

*Иванов Игорь Аминович*

аспирант

УВО «Университет управления «ТИСБИ»

г. Казань, Республика Татарстан

## **СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОБЪЕКТ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы определения социального предпринимательства в качестве объекта правового регулирования и отграничения его от смежных правовых явлений. Автором отмечаются отдельные специфические черты социального предпринимательства как особого вида предпринимательской деятельности.

*Ключевые слова:* социальное предпринимательство, государственное регулирование, правовая политика, социальная сфера.

Обществу как исторически сложившейся, устойчивой форме жизнедеятельности людей присущи такие функционально важные и взаимозависимые свойства как целостность и системность. Гармоничное развитие всех сфер и систем социума обеспечивает сохранение его целостности, выступает одним из гарантов достижения социального компромисса и залогом дальнейшего успешного поступательного развития. Традиционно наиболее уязвимой и подверженной различного рода негативным воздействиям внешних факторов, в том числе проблем в других сферах жизни общества, является социальная сфера. Как правило, обеспечение благополучия в данной сфере относится к зоне ответственности государства как субъекта, на которого возлагаются юридические обязанности по соблюдению и защите социальных прав и свобод человека и гражданина. Однако переход к рыночному типу экономики в нашей стране обнаружил ряд проблем, включая, финансовые, организационные и иные, осложнивших процесс выполнения взятых на себя государством социальных обязательств. В этой связи актуализировались вопросы развития рынка социальных услуг,

внедрения инновационных форм оказания социальной помощи, правового регулирования и государственной поддержки социального предпринимательства.

Обращаясь к вопросу определения социального предпринимательства, следует обратить внимание на тот факт, что действующее законодательство не так давно раскрыло данное понятие. Так, в 2019 г. в ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» были внесены изменения в части закрепления этого понятия. Законодатель под социальным предпринимательством понимает предпринимательскую деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей, способствующую решению социальных проблем граждан и общества и осуществляемую в соответствии с условиями, предусмотренными законом (установленная доля дохода от определенного вида деятельности, доля среди работников лиц из социально незащищенных слоев населения и т. д.) [1]. Легальное определение не является абсолютно конкретизированным, поскольку содержит достаточно абстрактные, требующие дальнейшей детализации такие категории, как «общественно полезные цели» и «социальные проблемы граждан». Также данная норма является отсылочной, ввиду чего можно говорить, дефиниция не носит исчерпывающего характера. Кроме того, содержание нормы-дефиниции в указанном федеральном законе указывает на тот факт, что, в соответствии с логикой законодателя и обозначенными условиями, социальным предпринимательством могут заниматься только субъекты малого и среднего бизнеса.

Анализ специальной научной литературы показал, что ни в юридической, ни в экономической, ни в иных научных областях не сформирован единый подход к пониманию социального предпринимательства и не выработана общепризнанная дефиниция рассматриваемого междисциплинарного феномена. Сложившаяся ситуация вполне объяснима, поскольку, с одной стороны, социальное предпринимательство, бесспорно, является одним из видов предпринимательской деятельности и сохраняет за собой ее основные характеристики (извлечение прибыли, риски и т. д.). С другой стороны, ему присуща определенная спе-

цифика, проявляющая себя в целях осуществляемой деятельности, применяемых методах ее ведения, обеспечении финансовой устойчивости и др.

Как справедливо отмечается в научных исследованиях, условно можно выделить несколько подходов к определению социального предпринимательства. Первый из них является наиболее широким, поскольку подразумевает под социальным предпринимательством практически любой вид деятельности, имеющий своей целью выработку новых способов и путей решения назревших социальных проблем. Второй подход базируется на выделении такого важного свойства социального предпринимательства как создание общественного блага, представляющего определенную социальную ценность, достигаемого благодаря особым качествам самого предпринимателя. В рамках третьего подхода за социальным предпринимательством признается уникальная способность достижению двух, на первый взгляд, мало совместимых результатов деятельности – социального и коммерческого [2, с. 34]. Последняя концепция, на наш взгляд, наиболее точно и адекватно отражает двойственную природу социального предпринимательства, которая и должна оказывать влияние на стратегию его правового регулирования. На данный момент ее суть заключается в реализации мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Интересным и имеющим практическое значение в контексте рассматриваемой проблемы является вопрос о соотношении коммерческой и социальной целей такой предпринимательской деятельности. Как видится, в условиях реализации концепций правового социального государства социальная составляющая должна преобладать над финансовой, что в полной мере соответствует стратегии воплощения на практике принципов социального государства, основными из которых являются Справедливость, Равенство и Солидарность [4]. Подобный приоритет социальных целей выражается в осуществлении предпринимательской деятельности в малорентабельных либо нерентабельных областях, которые не привлекательны для обычного бизнеса (экология, образование, борьба с безработицей и т. д.). Поддержка же социального предприниматель-

ства в данном контексте составляет одно из основных направлений российской правовой политики, направленных на обеспечение социальной стабильности, эффективного взаимодействия общества и государства, благосостояния отдельных индивидов и социума в целом [3]

В связи с обозначенными отличительными особенностями социального предпринимательства возникает вопрос о его соотношении с, казалось бы, смежными явлениями: благотворительностью, некоммерческой деятельностью, социально ответственным бизнесом. Несмотря на тот факт, что в социальном предпринимательстве коммерческая (финансовая) ценность никогда не создается в ущерб социальному благу, доход от осуществляемой деятельности является его неотъемлемой составляющей, что может послужить критерием разграничения некоммерческой деятельности и социального предпринимательства не только на теоретическом, но и на практическом уровне. Отличительная же характеристика социально ответственного бизнеса по отношению к социальному предпринимательству состоит в реинвестировании части прибыли в отдельные социальные программы, проекты и/или в дальнейшее развитие бизнеса. Не представляется возможным отождествление социального предпринимательства с благотворительностью. Как верно подчеркивается в научной литературе, «главным ресурсом привлечения денежных средств для социального предпринимательства, несмотря на имеющиеся дополнительные финансовые источники в виде грантов, государственных субсидий, средства благотворительных фондов и организаций, является его непосредственная коммерческая деятельность и инвестиции» [5, с. 13].

Таким образом, социальное предпринимательство, относящееся к междисциплинарным категориям, является объектом правового регулирования как особый вид предпринимательской деятельности, осуществляемый субъектами малого и среднего бизнеса, направленный на достижение социально полезных целей и решение социальных проблем граждан, отвечающий определенным критериям, установленным действующим законодательством. Основу специ-

фики его правовой регламентации составляют поощрительные нормы права, направленные на оказание государственной поддержки таким субъектам.

### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) // СПС «Гарант».

2. Арай Ю.А. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования.: дис. ... канд. экон. наук / Ю.А. Арай. – СПб., 2015. – 213 с.

3. Лягин К.А. Правовая политика и ее основные направления / К.А. Лягин, Р.Ф. Степаненко // Общество, государство, личность: модернизация системы взаимоотношений в России в условиях глобализации: материалы XV Межвузовской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых (с международным участием) (Казань, 23 апреля 2015 года) / под ред. Ф.Г. Мухаметзяновой, Р.Ф. Степаненко. – Казань: Университет управления «ТИСБИ», 2015. – С. 23–27. – EDN VQRCKN.

4. Солдатова А.В. Теория социального государства о правовой природе социальной функции государства / А.В. Солдатова, Я.В. Солдатов // Образование и право. – 2021. – №3. – С. 77–80. – DOI 10.24412/2076–1503–2021–3-77–80. – EDN ОСАНУХ.

5. Шаманина Э.А. Социальное предпринимательство и инклюзивный бизнес: социальное направление развития частного сектора / Э.А. Шаманина // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 2. №4. – С. 11–21. – EDN RSVTNN.