

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Барков А.В., Гришина Я.С., Золотова О.А.,
Лескова Ю.Г., Писарев Г.А.**

**Легализация социального предпринимательства
в России и за рубежом:
тенденции и перспективы развития**

Москва 2020

Аннотация. Проанализирован опыт законодательного регулирования социального предпринимательства в странах ЕС, США, Канады, Великобритании и Южной Кореи. Сформулированы рекомендации по легализации социального предпринимательства в Российской Федерации.

Барков А.В., ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Актуальные проблемы права и национальной безопасности» ИПиНБ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Гришина Я.С., ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Актуальные проблемы права и национальной безопасности» ИПиНБ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Золотова О.А., старший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Актуальные проблемы права и национальной безопасности» ИПиНБ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Лескова Ю.Г., ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Актуальные проблемы права и национальной безопасности» ИПиНБ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Писарев Г.А., старший научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории «Актуальные проблемы права и национальной безопасности» ИПиНБ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Данная работа подготовлена на основе материалов научно-исследовательской работы, выполненной в соответствии с Государственным заданием РАНХиГС при Президенте Российской Федерации на 2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 Теоретико-методологические основы исследования проблем легализации социального предпринимательства в России и за рубежом.....	5
2 Критическое исследование зарубежных законодательных подходов к легализации социального предпринимательства и условий его государственного обеспечения.....	12
3 Критическая оценка российских правотворческих и правоприменительных подходов к легализации социального предпринимательства и перспектив использования положительного зарубежного опыта.....	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	52

ВВЕДЕНИЕ

В свете реализации конституционного принципа социального государства, зафиксированного в статье 7 Конституции РФ, вектор его социально-экономической политики должен быть нацелен «на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». К сожалению, в условиях, когда по данным Росстата за 1 квартал 2018 году число россиян, с доходами ниже прожиточного минимума, то есть официально находящихся за чертой бедности, достигло уже 20,8 млн. человек [1], а по оценке экспертов в 2019 году их количество будет только расти [2], результаты политики вряд ли можно считать успешными. В связи с этим, в целях обеспечения достойного качества и уровня жизни российских граждан и решения других многочисленных социальных проблем, должны быть востребованы все эффективные антикризисные правовые средства, в том числе и учитывающие положительный зарубежный правоприменительный и правотворческий опыт. Представляется, что к подобному антикризисному инструментарию может быть отнесено социальное предпринимательство, успехи которого в решении или сглаживании различных социальных проблем, в странах его легализовавших и конституционно-ориентированных, также как и Россия, на формирование государственной социальной модели, являются наиболее заметными. Данные обстоятельства обуславливают интерес к вопросу изучения правовой модели социального предпринимательства, которое только в июле 2019 года получило в России официальное признание.

Ключевой проблемой, которую невозможно решить корректировкой Закона о социальном предпринимательстве, является концептуальный подход к его легализации в России. К сожалению, закон № 245-ФЗ, в соответствии с его предметом, создан исключительно в интересах субъектов МСП. Российский узковедомственный подход к легализации социального предпринимательства, концептуально принципиально не отличающийся от подходов, содержащихся в ранее предлагаемых и отклоненных Госдумой РФ законопроектах № 843126-6 и № 624513-6 [3], основанных на приказах Министерства экономического развития, не учитывает в полной мере зарубежный правоприменительный опыт активного участия НКО в социально предпринимательском движении. Во всех зарубежных моделях НКО – субъекты социального предпринимательства, а в России – нет. Решить эту проблему можно только принципиально новым подходом к легализации социального предпринимательства в Российской Федерации, нуждающемся в научном обосновании.

1 Теоретико-методологические основы исследования проблем легализации социального предпринимательства в России и за рубежом

Хронологически, к сравнительно-правовому исследованию социального предпринимательства, впервые обратилась Яна Сергеевна Гришина [6]. Сравнению подвергалось правовое положение американских и европейских социальных предприятий, а также зарубежный опыт государственного управления социальным предпринимательством. На основе исследования особенностей легализации и законодательного регулирования деятельности данных предприятий, заключающихся в различных подходах к определению организационной роли государства в решении социальных проблем, формулировался вывод, что под термином «социальное предприятие» понимается статус, предоставляющий субъекту социального предпринимательства определенную поддержку его общественно-полезной деятельности.

Юлиана Анатольевна Кицай [7] выбрала в качестве критерия для сравнения - организационно-правовые формы (модели) социального предприятия, имеющие существенные особенности в законодательстве стран Европы, Америки и Азии. В целях легализации российского социального предпринимательства предложена оригинальная идея о включении специальной организационно-правовой формы в систему юридических лиц ГК РФ и обоснована, по ее мнению, конкурентоспособная в социальной сфере модель данной организационно-правовой формы, учитывающая тенденцию социализации корпоративного законодательства. Достоинства этой модели заключаются в том, что в ней учитывается передовой европейский социально-предпринимательский опыт Великобритании (гибкая структура управления при усиленном контроле государства, ограничение в распределении прибыли, блокировка активов), Германии (налоговые льготы), Италии (система широкой государственной поддержки). Однако, обоснованного ответа на вопрос, почему выбраны для сравнения законодательство стран Европы Америки и Азии, а не каких-то других континентов, в работе не содержится.

Основываясь на научных результатах своих предшественников, Дмитрий Валентинович Калиниченко [8], разрабатывая критерии субъекта социального предпринимательства в Российской Федерации, как условий их государственной поддержки, для сравнительно-правового исследования наиболее характерных особенностей российского и зарубежных правовых статусов выбрал в качестве оснований законодательство: 1) стран континентальной Европы; 2) США и Германии; 3) Великобритании и Канады; 4) Южной Кореи. Выбор обуславливается анализом результатов исследований Я.С. Гришиной и Ю.А. Кицай, изучивших характерные особенности законодательства стран, легализовавших социальное предпринимательство и

достигших наибольших успехов в решении социальных проблем с помощью данного инструментария, что позволяет, с учетом характерных признаков и особенностей выделить 4 социально-предпринимательские правовые модели, которые условно могут быть обозначены: европейская, американская, британская и южно-корейская. Представляется, что выделенные социально-предпринимательские правовые модели, с некоторой корректировкой их содержания, и могут являться объектом основного этапа настоящего исследования.

Предложенный Д.В. Калиниченко сравнительно-правовой подход, представляется наиболее оптимальным, так как дает возможность определить самые распространенные в мире способы легализации субъекта социального предпринимательства. Их, по справедливому мнению Дмитрия Валентиновича, по количеству моделей, всего четыре. Не смотря на некоторую, бросающуюся в глаза, натяжку в отношении включения в авторскую классификацию уточнений, касающихся коммерческих и некоммерческих организация, суть способов легализации субъекта социального предпринимательства улавливается точно.

Первый - является характерным для большинства европейских стран. Он заключается в приобретении, предоставляющего право на государственную поддержку, статуса «социального предприятия», (у Д.В. Калиниченко - статуса «социального кооператива», что, как мы в последующем покажем, в исторической перспективе не вполне верно) любыми юридическими лицами, осуществляющими деятельность в любой организационно-правовой форме, в случае соответствия их социально ориентированной деятельности определенным в законе условиям.

Второй способ легализации социального предпринимательства, характерный для США и Германии, заключается в государственной регистрации специальных организационно-правовых форм: американских низкодоходных корпораций с ограниченной ответственностью и социальных корпораций, германского некоммерческого общества с ограниченной ответственностью. Данный способ, по мнению Д.В. Калиниченко, характерен также «негосударственной рейтинговой сертификацией социально ориентированных, преимущественно некоммерческих организаций, вне зависимости от организационно-правовой формы», что в целом справедливо, но с оговоркой. В Германии отсутствует «негосударственная рейтинговая сертификация» и легализация некоммерческого общества с ограниченной ответственностью с большой натяжкой может быть включена в «американскую модель», а в США в рейтинговой сертификации с присвоением статуса «Benefit corporation» в большей степени

заинтересованы коммерческие корпорации «вне зависимости от организационно-правовой формы», а не «преимущественно» НКО.

Третий способ характерен для Великобритании и, впоследствии его с некоторыми особенностями использующей - Канады, что и объясняет название социально-предпринимательской модели - «британская». Легализация субъекта социального предпринимательства осуществляется посредством «предоставления статуса корпорации (компании) общественных интересов социально ориентированным коммерческим юридическим лицам, реинвестирующим часть прибыли в социальные цели». Представляется, что нет особого смысла акцентировать внимание на то, что данный статус предоставляется исключительно коммерческим организациям, так как процедура преобразования в компанию общественных интересов предусмотрена и для НКО.

Четвертый, выявленный Д.В. Калиниченко способ, успешно применяемый в Южной Корее, фиксирующий за социально ориентированными организациями, прошедшими государственную сертификацию на соответствие общественно значимым критериям, статус «социального предприятия», принимается без комментариев.

Полагая, так же как Я.С. Гришина, что «социальное предприятие» в зарубежном законодательстве, это – прежде всего правовой статус, предоставляющий социально-полезной организации право рассчитывать на государственную поддержку, а не организационно правовая форма, как считает Ю.А. Кицай, Д.В. Калиниченко предложил критерии «полезности», с целью их закрепления в российском законодательстве, определяющие правовой статус субъекта социального предпринимательства. В основу его научно-практических рекомендаций по совершенствованию российского правотворческого подхода положено южнокорейское законодательство, достоинство которого заключается в интеграции передового итальянского, британского и американского правоприменительного опыта поддержки социального предпринимательства, выявленного в ходе сравнительно-правового исследования.

При ответе на поставленный методологический вопрос: «Что сравнивать?», думается вполне обоснованно, с учетом корректировки выводов, полученных Д.В. Калиниченко о четырех способах легализации социального предпринимательства, обуславливающих уровни (основания) сравнения, поставить следующие научные задачи:

- оценить достоинства итальянского социально кооперативного правоприменительного опыта и степени его влияния на легализацию социального предпринимательства в континентальной Европе;

- подвергнуть анализу достоинства предоставления статуса «Benefit corporation» (общественно полезной корпорации) социально ориентированным организациям США, как способа обеспечения их конкурентных преимуществ;

- выявить достоинства правового положения компаний общественных интересов по законодательству Великобритании и Канады;

- изучить южнокорейский правоприменительный опыт развития социального предпринимательства, условий его государственной сертификации и поддержки.

Вместе с тем, представляется, что основному этапу критического сравнительно правового исследования зарубежных законодательных подходов к легализации социального предпринимательства и условий его государственного обеспечения, на его предварительном этапе, должна предшествовать задача научного обоснования теоретико-методологических основ исследования проблем легализации социального предпринимательства в России и за рубежом.

На заключительном этапе достижению поставленной цели должно способствовать решение еще двух научных задач, связанных с критической оценкой:

а) достоинств и недостатков российских правотворческих и правоприменительных подходов к легализации социального предпринимательства и;

б) перспектив использования положительного зарубежного опыта при обосновании научно-практических рекомендаций по его легализации в Российской Федерации.

Сегодня наряду с извлечением прибыли коммерческие корпорации призваны эффективно решать социальные, научные, экологические и другие общественно полезные задачи, диктуемые добровольно принятой миссией. Смещение в корпоративных целях приоритетов и акцентов диктует потребность в новых, не акционер ориентированных, моделях корпоративного управления, защищающих менеджмент - руководство корпорации и обеспечивающих легальной правовой формой успех избранной миссии. В российской науке, к глубокому сожалению, отвечающие требованиям времени новые модели корпоративного управления отсутствуют.

Представляется, что в качестве элемента методологической базы настоящего сравнительно-правового исследования, нацеленного на легализацию социального предпринимательства в России вполне обоснованно рассматривать зарубежные социально-предпринимательские тенденции и закономерности, дающие представление не только о теоретических, но практических правоприменительных подходах, учет которых может служить ориентиром российского правотворчества.

Очевидно, что социализацию, в условиях присоединения к решениям Конференции ООН в Рио-де-Жанейро 1992 года, признания общего цивилизационного глобального

курса устойчивого развития, в единстве его социального, экономического и экологического элементов, определяющего стратегию социально-экономической политики большинства государств, ориентиром которой выступает социально-ориентированная, эколого – безопасная, устойчивая экономическая «модель будущего», невозможно рассматривать в разрыве с тенденциями экономизации и экологизации всех сфер общественной жизни. Следовательно, признавая влияние социализации на трансформацию законодательства, вполне логично предположить подобное воздействие «экономизации» и «экологизации». Вопрос, видимо, в факторах и степени этого воздействия, балансе необходимо и достаточного в правовом обеспечении эффективности социально-экономических реформ.

Представляется, что, сегодня социальное предпринимательство, в свете идей устойчивого развития, как альтернативы прогресса, основанного на неограниченном экономическом росте, это не только часть социальной политики, успешный антикризисный инструмент решения социальных и экологических проблем, но и социально-экономический элемент политического курса, нацеленного на проведение реформ по трансформации нерациональных моделей производства и потребления в направлении перехода к ресурсосберегающей и низкоуглеродистой «зеленой экономике». Сегодня трудно определить, где заканчивается «социальная» и начинается «зеленая экономика». Это элементы одного стратегического курса.

В связи с этим, в условиях высоко вероятного риска необратимости последствий глобального потепления и экологической катастрофы, призыв к перераспределению части расходов по охране и воспроизводству природных ресурсов на социально-ответственных и эколого-ориентированных предпринимателей [10], выглядит чрезвычайно актуально. Именно поэтому социальное и экологическое предпринимательство имеют общую идеологическую основу, решают единые, взаимосвязанные и взаимообусловленные проблемы, и, следовательно, должны рассматриваться в единстве и взаимосвязи.

Несомненно, что в условиях формирования новой регуляторной среды, вызванной цифровизацией российской экономики [12], неизбежное появление в нормативных актах «цифровых» экономических категорий, таких как: технологии беспроводной связи; большие данные; системы распределенного реестра; квантовые технологии; компоненты робототехники и сенсорика; новые производственные технологии; нейротехнологии и искусственный интеллект; промышленный интернет; технологии виртуальной и дополненной реальностей, и других, соответствующих основным цифровыми технологиями, будут только усиливать экономизацию, а значит и комплексность права. Вместе с тем, по мнению авторитетных экспертов «нарастанию комплексности в праве»

так же способствует его социализация [9] и экологизация [11], что подчеркивает взаимосвязь глобальных тенденций. Однако, представляется, что цифровизацию в настоящее время следует рассматривать в качестве ключевого фактора, способного внести коррективы как в экономизацию, так и социализация и экологизацию устойчивого общественного развития. Под этим углом зрения проблема развития российского социального предпринимательства ранее не рассматривалась.

В стратегии перехода к цифровой экономике [12] отмечается, что этот процесс не означает отхода от курса формирования устойчивой рыночной экономики, а только его корректирует, предполагая, что ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности становятся «данные в цифровой форме», что повлияет на экономический рост и национальный суверенитет, повышение конкурентоспособности страны, качество жизни и социальной защищенности граждан.

Выбор оптимальной модели социального предпринимательства должен учитывать все возможные подходы, влияние закономерностей, тенденций и других факторов, наиболее значимым из которых видится цифровизация экономики и предпринимательства, усиливающая развитие отмеченных тенденций.

Очевидно, что грядущая цифровая эпоха неизбежно скажется на всех сферах общественной жизни, трансформируя многие устоявшиеся государственные, социальные и правовые институты [13], включая модель осуществления предпринимательской деятельности. Одним из главных определяющих факторов, в первую очередь под воздействием цифровых технологий, влияющих на изменение бизнес-модели, видится преобразование организационной формы ее осуществления и, соответственно, правовой модели корпоративного управления. Следует учесть, что еще вчера кажущейся незыблемым акционер ориентированный подход к обновлению корпоративного управления, нацеленный на максимизацию прибыли исключительно в интересах акционеров, сегодня уже дает сбои, не обеспечивая конкурентоспособность высокотехнологичной корпорации, которая вынуждена экспериментировать в поиске адекватных времени новаторских моделей.

При этом в зарубежной корпоративной правоприменительной практике, меняя устоявшиеся стереотипы мышления, все чаще востребованным становится социально-предпринимательский опыт легализации миссия ориентированных корпораций, способных эффективно обеспечивать интересы не только своих акционеров, но и широкого круга стейкхолдеров, повышать не только акционерную стоимость, но и получать конкурентные преимущества при решении социальных, экологических, научных и других общественно значимых задач. В связи с этим эволюция представлений о

преобразовании института традиционного предпринимательства в цифровую эпоху, должна базироваться не только на изучении возможностей высоких технологий, но и влияния на трансформацию передовых зарубежных корпоративных практик, способствующего рассмотрению, а порой и совмещению, понятия «диджитализации» корпоративного управления в одной системе координат с такими явлениями как «миссия ориентированная корпорация» и «социальное предпринимательство».

2 Критическое исследование зарубежных законодательных подходов к легализации социального предпринимательства и условий его государственного обеспечения

Италия является первой страной в мире, легализовавшей социальное предпринимательство в 1991 году законом № 381 «О социальных кооперативах» (*Disciplina delle cooperative sociali* – (итал.)). Итальянские социальные кооперативы — это первые в мире легальные социальные предприятия.

В диссертации Д.В.Калиниченко [8] отмечается, что статус социального кооператива вправе приобрести коммерческая и некоммерческая организация (вне зависимости от организационно-правовой формы), принявшая социально-предпринимательскую миссию («реализация общественного интереса к развитию человека и его социальной интеграции»), соответствующая определенным легальным условиям, определяющих три типа социальных кооперативов:

1) «тип А – «социально-трудовой интеграции», предназначенный для трудоустройства социально уязвимых категорий граждан: лиц с соматическими, психическими и сенсорными недостатками; бывших пациентов психиатрических и наркологических учреждений; трудоспособных несовершеннолетних, находящиеся в трудных семейных ситуациях; освободившихся из мест лишения свободы и других лиц «находящихся в неблагоприятном положении», (численность которых должна быть от 30 до 50% от общего количества членов кооператива), с минимальным размером заработной платы, гарантирующим достойное качество жизни;

2) «тип В – общественной пользы», нацеленный преимущественно на оказание общественно полезных услуг в таких приоритетных отраслях социальной сферы, как здравоохранение, образование, социальная защита, сельское хозяйство, промышленность, торговля, транспорт, и других отраслях;

3) «смешанного типа - А+В», осуществляющие деятельность, как в сфере «социально-трудовой интеграции», так и «общественной пользы».

Итальянским законодательством устанавливаются также общие правила, которым должны соответствовать социальные кооперативы всех типов: ограничение прибыли в общественных интересах, с условием реинвестирования не менее половины в решение социальных проблем и отчисления 3% прибыли в государственный гарантийный фонд поддержки социального предпринимательства, а также необходимое соотношение волонтеров и членов кооператива. Следует согласиться с выводом Д.В. Калиниченко [8], что итальянский подход к легализации социального предпринимательства эффективен в решении социальных проблем безработицы, повышения уровня жизни и социальной

защищенности, поскольку государственная поддержка, посредством предоставления льгот и преференций работодателям, нацеленная на трудовую интеграция социально уязвимых граждан, в наибольшей степени способствует реализации их внутреннего ресурса для самостоятельного выхода из трудной жизненной ситуации.

Вместе с тем, представляется, что оценку достоинств итальянского социально кооперативного правоприменительного опыта и его влияния на легализацию социального предпринимательства в континентальной Европе, следует проводить с учетом эволюционного развития законодательства в данной сфере, в котором представляется возможным выделить несколько этапов. В эволюции итальянского законодательства, оказавшего влияние на легализацию и развитие социального предпринимательства в континентальной Европе возможно выделить 3 этапа.

Первый этап: связан с легализацией социального предпринимательства в Италии в 1991 году, посредством принятия закона от 8.11.1991 № 381 «О социальных кооперативах». В этот период социальный кооператив рассматривался как организационно-правовая форма, разновидность кооператива и статус, дающий возможность доступа к поддержке. Эта идея получила поддержку в законодательстве Бельгии, Греции, Испании, Польше, Португалии, Франции и других странах.

Постепенно, акцент в социально предпринимательской риторике при принятии соответствующих нормативно правовых актов смещается с термина «социальный кооператив» в сторону понятия «социальное предприятие», содержательная составляющая которого стремится к соответствию рекомендациям EMES. При этом термин «социальный кооператив» начинает использоваться в обозначении одной из миссия-ориентированной организационно правовой формы, а «социальное предприятие» - в значении статуса субъекта социального предпринимательства, предоставляющего право на государственную поддержку. (Законодательство Литвы, Словакии, Финляндии, Швеции).

Второй этап: определяется введением закона от 13.06.2005 года № 118 «О делегировании Правительству полномочий по регулированию вопросов социального предпринимательства», закрепившим «принцип плюрализма организационных правовых форм», расширяя возможность приобретения статуса «социального предприятия» всем заинтересованным организациям, (некоммерческим, малому, среднему и крупному бизнесу), разделяющим социально предпринимательскую идеологию. Однако и после принятия нового закона социальные кооперативы не перестали играть ключевой роли в системе субъектов социального предпринимательства и до сих пор являются наиболее развитой типологией социальных предприятий в Италии.

С 2011 года, с принятием Еврокомиссией резолюции «Инициатива социального бизнеса» в рамках антикризисной программы «Европа 2020» итальянский опыт получает новый импульс к развитию, поскольку рекомендуется странам ЕС в качестве модели европейского социального корпоратива. Антикризисное финансирование ЕС для тех стран, в которых уже существовала развитая социально предпринимательская кооперативная база послужило стимулом для совершенствования законодательства, а в других материальной базой развития социального предпринимательства. Общей политической основой для подобных изменений стала ориентация большинства европейских стран на формирование модели социальной и солидарной экономики, основу которой составляют разнообразные социальные предприятия.

В этих законах о социальной (солидарной, народной) экономике, логически прослеживается единство и взаимосвязанность понятий одного смыслового ряда: «социальная экономика», «солидарная экономика», «социальное предпринимательство», «социальное предприятие». При этом понятие «социальное предприятие» может быть созвучно терминам «предприятие социальной экономики» или «предприятие социальной и солидарной экономики». В контексте социально-политического курса на устойчивое развитие, принятого законодательством этих стран, нацеленность на решение экологических проблем приобретает эпитет «зеленый», «устойчивый»: зеленая экономика, устойчивое предпринимательство, устойчивая корпорация.

Третий этап: ознаменован принятием Закона Италии №208 от 28 декабря 2015 года «Об устойчивости на 2016 год» (Положение о формировании годового и многолетнего государственного бюджета) определившим особенности правового положения корпорации общественного блага «Societa' Benefit», построенной на основе модели американской социально полезной корпорации «Benefit corporation». Данная правовая конструкция, уже сумела оказать влияние на французское законодательство, выступившего с инициативой легализации особой миссия ориентированной организационно-правовой формы корпорации с расширенным социальным объектом (франц. Société à objet social élargi), конструкция которой имеет общие черты с американской Benefit corporation и итальянской Societa' Benefit.

В настоящее время повышенный интерес к американскому опыту легализации и развитию социального предпринимательства обусловлен в первую очередь тем, что его воплощение не требует серьезной государственной финансовой поддержки в виде дотаций, преференций и льгот, подобной вливаниям в бюджеты стран Европы со стороны Евросоюза, без которой некоторые страны не могут обеспечить конкурентоспособность национальных социальных предприятий на рынке социально-полезных услуг. В то же

время, успешная десятилетняя практика американских общественно (социально) полезных корпораций доказывает, что предоставление статуса «B corporation» миссия ориентированным организациям служит не только развитию социального предпринимательства, но и обеспечивает конкурентные преимущества данных корпораций, конкурентоспособность производимых ими товаров, гарантируя качество, отвечающее мировым стандартам, способность удовлетворить потребность требовательного потребителя.

В странах ЕС, где в послевоенные годы была создана самая прочная государственная система социальной защиты, обеспеченная бюджетом, в размере включающем до половины произведенного национального внутреннего продукта (как например, скандинавские страны), социальное предпринимательство возникло в ответ на периодически возникающие экономические кризисы, приводящие в первую очередь к безработице, усиливающей и без того высокий уровень социального неравенства. Это и обусловило жизнеспособность итальянской социально-интеграционной социально предпринимательской модели, в первую очередь, как эффективного средства борьбы с безработицей, ставшей частью социальной политики стран, взваливших на плечи непосильный груз социальной ответственности перед гражданами.

В связи с этими обстоятельствами в европейской социально предпринимательской традиции социальный аспект предпринимательской деятельности (миссия ориентированность) преобладает над экономическим, обеспечиваемый обязанностью реинвестирования части прибыли в решение социальных проблем (социально трудовую интеграцию и (или) общественную пользу). При этом социальный предприниматель, порой эффективней справляющийся с решением социальных проблем, чем государство, вправе рассчитывать на государственную поддержку. В американской традиции государственная поддержка социальному предпринимателю не гарантирована, миссия ориентированность социального корпорации обеспечивает ей конкурентные преимущества и соответственно доход (прибыль) от социально ориентированных, экологически чистых и безопасных товаров, повышающих качество жизни, без разрушения экологических и общественных систем жизнеобеспечения или направленных на решение других социальных и экологических проблем [14].

Механизм трансформации современных конкурентных отношений и способов обеспечения дохода убедительно продемонстрирован Ю.А. Кицай [7]. В условиях цифровой экономики на первое место, среди определяющих конкурентоспособность факторов производства, выходят не материальные факторы, и в первую очередь, человеческий капитал и интеллект, инвестирование в который становятся выгодными для

предпринимателя. Профессионал высокой квалификации с достойной заработной платой окажет более качественную и безопасную социально ориентированную услугу, с учетом индивидуальных потребностей и особенностей потребителя, чем не квалифицированный, низкооплачиваемый рабочий. Высоко технологичную продукцию, рассчитанную на взыскательного клиента, способен произвести только интеллект, требующий достойное вознаграждение, обеспечивающее высокое качество жизни. На зарплате экономить становится не выгодно. В конкурентном противостоянии победу одерживает не стоимость товара, а его социальная ценность и полезность, степень которой могут гарантировать инвестиции в человеческий капитал и социально ответственное поведение. Вследствие чего, предпринимательство, конкуренция, предприятие - социализируются и «предпринимателю становится выгодно быть социально ответственным» [7].

Социологический опрос в США показал, что 68 миллионов американцев используют свою покупательную способность, отдавая предпочтение товарам с брендами социально и эколого-ответственных корпораций, игнорируя безответственные компании за негативное корпоративное поведение [16]. Вместе с тем, отмечается, что все чаще маркетологи в рекламных целях используют термины «зеленый», «ответственность», «устойчивый», «благотворительный», как «зеленый камуфляж» вводящий, при отсутствии единых стандартов, в заблуждение потребителей, испытывающих затруднение в выборе «хороших» корпораций, то есть действительно применяющих социальные и экологические методы ведения бизнеса. В этих условиях самым эффективным ориентиром для потребителя и, соответственно, не материальным фактором повышения конкурентоспособности, становится уже не миссия, а статус (организационно-правовая форма)-Benefit corporation, указываемый в наименовании корпорации, товары которой в обязательном порядке проходят сертификацию в одном из наиболее авторитетных в США сертификационных агентств «B- Lab.», на соответствие статусу социально полезного бренда «B-Lab certification», отвечающего мировым стандартам [17].

Особенности негосударственной (в США отсутствует единая государственная сертификация) сертификационной системы Соединенных штатов Америки заключаются в следующем. Миссия-ориентированные корпорации штатов, вправе пройти федеральную сертификацию на соответствие требованиям «общественной полезности» и получить статус - «Benefit corporation» (сокр. «B-Corp») предоставляющий, в зависимости от рейтинга «полезности» доступ к социальным инвестиционным программам многочисленных частных благотворительных фондов. Кроме того, в случае успешного прохождения сертификации в одном из наиболее авторитетных рейтинговых агентств «B-Lab.», наряду со статусом «B-Corp certification», своеобразным знаком качества

сертифицированной социально-полезной корпорации, являющимся фактом высокого общественного признания ее устойчивого социально-экологического курса, продукция компании удостоивается сертификатом «B-Lab certification». Этот всемирно известный бренд гарантирует товару высокую конкурентоспособность, так как пользуется доверием у потребителя.

Для получения легального статуса «Benefit corporation», как инновационной социально-предпринимательской бизнес-модели в рамках традиционной коммерческой структуры, требующей приверженности акционеров общественно полезной миссии, социальная корпорация должна отвечать ряду критериев. Наиболее принципиальными, фиксируемыми в уставе, (поправки в которой требует согласия 2/3 акционеров) являются следующие: нацеленность не только на получение прибыли, как коммерческой организации, а на достижение не менее одной общественно полезной (социальной, научной, образовательной или экологической) цели; необходимость реинвестирования прибыли для финансирования общественно полезной деятельности и невозможность ее распределения в политических целях. Чтобы получить сертификат корпорации «B», компания сначала проходит онлайн-оценку на степень общественного воздействия. Проходят корпорации, набравшие как минимум 80 из 200 баллов. При этом компании должны предоставить подтверждающую документацию, прежде чем они будут сертифицированы.

«B-Corp» так же обязана ежегодно размещать информацию на официальном веб-сайте о общественном полезном эффекте своей деятельности (положительном воздействии на состояние окружающей среды; безопасности и экологической чистоте продукции, ее полезности для потребителя; степени соблюдения прав сотрудников, условиях их работы; поддержке местных сообществ и т.д.) [18]. Это общие критерии, которым должно соответствовать европейское и американское социальное предприятие, в отличие от Европы успешно адаптированы в прагматичной Америке при оценке эффективности социального воздействия в негосударственной сертификации.

Одна из главных достоинств американской правовой модели общественно-полезной деятельности, заключается в том, что дирекция «Benefit corporation» освобождается от ответственности перед акционерами за недополучение прибыли, как это практикуется в обычных публичных корпорациях, если докажет, что «B-Corp» функционировало в рамках избранной миссии. Для США – это серьезная проблема, поскольку адвокат даже миноритарного акционера может существенно осложнить жизнь директору корпорации, в случае если котировка акции будет ниже ожидаемой. В условиях прецедентного права американский суд, решая эти конфликты исходит из позиции, сформулированной в еще

1919 году (100 лет назад) Верховным судом штата Мичиган: «Бизнес-корпорация организована и осуществляется в первую очередь для прибыли акционеров. Полномочия директоров должны быть использованы для этой цели. Благоразумие директоров должно быть осуществлено в выборе средств для достижения этой цели, и не распространяется на изменения к снижению прибыли, или не-распределения прибыли среди акционеров, чтобы посвятить их на другие цели».

В США юридическое признание социального предпринимательства произошло значительно позже, чем в Европе. Не смотря на успехи в сертификации рейтингового агентства «B Lab», начавшего с 2007 года присваивать социальным предприятиям статус «B corporation», юридического статуса они не приобретали. Лишь столкнувшись с реальной проблемой злоупотребления акционерами своими правами, которую невозможно было решить имеющимися правовыми средствами, в ряде штатов США были легализованы специальные организационно-правовые формы юридических лиц, предназначенные для обеспечения эффективности социально-ответственного и миссия ориентированного бизнеса.

Юридическое признание социального предпринимательства началось с штата Вермонт, где в 2008 году был дополнен закон об ООО новеллой, легализовавшей миссия ориентированную «низкодоходную корпорацию с ограниченной ответственностью» (Limited Liability Company – LLC) [18], предназначенную для ведения миссия ориентированного малого и среднего бизнеса. Сегодня LLC, как гибридные организации сочетающие признаки коммерческой и некоммерческой организаций, действует в штатах Иллинойсе, Канзасе, Луизиане, Мэн, Мичигане, Северной Каролине, Северной Дакоте, Пуэрто-Рико, Род-Айленде, Юте и Вайоминге.

В апреле 2010 года штат Мэриленд стал первым штатом США, принявшим закон для публичных корпораций крупного бизнеса о социально- полезных корпорация (SB 690 / HB 1009. Corporations - Benefit Corporation) [20]. По состоянию на март 2018 года подобные законы приняты в 35 штатах, Вашингтоне и округе Колумбия, которые в виду общности принципиальных видовых сходств в европейской традиции обозначаются единым родовым понятием – «социально-полезная корпорация» (Benefit Corporation), термином, наиболее распространённым в большинстве североамериканских штатов.

Законом штата Мэриленд определялось, что «директор обязан рассматривать другие общественные выгоды помимо прибыли, не позволяя акционерам использовать падение стоимости акций в качестве доказательства судебного иска против корпорации» [20], что гарантировало защиту менеджмента. При этом императивно требовалось от корпораций в «Положении о прозрачности выплат» публиковать ежегодные отчеты о

своих социальных и экологических показателях с использованием всестороннего, заслуживающего доверия, независимого и прозрачного стандарта третьих сторон, одним из которых является рейтинговое агентство «B Lab». Подобные требования существуют и в законах других штатов, поскольку они основаны на «Типовом законе о Benefit Corporation» «Model Benefit Corporation Legislation» (MBCL) [21], составленном Биллом Кларком, адвокатом Drinker, Biddle & Reath LLP, работавшем над проектом совместно с B Lab.

Помимо этой новеллы Типовой закон определяет три главных элемента, на которых формируется правовая конструкция Benefit Corporation: 1) цель, 2) социальная ответственность и 3) прозрачность. У B-Corp должна быть цель, которая не может сводиться к максимизации акционерной стоимости, а должна сочетать стремление к прибыли с конкретной общественной пользой по крайней мере по одному направлению, оказывающему положительное социальное и экологическое воздействие. (MBCL, §102). Кроме того, в §102 отмечается, что B-Corp вправе выбрать одну или несколько конкретных целей общественной пользы, которые изложены в MBCL, например; содействие в решении социальных проблем отдельных лиц или сообществ, помимо создания рабочих мест в ходе бизнеса; охрана окружающей среды; улучшение здоровья человека; развитие искусства, науки, образования. Однако данный список не является закрытым, и B-Corp может выбрать и другие виды общественно полезной деятельности не указанных в MBCL.

Социальные и экологические результаты деятельности B-Corp, в достижении заявленных целей должны оцениваться с точки зрения сторонних стандартов. Данная организация должна быть независимой от B-Corp, обладать необходимым уровнем экспертных знаний, способной оценить степень социального и экологического воздействия. Сторонний стандарт должен удовлетворять требованиям законодательства: он должен быть прозрачным, всеобъемлющим, независимым и управляемым и учитывать интересы не только акционеров, но и всех заинтересованных сторон. При этом рекомендован примерный список сторонних стандартов, которые, соответствуют юридическим требованиям для использования B-Corp. «Стандарты третьих сторон Benefit Corporation» (6 марта 2012 г.) [22], среди которых ведущее место занимает B Lab.

Типовой закон (MBCL) обеспечивает дополнительную защиту при осуществлении решений, принятых в интересах сторон, не являющихся акционерами. В список заинтересованных сторон включает следующие группы: (1) работники B-Corp, ее дочерних компаний и поставщиков; (2) потребители; (3) сообщества, в которых расположены B-Corp, ее дочерних предприятий и поставщиков; (4) местная и глобальная среда; (5) краткосрочные и (6) долгосрочные интересы B-Corp; и (7) способность B-Corp

выполнять свои общие общественно-полезные цели которые она определяет как соответствующие учредительным документам (МВСL §301(a)(1)(i)-(vii)). Дополнительная защита директора заключается в том, что акционеры не могут подать иск о снижении ожидаемой прибыли в результате достижения нефинансовых целей, связанных с миссией корпорации (МВСL §301(c)).

Кроме того, B-Corp обязана публиковать ежегодный социальный отчет, в котором излагаются действия, предпринятые для достижения общественной пользы. В отчете должно быть четко показано, в какой степени было создано общественное благо и как измеряются общие социальные и экологические показатели.

Вместе с тем, интересный подход к легализации социального предпринимательства, и отличный от традиционного, существует в законодательстве штате Иллинойс, в котором была 1 января 2013 года легализована организация нового типа «Benefit LLC», благодаря чему штат первым предоставил компаниям с ограниченной ответственностью те же возможности, что и Benefit Corporation, определяемые корпорациям Иллинойса в соответствии с Законом штата о социально полезных корпорациях. Если ранее для приобретения правового статуса LLC, ООО обязано было внести в устав сведения о миссии, не преследующей политических целей, положение о финансировании общественно полезной деятельности, то с приобретением правового положения «Benefit LLC», появились не только дополнительные возможности, но и обязанности по социальной отчетности, оценке степени социального воздействия и т.д.

Таким образом, сегодня следует с уверенностью констатировать, что еще не давно заметные различия в европейском и американском подходах к развитию социального предпринимательства постепенно сглаживаются и взаимно обогащаются. Еще не понятно, какой континент окажется в большем выигрыше, но очевидно, что социально предпринимательское движение в целом получило новый импульс развития, способный оказать влияние и на обоснование научно-практических рекомендаций по легализации социального предпринимательства в России. Вместе с тем, рассмотренный европейский и американский социально предпринимательский опыт, не смотря на его разнообразие, может быть дополнен идеями, содержащимися в законодательстве Великобритании и Южной Кореи, которые в силу их уникальности можно квалифицировать, как оригинальные социально предпринимательские модели.

Интерес для изучения представляет и опыт Великобритании в нормативном регулировании социального предпринимательства, практически без изменений воспринятый в Канаде.

В этой стране, в отличие от многих других, существует легальное определение понятия «социальное предпринимательство». Введение в оборот Правительством Соединенного Королевства определения «компания общественных интересов» (Community Interest Company – CIC) датировано 2005 г. Термин был закреплён в Законе «О компаниях: аудит, исследования и общественные предприятия 2004» (Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004 – (англ.))[24].

Согласно определению, социальное предпринимательство - социально ориентированный бизнес. Основные характерные положения: целью не обозначается повышение благосостояния собственников или совладельцев предприятия за счёт прибыли. Она подлежит реинвестированию в оптимизацию развития конкретно бизнеса или сообщества, интересы которого находятся в фокусе компании. Ведущим направлением деятельности является удовлетворение интересов и потребностей населения. Социальное предприятие нацелено на достижение в экономической сфере, в жизни социума и экологии положительного результата, направлено параллельно на здоровое слияние местных сообществ во избежание регресса их развития и маргинализации [25].

Существующие на сегодня компании делятся на «ограниченные» (limited) и «неограниченные» (unlimited), что закреплено Законом о компаниях 2006 г. (Companies Act 2006). Критерием для проведения разделения является степень ответственности. Ограничителями ответственности участников компаний первого типа являются акции и гарантии, ответственность вторых не имеет ограничений. Существует два вида компаний, выделенных английским законодательством: публичные (public) и частные (private). Первые - для вложения собственных финансовых средств общественностью, вторые - для ведения малого бизнеса [26].

Представляющий для нас особенный интерес вид компаний – «компания общественных интересов» или аббревиатурное CIC, которыми в равной степени могут стать и компании, в которых ответственность участников ограничена акциями и те, в которых ответственность ограничивается гарантией (Законе о компаниях 2006 г.) [27].

Учредитель по закону вправе выбрать любой вариант. Он самостоятельно может определить, что для него в приоритете: ограничить ответственность участников посредством акций или с помощью гарантий. Это и определит тип общества. По своей сути, сама CIC не есть самостоятельная организационная правовая форма юридического лица, а представляет указанные виды компаний с определённым, полученным ими, особым статусом. При всем многообразии компаний, независимо от сферы, в которой они осуществляют свою деятельность: здравоохранение, уход, спорт и организация отдыха, жилищно-коммунальное и социальное обслуживание, общественный транспорт, искусство

и другое, независимо от избранной ими степени ответственности – главным связующим звеном выступает ориентированность деятельности на благо общества [25]. По состоянию на март 2019 г. в Великобритании зарегистрировано почти 16 000 CIC, и их количество увеличивается ежегодно в среднем на 2500 [29].

В определенной степени CIC похожи на благотворительные организации, но они не являются таковыми. Вместе с тем, законодательством Великобритании установлена возможность реорганизации благотворительных организаций в CIC с согласия уполномоченных в сфере благотворительности Англии или Шотландии органов. При этом происходит автоматическая утрата ею благотворительного статуса и льгот в сфере налогообложения. Но и в этом случае она вправе проводить контроль бизнеса и управлять CIC, которой будет дано право на передачу активов в благотворительную организацию [30].

CIC – оптимальная форма организации для предпринимателей, занимающихся общественно-ориентированной деятельностью. Особая ее привлекательность состоит в упрощенных нормах регулирования, схеме блокирования активов для организации поиска инвесторов. Данная модель оставляет место контролю за вновь создаваемыми структурами в ходе предпринимательской деятельности. Перечисленные преимущества могут превратить такое предприятие во вполне рентабельное и конкурентоспособное на рынке труда, с имиджем сильного и серьезного, в поиске и привлечении для решения социальных проблем общества подготовленного персонала с достойной оплатой труда и возможностями роста.

В CIC обязательно присутствие регулятора. Регулятор - должностное лицо, наделённое по функционалу полномочиями контроля за соблюдением CIC необходимых требований. Позиция назначается госсекретарем на срок 5 лет. Подразумевается исполнение функционала в тандеме с департаментом по бизнесу и инновациям (Закон «О компаниях: аудит, исследования и общественные предприятия 2004»).

Статус CIC требует регистрации в Управлении по регулированию компаний общественных интересов (англ. The Office of the Regulator of Community Interest Companies). Учредители CIC обязаны подписать официальный документ – официальное отражение способов достижения компанией «общественных целей» [32]. Обязательным является ежегодное предоставление в контрольно-надзорный орган отчётов, за исполнение которой отвечает директор компании. По содержанию отчёты являются документальным подтверждением того, что предоставляемые обществом услуги доступны всем. В содержание отчётов также входит информация о вознаграждении директоров, сведения об объявленных дивидендах и выплаченных по любым ограниченным кредитам процентах.

Обязательна информация о выполнении компанией уставной цели и актуальных социальных задач [24]. Цель нормативного регулирования СИС – уверенность в применимости к ней критерия «общественного интереса». Подобный подход – лучшая гарантия прозрачности социальной направленности деятельности компании общественных интересов.

Процедура регистрации СИС включает предоставление учредителем регистратору заявления, содержащего: 1) цели создания компании; 2) перечень мероприятий, в которых намерена участвовать компания; 3) список выгодоприобретателей деятельности компании.

Следует отметить наличие двух целей, для достижения которых категорически не подходит создание «компании общественных интересов». Во-первых, политическая агитация или ориентированная на поддержку политических кампаний деятельность. Во-вторых, это деятельность, не предполагающая доступно-широкой общественной пользы, а проводимая единственно к выгоде членов или сотрудников конкретного работодателя или органа [31].

При регистрации компании общественных интересов обязательна оплата регистрационного сбора в размере 35£. После регистрации СИС присваивается уникальный номер, и она обязана подготовить документы и предоставить их пакет регистратору. С 11 марта 2019г. в Великобритании доступна он-лайн регистрация СИС [32], что сократило время подачи заявки, время ее обработки, облегчило доступ к услуге и позволило сократить стоимость регистрации до 27£.

Можно усмотреть определенную зависимость компании от регистратора. Вместе с тем, основной функцией регулирующего органа выступает стимулирование развития СИС и всемерная помощь при самостоятельном развитии.

Важным элементом, определяющим особенности правового положения СИС, помимо обеспечения контроля за уровнем выполнения ими заявленных общественно полезных функций и ограничения их ответственности, является и закрепление правового механизма по сдерживанию активов. Указанный механизм заключается в ограничении распределения прибыли в рамках компании и известен под названием «запертых средств» или «блокировки активов» (asset lock) [33].

«Блокировка активов» предполагает объединение всех средств, полученных от деятельности организации, с целью их дальнейшего использования на благо общества. Передача активов проводится в соответствии с определёнными требованиями. При отсутствии акционерного капитала, дивиденды исключаются – это характерно для компаний с ограничением ответственности участников гарантией. Привлекать капитал и распределять дивиденды законом разрешается обществу, в котором ответственность

участников ограничена акциями. Распределение происходит по Правилам о компаниях общественных интересов 2005 г. (The Community Interest Company Regulations 2005) п. 22 раздела 6 в размере, не превышающем 35% от общего объёма прибыли [34].

Социальные акционерные предприятия с ограниченной ответственностью могут отчислять дивиденды инвесторам только при наличии у последних официального статуса «лица с заблокированными активами». В таком случае в силу вступают обычные ограничения. Если получателями дивидендов являются инвесторы без статуса «лица с заблокированными активами», их размер ограничен. Согласно описанной схеме, наличие «крышки на дивиденды» (dividend cap) или «верхнего предела выплаты дивидендов» направлено на сохранение баланса между интересами инвесторов и CIC. Установленные ограничения выступают гарантом того, что дивиденды не превысят сумм полученных компанией инвестиций и прибыли [33]. CIC имеет возможность переноса всех неиспользованных активов вперёд на срок до пяти лет, если не использует их в текущем финансовом году [38].

С 1 октября 2014 г. «верхний предел выплаты дивидендов» должен соответствовать максимальной совокупной единице, которая равна 2/3 прибыли (66%). Она реинвестируется CIC в компанию или в установленном законом порядке должны быть направлены на достижение социально значимой цели, ради которой она и создавалась [35].

Отсутствие налоговых льгот, по мнению экспертов – самый весомый, по сравнению с итальянскими кооперативами, недостаток британской CIC, хотя он, при всей своей существенности изрядно сглаживается столь же весомым финансированием из Правительственного инвестиционного фонда, практически компенсируя его. Наряду с другими организациями в Соединенном Королевстве, в обязанность указанных компаний входит уплата налога на доход и налога на добавленную стоимость. CIC с целью восполнения потерянного потенциального дохода, имеет возможность привлекать средства из национального лотерейного фонда или инвестиционного фонда Правительства [36].

В то же время под давлением налоговой политики государства CIC приходится в ряд своих задач включать занятие коммерческой деятельностью. Это типичная гибридная социально-предпринимательская организация «общественной пользы». CIC на срединной позиции между организациями коммерческими и некоммерческими, хотя и позиционируется как организация Третьего сектора. А в реальности – симбиоз двух типов. Функционирует и на личный интерес, и на общественное благо. Их неоспоримое преимущество - дихотомия уставных целей [37].

В Канаде правоприменительный опыт легализации субъекта социального предпринимательства Великобритании заслужил высокую оценку. На имеющемся примере

в Канаде к Закону о коммерческих корпорациях в июле 2013г. были приняты поправки, позволяющие регистрировать СЗ (Community Contribution Company) - действующую в интересах общества компанию. Аббревиатура СЗ - статус субъекта социального предпринимательства. Правовое положение канадской СЗ – аналог британской CIC с переносом блокировки активов, реинвестирования 2/3 прибыли на благо общества, ограничения выплат дивидендов и т.д. [38].

В Британии есть много иных схем поддержки социальных предприятий, работающих на национальном, региональном и местном уровнях. В первую очередь, различная бесплатная информационная помощь и консультации. Много информации о возможностях финансирования доступно на сайтах организаций и компаний, поддерживающих социальные предприятия. Работают специализированные учебные учреждения и платформы, к примеру, популярна Школа социальных предпринимателей (School for Social Entrepreneurs).

Что касается финансовой поддержки, то социальные предприятия в большинстве случаев имеют право на такую же поддержку, какая предоставляется и всем остальным видам бизнеса. Однако не все банки и инвесторы готовы вкладывать средства в социальные предприятия. Есть специализированные финансовые институты для этого. К примеру, местные и международные фонды (Ashoka, Big Lottery Fund, ClearlySo, Co-operative and Community Finance и др.), фонды поддержки при различных министерствах, трастовые фонды; венчурные организации (Impetus-PEF), кредитные союзы. Есть организации социального плана: «социальные» банки (Unity Trust Bank, Triodos Bank, Futurebuilders England, Charity Bank), «социальные» инвесторы (Bridges Ventures, Big Issue Invest, Social Finance, CAF Venturesome). Онлайн-платформа Ethex, социальная фондовая биржа (Social Stock Exchange), краудфандинговая платформа для социальных инвестиций Abundance также входят в инфраструктуру рынка. Есть финансовые инструменты, например, «облигации социального воздействия» (Social Impact Bonds) и MicroGenius, и рядовые потребители приобретают акции предприятий с гарантией безопасности на разных условиях.

В Южной Корее поддержка социального предпринимательства отличается эффективностью. Согласно статистике, до 2014 года в рассматриваемой стране имели место более 1100 сертифицированных социальных предприятий, но их количество возросло до 3000 к 2017 году [39]. Трудно переоценить вклад этих предприятий в экономическое развитие страны. Страна, по представленному агентством «Bloomberg» ежегодному рейтингу, во многом благодаря социальным предприятиям, занимает

лидирующую позицию среди 50-ти самых инновационных стран мира. Такой рост обусловлен исторически.

Экономический кризис накрыл страну в конце 1980-х годов. До того момента стране было незнакомо явление столь массовой безработицы, которую породил кризис. Последовавший затем Азиатский финансовый кризис 1997-1998 годов лишил работы 1,5 млн человек, что явилось немыслимым показателем для страны. К разорению пришли 58 тыс. компаний, особенно мелких и средних; источников существования ежедневно лишались 10 тыс. человек [41]. В 1999 году для выравнивания ситуации запускается реализация стратегии по созданию «самообеспечивающихся организаций», которые по сути – прототипы социальных предприятий. В 1999 году принимается Закон «О социальном обеспечении», явившийся попыткой обеспечения рабочих мест для безработных и программного внедрения социальных пособий. Социальные проблемы неиссякаемы, в 2003 году возникли новые: снижение рождаемости и старение общества. Вновь встаёт вопрос о разработке правительством долгосрочной программы ликвидации безработицы и создания сервисов социальных услуг. Снижение рождаемости, большое доленое участие женщин на производстве, увеличение количества пожилых людей ещё более усугубляли трудности политики, поставив перед Правительством дилемму: долгосрочная ликвидация безработицы и реализация социального обеспечения.

Реакцией Правительства Южной Кореи стало создание программы «социального рабочего места» в 2003 году. Она была направлена на решение двух критических проблем: безработицы и социального обслуживания граждан. Для создания рабочих мест привлекались некоммерческие частные организации посредством расширения сферы предоставления услуг тем, кто не может самостоятельно получить услуги или не получает таких услуг от Правительства. Политически Корейское Правительство свернуло на бизнес-рельсы [42]. В результате, перетекающие один из другого экономические кризисы сподвигли Южную Корею вернуться к социальному предпринимательству и переоценить положения стратегии по благосостоянию государства [43].

Отсчёт истории по формированию в Южной Корее социальной экономики следует начинать с такого важного события как принятие Закона «О развитии социального предпринимательства» 3 января 2007 года [44]. Крайне затруднительно, практически невозможно представить развитие в стране данного сектора без самостоятельного специального закона. В июле 2007 года указом Президента было утверждено Постановление о реализации Закона «О развитии социального предпринимательства», обладающий не меньшей значимостью в сфере социального предпринимательства нормативный правовой акт, конкретизирующий положения непосредственно Закона [45].

Цель Закона определена в его статье 1 – обеспечение содействия социальной интеграции лиц и улучшение качества жизни граждан посредством расширения социальных услуг, дефицит которых ощущается гражданами, с последующим их продвижением. В Корее как результат поддержки социального предпринимательства наблюдается рост конкурентоспособности малых и средних предприятий, она способствует обеспечению занятости населения через грамотно сбалансированному развитию экономики страны [46]. В том, что политика социального предпринимательства изначально ориентирована на результат, чувствуется с учетом нарабатанного влияния более зрелого правоприменительного опыта Европы.

Южнокорейское социальное предприятие по определению, закрепленному в законодательстве, является организацией, осуществляющей деятельность по производству и реализации товаров и предоставлении услуг незащищенным слоям общества, нацеленная на повышение качества их жизни. При этом обязательной является процедура сертификации. Хотя бы одна из двух целей должна руководить действиями предприятий такого рода: создание рабочих мест либо оказание социальных услуг. Хочется отметить тот факт, что статус «социальная услуга» может быть присвоен Министерством труда, даже если социально-полезная деятельность не соответствует критериям, регламентированным законом [47].

От социальных предприятий Законом «О развитии социального предпринимательства» требуется предоставление обездоленным гражданам рабочих мест и социальных услуг, но государственными органами не оставляется без внимания необходимость получения этими предприятиями прибыли. Требования вступают в противоречие: затруднительно при предоставлении товаров и услуг неимущим представителям общества получать при этом прибыль. И с обратной стороны, если у социального предприятия в приоритете получение прибыли, то оно редко обращается к предоставлению услуг. Чтобы сбалансировать две эти противоречивые цели, большая часть социальных предприятий предоставляет социальные услуги одновременно людям в неблагоприятной жизненной ситуации и широкой общественности [48].

KoSEA (Kore Social Enterprise Promotion Agency – (англ.)) - Агентство по продвижению социального предпринимательства классифицирует в Южной Корее пять типов социальных предприятий: предприятия по обслуживанию социально незащищенных представителей общества, по созданию рабочих мест, по развитию местных сообществ, смешанные, другие. Политика социального предпринимательства большей частью фокусируется на создании для незащищенных категорий граждан рабочих мест, показателем служит то, что на создание рабочих мест и оказание

социальных услуг ориентированы 60% сертифицированных социальных предприятий. Категории граждан, на которых ориентированы эти два типа предприятий: лица с ограниченными физическими возможностями, лица преклонного возраста, прервавшие карьеру женщины и беженцы из Северной Кореи [49].

Политике приоритетного развития программ по созданию рабочих мест, по мнению экспертов, свойственна определенная ограниченность. На социальных предприятиях более 50% работников – представители незащищённых слоев населения. Обучение работников проводится социальными предприятиями, после чего предоставляется хорошая работа. Но работники - представители незащищённых слоев населения могут быть вовлечены в очень ограниченные сферы деятельности. Само предприятие в таком положении – вынужденное и обучать, и предоставлять работу – испытывает трудности в самостоятельном, без поддержки государства, достижении финансовой эффективности [49].

По сложившейся схеме социальные предприятия стремятся нанимать для работы и обучения безработных, тогда как частные компании и Правительство предоставляют рабочие места временно для обездоленных групп, включающих инвалидов и малоимущих [50]. В социальном предприятии Кореи также могут работать самозанятые семейные работники (лица, работающие в семейном бизнесе без выплаты официальной заработной платы) без оплаты труда, а это порядка 30% от общего числа трудящихся лиц страны – треть трудящегося населения [40].

От предприятия, занимающегося трудоустройством социально-незащищённых лиц, требуется, чтобы число работников из обездоленных слоёв от общего числа работников составляло не менее 50%. Для предприятий, реализующих услуги тем же незащищённым лицам, объем оказываемых социальных услуг должен составлять от всех видов оказываемых услуг более 60%. Обеспечить рабочим местом и предоставить услуги 30% социально незащищённых лиц требуется предприятию смешенного типа. Налицо заимствования из законодательства Италии конструкций кооперативов типов «А» и «В» и «А+В».

Статья 2 Закона даёт бланкетное, не отражающее классифицирующие признаки определение правовой категории «незащищенные слои населения», представляя их как класс, испытывающий трудности с приобретением социальных услуг и, соответственно, нуждающийся в получении их рыночной цены или в получении работы в обычных условиях. Статья 2 Постановления о реализации Закона конкретизирует данную правовую категорию, предоставляя перечень лиц под неё подпадающих, как это представлено и в законодательстве Италии.

Правильным решением законодателя является и сертификация социальных предприятий. Проведение сертификации суть жесткий контроль Правительства, без которого выполнение социальных целей определить невозможно. Благодаря ведомственному контролю, возможно выведение на свет теневых предприятий, чья социальная деятельность не более, чем внешняя её демонстрация. Правительство Южной Кореи подготовило специальные требования к сертификации социальных предприятий, которые зафиксированы в статье 8 Закона. Предприятие для прохождения сертификации должно соответствовать следующим, законодательно утверждённым требованиям: 1) должно иметь одну из следующих организационно-правовых форм: ассоциация, коммерческая или некоммерческая частная организация, корпорация; 2) должно привлекать наемных работников и вести бизнес в таких видах деятельности, как производство и реализация в социальной сфере (социальное обслуживание, виды которого конкретизированы в ст. 3 Постановления); 3) основная цель организации - повышение качества жизни местных жителей, а также предоставление незащищённым группам лиц социальных услуг или рабочих мест; 4) принятие решений должно быть совместным, при участии работников и руководящего состава; 5) доходы от осуществляемой деятельности должны соответствовать или превышать предусмотренные соответствующим Указом Президента нормы; 6) в соответствии со статьей 9 Закона, обязательно наличие учредительных документов; 7) 2/3 распределяемой прибыли за год должно использовать на социальные цели; 8) в случае оперативных указаний должно удовлетворять другим требованиям. Знание элементов американского и британского опыта позволяет проследить их в подходе к сертификации южнокорейских социальных предприятий.

В Южной Корее на сохранение и развитие социальных предприятий направлено и такое важное правовое средство как обязанность пожертвования своих активов в размере 2/3 от оставшегося имущества в случае ликвидации другому социальному предприятию.

В Южной Корее гарантирующий право на государственную поддержку статус «социального предприятия» может получить любая из социально ориентированных организаций, независимо от ее организационно-правовой формы [51]. Социальным предприятиям, в самом деле, иногда затруднительно продолжать свой бизнес по истечении срока трехлетней программы субсидирования заработной платы. По причине трудностей такого рода, по официальной статистике, 131 сертифицированное социальное предприятие, начиная с 2007 года, прекратило свою деятельность. Учитывая сложившееся положение с компаниями, которые не пережили поддержки государства, поддержка стала оказываться Правительством менее зависимым от государственных субсидий социальным

предприятиям, частным корпорациям с большей финансовой стабильностью и конкурентоспособностью [52].

В декабре 2012 года в Южной Корее в силу вступил Закон «О кооперативах» (Korean Co-operative Fundamental law – (англ.)) и вызвал появление множества кооперативов. Законодательство Южной Кореи разделяет два типа кооперативов: социальные и общие. Деятельность социальных кооперативов аналогична деятельности некоммерческой организации, и 40% социального кооперативного бизнеса должно быть направлено на благо общества. Социальные кооперативы - бизнес-структура, при которой собственниками организации являются её работники, в отличие от внешних акционеров для южнокорейских корпораций. Структура социальных кооперативов схожа со структурой российских потребительских кооперативов (ст. 116 ГК РФ).

Социальные предприятия очень зависимы от государства. Государственная помощь таким предприятиям существенна, но при этом Правительство рассчитывает на развитие бизнес-устойчивых, самодостаточных, самокупаемых социальных предприятий, чтобы иметь возможность исключить государственную поддержку. Ещё в 2007 году в результате первого волны утверждения организаций-претендентов можно констатировать, что поддержку Правительства получили не все социальные: только 36 из 113 компаний-заявителей было одобрено [53].

По вопросам организации и реализации средств поддержки можно получить профессиональные консультации в Министерстве труда и занятости: по управлению бизнесом, трудовой организации деятельности, налогообложению, бухгалтерскому учету и т.д. Все необходимые для учреждения и функционирования социального предприятия умения и навыки можно получить при необходимости также в учреждениях или частных организациях, которые финансируются Правительством и способны выполнять функцию обучения и подготовки (статья 9–10 Закона).

Финансовая поддержка социальных предприятий неоднородна, существует деление на поддержку для создания предприятия и на поддержку деятельности уже созданной компании. Корейское социальное предприятие ориентировочно 70% прибыли получает от собственной деятельности, правительственная поддержка покрывает остальную часть. Если сравнивать с британскими CIC, то в них от предпринимательской деятельности выходит не менее 86% прибыли [54].

В Южной Корее в развитии социального предпринимательства немало значимы и субсидии. Субсидии или займы местным Правительством могут выделяться на: покупку земли, затраты на аренду земельных угодий у государства или оборудование – на то, что имеет значение для создания и работы социальных предприятий. Руководствуясь статьей

12 Закона «О содействии развитию малых и средних предприятий», государственные учреждения могут способствовать преимущественной покупке произведенных социальными предприятиями товаров и услуг.

Государство и органы местного самоуправления для уже функционирующих предприятий, руководствуясь Законом «О корпоративном налоге», могут предоставить сокращение налоговых ставок или освободить их от местных или национальных налогов. Средства по стимулированию социального бизнеса Правительство распределяет в нескольких направлениях. Льготные кредиты с процентной ставкой ниже официально установленной банком на 2,5% – 3% сроком на 8 лет могут быть предоставлены в качестве поддержки начинающим предпринимателям. Предусматриваются государством и страховые премии, которые выплачиваются при несчастных случаях на производстве в качестве компенсации [46].

«Ассоциированное предприятие» - ещё одно важное для поддержки социального предпринимательства средство. Это предприятие, специализирующееся на предоставлении деловой и финансовой помощи социальным предприятиям. Для демонстрации заинтересованности в развитии таких предприятий, в соответствии с условиями, предусмотренными Законом «О корпоративном налоге», они также могут быть освобождены от местных или национальных налогов.

Ассоциированные предприятия и, практически с теми же функциями, специально утверждённое агентство по содействию социальным предприятиям в развитии социального предпринимательства играют значимую роль. Прописанные в их уставах цели и задачи в немалой мере способствуют росту социальных предприятий, в то время как государство с целым арсеналом административных методов не имеет сильного влияния на их развитие. Грамотного воздействия на социальное предпринимательство можно ожидать и от частных коммерческих и некоммерческих организаций – носителей практического опыта. При наличии таких союзников как названные организации государству по силам разрешить социальные проблемы.

Закон «О развитии социального предпринимательства» предусматривает запуск нескольких программ поддержки организациям, отвечающим критериям «социального предприятия». Программы предполагают субсидии на развитие бизнеса, консультирование предприятий, принимающих на работу людей из незащищенных слоев населения, покрытие в течение двух лет расходов на заработные платы. Запущенные Правительством программы поддержки подпитывают появление всё новых социальных предприятий и рабочих мест для социально уязвимых групп граждан [49]. Специально для участвующих в социальных заказах для государственных нужд социальных предприятий государством

вводятся особые правовые стимулы. Правительством Кореи для реализации плана развития социального предпринимательства на 2013–2017 заложено в бюджет более 1 млрд. вон на государственные закупки у социальных предприятий [46]. Европейская модель социального предпринимательства предусматривает только средства поддержки, азиатская не исключает ответственности предприятий за бездействие в достижении выбранной целей: штрафы, аннулирование сертификации и т.д.

Резюмируя, можно сказать, что аналогично Европе, в Южной Корее ключевая роль в развитии социального предпринимательства отводится Правительству, которое активно разрабатывает и осуществляет экономическую политику, задействовав для достижения своих целей разные ресурсы [39]. Правительство предлагает утвержденным предприятиям финансовые субсидии на начальный капитал и допустимые законом налоговые льготы. Статус «социальное предприятие» могут использовать только те предприятия, которые были утверждены и сертифицированы Правительством. Отличительными чертами южнокорейской модели социального предприятия считаются: 1) сильная зависимость от политики Правительства, которое оставляет за собой право вмешательства в проводимую социальными предприятиями деятельность [55]; 2) предпосылкой для его создания выступило не гражданское общество, а Правительство [5]; 3) социальные предприятия используются как инструмент политики государства.

В Южной Корее социальное предпринимательство изменило способ реагирования гражданского общества на социальные проблемы и явилось поводом для сотрудничества традиционных организаций социальной экономики с гражданским обществом. Иначе, грамотно организованное социальное предпринимательство явилось оптимально-адекватным средством для социальных движений в изменившихся условиях и способствовало возрождению в качестве Третьего сектора гражданского общества.

Таким образом, очевидным плюсом южнокорейского подхода поддержки социального предпринимательства является интеграция положительного британского, итальянского и американского правоприменительного опыта, а также принятие специального закона о поддержке социального предпринимательства. Сертифицированные социальные организации (предприятия) вправе рассчитывать на руководящееся законами и положениями государственное стимулирование, включающее: безвозмездное консультирование, финансирование уставного капитала, субсидии на развитие бизнеса, налоговые льготы, льготные кредиты с процентной ставкой ниже официально установленной банком на 2,5% – 3%, преимущественную закупку товаров и услуг для государственных нужд, компенсацию в течение двух лет расходов на заработную плату. За несоблюдение социальными предприятиями законодательных требований подход

предусматривает правовые ограничения в виде административной (применение штрафов, аннулирование сертификации и т.д.) и уголовной ответственности.

3 Критическая оценка российских правотворческих и правоприменительных подходов к легализации социального предпринимательства и перспектив использования положительного зарубежного опыта

Сегодня можно с уверенностью констатировать, что российский законодательный подход к легализации социального предпринимательства является уникальным и в большей или меньшей мере отличается от зарубежных подходов. Однако представляется, что оценка достоинств и недостатков российского законодательного подхода будет тогда перспективна, если сравнению подлежат в первую очередь идеи, определяющие особенности российской и четырех исследованных ранее правовых моделей социального предпринимательства, а не малозначимые вопросы юридической техники.

Уникальность российской легализации социального предпринимательства заключается в том, что она произведена посредством внесения изменения в действующий закон, определяющий вопросы развития и, в большей степени, государственной поддержки МСП [57], поэтому российское социальное предприятие, это исключительно - субъект МСП, «осуществляющий деятельность в сфере социального предпринимательства» (п.1, ст.1 Закона о социальном предпринимательстве). Этот подход последовательно реализовался Министерством экономического развития с 2011 года во всех законопроектах, разрабатываемых с их участием.

Однако в концептуальном плане принятый закон отличается от ранее отклоненных законопроектов № 843126-6 и № 624513-6 [3], тем, что в нем впервые предпринята попытка закрепления критериев социального предпринимательства, как отмечают эксперты, «с учетом природы целевой социальной группы» [56] (то есть, в зависимости от места благо получателя в цепочке создания стоимости) и определяющих экономические модели социального предприятия. По логике разработчиков законопроекта, таких основных уязвимых целевых групп - четыре: работник, производитель, потребитель и общество в целом.

Каждой выделенной целевой социальной группе соответствует своя модель социального предприятия, ориентированного на: 1) наем работников, развитие профессиональных навыков для устойчивой занятости; 2) обеспечение продвижения продукции на рынки сбыта и устойчивого дохода производителя; 3) производство товара (услуги), доступной потребителю, позволяющей преодолеть (смягчить) социально-экономическое неравенство и (или) создать новый продукт в ответ на неудовлетворенные нужды; 4) обеспечение интеграции не связанных между собой стейкхолдеров и ресурсов в

интересах создания новой практики, предлагающей новые ценности и их распространение за пределы участников рыночного обмена [56].

Для каждой модели прописываются соответствующие критерии (их четыре - по количеству моделей) и, в случае соответствия одному из них (См.: таблица 1), субъект МСП вправе приобрести статус социального предпринимателя (Ст. 24.1 п.1.1;1.2;1.3;1.4 Закона о социальном предпринимательстве).

Таблица 1 - Модели /критерии отнесения организации к СП: в Законе о социальном предпринимательстве (разработана автором)

Основная целевая группа	Уязвимый работник Статья 24 ¹ П.1.1	Уязвимый производитель Статья 24 ¹ П.1.2	Уязвимый потребитель Статья 24 ¹ П.1.3	Общество в целом Статья 24 ¹ П.1.4
Критерии	субъект МСП обеспечивает занятость социально уязвимых категорий граждан (закрытый перечень лиц зафиксирован в законе) при условии, что по итогам предыдущего календарного года среднесписочная численность лиц, относящихся к любой из таких категорий (нескольким или всем категориям), среди работников субъекта МСП составляет не менее 50 %, (но не менее двух лиц, относящихся к таким категориям), а доля расходов на оплату их труда - не менее 25 %.	субъект МСП обеспечивает доступ производимых лицами, указанными в п. 1 настоящей части, товаров (работ, услуг) к рынку сбыта. При этом доля доходов от осуществления такой деятельности должна составлять не менее 50 % в общем объеме доходов субъекта МСП, а доля полученной субъектом МСП чистой прибыли за предшествующий календарный год, направленная на осуществление такой деятельности, должна составлять не менее 50 % от размера указанной прибыли.	субъект МСП осуществляет деятельность, направленную на производство товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа категорий, указанных в п. 1 настоящей части, в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (перечень приведен в законе) составляет не менее 50 % в общем объеме доходов субъекта МСП, а доля полученной субъектом МСП чистой прибыли направленная на осуществление такой деятельности, составляет не менее	субъект МСП осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества, при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности (перечень приведен в законе) по итогам предыдущего календарного года составляет не менее 50 % в общем объеме доходов субъекта МСП, а доля полученной чистой прибыли, направленная на осуществление такой деятельности, составляет не менее 50 % от размера указанной прибыли.

			50 % от размера указанной прибыли.	
--	--	--	---------------------------------------	--

Таким образом, следует сделать вывод, что под социальным предпринимательством в России, как объектом правового регулирования, следует понимать деятельность, при которой субъект МСП обеспечивает занятость социально уязвимых категорий граждан, способствует реализации, производимой ими продукции, само производит товары для социально уязвимых групп или осуществляет деятельность, направленную на «достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан и общества в целом», прибыль, от которой, гарантированно реинвестируется в решение социальных проблем.

Представляется, что зафиксированная в законе о социальном предпринимательстве обязанность социального предприятия по реинвестированию прибыли в решение социальных проблем, является одним из его несомненных достоинств. В законопроекте, принятом в первом чтении, как впрочем, и во всех предыдущих отклоненных законопроектах, это условие не соблюдалось, что подвергалось справедливой критике [58].

В мировой практике известны два принципиально различных подхода к легализации социального предпринимательства: с предоставлением государственной поддержки (европейская модель) и без предоставления льгот и преференций (американская модель). Очевидно, что российским законом, исходя из его предмета, реализуется европейский подход. Следовательно, российскому законодателю логичней ориентироваться на европейский правотворческий опыт и в первую очередь - на итальянский.

Логика зарубежного законодателя при предоставлении государственной поддержки социальному предпринимателю заключается в определении степени общественно полезной значимости его деятельности. Поддержка социального предпринимательства будет эффективной лишь в случае отсутствия сомнения в способности социального предприятия решать социальные проблемы. Гарантией общественно полезной значимости деятельности социального предпринимателя выступает добровольно принятое обязательство направлять часть прибыли на решение социальных проблем.

Следует обратить внимание на то, что во всех зарубежных странах, реализующих европейскую модель, одним из условий правового статуса социального предпринимателя, предоставляющим право на государственную поддержку, является императивно закрепленная необходимость реинвестирования (перераспределения) не менее половины прибыли в решение социальных или экологических проблем.

Принимая во внимание, что индивидуальным предпринимателям, составляющим сегодня в России большинство от числа всех субъектов социального предпринимательства,

не вменено ведение отчетности о полученной прибыли, тем ни менее полагаем, что это обстоятельство, приводимое в качестве контр аргумента Минэкономразвития в ходе совещаний экспертной группы, не станет препятствием в отчете социального предпринимателя о количестве перераспределенной прибыли. При сдаче отчета уполномоченному органу исполнительной власти субъекта Российской Федерации индивидуальному предпринимателю нужно будет провести элементарное вычисление: учесть разницу между фиксируемым доходом и документально подтвержденными расходами. Результатом вычисления и будет размер полученной прибыли. Исчислить суммарный размер прибыли, подлежащей направлению на социально полезную деятельность социального предприятия, который должен составлять не менее 60 процентов, труда не составит. В случае если степень государственной поддержки социальному предпринимателю будет значительной (на что следует надеяться), то претензий со стороны индивидуальных предпринимателей о «непомерной бюрократизации процесса получения статуса и соответствующей отчетности» - не будет.

По идеологической направленности российский подход близок к европейской модели, где социальные предприятия дифференцированы на организации: «социально-трудовой интеграции» и «общественной пользы».

Следующим несомненным достоинством закона, которое возможно следовало бы поставить на первое место, является то, что он предложен в рамках реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [59], обеспеченного федеральным бюджетным финансированием. Национальный проект структурирован таким образом, чтобы предложить необходимые меры поддержки предпринимателю на каждом этапе жизненного цикла развития бизнеса: от появления идеи начать бизнес, далее - регистрации и помощи в получении доступного финансирования, имущественной поддержки, до реализации проектов в отдельных отраслях и расширения бизнеса с выходом на экспорт. Некоторые цели проекта уже воплощены в жизнь и одним из значимых результатов стало: закрепление на законодательном уровне понятия «социальное предпринимательство», в целях предоставления особых мер поддержки. Поддержка социальным предприятиям будет осуществляться в виде: обеспечения наличия инфраструктуры поддержки; предоставления финансовой помощи (субсидий), государственного и муниципального имущества во владение и (или) в пользование на льготных условиях; оказания консультационной и методической поддержки, содействия в поиске деловых партнеров; организации профессионального обучения работников и иных мер (Ст. 24.1 п.5 Закона о социальном предпринимательстве).

Решение о признании МСП социальным предприятием, не охватывает все категории негосударственных организаций, потенциально способных получить статус социального предприятия, что, существенно затруднит решение социальных проблем граждан. Опасность подхода предлагаемого Законом о социальном предпринимательстве заключается в том, что с его принятием под социальным предпринимательством сегодня понимается только деятельность субъектов МСП, исключая других субъектов социального предпринимательства, потенциально нацеленных «на достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан и общества» (п.1 ст. 1 Закона). Вместе с тем, заметную роль, среди субъектов социального предпринимательства играет не только НКО, но и крупный бизнес, публичные корпорации.

Главной проблемой в легализации социального предпринимательства остается определение критериев субъекта социального предпринимательства, предоставляющих право на государственную поддержку, без решения которой конкретизация остальных вопросов правового регулирования, становится бесперспективной. При этом, не смотря на значительные качественные улучшения по сравнению с предыдущими, отклоненными законопроектами, Закон о социальном предпринимательстве может быть усовершенствован с учетом современных тенденций развития социального предпринимательства в странах развитых правовых порядков.

Представляется, что обоснование научно-практических рекомендаций по устранению выявленных в ходе сравнительно-правового исследования концептуальных недостатков подхода к легализации социального предпринимательства, обуславливает актуальность оценки, при совершенствовании российской модели, возможности использования успешного зарубежного опыта. При этом думается, что эти рекомендации целесообразно разрабатывать в порядке ответа на вопросы, определяющие логику дальнейшего исследования, какие из выявленных недостатков и каким образом возможно устранить:

- 1) внесением изменений в Закон о социальном предпринимательстве;
- 2) принятием специального закона, концептуально отличного от Закона о социальном предпринимательстве;
- 3) корректировкой нормативно-правовых актов, не регулирующих социально-предпринимательские отношения.

Не требующим концептуальных изменений в российском подходе к легализации социального предпринимательства, с учетом европейского опыта, видится решение проблемы корректировки критериев социального предприятия в эколого-ориентированном направлении, приближающее российскую инклюзивную модель к модели «устойчивого развития». Это не решит проблемы развития экологического предпринимательства,

которая не должна сводиться только к вопросам поддержки эколого-ориентированных субъектов МСП, как и в целом развития социального предпринимательства, но, несомненно, придаст импульс развитию социально-экологической предпринимательской активности. С учетом зачаточного состояния российского социального предпринимательства, его развитию будет способствовать увеличение количества социальных предприятий и новаторских практик решения социальных и экологических проблем, изучение которых, в качестве эмпирической базы, должна способствовать дальнейшему совершенствованию законодательства.

В Законе о социальном предпринимательстве в первую очередь подлежит корректировке пункт 1.4 ст. 24.1, регламентирующий поддержку субъектов МСП, осуществляющих деятельность «направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества». Этот перечень следует дополнить подпунктом «и» в следующей редакции: «деятельность по производству товаров, выполнению работ и оказанию услуг, нацеленную на обеспечение сохранения и восстановления окружающей среды и охрану природных ресурсов». Примерно, таким образом, формулируется этот вид деятельности в Модельном законе об основах экологического предпринимательства [10], рекомендованном Межпарламентской Ассамблеей государствам - участникам СНГ.

Субъекты РФ в целях признания субъектов МСП социальными предприятиями вправе устанавливать категории граждан дополнительно к указанным в законе категориям, а также дополнительные виды деятельности. Однако, не будет лишним и включение в перечень видов деятельности по производству товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан из числа социально уязвимых категорий граждан, указанных в п. 1.1 ст. 24.1, осуществляемых «в целях создания для них условий, позволяющих преодолеть или компенсировать ограничения их жизнедеятельности, а также возможностей участвовать наравне с другими гражданами в жизни общества» (п. 1.3 ст. 24.1 Закона о социальном предпринимательстве), наряду с оказанием социально-медицинских, социально-психологических, социально-реабилитационных, социально-трудовых услуг; производству и (или) реализации медицинской техники; деятельностью по организации отдыха и оздоровления инвалидов и пенсионеров, по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к объектам социальной, инженерной, транспортной инфраструктур (п.п «а – к»), также «производство экологически-чистого и безопасного, здорового детского и диетического медицинского питания». Для подтверждения в Законе о социальном предпринимательстве модели «устойчивого развития» следует также скорректировать определение социального предпринимательства,

акцентировав внимание на его потенциальной направленности и на решение экологических проблем, изложив п.п. 1.7 ст. 1 в редакции «социальное предпринимательство - предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных и экологических (добавлено автором) проблем граждан и общества», что явится ориентиром для субъектов РФ, при установлении дополнительных видов общественно-полезной деятельности.

Необходимость фиксации в Законе о социальном предпринимательстве обязанности социального предприятия по реинвестированию прибыли в решение социальных проблем не только во втором, третьем и четвертом условии и в первом критерии приобретения статуса «социального предприятия» (Ст. 24.1 п.1.1) и расширения, в целях повышения эффективности профилактики правонарушений, перечня социально-уязвимых лиц, в частности п.п. «д», за счет включения лиц, «прошедших курс лечения от наркомании, алкоголизма и токсикомании и реабилитацию», ранее уже обосновывалась.

Очевидно, что упоминание «социально ориентированных некоммерческих организаций» в подпункте «д», пункта 1.4 ст. 24.1 Закона, в перечне «общественно-полезных» видов деятельности, изложенного в редакции «деятельность по обучению работников и добровольцев (волонтеров) социально ориентированных некоммерческих организаций, направленному на повышение качества предоставления услуг такими организациями» не может решить проблему включения НКО в у круг социальных предпринимателей. Не может она решиться и корректировкой федерального закона «О некоммерческих организациях», что привело бы к необоснованному дублированию предмета правового регулирования в различных нормативно правовых актах. Представляется, что оптимальным выходом из сложившейся ситуации может стать принятие специального закона, концептуально отличного от Закона о социальном предпринимательстве.

Зарубежный социально-предпринимательский опыт (европейская, американская, южнокорейская модели) свидетельствует, что НКО на рынке социальных услуг способны стать равным партнером государства и бизнеса. Российские ученые [60], основываясь на исследованиях зарубежных экспертов [61], доказали, что НКО в роли поставщиков социальных услуг даже имеют ряд преимуществ. Очевидно, что от получения НКО равных возможностей с субъектами МСП в рамках государственной программы развития социального предпринимательства, реализация которой возможна в сбалансированном специальном законе, выиграют все стороны партнерства: государство, бизнес и гражданское общество, что будет способствовать удовлетворению интересов всех стейкхолдеров.

Вместе с тем, критерии социального предприятия, определенные в Законе о социальном предпринимательстве, с учетом высказанных замечаний по их корректировке, представляются достаточно продуманными и обоснованными. Критерии совершенствовались восемь лет на подготовительном к принятию закона этапе. При условии включения в круг его субъектов НКО в специальном законе, например с рабочим названием, «О развитии социального предпринимательства», они могут быть сохранены, при соблюдении принципиальных моментов (распространении необходимости reinvestирования прибыли на все условия, включение эколого-ориентированных видов деятельности). Эффективность критериев подтвердит или скорректирует правоприменительная практика, которая только начинает складываться.

Следующий, выявленный в ходе сравнительно-правового исследования, недостаток российского подхода к легализации социального предпринимательства заключается в том, что он не учитывает тенденцию развития законодательства о социальном предпринимательстве в едином русле с правовым обеспечением семейного и экологического предпринимательства. В законодательстве стран, взявших курс на устойчивое развитие, экологическое, а в некоторых странах и семейное предпринимательство, имеющее общую идеологическую основу с социальным предпринимательством, рассматриваются как органичные, взаимодополняющие элементы единого целого [4].

Исходя из особенностей легальной социально предпринимательской дифференциации, в зависимости от акцентов нацеленности на решение социальных и экологических проблем, социальные предприятия делятся на организации: «социально-трудовой интеграции» (трудоустройство социально незащищенных слоев населения) и «общественной пользы» (оказание общественно полезных услуг). При этом субъекты экологического предпринимательства относятся к общественно-полезным предприятиям, занимающихся природоохранной деятельностью, а семейные предприятия – к предприятиям «социально-трудовой интеграции» [4]. Остается выяснить, возможно ли, посредством корректировки критериев социального предприятия в рамках Закона о социальном предпринимательстве, решить проблемы развития семейного и экологического предпринимательства.

Достоинства семейных предприятий в решении социальных проблем, как субъектов семейного предпринимательства, заключаются не только в сочетании экономической деятельности с домашним трудом и воспитанием детей, передачей им производственных традиций, секретов и тому подобное. В первую очередь их преимущества раскрываются в дополнительных возможностях семейных предприятий по трудоустройству социально

уязвимых категорий граждан (инвалидов, матерей с малолетними детьми, подростков, членов семьи пенсионного и предпенсионного возраста) [62].

В связи с этим семейные предприятия могут быть успешно включены в организации «социально-трудовой интеграции» и в общем законе занять достойное место среди других субъектов социального предпринимательства. Социальное значение семейных предприятий, так же как и субъектов социального предпринимательства, в свете «майского указа- 2018» Президента РФ [15], не может быть поставлено под сомнение, поскольку эти предприятия следует считать эффективным инструментом реализации национальных программ, нацеленных на повышение качества жизни, социальную защищенность, борьбу с бедностью и демографическими проблемами, обеспечивающим устойчивое социально-экономическое развитие общества.

Как уже отмечалось, при действующем подходе к легализации социального предпринимательства невозможно учесть особенности правового режима не только семейного предпринимательства, отличного от режима МСП, но и социального предпринимательства. Вместе с тем, рекомендации по развитию семейного предпринимательства, основанные на исследовании зарубежного опыта, могут быть полезны, при совершенствовании концепции федерального закона «О развитии социального предпринимательства».

Экологическое предпринимательство, по мнению С.В. Злобина, как отдельной отрасли экономики, требует легализации посредством принятия специального федерального закона «Об экологическом предпринимательстве». Однако, отдельный специальный закон в России, впрочем, как и в других странах - участниках СНГ, до настоящего времени не принят. Специальный закон об экологическом предпринимательстве, в исследовании, проводимом при поддержке российского Фонда Фундаментальных исследований на тему: «Социально-правовая модель российского экологического предпринимательства», также не найден ни в одной из зарубежных стран. В ходе исследования выявлена закономерность, что во всех странах, не смотря на отсутствие единого подхода и стандартов в развитии экологического предпринимательства, общим, что их объединяет, является рассмотрение этого явления в контексте реализации идей устойчивого развития в единой связи с эволюцией законодательства о социальном предпринимательстве [4].

Следует вновь подчеркнуть, что развитие экологического предпринимательства, так же как - социального и семейного, не может ограничиваться поддержкой государства. Однако, и отмеченный А.Г. Бобковой «специальный правовой режим экологического предпринимательства» принципиально не отличается от социально предпринимательского

режима. Его особенности следует учесть при обосновании концепции федерального закона «О развитии социального предпринимательства».

Последнее замечание в отношении Закона о социальном предпринимательстве, заключается в том, что российский подход не принимает во внимание, что заметную роль, среди субъектов социального предпринимательства играет не только НКО, но и крупный бизнес, (американская модель), служащий обществу посредством предоставления конкурентоспособных, экологически безопасных, высококачественных, социально полезных товаров. Представляется, что этот недостаток может быть устранен корректировкой в Федеральном законе от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» [23], с помощью легализации специальной миссия ориентированной организационно правовой формы, по модели американской социально-полезной корпорации «Benefit corporation».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Социальное предпринимательство следует рассматривать как гибридную форму ведения бизнеса, в котором сочетаются критерии и условия осуществления деятельности предпринимателей и некоммерческих организаций, то есть это новый вид экономической деятельности, в которой сочетаются признаки осуществления предпринимательской и приносящей доход деятельности. Важным является тот факт, что названные признаки «проникают» друг в друга, трансформируются под влиянием друг друга и получают несколько иное значение. Прежде всего – это цель, которую ставит перед собой социальный предприниматель, включающая в себя две составляющие, имеющие одинаковое и (или) равнозначное значение для него: получение прибыли (или дохода) от социально-направленной деятельности. Причем прибыль следует рассматривать как средство для достижения социальной цели: большая прибыль свидетельствует о высоком и значительном социальном эффекте деятельности социального предпринимательства.

2. Решение отдельных социальных задач должно являться основной целью деятельности любого социального предпринимателя. Приоритет достижения социального эффекта перед прибылью может рассматриваться в реальности как сущностный признак социального предпринимательства только при условии гарантированности социальному предпринимателю соответствующих мер поддержки и (или) переоценке ценностей для предпринимателя.

3. Некоммерческие организации не следует исключать из числа тех лиц, которые могут быть рассмотрены в качестве социальных предпринимателей. Однако при решении вопроса о причислении названных организаций к социальным предпринимателям необходимо учитывать следующие факты: а) приносящая доход деятельность той или иной некоммерческой организации отвечает признакам предпринимательской деятельности, которые закреплены в ст. 2 ГК, с учетом того, что цель-получение прибыли «идет в привязке» к социально-полезным видам деятельности; б) имеет место быть доходность деятельности некоммерческих организаций.

4. Статус социального предпринимателя должен формироваться с учетом основных критериев коммерческих и некоммерческих организаций, признаков предпринимательской и приносящей доход деятельности, но при этом система налогообложения, отчетности и поддержки должна «выходить» из-под рамок регулирования правового положения указанных организаций. Не меняя организационно-правовую форму, вид юридического лица, а позволяя получать им статус социального предпринимателя названные организации должны подпадать под действие специального

законодательства, соединяющего все имеющиеся социальные инициативы и социальные бизнес-проекты коммерческих и некоммерческих организаций.

5. Социальное предпринимательство и благотворительная деятельность являются инструментом для борьбы с бедностью, но в отличие от благотворительности социальное предпринимательство имеет иную цель двойного характера (прибыль плюс общественные блага), исключает безвозмездность, а также направлено на исключение иждивенческих, патерналистских настроений.

6. Оценено влияние глобальных тенденций экономизации, социализации и экологизации на законодательство стран, подтверждающих приверженность курсу устойчивого развития, что, учитывая общую идеологическую основу социального и экологического предпринимательства, позволяет считать обоснованным тезис о возможности их легализации единым нормативно-правовым актом.

7. Идея государственной поддержки работодателей, способствующих социально-трудовой интеграции социально уязвимых граждан и реинвестирующей часть прибыли в решение социальных проблем, первоначально связанная с развитием кооперативного движения, получившая развитие в итальянском законодательстве, приобрела мировое признание под названием «итальянской социально-предпринимательской модели». Данная модель, содержательно расширившаяся за счет нацеленности на «общественную пользу», послужила основой для научного определения понятия и критериев социального предприятия, сформулированного Европейской исследовательской сетью социального предпринимательства (EMES), опосредованного в виде рекомендаций Европарламента, значение которых заключаются в том, что они выражают суть социального предпринимательства и становятся тем стержнем, вокруг которого и сегодня формируется законодательство не только Европы но и многих других стран мира.

8. Основная идея определения EMES заключается в том, что социальные предприятия — это организации, деятельность которых характеризуется добровольно принятой экономической, социальной, научной, культурной или экологической миссией, согласующейся с общественной пользой, реинвестирующей большую часть своей прибыли в выполнение своей миссии. Конкретизирует это определение 4 экономических (систематическая предпринимательская деятельность; автономность; значительный экономический риск; минимум оплачиваемых работников) и 5 социальных критериев (миссия-общественная польза; гражданская инициатива; демократическое управление; вовлеченность в принятие решения всех стейкхолдеров; ограниченное распределение прибыли) которым обязано отвечать социальное предприятие.

Высказанная идея о необходимости ориентации корпорации на миссию, служащую интересам общества, а не акционерам, положила начало формированию миссия-

ориентированной модели корпоративного управления на законодательном уровне. В европейском законодательстве, теоретически основанном на критериях EMES, такие понятия как «социальное предприятие», «социальное предпринимательство», «социальные инновации», «социальная и солидарная экономика», рассматриваются в едином логическом и смысловом ряду.

9. В европейской социально предпринимательской традиции социальный аспект предпринимательской деятельности (миссия ориентированность) преобладает над экономическим, обеспечиваемый обязанностью реинвестирования части прибыли в решение социальных проблем (социально трудовую интеграцию и (или) общественную пользу). При этом социальный предприниматель, порой эффективней справляющейся с решением социальных проблем, чем государство, вправе рассчитывать на государственную поддержку.

В американской традиции государственная поддержка социальному предпринимателю не гарантирована, миссия ориентированность социального корпорации обеспечивает ей конкурентные преимущества и соответственно доход (прибыль) от реализации социально ориентированных, экологически чистых и безопасных товаров, повышающих качество жизни, без разрушения экологических и общественных систем жизнеобеспечения или направленных на решение других социальных и экологических проблем. Гарантией конкурентной способности товара социального предприятия (социального бренда) выступает признанная во всем мире, развитая негосударственная система независимых, надежных, прозрачных и компетентных экспертов (рейтинг-сертификационных агентств). Критерии, усовершенствованного по сравнению с европейским, механизма оценки корпоративного социального и экологического воздействия в основном совпадают с принципами, разработанными EMES, за исключением, требования по ограничению прибыли. В связи с этим обоснованно считать, что в американской социально предпринимательской традиции социальный (миссия ориентированность и экономический (доходность) аспекты предпринимательской деятельности, рассматриваются, как равноценные, взаимно обуславливающие и взаимодополняющие. Это стержень американской социально предпринимательской модели, на котором держится законодательства штатов.

Представлены аргументы, свидетельствующие о появлении тенденции на сближение европейского и американского подходов к развитию социального предпринимательства.

10. Достоинства предоставления статуса «Benefit corporation» (общественно полезной корпорации), как способа легализации социального предприятия (социально

ориентированной организации) в США, заключаются в том, что статус (организационно-правовая форма, указываемая в наименовании корпорации) является «знаком качества» социально ответственного бизнеса, ориентиром: а) потребителю, нацеленному на социально и экологически ценный, полезный товар, соответствующий высшим стандартам качества; б) государству, социальному инвестору, поставщику, местному сообществу - общественной полезности социального предприятия; в) работникам - в получении справедливого и достойного вознаграждения за труд; г) менеджменту – возможности комфортного следования корпоративной миссии, дополнительной защиты от гипертрофировано нацеленных на прибыль акционеров; д) акционерам – в доходности инвестиций.

11. На основе американского и европейского социально предпринимательского опыта, с целью гарантированного включения принципов корпоративной социальной ответственности в российский бизнес и корпоративное управление, сформулирована научно-практическая рекомендация по легализации миссия ориентированной организационно правовой формы «миссия ориентированное акционерное общество», практическая реализация которой возможна посредством внесения изменений в Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».

Концептуально внесение изменений должно предусматривать следующие элементы:

1) Цель (миссия ориентированность наряду с получением прибыли, механизм закрепления в уставе),

2) Социальная ответственность, соблюдение которой являются обязанностью, а на правом (критерии КСО; максимально допустимый разрыв в оплате труда руководства и сотрудников; учет интересов при принятии решений заинтересованных сторон (работников, клиентов, поставщиков, правительство и общество), предусмотрев квоту в Совете директоров (наблюдательном совете)),

3) Прозрачность (компетенция, принципы формирования Совета управления миссией, требования к ежегодной публичной социальной отчетности, механизм контроля на соответствие и ответственности за несоответствие миссии).

Параллельно, с целью обеспечения высокой конкурентоспособности товаров «миссия ориентированного акционерного общества» на внешнем рынке, необходимо предусмотреть возможность привлечения к оценке социального и экологического воздействия данных социальных предприятий на основе онлайн-методики «B Impact Assessment», разработанной американским сертификационным агентством «B Lab». В последующем, используя американский опыт, учредить национальную государственную

экспертно-сертификационную службу и разрешить создание альтернативных не государственных рейтинг-сертификационных агентств.

12. В Великобритании в отличие от многих других стран существует легальное определение понятия «социальное предпринимательство». Под ним понимается «компания общественных интересов» (Community Interest Company – CIC), представляющая собой социально ориентированную структуру, реинвестирующую прибыль в свое дальнейшее развитие или на благо местного сообщества, а не использующая ее для увеличения доходов собственников предприятия.

13. Согласно британскому законодательству, существует три вида компаний, одной из которых является «компания общественных интересов». Существует два варианта управления отношений внутри компании: ограничение ответственности участников с помощью гарантий или с помощью акций. При ограничении гарантией общество функционирует по принципу благотворительной организации, обязуясь реинвестировать всю прибыль в компанию. При ограничении акциями общество функционирует как типичная компания с ограниченной ответственностью. По своей сути, CIC не есть самостоятельная организационная правовая форма юридического лица, это наличие у него особого статуса.

14. Для компании общественных интересов установлены специальные требования: блокировка активов, реинвестирования 2/3 прибыли на благо общества, ограничения выплат дивидендов, которые в совокупности обеспечивают выполнение общественно полезных функций.

15. В деятельности CIC довольно активно участвует государство. Во-первых, компании общественных интересов подлежат регистрации в специальном Управлении. Во-вторых, обязательным является предоставление ежегодного отчёта, который подтверждает выполнение предприятием общественно полезных функций, обозначенных в уставе, и распределение прибыли согласно установленным законом требованиям. В-третьих, существует правительственный инвестиционный фонд, который поддерживает деятельность CIC. Вместе с тем, в Великобритании отсутствуют налоговые льготы для CIC, но эти финансовые потери могут быть компенсированы выплатами из указанного инвестиционного фонда.

16. Законодательство Южной Кореи определяет социальное предприятие как организацию, осуществляющую деятельность по производству и продаже товаров и услуг и имеющее социальные цели. Нормативно закреплены виды товаров и услуг, социальных целей, процентное соотношение занятых незащищенных лиц среди всех работников предприятия. Обязательным является требование к реинвестиции не менее 2/3 прибыли на социальные цели.

17. Роль государства в деятельности социальных предприятий очень велика. Во-первых, оно проводит сертификацию организаций вне зависимости от их организационно-правовой формы, наделяя их статусом «социальное». Во-вторых, оказывается финансовая как для создания предприятия, так и для поддержки уже существующих компаний. Существует субсидирование заработной платы на определенный период, некоторые налоговые льготы. Корейское социальное предприятие ориентировочно 70% прибыли получает от собственной деятельности, правительственная поддержка покрывает остальную часть. В-третьих, оказывается и консультационная поддержка по вопросам создания и управления социальным бизнесом. В-четвертых, существует государственный контроль за выполнением предприятиями социальных задач, возможно аннулирование сертификации или иные штрафные санкции.

18. Следует позитивно оценить факт официального признания социального предпринимательства в России, как эффективного антикризисного инструмента, высоко зарекомендованного в странах развитых правовых порядков, закрепляющего новаторскую практику решения социальных проблем, при котором получение прибыли является средством достижения общественно-полезной цели.

19. Под социальным предпринимательством в России, как объектом правового регулирования, следует понимать деятельность, при которой субъект МСП обеспечивает занятость социально уязвимых категорий граждан, способствует реализации, производимой ими продукции, само производит товары для социально уязвимых групп или осуществляет деятельность, направленную на «достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан и общества в целом», прибыль, от которой, гарантированно реинвестируется в решение социальных проблем.

20. Несомненным достоинством Закона о социальном предпринимательстве, является его обеспеченность федеральным бюджетом, выделяемым в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», гарантирующим социальному предприятию, отвечающему легальным критериям, государственную поддержку в виде: обеспечения наличия инфраструктуры поддержки; предоставления финансовой помощи (субсидий), государственного и муниципального имущества во владение и (или) в пользование на льготных условиях; оказания консультационной и методической поддержки, содействия в поиске деловых партнеров; организации профессионального обучения работников и иных мер.

Обеспеченность закона является залогом успеха развития социального предпринимательства, что может позитивно сказаться и на смягчении социальных проблем, которые призваны решать другие, но, к сожалению, менее обеспеченные законы.

21. Следующее достоинство Закона о социальном предпринимательстве заключается в зафиксированной обязанности социального предприятия по reinvestированию не менее половины прибыли, полученной от общественно - полезной деятельности, в решение социальных проблем, что, как свидетельствует зарубежный опыт, надежно гарантирует высокую степень «общественной полезности» предприятия и эффективность «целевого» расходования бюджетных средств, выделяемых на их поддержку.

22. Вместе с тем, не смотря на отмеченные достоинства Закона о социальном предпринимательстве, российский подход к его легализации не в полной мере учитывает зарубежный опыт и имеет следующие концептуальные недостатки:

А) исключает НКО, доминирующих среди поставщиков социальных и исполнителей общественно полезных услуг, из числа субъектов социального предпринимательства (социальных предприятий) и не предполагает включение их в программу государственной поддержки, предусмотренной «майским указом -2018» Президента РФ. Опасность этого подхода заключается в том, что под социальным предпринимательством сегодня понимается только деятельность субъектов МСП, исключая других субъектов, потенциально нацеленных «на достижение общественно полезных целей, способствующих решению социальных проблем граждан и общества»;

Б) не принимает во внимание, что заметную роль, среди субъектов социального предпринимательства играет не только НКО, но и крупный бизнес, публичные корпорации, не претендующие на льготы и преференции (американская модель), а служащие обществу посредством предоставления конкурентоспособных, экологически безопасных, высококачественных, социально полезных товаров, повышающих уровень жизни;

В) не отвечает критериям эколого-ориентированной социально предпринимательской модели «устойчивого развития», нацеленной на обеспечение изменения традиционных нерациональных моделей потребления и производства в направлении перехода к ресурсосберегающей и низкоуглеродистой зеленой экономике, характерным для всех известных зарубежных социально-предпринимательских моделей;

Г) не учитывает зарубежную тенденцию развития законодательства о социальном предпринимательстве в едином русле с правовым обеспечением семейного и экологического предпринимательства.

23. Научно-практические рекомендации по совершенствованию российской модели легализации социального предпринимательства с учетом зарубежного опыта, нацеленные на устранение недостатков, выявленных в ходе сравнительно-правового исследования, целесообразно обосновывать по трем направлениям:

- предложения по внесению изменений в федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»» № 245-ФЗ от 26.07.2019 года;
- основные положения концепции проекта федерального закона «О развитии социального предпринимательства»;
- предложения по концепции изменений в Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Росстат подсчитал число бедных россиян на I квартал 2018 года. // URL: <http://www.rosbalt.ru/russia/2018/07/27/1720488.html> (дата обращения: 04.08.2019).
2. Бедность в России: десятки миллионов за чертой // URL: <https://www.gazeta.ru/business/2018/05/09/11745109.shtml?updated> (дата обращения: 2019-08-14).
3. Авторизированная система обеспечения законодательной деятельности // Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации. - URL: <http://asozd2.duma.gov.ru> (дата обращения 2019-07-21).
4. Барков А.В. Гришина Я.С. Методологические основы конструирования российской модели правового обеспечения экологического предпринимательства // Гражданское право. - 2018. - №4. - С. 3-7.
5. Defourny J., Nyssens M. Conceptions of Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. EMES WP. No. 08/01. 2010. P. 36.
6. Гришина Я.С. Механизм взаимодействия частных и публичных правовых средств обеспечения социально-имущественных потребностей в условиях моделирования юридической конструкции социального предпринимательства / под ред. проф. Н.А. Баринаова. Саратов, 2014. 476 с.
7. Кицай Ю.А. Правовое обеспечение конкурентоспособности негосударственных организаций в социальной сфере. Москва: Издательский дом «БИБЛИО-ГЛОБУС», 2016. 240 с.
8. Калининченко Д.В. Правовое положение субъектов социального предпринимательства в Российской Федерации и зарубежных странах.: диссертация ... кандидата юридических наук. Саратов, 2019. 224 с.
9. Яковлев В.Ф., Талапина Э.В. Роль публичного и частного права в регулировании экономики // Журнал российского права. 2012. № 2. С. 5-16.
10. Модельный закон об основах экологического предпринимательства // Портал: Законы России. - URL: https://lawrussia.ru/texts/legal_744/doc744a417x494.htm (дата обращения 2019-05-13).
11. Боголюбов С.А., Сулейменов М.К. Место экологического права и его структурных элементов в системе права // Право и государство. - 2014. № 2 (63). - С. 60-65.
12. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р // Портал «Правительство России» - URL: <http://government.ru/docs/> (дата обращения 2019-04-20).
13. Талапина Э.В. Право и цифровизация: новые вызовы и перспективы // Журнал российского права. - 2018. № 2. - С. 5-17.
14. Visser W. CSR 2.0: Reinventing Corporate Social Responsibility for the 21st Century (CSR 2.0: переосмысление корпоративной социальной ответственности в 21 веке) // <https://www.managementexchange.com/hack/csr-20-reinventing-corporate-social-responsibility-21st-century> (дата обращения 2019-03-15).
15. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 // Официальный интернет портал правовой информации. Государственная система правовой информации // URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201805070038> (дата обращения 2019-06-08).
16. William W. Clark, Jr. & Larry Vranka, "White Paper: The Need and Rationale for the Benefit Corporation" (2013),10

https://benefitcorp.net/sites/default/files/Benefit_Corporation_White_Paper.pdf (дата обращения 2019-05-01).

17. William H. Clark Jr., Elizabeth K. Babson How Benefit Corporations Are Redefining the Purpose of Business Corporations *William Mitchell Law Review*, Aug 2018. Vol. 38:2. P. 818-851 // <https://paperity.org/p/83543873/how-benefit-corporations-are-redefining-the-purpose-of-business-corporations> (дата обращения 2019-05-15).

18. Cooney K. Mission control: Examining the institutionalization of new legal forms of social enterprise in different strategic action fields. In B. Gidron and Y. Hasenfeld (Eds.) *Social Enterprise: An Organizational Perspective* / Hampshire, England: Palgrave Macmillan. 2012. 30.

19. Blair, Margaret M. and Stout, Lynn A., A Team Production Theory of Corporate Law. *Virginia Law Review*, Vol. 85, No. 2, pp. 248-328, March 1999. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=425500> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.425500> (дата обращения 2019-02-28).

20. SB 690 / HB 1009 Corporations - Benefit Corporation. // <http://mgaleg.maryland.gov/webmga/frmMain.aspx?tab=subject3&ys=2010rs%2fbillfile%2fsb0690.htm> (дата обращения 2019-02-22).

21. В Lab, «Model Benefit Corporation Legislation» Benefit Corporation (16 September 2016), http://benefitcorp.net/sites/default/files/Model%20Benefit%20Corp%20Legislation_9_16.pdf (дата обращения 2019-02-22).

22. В Lab, «Third Party Standards for Benefit Corporations» Benefit Corporation (6 March 2012), <https://www.bcorporation.net/news-media/articles/third-party-standards-benefit-corporations> (дата обращения 2019-02-22).

23. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 15.04.2019) «Об акционерных обществах» // СЗ РФ. 01.01.1996, № 1, ст. 1.

24. Companies (Audit, Investigations and Community Enterprise) Act 2004 // Официальный сайт Правительства Великобритании по законодательным актам. URL: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/27/contents> (дата обращения 2019-06-02).

25. Социальное предпринимательство в Лондоне // НП «Московский центр развития предпринимательства», 2008. URL: <http://qps.ru/7J0Xs> (дата обращения 2019-06-04).

26. Петникова О.В. Права участников корпоративных отношений по праву Великобритании: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2007. 189 с.

27. Антонова А.Ю. Великобритания: новый закон о компаниях. Основные новеллы, практика применения // *Управление корпоративными финансами*. - 2010. № 4. С. 224-235.

28. Robert, T. Esposito, (2013). The social enterprise revolution in corporate law: A primer on emerging corporate entities in Europe and the United States and the case for the benefit corporation. 4 *Wm. & Mary Bus. L. Rev.* P. 675. URL: <http://scholarship.law.wm.edu/wmblr/vol4/iss2/7> (дата обращения 2019-06-02).

29. Annual Report 2018 to 2019: Community Interest Companies and the Environment // <https://communityinterestcompanies.blog.gov.uk/2019/07/11/annual-report-2018-to-2019-community-interest-companies-and-the-environment/> (дата обращения 2019-08-16).

30. Office of the Regulator of Community Interest Companies. Frequently Asked Question // Официальный сайт Управления по регулированию деятельности компаний общественных интересов. URL: <http://qps.ru/VZyK1> (дата обращения 2019-06-02).

31. Community Interest Company // Исследовательская платформа Lexology. URL: <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=056ec313-1fb9-4ab0-b4c7-127a7e6e148c> (дата обращения 2019-06-01).

32. CIC Incorporations: The New Online Process // <https://communityinterestcompanies.blog.gov.uk/2019/03/13/cic-incorporations-the-new-online-process/> (дата обращения 2019-06-07).
33. Community interest companies: guidance chapters. Chapter 6 // Официальный сайт Правительства Великобритании по законодательным актам. URL: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/416360/14-1089-community-interest-companies-chapter-6-the-asset-lock.pdf (дата обращения 2019-06-02).
34. The Community Interest Company Regulations 2005 // Официальный сайт Правительства Великобритании по законодательным актам. URL: <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2005/1788/contents/made> (дата обращения 2019-06-01).
35. Company law solutions. - URL: <http://www.communitycompanies.co.uk/community-interest-companies> (дата обращения 2019-06-01).
36. Doeringer, M.F. Fostering Social Enterprise: A Historical and International Analysis (January 8, 2010). P. 313. URL: <http://qps.ru/r1lj2> (дата обращения 2019-06-01).
37. Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. №2. С. 111-121.
38. Канадский закон // Портал «Новый бизнес. Социальное предпринимательство». URL: <http://www.nb-forum.ru/news/zakon-canada.html> (дата обращения 2019-06-25).
39. Shang Liang, (2016). The Development of Social Enterprises in a Developmental State // International Journal of Social Science and Humanity. Vol. 6. № 10. P. 777. URL: <http://www.ijssh.org/vol6/747-CH413.pdf> (дата обращения 2019-06-17).
40. Bidet, E., Eum, H. S., (2011). Social enterprise in South Korea: History and diversity // Social Enterprise Journal. Vol. 7. № 1. P. 70. URL: http://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/118365/1/Bidet_Eum_2011_Social_enterprise%20in%20South%20Korea_orbi.pdf (дата обращения 2019-06-17).
41. Сидельников М. Южная Корея: десять лет спустя страна на пороге нового кризиса // rodon.org: информ.-справочный портал. URL: <http://www.rodon.org/polit-081015111540> (дата обращения 2019-06-06).
42. Lim, H., (2009). Democratization and the transformation process in East Asian developmental states: Financial reform in Korea and Taiwan. Asian Perspective. P. 9. URL: <https://qps.ru/pMir7> (дата обращения 2019-06-15).
43. Kwon Soonman, (2001). Economic Crisis and Social Policy Reform in Korea // International Journal of Social Welfare 10. P. 97. URL: [http://unrisd.org/80256B3C005BCCF9/\(httpAuxPages\)/15486FE63B4B04A6C1256C77004B02F1/\\$file/kwo2long.pdf](http://unrisd.org/80256B3C005BCCF9/(httpAuxPages)/15486FE63B4B04A6C1256C77004B02F1/$file/kwo2long.pdf) (дата обращения 2019-06-15).
44. Social Enterprise Promotion act 03.01.2007 (Закон о развитии социального предпринимательства) // Официальный сайт Министерства государственного законодательства Южной Кореи. URL: http://www.moleg.go.kr/english/korLawEng;jsessionid=1CCeUcprlMjfwEKQrFEImRYSg1bkllhA4vn5joclJay81l4X6aavvE3lxohnm1Nw.moleg_a2_servlet_engine2?pstSeq=57937&pageIndex=7 (дата обращения 2019-04-15).
45. Enforcement decree of the social enterprise promotion act (Постановление о реализации Закона о развитии социального предпринимательства) // Официальный сайт Министерства государственного законодательства Южной Кореи. URL: <http://www.moleg.go.kr/english/korLawEng;jsessionid=INt1NAb0Aq1f4LcoAMM2ZUZMA0V>

1N25AGtfPIDGSqczeb6PK9DNo1QUAVkmbK1wj.moleg_a2_servlet_engine2?
pstSeq=57938&brdSeq=33&pageIndex=7 (дата обращения 2019-04-15).

46. Краткий обзор: опыт поддержки и развития социального предпринимательства в Республике Корея: Ежемесячный обзор № 2. 14 // social-idea.ru: банк социальных идей. 2017. URL: <http://www.social-idea.ru/montlyNews/Kratkij-obzor-opyht-podderzhki-i-razvitiya-social-nogo-predprinimatel-stva-v-respublike-Koreya-EZHEMESYACHNYHJ-OBZOR-2-14><http://www.social-idea.ru/montlyNews/Kratkij-obzor-opyht-podderzhki-i-razvitiya-social-nogo-predprinimatel-stva-v-respublike-Koreya-EZHEMESYACHNYHJ-OBZOR-2-14> (дата обращения 2019-04-15).

47. Гришина Я.С. О поддержке субъектов малого и среднего бизнеса в области социального предпринимательства: мнение эксперта о достоинствах и недостатках законопроекта. Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. -2015. -т. 1. -№ 61. -с. 70-77.

48. Kyungsik Irene Shim. Social Enterprise as a transformative engine for urban communities: Korea as a case study // Sixth Urban Research and Knowledge Symposium 2012. P. 9. URL: <https://qps.ru/5XU9m> (дата обращения 2019-04-15).

49. Опыт поддержки и развития социального предпринимательства в Южной Корее. Grand Prix // Официальный сайт союза промышленников и предпринимателей. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/f/3/f3ec4871ec6a01defec3483dd76fd416.pdf> (дата обращения 2019-04-15).

50. Kyujin Jung, Hee Soun Jang, Inseok Seo. Government-driven social enterprises in South Korea: lessons from the Social Enterprise Promotion Program in the Seoul Metropolitan Government. P. 5. URL: <https://qps.ru/CtJuP> (дата обращения 2019-04-15).

51. Кицай Ю.А. Особенности правового положения социальных корпоративных организация в Азии: социально-предпринимательский аспект // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2016. № 2 (109). С. 195-201.

52. Ecosystem for supporting social business in South Korea // Сайт многостороннего инвестиционного фонда «Fomin». URL: <https://qps.ru/QqhzU> (дата обращение 2019-05-05).

53. Cho Youngbok. The Result of the First Approval Process of Social Enterprises and Future Task. Labor Review 2007. P. 56.

54. Lee K. Overview of Korean Urbanization in the 1990s // The Journal of Korean Urban Geography. № 3. 2000. P. 5.

55. Stubbs, R. (2009). What ever happened to the East Asian developmental state? The unfolding debate. The Pacific Review. Vol. 22. № 1. P. 15.

56. Московская А.А. Зачем нужен закон о социальном предпринимательстве? // Мир социального предпринимательства. №10, 2019. С.4-11.

57. Федеральный закон от 24.07.2007 № 208-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СЗ РФ. 30.07.07. № 31., Ст.4006.

58. Барков А.В., Гришина Я.С. Критический анализ российского правотворческого подхода к легализации социального предпринимательства // Гражданское право. - 2019. -№2. - С.3-6.

59. Официальный портал «Правительство России» // <http://government.ru/rugovclassifier/864/events/> (дата обращения 2019-07-27).

60. Мерсиянова И.В., Беневоленский В.Б. Преимущества НКО как поставщиков социальных услуг: апробация в российских условиях // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2016. - № 4. С. 7-26.

61. Salamon L.M., Toepler S. Government–Nonprofit Cooperation: Anomaly or Necessity? Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. Vol. 26. N. 6. December. 2015. P. 2155–217.

62. Барков А.В. О совершенствовании российского правотворческого подхода к легализации семейного предпринимательства // Юридическая судьба бизнеса при расторжении брака и наследовании: монография / отв. ред. И.В. Ершова, А.Н. Левушкин. Издательство: Проспект. 2019. С. 21.-34.