації, повинна мати структуру, форму та провадити свою діяльність відповідно до певних правил та процедур, повинні проводитись регулярні збори, вона повинна мати критерії ефективності і сталості.

- Приватні, тобто інституційно незалежні від держави. Некомерційні організації не повинні бути частиною апаратуру уряду. Вони повинні бути структурно відокремлені від уряду та його коштів. Це означає, що некомерційна організація не повинна мати державної влади, виконувати розпорядницькі функції та бути засобом державної політики та впливу. Проте некомерційна організація може отримувати державну фінансову чи будь-яку іншу допомогу, чи навіть мати урядовців у своєму правлінні.

- Самоврядні, тобто такі, які самостійно визначають напрям та контролюють здійснення своєї діяльності. Діяльність некомерційних організацій не може бути жорстко контрольована урядовими установами чи приватним бізнесом. Самоврядна некомерційна організація має процедури внутрішнього управління та значну міру автономії. Присутність урядовців у правлінні, відповідно до даного критерію, не змінює некомерційний статус організації, залишається важливим лише питання про ступінь автономності, який організація зберігає.

- Без розподілу прибутків серед своїх членів чи топ-менеджменту. Некомерційна організація може отримувати прибуток, але він не повинен бути розподілений між власниками, членами правління або членами організації, він повинен бути спрямований на виконання місії. Якщо прибуток інвестований у цілі організації, визначені в статуті (благодійні чи досягнення суспільної користі), то така організація є некомерційною.

- Волонтерські, тобто мають значний ступінь добровільної участі працівників. Дана концепція включає два протилежні погляди:

- 1) організація повинна заручитися підтримкою волонтерів як в її операціях та менеджменті, так і в правлінні, або отримувати допомогу через волонтерську працю та грошові надходження;

- 2) «волонтерський» має значення не обов'язковості. Організації, в яких членство є необхідним або випадку обумовлюється законом, буде виключена з категорії некомерційних.

Даний підхід є найбільш повним, але він не приділяє уваги цілям та функціям, які виконують некомерційні організації. З економічної точки зору даний підхід також є неповним, оскільки, крім неспроможності некомерційних організацій розподіляти прибуток, в теперішній час існують й такі характери-

стики, які доцільно використовувати для визначення поняття некомерційних організацій, а саме – конкуренція, комерціалізація, соціальний прибуток, що будуть розглянуті далі.

Крім вищеназваних підходів, у літературі часто зустрічаються визначення Г. Хансманна [13] та Б. Вайсброта [20], важливим залишається визначення некомерційних організацій П. Друкера [11].

П. Друкер визнає некомерційні організації як агентів людських змін (human change agents) [11]. Відповідно, результат діяльності некомерційних організацій – змінене людське життя в цілому. Дане визначення фокусується на впливі, який ці організації здійснюють на індивідів та суспільство в цілому. Дане визначення надає відповідь на запитання, що стосується мети існування даних організацій. З іншого боку, воно є настільки всеосяжним, що існують проблеми з визначенням дійсно некомерційних організацій.

Згідно з інтерпретацією Б. Вайсброта, найкращими приватними виробниками чистих суспільних благ (pure public goods) є некомерційні організації [20]. Чисте суспільне благо має дві важливі характеристики – невиключеність (non-excludability) та неконкурентність (non-rivalry). Невиключеність означає, що якщо благо було вироблено хоч раз, то неможливо або можливо за дуже велику ціну перешкодити його споживанню. Наприклад, міські зелені насадження, національна оборона тощо. Неконкурентність означає, що споживання певного блага однією людиною не перешкоджає його споживанню іншими в той самий час. Наприклад, прослуховування музичного концерту, перегляд кінофільму або театральної вистави. Ці дві характеристики суспільного блага не завжди присутні. Коли хоча б одна з них відсутня, то говоримо про квазі-суспільні блага, які становлять більшість. Квазі-суспільне благо може бути невиключним та конкурентним, наприклад, збирання грибів у лісі – неможливо перешкодити споживанню даного блага, але його кількість обмежена кількістю грибів у лісі. Чим більше збирає одна людина – тим менше залишається іншим. Виключне та неконкурентне квазі-суспільне благо присутнє там, де можливо перешкодити його споживанню неплатниками. Наприклад, запровадити певну плату за музейну виставку чи відвідування концерту.

Визначення Б. Вайсброта [20] акцентується на суто некомерційних організаціях, тобто благодійних, які використовують колективні пожертвування для фінансування своїх програм, спрямованих на досягнення суспільної користі. Але багато послуг некомерційних організацій є не суспільними благами, а приватними, і частка таких некомерційних організацій збільшується [13]. Крім цього, не слід забувати про квазі-суспільні блага, що створюються некомерційними організаціями. Визначення Б. Вайсброта [20] є досить вузьким та виключає з некомерційного сектору велику кількість організацій, чия діяльність спрямована на соціальні зміни.

Згідно з визначенням Г. Хансманна [13] та його теорії невиконаного контракту, некомерційні організації – це організації, обмежені в розподілі прибутку серед власників, вищого керівництва та інших членів, відповідають на незадоволений попит суспільства на суспільні та квазі-суспільні блага. Дана дефініція схожа на визначення з урахуванням економічного підходу та має аналогічний недолік.

Кожен підхід та визначення мають обмеження, оскільки наголошують на різних аспектах діяльності некомерційних організацій та частково/повністю не відображають економічні характеристики діяльності некомерційних організацій.

Оскільки нашою метою є визначення поняття некомерційних організацій з наголосом на економічний аспект, доречно виділити важливі економічні характеристики діяльності некомерційних організацій, не відображені у вищеназваних визначеннях, а саме — комерціалізація та конкуренція, а також розглянути концепцію соціального прибутку.

До кінця 1990-х рр. вважалось, що головним джерелом доходів некомерційних організацій є приватні благодійні внески та державне фінансування, а зароблений прибуток некомерційних організацій розглядався як підтримуюче джерело існування [9]. Відбулися зміни у зовнішньому середовищі некомерційних організацій і комерціалізація стала для них одним із варіантів адаптації до тисків ззовні [9]. Під комерціалізацію некомерційних організацій розуміють їх можливість отримувати прибуток за надання своїх послуг чи продаж товарів. Г. Хансманн називає такі організації комерційними неприбутковими організаціями (commercial nonprofits) [13], а Дж. Діс — гібридними (оскільки вони одночасно мотивовані соціальною місією та ринком) [10]. Комерційна діяльність некомерційних організацій може бути пов'язана чи не пов'язана з організаційною місією.

До чинників, що посилюють комерціалізацію, можна віднести: фінансові обмеження, розширений попит на суспільні та квазі-суспільні блага, посилення некомерційної конкуренції, посилення конкуренції з бізнесом, ширший доступ до корпоративних партнерів, вищі вимоги до звітності [22]. Проте головними впливовими чинниками посилення комерціалізації некомерційної діяльності були і залишаються фінансові проблеми та відносини некомерційних організацій з урядом, який зменшує фінансування некомерційного сектору [9]. Як наслідок, комерціалізація є якщо не головним, то дедалі більш важливим джерелом фінансування діяльності некомерційних організацій [12], а також важливою економічною характеристикою сучасних некомерційних організацій.

Ще 3–4 десятиліття тому назад не було і мови про конкуренцію в некомерційному секторі, навіть заперечували її існування, оскільки більшість некомерційних організацій намагалась уникнути відкритої конфронтації. Але конкуренція між некомерційними, а також між некомерційними та бізнес-організаціями, і навіть державними установами, є реальністю сьогодні [19]. Історично склалося, що процес конкурування розпочався з боротьби між різними некомерційними організаціями за залучення ресурсів, таких як фонди, донори та волонтери у середовищі, де це ставало все більш дефіцитним [15]. Тобто конкуренція виникає між некомерційними організаціями за капітал (донорські та спонсорські кошти), працю (волонтерів), клієнтів (споживачів послуг чи продуктів) та інші джерела доходів. Також конкуренція присутня за престиж, за соціальний вплив [19]. Крім цього, некомерційні організації є конкурентами бізнесу та державним закладам. Коли некомерційна організація починає займатись комерціалізацією, вона виходить на комерційний ринок, де і конкурує з бізнесом.

З іншого боку, комерційні організації в пошуках нових джерел прибутку входять у такі сфери, що є пріоритетом діяльності організацій некомерційного сектору (сфера медицини – приватні шпиталі, сфера освіти – приватні коледжі, школи, сфера навчання – професійна підготовка кадрів). Конкуренція з державними закладами виникає, коли некомерційні організації знаходять для себе важливі ринкові ніші всередині державного сектору, наприклад, розробка некомерційними організаціями програм планування сім'ї, що традиційно відноситься до компетенції уряду [19].

Отже, конкуренція є однією з рушійних сил розвитку некомерційного сектору та однією з головних його характеристик як соціально-економічної підсистеми.

Останнім часом деякі керівники вищої ланки некомерційних організацій критикують термін «некомерційний», оскільки вважають, що називати сектор з позиції того, що в ньому не робиться, є недоречним, в той час як мета організацій даного сектору є позитивною [5; 15]. Пропонується нова назва – «сектор соціального прибутку» (social profit sector) [17].

Часто виникає непорозуміння відносно того, чи може некомерційна організація отримувати прибуток. Оскільки непорозуміння пов'язане більше з самим терміном «прибуток», котрий є метою існування комерційної фірми, ми вважаємо, що грошові надходження, які отримують некомерційні організації та спрямовують на виконання місії організації для вирішення соціальних проблем, коректніше називати соціальним прибутком, щоб зменшити плутанину та відобразити специфіку економічної діяльності некомерційних організацій в одному терміні.

Отже, в даний час терміни «конкуренція», «комерціалізація» та «соціальний прибуток» стають невід'ємною складовою економічної діяльності некомерційних організацій та повинні бути відображені в понятті «некомерційна організація».

Взявши за основу визначення некомерційних організацій П. Друкера [11] та Г. Хансманна [13] та систематизувавши головні характеристики економічної діяльності некомерційних організацій, ми пропонуємо наступне визначення організацій некомерційного сектору: некомерційні організації – це агенти суспільних змін, що є виробниками соціальних послуг, які задовольняють особливий попит на суспільні та квазі-суспільні блага; вони функціонують в умовах жорсткої конкуренції (різноманітної форми) за фінансові та людські ресурси та можуть займатись комерційною діяльністю, отримуючи соціальний прибуток для виконання місії організації та максимізації соціального капіталу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вивчивши недоліки всіх 4 підходів (табл. 2) та найбільш популярних визначень некомерційних організацій, що використовуються в західній літературі (табл. 3), проаналізувавши та систематизувавши головні характеристики економічної діяльності сучасних некомерційних організацій (табл. 3), ми пропонуємо наступне визначення організацій некомерційного сектору: *некомерційні організації* – це агенти суспільних змін, що є виробниками соціальних послуг, які задовольняють особливий попит на суспільні та квазі-суспільні блага; вони функціонують в умо-

вах жорсткої конкуренції (різноманітної форми) за фінансові та людські ресурси та можуть займатись комерційною діяльністю, отримуючи соціальний прибуток для виконання місії організації та максимізації соціального капіталу.

Таблиця 2. Недоліки існуючих підходів до визначення поняття некомерційних організацій (НКО) та їх визначень, авторська розробка

Назва	Недолік
Нормативно-правовий підхід	Визначення НКО є досить широким. До сектору НКО потрапляють інші види організацій.
Функціональний підхід	Ототожнює некомерційні з благодійними організаціями. До сектору НКО потрапляють організації соціального підприємництва, проте вони становлять окремих сектор економіки.
Економічний підхід	Велика кількість некомерційних організацій потрапляють до комерційного сектору. До некомерційного сектору потрапляють органи державного управління.
Структурно-операційний підхід	Відсутність наголосу на цілі некомерційних організацій, важливі економічні характеристики – конкуренція, комерціалізація, соціальний прибуток.
Визначення Г. Хансмана [13]	Як в економічному підході.
Визначення П. Друкера [11]	Визначення є настільки всеосяжним, що існують проблеми з визначенням дійсно некомерційних організацій.
Визначення Б. Вайсброда [20]	Вузьке визначення. Виключає багато некомерційних організацій з некомерційного сектору.

Таблиця 3. Сучасні економічні характеристики НКО, авторська розробка

Назва	Сутність
Конкуренція	Є однією з рушійних сил розвитку некомерційного сектору. З іншими некомерційними, комерційними організаціями і навіть урядом. За капітал, працю, волонтерів та інше.
Комерціалізація	Комерційна діяльність некомерційних організацій (може бути пов'язана чи не пов'язана з організаційною місією). Важливе джерело фінансування діяльності некомерційних організацій.
Соціальний прибуток	Грошові надходження, які отримують некомерційні організації та спрямовують на виконання місії організації для вирішення соціальних проблем.

Визначення та класифікація об'єктів є близькими завданнями. Якщо визначення спрямоване на виділення схожих рис об'єктів, то класифікація, навпаки, описує відмінності. Класифікація некомерційних організацій за економічними рисами є продовженням даної роботи, оскільки існуюча класифікація за видами економічної діяльності не характеризує весь спектр діяльності сучасних організацій некомерційного сектору.

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // zakon.rada.gov.ua.
2. Про благодійництво та благодійні організації: Закон України від 16.09.1997 № 531/97-ВР // zakon.rada.gov.ua.
3. Про громадські об'єднання: Закон України від 22.03.2012 № 4572-VI // zakon.rada.gov.ua.
4. Соціальне підприємництво в Україні // www.socialbusiness.in.ua.
5. Alofs, P. (2011). It's Time To Say 'Not' To Not-For-Profit // www.theglobeandmail.com.
6. Anheier, H.K. (2005). Nonprofit Organizations: Theory, Management and Policy. New York, London: Routledge. 464 p.

7. *Anheier, H.K.* (2009). What Kind of Nonprofit Sector – What Kind of Society? Comparative Policy Reflections. *American Behavioral Scientist*, 52(7): 1082–1094.
8. Applying for 501(c)(3) Tax-Exempt Status // www.irs.gov.
9. *Bosscher, J.L.* (2009). Commercialization in Nonprofits: Tainted Value? *SPNA Review*, 5(1) // scholarworks.gvsu.edu.
10. *Dees, J.G.* (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76(1): 54–66.
11. *Drucker, P.* (1990). *Managing the Nonprofit Organization: Principles and Practices*. New York: Harper Collins. 304 p.
12. *Eikenberry, A.M., Kluver, J.D.* (2004). The Marketization of the Nonprofit Sector: Civil Society at Risk? *Public Administration Review*, 64(2): 132–140.
13. *Hansmann, H.* (1987). Economic Theories of Nonprofit Organizations // www.law.yale.edu.
14. NGO Law Monitor // www.icnl.org.
15. *Ritchie, R., Weinberg, C.* (1999). Cooperation, Competition and Social Marketing. *Social Marketing Quarterly*, 5(5): 117–126.
16. *Salamon, L.M., Anheier, H.K.* (1992). In search of the non-profit sector. I: The question of definitions. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 3(2): 125–151.
17. Social Profit Organizations // www.powerfulinformation.org.
18. The System of National Accounts 2008 // unstats.un.org/ationalaccount.
19. *Tuckman, H.P.* (1998). Competition, commercialization and the evolution of nonprofit organizational structures. In: B.A. Weisbrod (Ed.). *To Profit or Not to Profit: The Commercial Transformation of the Nonprofit Sector*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
20. *Weisbrod, B.A.* (1975). Toward a theory of the voluntary nonprofit sector in a three-sector economy. Conference on Altruism and Economic Theory (pp. 132–172). Russell Sage Foundation, New York.
21. *Weisbrod, B.A.* (1997). The future of the nonprofit sector: Its entwining with private enterprise and government. *Journal of Public Policy Analysis and Management*, 16(4): 541–555.
22. *Young, D.R., Salamon, L.M.* (2002). Commercialization, social ventures, and for-profit competition. In: Salamon, L.M. (Ed.). *the State of Nonprofit America*. Washington, DC: Brookings Institution Press.

Стаття надійшла до редакції 26.01.2015.