

КРИТЕРИИ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Е. Н. Мельник

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 17 января 2020 г.

Аннотация: *значительный интерес к теме социального предпринимательства обусловлен тем, что оно представляет собой эффективный способ решения социальных проблем в условиях ограниченных бюджетных ресурсов государства и одновременно выступает в роли инструмента развития региональной экономики. Статья посвящена раскрытию содержания и особенностей социального предпринимательства, его критериям и организационно-правовым формам.*

Ключевые слова: *социальное предпринимательство, социальное инвестирование.*

Abstract: *the interest in social entrepreneurship is high because it is an effective way to solve social problems in the conditions of limited state budgetary resources and at the same time social entrepreneurship is a tool for the development of the regional economy. The article is devoted to the definition and characteristics of social entrepreneurship, its criteria and legal forms.*

Key words: *social entrepreneurship, social investment.*

Впервые понятие «социальное предпринимательство» за рубежом стало применяться в конце XX в., в России же значительный интерес к этой теме проявился в последние десять лет. Внимание научного и экспертного сообщества к социальному предпринимательству обусловлено тем, что, во-первых, данное направление является относительно новым для российской экономики, во-вторых, его развитие отражает общемировые тенденции, связанные с социализацией бизнеса и расширением практик социального инвестирования (импакт-инвестирования), которые в условиях ограниченных бюджетных ресурсов создают дополнительные возможности финансирования социальных программ и общественно значимых проектов.

В настоящее время понятие «социальное предпринимательство» вызывает определенную полемику в научных кругах. Социальный предприниматель – феномен сложный, комплексный, сочетающий в себе как элементы бизнеса, т. е. коммерческой деятельности, так и социально ориентированной некоммерческой деятельности. Социальное предпринимательство активно развивается в мире, но до сих пор не имеет четких законодательных границ.

Существующие формы социальных предпринимателей можно свести к нескольким укрупненным группам:

– коммерческие предприятия, которые находят бизнес-решения в ответ на социальные и экологические проблемы;

– общественные или социально ориентированные некоммерческие организации (далее – СОНКО), не распределяющие прибыль среди своих учредителей, но осуществляющие предпринимательскую деятельность или деятельность, приносящую доход, в социальной сфере (оказывают услуги на платной основе, не противоречащие уставу, и выступают поставщиками социальных услуг);

– гибридные формы, совмещающие в себе признаки коммерческих и некоммерческих организаций.

Конкретная организационно-правовая форма социального предпринимателя имеет значение при осуществлении взаимодействия с органами власти и зависит от того, на какие виды поддержки он претендует, какие основные виды деятельности будет осуществлять. В то же время есть общие критерии, которые позволяют обособить социальное предпринимательство от традиционного бизнеса, благотворительности или социальной ответственности.

Рассмотрим ключевые отличия социального предпринимательства от смежных видов деятельности.

1. Социальное предпринимательство и благотворительность. Оба вида деятельности направлены на решение проблем социально незащищенных

групп населения, однако благотворительность не становится основой бизнеса, не обеспечивает ему финансовую устойчивость. Благотворительность носит для коммерческой организации дополнительный, вспомогательный характер, в отличие от социального предпринимательства, в котором решение проблемы определенных категорий граждан закладывается в основу самой бизнес-модели.

В соответствии с законом под благотворительностью в РФ понимается «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» [1]. Существенным признаком благотворительной деятельности, согласно определению, является ее бескорыстный, безвозмездный характер. Социальное предпринимательство, напротив, предполагает продажу товаров или оказание услуг за плату.

В части 3 статьи 39 Конституции РФ говорится о том, что «благотворительность поощряется» [2]. Социальный предприниматель осуществляет бизнес на свой страх и риск, не ожидая каких-то поощрений со стороны государства (финансовая поддержка в виде субсидий и грантов – не основной, а дополнительный ресурс).

2. Социальное предпринимательство и социально ответственный бизнес. Под социальной ответственностью понимается добровольный вклад бизнеса в развитие общества, в укрепление его социально-экономической сферы [3, с. 8], и в этом смысле этот термин очень близок по значению к благотворительности. Однако сейчас все больше исследователей придерживаются той точки зрения, что социальная ответственность – не побочная деятельность бизнеса, а неотъемлемая часть его стратегии, реализуемой на принципах ответственности компании перед сотрудниками, потребителями, партнерами [4, с. 32].

В соответствии со стандартом SA 8000 «Социальная ответственность» организация должна выполнять определенные требования по соблюдению прав человека, обеспечению благоприятных условий труда и выполнению социальных обязательств [5, с. 2]. Другой стандарт – ГОСТ Р ИСО 26000-2012 – определяет социальную ответственность компании как «ответственность за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания стейкхолдеров;
- соответствует действующему законодательству и согласуется с международными нормами поведения;

- интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях» [6].

Таким образом, социальная ответственность – это набор определенных правил и принципов, которыми должна руководствоваться организация в своей деятельности, в том числе в сфере защиты окружающей среды, в трудовых отношениях, во взаимодействии с различными заинтересованными сторонами. В то же время компания может работать на массового потребителя и применять традиционную бизнес-модель, другими словами, быть социально ответственной, но не соответствовать критериям социального предприятия.

3. Социальное предпринимательство и бизнес в социальной сфере. Классическая цель традиционного бизнеса – получение прибыли и повышение рентабельности компании, цель социального предпринимателя – решение социальной проблемы определенной целевой группы. Прибыль для бизнесмена – это вознаграждение за риск, за то, что он сумел предугадать, какой товар будет пользоваться наибольшим спросом у потребителей. Логика социального предпринимателя другая – он действует для того, чтобы обеспечить финансовую устойчивость своему проекту.

Отличия социального предпринимательства от других видов предпринимательской деятельности:

- значительная часть полученных доходов направляется на решение социальной проблемы, прибыль не является главной целью, проект может быть низкодоходным;

- независимость от грантов и субсидий государства как постоянного источника финансирования;

- ориентация на работу с определенной целевой аудиторией, интересы которой не ограничиваются рамками конкретного проекта, – социальный предприниматель выстраивает свои отношения с целевой аудиторией на долгосрочной основе, выполняя функции социального патронажа и сопровождения;

- предложение рынку уникальных товаров или услуг, использование уникальной технологии, позволяющей добиться высокого качества предоставляемых услуг и ориентированной на работу с целевой аудиторией.

С учетом вышеизложенного считаем корректным предложить следующее определение.

Социальное предпринимательство – это основанная на самоокупаемости и финансовой устойчивости деятельность, характеризующаяся новаторством и социальной направленностью, при этом:

1) основная цель социального предпринимателя связана с решением социальной проблемы и достижением социального воздействия (social impact);

2) смещен акцент с прибыльности в сторону окупаемости и финансовой устойчивости. Другими словами, социальный предприниматель может вести свою деятельность как на коммерческой, так и некоммерческой основе;

3) социальное предпринимательство носит инновационный характер, поскольку социальный предприниматель предлагает новаторское решение социальной проблемы.

Вести такой бизнес сложнее, поскольку ему всегда присущи: 1) уникальность и инновационность, которых требует сама постановка задачи решения социальной проблемы; 2) потребность в узкоспециализированных кадрах; 3) особая специфика целевой аудитории. Социальным предпринимателям сложнее развернуться на старте – требуется больше времени, усилий, выше риски. По этой причине такие классические инструменты финансирования, как кредиты и займы, оказываются менее доступны.

Рассмотрим некоторые зарубежные подходы к определению критериев и форм социального предпринимательства.

Италия одной из первых стран закрепила в своем законодательстве соответствующее понятие [7, с. 112]. Наиболее популярной формой в итальянском социальном предпринимательстве являются социальные кооперативы, закон о которых был принят в 1991 г. (№ 381/91). В соответствии с этим законом введены три группы социальных кооперативов:

– группа «А» (социальное обслуживание) – предоставляют социальные услуги в «сферах общественной полезности» – здравоохранения, образования и социальной защиты;

– группа «Б» (социально-трудовая интеграция) – предназначены для трудоустройства социально уязвимых слоев населения, не востребованных на традиционном рынке труда;

– группа «А + Б» – смешанные социальные кооперативы.

С появлением законов о социальной экономике и социальном предпринимательстве в европейских странах (например, в Финляндии и Италии – законов

«О социальном предприятии», в Испании – закона «О социальной экономике», в Греции – закона «О социальной экономике, социальном предпринимательстве и других положениях» [8], в Словении – закона «О социальном предпринимательстве» [9]) наблюдается смещение акцента от социальных кооперативов к социальным предприятиям, которые в широком смысле представляют собой особую институциональную форму обеспечения взаимодействия бизнеса, государства и гражданского общества при решении социальных проблем.

В Бельгии в роли социальных предприятий выступают компании социального назначения (companies with a social purpose). Этот статус может получить организация любой организационно-правовой формы при соблюдении ряда требований, если ее цель носит общественно значимый характер и не связана с получением прибыли [10, с. 13]. Бельгийское социальное предпринимательство имеет региональную специфику. Например, в Валлонии наиболее востребованной формой социальных предприятий являются предприятия трудовой адаптации. Главная цель деятельности таких организаций – оказание помощи людям, которые оказались невостребованными на рынке труда, и их реинтеграция в производственную деятельность. Воспользоваться этой формой может организация, работающая как на коммерческой, так и некоммерческой основе, при условии, что не менее 3/4 от штатной численности ее работников составляют лица с ограниченными возможностями [11, с. 13].

В Германии в сфере социального предпринимательства сложилась двоякая ситуация. С одной стороны, государство не стремится формально институционализировать данное явление, в немецком законодательстве нет даже упоминания о социальном предпринимательстве [10, с. 22]. С другой стороны, социальные предприятия, в роли которых выступают различные компании, осуществляющие предпринимательскую деятельность в социальной сфере, занимают достаточно весомое место в экономике страны. Так, например, некоммерческие общества с ограниченной ответственностью (gGmbH) ведут предпринимательскую деятельность на постоянной основе, направляют прибыль на достижение общественно значимых целей и имеют право на получение налоговых льгот как НКО.

Законодательством Великобритании предусмотрена возможность создания особого типа социального предприятия – компании общественных интересов (community interest company). CIC пред-

ставляет собой компанию с ограниченной ответственностью, которая осуществляет свою деятельность для достижения общественно значимого эффекта (community benefit) [12, с. 22]. Особенность британской модели заключается в том, что получение прибыли не является основной целью такого предприятия. В то же время его нельзя отнести к некоммерческим организациям в чистом виде. Компании общественных интересов осуществляют свою деятельность в интересах определенного сообщества, а не для обогащения ее собственников или акционеров, хотя последние могут получать дивиденды [13, с. 188].

В начале июня 2016 г. в РФ утверждена Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 г. [14], в соответствии с которой в качестве субъектов социального предпринимательства выступают предприятия, специализирующиеся на производстве продукции и предоставлении услуг в интересах социально уязвимых и малоимущих групп граждан или создающие рабочие места для них. Принят также План мероприятий («Дорожная карта») по поддержке доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере, включающий в том числе мероприятия по поддержке социальных предпринимателей [15]. Начиная с 2018 г. и далее ежегодно Минэкономразвития России формирует рейтинг регионов по итогам реализации механизмов поддержки СОНКО и социального предпринимательства [16], в соответствии с которым одним из критериев оценки эффективности работы органов власти является реализация мероприятий по поддержке социального предпринимательства.

Вместе с тем ни в одном из вышеперечисленных документов не были определены критерии социального предпринимательства. Опираясь на приказы Минэкономразвития России об организации проведения конкурсного отбора субъектов РФ, бюджетам которых в 2013–2015 гг. предоставлялись субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства (от 24.04.2013 № 220; от 01.07.2014 № 411; от 25.03.2015 № 167), регионы разработали собственные программы поддержки социального предпринимательства. Так, например, соответствующие документы были разработаны в Московской, Ленинградской, Ульяновской, Мурманской, Сахалинской областях, республиках Башкортостан, Татарстан, Камчатском крае.

После долгого обсуждения и многочисленных версий законопроектов в 2019 г. понятие социаль-

ного предпринимательства наконец получило законодательное закрепление. С внесением изменений в закон о малом и среднем предпринимательстве в РФ социальные предприниматели в России приобрели юридический статус и возможности получения системной поддержки на всех уровнях государственного управления [17]. В законе социальное предпринимательство выступает как «предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, способствующая решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемая в соответствии с условиями, предусмотренными законом», а социальные предприятия – как организационное воплощение этой деятельности. Основным критерием отнесения социальных предприятий к особому направлению предпринимательства служит не отрасль, а социальная проблема и способы ее решения. На наш взгляд, такой подход к определению критериев социального предпринимательства является несомненным преимуществом.

Кроме того, можно назвать также следующие ключевые особенности предложенного в законе подхода:

- социальное предпринимательство рассматривается как особый вид предпринимательской деятельности, осуществляемой на системной основе, но обособленно от традиционного бизнеса в социальной сфере;

- фокус на социальном предприятии как объекте регулирования, а не на социальном проекте;

- социальным предприятием может быть только субъект малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель), выполняющий одно из четырех условий (рисунок);

- установлены конкретные количественные критерии, которым должен соответствовать субъект МСП для получения статуса социального предприятия в виде процента от дохода, чистой прибыли, численности работников, фонда оплаты труда (в соответствии с приказом Минэкономразвития России необходимо документально подтвердить соответствие этим критериям [18]);

- закрытый перечень социально уязвимых категорий граждан и видов деятельности, которые могут осуществлять социальные предприниматели.

С вышеуказанными особенностями подхода связан и ряд его недостатков, в частности:

- СОНКО не рассматриваются как социальные предприятия, хотя установленные законом критерии подходят и под них;

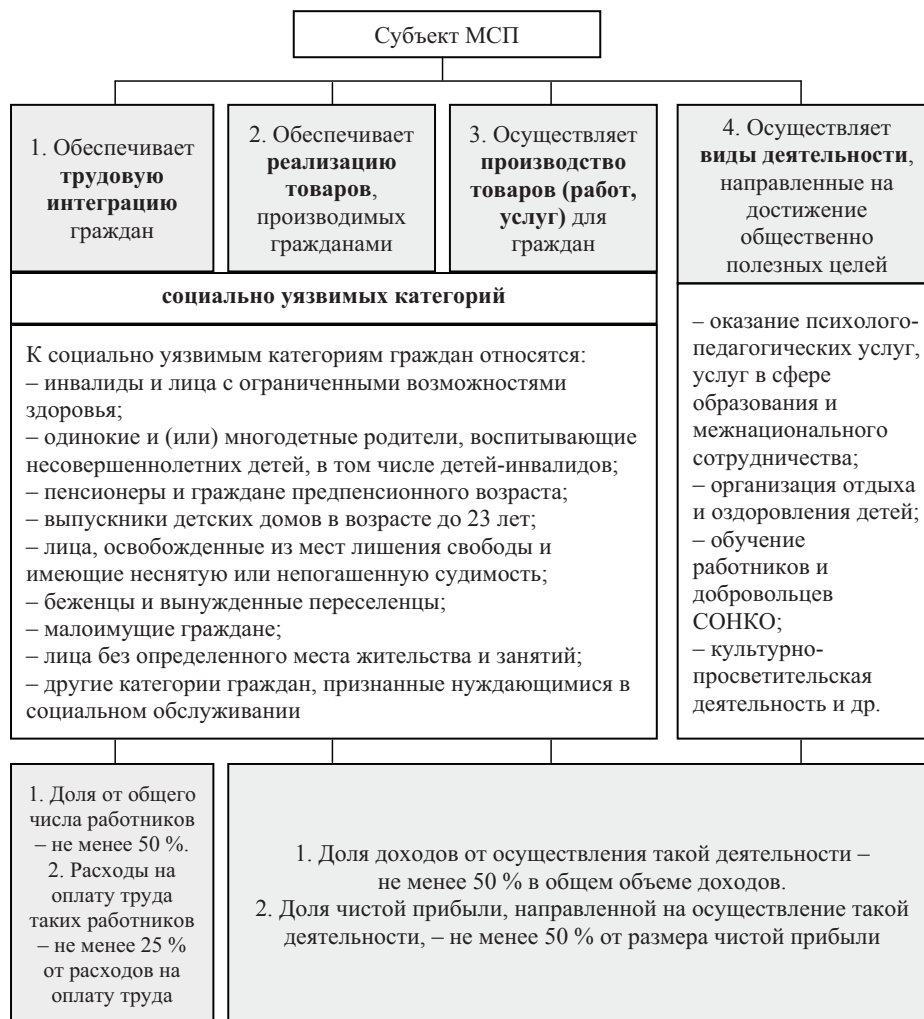


Рисунок. Критерии социального предпринимательства в российском законодательстве

– невозможно точно определить границу для установленных критериев – неясно, являются ли пороговые значения в 50 % необходимыми и достаточными;

– отдельные направления остались за рамками закона – например, физическая культура и спорт, экология;

– не отражен новаторский характер социального предпринимательства.

Некоммерческая организация в соответствии с российским законодательством не относится к социальным предприятиям. Тем не менее отечественная практика, наработанная еще до принятия закона, свидетельствует о том, что СОНКО могут рассматриваться как социальные предприниматели. Например, конкурсы Фонда «Наше будущее» для социальных предпринимателей проводятся как среди коммерческих, так и некоммерческих организаций.

В рамках предложенного в законе подхода в зависимости от характера решаемой социальной

проблемы и потребностей целевой аудитории могут применяться четыре вида бизнес-моделей.

1. Целевая аудитория испытывает сложности с трудоустройством, которые связаны с дополнительным (специальным) оборудованием рабочего места, созданием особых условий труда. Проблемы целевой аудитории – социально-экономическая изоляция, трудности в освоении профессиональных навыков. Социальный предприниматель создает такую модель предприятия, которая позволила бы обеспечить устойчивую занятость социально уязвимых работников и добиться положительного финансового результата.

2. Целевая аудитория – социально уязвимые категории граждан, которые производят различные товары, но плохо знают, как устроен рынок, удалены от рынков сбыта физически, не владеют достаточной информацией, ресурсами, контактами. Ключевая проблема, которую решает социальный предприниматель, – изоляция от рынков сбыта

производимой продукции. Социальные предприниматели ориентированы на продвижение продукции уязвимых производителей на рынок, обеспечивающее им стабильный доход.

3. Целевая аудитория – социально уязвимые категории граждан, испытывающие острую потребность в специализированных товарах (работах, услугах) – протезно-ортопедических изделиях, медицинской технике, услугах по реабилитации и др. Как правило, речь идет об инновационных социально значимых товарах и услугах, которые не имеют широкого распространения или имеют высокую стоимость. Ключевая задача социального предпринимателя – сделать их доступными для целевого потребителя.

4. Нет четко выраженной целевой аудитории, благополучателем является общество в целом. Ключевая проблема, которую решает социальный предприниматель, – нехватка доступа к важным социальным, экономическим и культурным благам. По этой модели работают, например, благотворительные магазины, которые реализуют пожертвованные населением вещи с целью привлечения средств на социальные нужды. Базовым социальным предприятием может быть не только благотворительный магазин, но и обучающий центр или музей. В таком случае социальное предприятие оказывается своеобразным центром, аккумулирующим гражданскую активность в конкретном поселении или районе.

На наш взгляд, наиболее интересными с точки зрения реализации в российских условиях представ-

ляются гибридные модели, допускающие, что статус социального предприятия могут получить организации различных организационно-правовых форм. В свою очередь этот статус дает им право участвовать в программах государственной поддержки.

Социальное предпринимательство является одним из приоритетных направлений государственной политики в сфере поддержки малого и среднего бизнеса и одновременно важным инструментом развития региональной экономики. Вместе с тем в регионах сегодня трудно даже количественно оценить фактический уровень развития социального предпринимательства по причине долгого отсутствия научной и правовой проработки критериев данного явления.

Учитывая специфику социального предпринимательства, необходимо отметить, что без построения комплексной системы государственной поддержки создание конкурентоспособных, отвечающих современным общественным запросам социальных предприятий становится невозможным. Важно подчеркнуть, что выстраивание инфраструктуры здесь важнее, чем предоставление субсидий или грантов, которые представляют собой разовую финансовую поддержку, поскольку социальное предпринимательство подразумевает системный и длительный характер деятельности. Социальное предпринимательство предполагает уход от грантозависимости в сторону инвестиционной модели развития, рассчитанной на долгосрочную перспективу.

ЛИТЕРАТУРА

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях : федер. закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Конституция Российской Федерации : принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 года (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Корпоративная социальная ответственность – новая философия бизнеса : учеб. пособие / Внешэкономбанк. – М. : Внешэкономбанк, 2011. – URL: <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf>

4. Зинькович Н. Ю. Социальная ответственность как базовый компонент бизнес-стратегии фирмы / Н. Ю. Зинькович // Проблемы экономики. – 2014. – № 1. – С. 32–33.

5. Social Accountability 8000. Международный стандарт SA 8000:2014. – URL: http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%20Standard%202014.pdf

6. ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по социальной ответственности : приказ Росстандарта от 29 ноября 2012 г. № 1611-ст. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

7. Гришина Я. С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы / Я. С. Гришина // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 2. – С. 111–121.

8. Барков А. В. О социальной значимости и актуальности легализации дефиниции «социальное предпринимательство» в российском законодательстве (Мнение эксперта) / А. В. Барков // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. – 2015. – № 1. – С. 67–69.

9. Zakon o socialnem podjetništvu // Uradni list Republike Slovenije. – URL: <https://www.uradni-list.si/pdf/2011/Ra/r2011020.pdf>

10. Defourny J. Social enterprise in Europe: recent trends and developments. Working Papers Series, no. 08/01 / J. Defourny, M. Nyssens. – Liège : EMES European

Research Network. – URL: https://emes.net/site/wp-content/uploads/WP_08_01_SE_WEB.pdf

11. *Gregoire O.* National profiles of Work interration social enterprises: Belgium. Working Papers Series, no. 03/08 / O. Gregoire. – Liège : EMES European Research Network. – URL: https://emes.net/content/uploads/publications/WP_03-08_ELEXIES_B.pdf

12. *Borzaga C.* Social Enterprise : New Model for Poverty Reduction and Employment Generation / C. Borzaga, R. Nogales, G. Galera. – UNDP Regional Bereau For Europe and the Commonwealth of Independent States, 2008. – URL: https://emes.net/content/uploads/publications/11.08_EMES_UNDP_publication.pdf

13. *Гришина Я. С.* Британская компания общественных интересов (Community interest company) как оптимальная модель социального предприятия / Я. С. Гришина // Вестник Волгоградского университета. – 2015. – № 3. – С. 187–191.

14. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. : распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. №1083-р – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

15. План мероприятий («Дорожная карта») по поддержке доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере, включающий в том числе мероприятия по поддержке социальных

предпринимателей : распоряжение Правительства РФ от 8 июня 2016 г. № 1144-р. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

16. Итоги рейтинга субъектов Российской Федерации по итогам реализации поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций и социального предпринимательства, обеспечения доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере и внедрения конкурентных способов оказания государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере. – URL: <http://nko.economy.gov.ru/portalnews/read/5109>

17. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» : федер. закон от 26 июля 2019 г. № 245-ФЗ. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

18. Об утверждении Порядка признания субъекта малого или среднего предпринимательства социальным предприятием и Порядка формирования перечня субъектов малого и среднего предпринимательства, имеющих статус социального предприятия : приказ Министерства экономического развития РФ от 29 ноября 2019 г. № 773. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

Воронежский государственный университет
Мельник Е. Н., кандидат экономических наук,
доцент кафедры региональной экономики и тер-
риториального управления
E-mail: kitimel@yandex.ru

Voronezh State University
Melnik E. N., Candidate of Economic Sciences,
Assistant Professor of Regional Economy and
Territorial Management Department
E-mail: kitimel@yandex.ru