

Доклад «Третий сектор» в России: текущее состояние и перспективы развития». Резюме (основные выводы)

Объективные показатели

1. Со времени начала в России радикальных социально-экономических реформ и особенно после принятия в 1996 г. Федерального закона «О некоммерческих организациях» численность организаций третьего сектора постоянно росла. Ежегодное увеличение числа этих организаций в доле всех юридических лиц в этот период превышало 1,5 процента. К настоящему времени, по данным официальной статистики, численность НКО достигла почти 700 тысяч, увеличившись, таким образом, за прошедшее десятилетие более чем вдвое.
2. Число НКО в России составляет 8% всех хозяйствующих субъектов. Однако в последние годы наблюдается устойчивое снижение вклада НКО в ВВП России. Т.е. динамика развития сектора отстает от развития экономики страны в целом.
3. По данным государственной статистики, основное число общественных организаций расположено в европейской части России, в Центральном и Приволжском федеральных округах, где сосредоточена половина всех российских НКО. Напротив, минимальные показатели численности НКО отмечаются в Дальневосточном и Уральском округах.
4. Главными сферами деятельности НКО являются *образование, наука, культура и спорт*.

Отношение населения

1. На сегодняшний момент в стране отсутствует сложившееся (сформированное) общественное мнение о некоммерческом секторе, его роли и значении в жизни общества, о характере взаимоотношений и уровне влияния НКО на органы власти и бизнес-структуры. Одной из ключевых причин указанной ситуации является низкая информированность россиян о некоммерческих организациях; простые граждане слабо представляют себе, что такое некоммерческие организации, чем они занимаются и какую роль в развитии общества призваны играть:

- ✓ более трети россиян, по их словам, впервые услышали выражение «некоммерческая организация» в ходе опроса;
- ✓ более половины респондентов ничего не знают о деятельности НКО в их регионе;
- ✓ соответственно, как минимум половина россиян не в состоянии оценить влияние некоммерческого сектора на другие сектора общественной жизни.

На протяжении последних лет не фиксируется сколько-нибудь позитивной динамики осведомленности населения об НКО: она остается стабильно невысокой.

2. Показателем несформированного общественного мнения о некоммерческом секторе наряду с низкой информированностью граждан является высокая степень неоднозначности, противоречивости оценок населения в отношении деятельности НКО:

- ✓ в близких долях в общественном мнении представлены точки зрения о наличии или отсутствии пользы для граждан от деятельности некоммерческих организаций (превалирующего мнения нет);
- ✓ отсутствует доминирующее мнение относительно влияния НКО на принятие решений органами власти и деятельность бизнес-структур (хотя мнение об отсутствии влияния встречается несколько чаще);
- ✓ оценки того, осуществляют или не осуществляют НКО независимый контроль над деятельностью государственных органов и бизнеса, также неоднозначны (доля отрицательных оценок выше, особенно в отношении и контроля над бизнесом).

3. Очевидное противоречие зафиксировано и при оценке россиянами наиболее приоритетных, с их точки зрения, направлений деятельности некоммерческих организаций. С одной стороны, в массовом сознании деятельность НКО чаще всего воспринимается как правозащитная деятельность. С другой стороны, лишь каждый десятый россиянин считает деятельность по защите прав граждан одним из наиболее важных, приоритетных направлений деятельности НКО. Налицо рассогласование между ожиданиями и реальностью (хотя и реальностью лишь в представлениях граждан).

4. Граждане, в первую очередь, ожидают от некоммерческих организаций усилий по решению острых социальных проблем, имеющих непосредственное отношение к жизни и здоровью населения (особенно его социально уязвимых групп) и при этом охватывающих наиболее широкие слои граждан. Деятельность же, связанная с развитием масс-медиа, научных исследований, культуры и искусства на массовом уровне воспринимается как менее приоритетная; очевидно, считается, что эта деятельность не относится к удовлетворению базовых, первичных потребностей человека, и, значит, является менее важной, второстепенной.

5. На сегодняшний день вовлеченность граждан в деятельность общественных объединений и иных видов некоммерческих организаций, гражданские инициативы невелика (по данным ФОМ, свое участие сегодня декларируют около 13% россиян). Столь же невелик и потенциал вовлеченности россиян в деятельность некоммерческих организаций (желание выразили лишь около 14% опрошенных респондентов ЦИРКОН). Очевидно, сказывается низкая информированность граждан о деятельности НКО. С другой стороны, социологические исследования фиксируют довольно низкий уровень социальной активности населения; оно слабо вовлечено в различные формы самоорганизации граждан, его готовность к участию в работе добровольных объединений, вообще в общественной жизни также находится на достаточно низком уровне.

6. На наш взгляд, чтобы действительно переломить ситуацию, необходима активная образовательная, пропагандистская кампания всероссийского масштаба, своего рода «гражданский всеобуч» с целью повышения грамотности населения в вопросах развития гражданского общества и дальнейшего привлечения россиян к участию в гражданских инициативах и самоуправлении на низовом уровне.

Оценка влияния

1. Согласно экспертным оценкам, вопрос о правомерности обсуждения темы «влиятельности» некоммерческого сектора России, по меньшей мере, сегодня уже *может быть поставлен*:

- a) Из некоммерческого сообщества выделились действительно сильные и профессиональные организации, растет их профессиональный уровень.
- b) Некоммерческий сектор в России в целом сформировался как социальный институт, более активно взаимодействует с властью, бизнес-структурами, населением, в ряде случаев вполне успешно осуществляет функции общественного контроля над властью и бизнесом.

2. Тем не менее, несмотря на то, что взаимодействие организаций некоммерческого сектора (в первую очередь, их активной части) с органами власти разного уровня, а также с бизнес-структурами на сегодняшний день происходит довольно регулярно, оценки этого взаимодействия весьма неоднозначны.

- a) Коротко ситуацию можно определить следующим образом: взаимодействие есть, а влияния (серьезного, значительного и т.п.) нет. Даже представители активных НКО оценивают влияние «третьего сектора» на принятие решений органами власти и деятельность бизнеса довольно низко.
- b) По мнению экспертов, вопрос оценки степени влияния НКО в России весьма неоднозначный. В качестве основной причины респонденты называют неоднородность некоммерческого сектора в России, его недостаточную эффективность, разобщенность НКО, отсутствие общей идеологии развития межсекторного сотрудничества.
- c) На сегодняшний день некоммерческий сектор не достаточно участвует в принятии решений, реально не включен в управленческий процесс, отсюда и низкая степень влияния, и снижение эффективности функционирования.

3. Основным фактором, который усложняет развитие межсекторных отношений в России, по мнению некоторых экспертов, является влияние власти на выстраивание этих взаимоотношений. Власть, опасаясь негативных проявлений со стороны НКО, оказывает определенное давление как на сами организации некоммерческого сектора, так и на бизнес-сообщество в плане его взаимодействия с НКО.

Отношения между властью и НКО являются хотя и не конфликтными, но проблемными. Некоммерческий сектор отстранен от трехстороннего взаимодействия, находится в неравном положении по отношению к двум другим участникам процесса – власти и бизнесу. Хотя на общем фоне существуют отдельные примеры конструктивного взаимодействия, когда партнерство некоммерческого сектора и власти действительно является эффективным, но это еще не стало правилом.

4. Взаимоотношения бизнеса и НКО пока носят характер точечного взаимодействия, инициатива, как правило, исходит от некоммерческого сектора. Отношения между бизнесом и некоммерческими организациями выстраиваются на индивидуальной основе и не имеют системного характера.

- a) В большинстве случаев бизнес использует возможности НКО для формирования собственного положительного имиджа.

- b) Взаимоотношения бизнес-сообщества и НКО характеризуются как потребительско-снисходительные. НКО и бизнес взаимодействуют в основном только в плане благотворительности. Отсюда многие некоммерческие организации воспринимают бизнес-сообщество исключительно как источник финансирования и не стремятся выстраивать партнерские отношения, ограничиваясь только финансовой поддержкой и акциями благотворительности.
- c) Один из успешных форматов выстраивания взаимоотношений между НКО и бизнес-сообществом на сегодняшний день влияние через задание норм и стандартов социального ответственного бизнеса.

5. При всем разнообразии форм и способов влияния НКО на власть, наиболее эффективным является правовой, законотворческий механизм. Представители некоммерческого сектора достаточно активно вовлечены в этот процесс путем участия в подготовке соответствующих решений по актуальным вопросам, в организации и проведении общественных слушаний по законопроектам или проектам решений.

6. Эффективным механизмом влияния НКО на бизнес эксперты признают налаживание постоянных контактов, связей, выстраивание партнерских взаимоотношений. Для выстраивания эффективных взаимоотношений с бизнесом некоммерческому сообществу необходимо преодолеть имидж «просителя» и сформировать в представлении бизнес-структур имидж полноправного партнера и эффективного помощника.

7. Факторы, которые могут способствовать развитию некоммерческого сектора и укреплению влияния НКО на власть и бизнес-сообщество (экспертные оценки):

- a) Изменение позиции власти по отношению к НКО, осознание востребованности некоммерческого сектора, признание НКО равноправным партнером, диалог по всем актуальным вопросам жизни общества.
- b) Консолидация самого некоммерческого сектора, его самоидентификация и выработка четкой идеологии.
- c) Выработка механизма развития социального партнерства со стороны государства. Бизнес ждет от власти сигнала о том, что взаимодействие с некоммерческим сектором развивать необходимо. Необходимо наглядное взаимодействие государства, властных структур с НКО, чтобы бизнес-сообщество также начало выстраивать свои отношения с некоммерческим сектором.

8. Представления руководителей НКО, власти и бизнеса о факторах, препятствующих развитию некоммерческого сектора России и росту его влияния, оказались наименее согласованными. Для руководителей НКО эти факторы лежат вне некоммерческого сектора: несовершенство законодательной базы, невосприимчивость власти к общественным запросам и низкий уровень информированности со стороны власти и бизнеса о существовании и возможных формах работы с НКО. Представители власти, напротив, видят основные препятствия для развития некоммерческого сектора в нем самом – разобщенности и безынициативности некоммерческих организаций, в низкой политической культуре и неразвитости гражданского сознания у россиян. Руководители предприятий отчасти солидарны с представителями власти, наиболее часто отмечая разобщенность самих НКО, а отчасти – с представителями некоммерческих организаций, видя одно из препятствий в несовершенстве законодательной базы функционирования НКО.