

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М.В.Ломоносова

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра истории государства и права

Курсовая работа по теме:

«Правовое регулирование социального предпринимательства в США»

Выполнила студентка

Ермолаева Валерия Алексеевна

Научный руководитель

к.ю.н., доцент

Давидян Гаяне Михайловна

Дата представления курсовой работы в учебный отдел:

«__» _____ 201__ г.

Дата сдачи научному руководителю: «__» _____ 201__ г.

Дата защиты курсовой работы: «__» _____ 201__ г.

Оценка: _____

Москва

2017 г.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	с. 3-4
Параграф 1: Источники и сущность социального предпринимательства	
Пункт 1. Разнообразие теоретических подходов к определению сущности социального предпринимательства.....	с.5-8
Пункт 2. Сущность феномена социального предпринимательства.....	с.9-12
Пункт 3. История формирования социального предпринимательства в США. Его влияние на характер взаимодействия секторов экономики.....	с.13-16
Параграф 2: Развитие правового регулирования социального предпринимательства в США	
Пункт 1. Трудности оформления правового регулирования социального предпринимательства в США.....	с.17-20
Пункт 2. Современные организационно-правовые формы социального предпринимательства в США.....	с.21-24
Пункт 3. Тенденции изменения современного правового регулирования социального предпринимательства в США.....	с.25-28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	с.29-30
БИБЛИОГРАФИЯ	с.31-32

Введение

Социальные проблемы, возникшие в обществе с появлением имущественного расслоения, существуют до сих пор. Однако в современном мире социальные задачи становятся сложнее, нерешенные проблемы накапливаются, и прежние государственно-властные методы оказываются неспособными предотвратить обострение социальных противоречий среди населения. Инновационной формой решения социальных проблем стало социальное предпринимательство, выросшее из частного сектора. Несмотря на то, что многие европейские страны уже признали этот феномен эффективным решением государственных задач социального типа, правовая, и, возможно, основная, составляющая социального предпринимательства до сих пор остается открытым вопросом даже в передовых Соединенных Штатах Америки.

Актуальность данной работы состоит в том, что положение правового регулирования социального предпринимательства в США на сегодняшний день не имеет четкого законодательного оформления.

Главная цель работы: сформировать целостное представление о развитии социального предпринимательства в США и о современной ситуации его правового регулирования.

Объект исследования – правовое регулирование социального предпринимательства в США.

Предмет исследования – особенности правового регулирования социального предпринимательства в США.

Задачи:

- 1) изучить существующие теоретические подходы к определению сущности социального предпринимательства;
- 2) выявить сущность социального предпринимательства;

- 3) охарактеризовать исторические аспекты социального предпринимательства, повлиявшие на его положение в секторах экономики;
- 4) раскрыть трудности правового регулирования социального предпринимательства в США;
- 5) описать основные организационно-правовые формы социального предпринимательства в США;
- 6) показать тенденции современного правового регулирования социального предпринимательства в США.

Настоящая работа состоит из 2 параграфов, 6 пунктов, введения, заключения, библиографии.

Параграф 1: Источники и сущность социального предпринимательства

Пункт 1. Разнообразие теоретических подходов

к определению сущности социального предпринимательства

В научном мире не существует единой «теории социального предпринимательства», что образует вокруг этого явления обширное поле для дискуссий. Единственным аспектом, который не оспаривается учеными, является понимание социального предпринимательства как феномена¹, в остальном же мнения исследователей расходятся. Для выявления сущности социального предпринимательства ученые выдвигают и классифицируют различные теории и концепции. На мой взгляд, это также необходимо для выделения социального предпринимательства как уникального явления, сочетающего в предпринимательской деятельности не только экономический, но и человеческий фактор.

Отечественная наука выделяет три основных подхода к изучению социального предпринимательства: коллективистский, социокультурный и институциональный². В работах американских ученых можно встретить также экономико-концептуальный и духовно-нравственный подходы³.

С точки зрения сторонников коллективизма, социальное предпринимательство выступает формой выражения общественного мнения и гражданской инициативы. В рамках данного подхода существует теория «коллективного поведения» и «массового общества», возникшая в конце 50 – 60-х гг. XX века. Общественные движения, по мнению американского социолога и политолога Сеймура Мартина Липсета⁴, образуются на «низших этажах» общественной системы, где люди, прежде всего, интегрируются в

¹ Феномен (греч.) – явление, случай, событие в природе; редкое, необычайное явление. <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=феномен&all=x>

² Сафаров С.М. Основы социального предпринимательства. – Иваново: Роща, 2014. – с. 16-23.

³ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014. – p. 12-23.

⁴ Липсет С. Политический человек: социальные основания политики; пер. с англ. Е. Г. Генделя, В. П. Гайдамака, А. В. Матешук. — М: Мысль, 2016. — с. 47.

экономические общества (например, в профсоюзы). Исходя из идей данной теории, все общественные изменения происходят из протестной реакции людей на социальное неравенство. Следовательно, социальная инициатива индивидуума проистекает из активной позиции целого общества и, в случае социального предпринимательства, «работает» на благополучие всего коллектива.

Представленной выше теории противопоставляется теория относительной депривации¹, в рамках которой общественная инициатива не просто побуждает действовать отдельных личностей, но и организует активную деятельность целых групп: «имущих» и «неимущих». Согласно данной теории, общественное движение в экономической сфере связано с чувством «лишенности», «обездоленности», граничащим с завистью, как индивидуумов, так и общества. Думается, данная теория подходит к определению сущности социального предпринимательства лишь частично, учитывая искреннюю социальную миссию такого феномена, где зависть уступает чувству несправедливости и «обездоленности».

Коллективистский подход также представлен теорией мобилизации ресурсов², разработанной к середине 70-х гг. XX века. Здесь неудовлетворенность социальным положением, в отличие от описанной выше теории, не рассматривается как фактор осуществления изменений в обществе. Определяющим аспектом, согласно данной теории, является набор внутренних и внешних ресурсов общества, а в рамках организационно-предпринимательского направления эти ресурсы конкретизируются до предпринимательского таланта к организации людей, договору с властью и привлечению денег, СМИ и т.д.

Социокультурный подход предполагает устойчивую самоорганизацию общества в решении социальных задач. В рамках этого подхода определяется

¹ Основоположники Т. Р. Гарр и Дж. Дэвис (примеч. автора).

² Сторонники Ч.Тилли, Дж. Маккарти, М.Зальд, М.Асим, К.Вильсон, А.Обершол, К.Дженикс и др. (примеч. автора).

два критерия социального предпринимательства, различаемых по субъектам: наличие государственной поддержки (правовой и финансовой) и степень активности частных лиц¹. Более того, эти критерии взаимодействуют друг с другом, например, в США нет закона о социальном предпринимательстве, что можно связать с сильной организацией самоуправления в американском обществе.

Развивая идею неэкономической стороны социального предпринимательства, необходимо упомянуть институциональный подход к выявлению сущности феномена. Суть данного подхода состоит в том, что институционализм как школа экономической теории, предполагающей влияние социальных институтов на экономику, включается в анализ сущности социального предпринимательства. В этой связи выделяют институции (как нормы и обычаи поведения в обществе) и институты (как закрепленные нормы в виде законов, организаций, учреждений)². Отличительными характеристиками этого подхода являются принцип оптимизации, коллективности, рекомендательного прогнозирования, что способствует сохранению устойчивости общественной инициативы.

Зарубежные ученые уделяют внимание и экономическому подходу к определению сущности социального предпринимательства. Следует учесть, что обыкновенное предпринимательство дифференцируется на виды по экономическим теориям, в то время как социальное предпринимательство вобрало в себя особенности разных идей. Например, социальная предпринимательская деятельность содержит в себе позиции как теории «инновационного предпринимательства» Йозефа Шумпетера, так и «фирмообразующего предпринимательства» Израэля Кирцнера. Первая изучает образование рыночного дисбаланса и отводит большую роль в предпринимательстве нововведениям, нестандартным подходам к проблеме,

¹ «Устойчивое развитие института СП [социального предпринимательства]... становится возможным за счет тесного взаимодействия всех заинтересованных субъектов на всех уровнях властной вертикали» - Сафаров С.М. Указ. соч. С.19.

² Там же. С.21.

вторая анализирует факторы восстановления рыночного равновесия, благодаря ей создаются новые бизнес-предприятия, в данном случае инновационность методов не учитывается.

Лучшей моделью исследования социального предпринимательства, охватывающей выше описанные экономические теории, можно считать концептуальную структуру¹, предложенную Дж. Грегори Дизом и Бет Бэтл Андерсон. Ведь с точки зрения «кирцнерского» подхода, социальное предпринимательство выявляет стабильное, но изначально несправедливое равновесие, и указывает на возможности установления в этой несправедливости такого стабильного дисбаланса, который бы облегчил страдания целевой группы. Со стороны «шумпетерских» предпринимателей, социальная предпринимательская деятельность представляет собой форму динамического поведения в одной из неэкономических областей жизни общества².

Нельзя отрицать, что «феномен» социального предпринимательства предполагает не «сухое» извлечение прибыли посредством своей деятельности, а решение проблем всего общественного сектора, отклик на его нужды. Ученые полагают, что «традиционный» бизнес возникает из оппортунистических и сугубо экономических целей, в то время как социальное предпринимательство – из социально-ориентированных намерений³.

Разнообразие подходов к определению сущности социального предпринимательства предопределяет сложность и многосторонность ее структуры. Анализ приведенных выше теорий позволил мне прийти к критериям, позволяющим выявить концепцию сущности данного феномена, представленной в следующем параграфе.

¹ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014. – p. 22.

² Там же.

³ Там же. С.20.

Пункт 2. Сущность феномена социального предпринимательства

Социальному предпринимательству сложно дать конкретное определение. В Соединенных Штатах Америки на сегодняшний день ни одним законом не установлено, что такое социальное предпринимательство. Американские ученые, авторы книги «Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship»¹ привели список 45 определений данного явления, которые им удалось найти в научной литературе. По мнению самих авторов, все определения имеют право на существование, однако ни одно из них нельзя назвать полным. Основной причиной этой и других «путаниц» относительно социального предпринимательства я считаю проблему выявления его сущности.

Так как сущность – понятие широкое, то разумно определить некие доктринальные черты социального предпринимательства, которые в своей совокупности и составляют сущность феномена.

Наиболее сложным и спорным на мой взгляд фактором социального предпринимательства является его социальное назначение. Данная черта представляется в нескольких аспектах: непосредственно идея социальной миссии и «механический» вопрос преобладания прибыли над социально-ответственным поведением. Российский ученый Пономарев С.В.² точно подметил принцип социального предпринимательства – «решать проблемы общества, зарабатывая на этом», при том что «большая часть получаемой прибыли (до 65%) реинвестируется...». Доцент факультета менеджмента Университета штата Род-Айленд Сильвия Дорадо³ считает, что обыкновенные компании, отличающиеся социально-ответственным поведением не могут считаться социальным предпринимательством, так как они ставят

¹ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014: p. 14-19.

² С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства – Пермь: ПОЛИНАПРЕСС, 2016 – с. 6.

³ Dorado, S. (2006), «Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no?», Journal of Developmental Entrepreneurship, no.11(4), pp. 319–343.

перед собой задачу, прежде всего, достижения прибыли, а не решения социальных проблем. Их социальные намерения служат только этому коммерческому интересу. В этом же направлении некоторые авторы понимают под социальным предпринимательством некоммерческие организации «Nonprofit organizations», считая необходимым отличать их от коммерчески заинтересованных предприятий. Соответственно они дают определение социальному предпринимательству как «добродетельному поведению предпринимателя для достижения социальной миссии»¹. Сторонники данного течения считают, что социальное предпринимательство рассматривает прибыль как побочный продукт на пути создания социальной пользы. Личные и социальные мотивации могут быть найдены во всех социальных предпринимательских практиках². Данный критерий иллюзорен и сложен, потому что даже сами компании не знают, как найти компромисс между социальными целями и достижением прибыли. Ввиду того, что внутренние мотивы практически невозможно оценить, ученые разделились на два строго противоположных мнения. Одна часть исследователей уделяет особое внимание причинам организации социальной предпринимательской деятельности, а другая рассматривает последствия, к которым социальное предпринимательство может привести. Сторонники первого направления проводят различие между социальными предпринимателями «обыкновенными» и истинными, реальными: «...[реальные социальные предприниматели – это те], кто посвящает свои жизни служению другим... Они элементы своей работы, сильные духовно и социально»³. Все же большинство ученых убеждено, что социальное предпринимательство необязательно основывается на социальной мотивации. Они уверены, что более значимыми являются изменения, которые социальное предпринимательство провоцирует в обществе.

¹ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014: 20.

² Там же: С. 21.

³Thompson JL (2008) Social Enterprise and Social Entrepreneurship: Where Have We Reached? A Summary of Issues and Discussion Points, Social Enterprise Journal, Vol. 4(2) pp. 149-161.

С этой точки зрения, можно предположить, что социальные мотивы не обязательно должны изначально лежать в основе социальной предпринимательской деятельности, например, стремление к личностной реализации также может стать причиной организации социального предпринимательства. В таком случае, любая предпринимательская деятельность, приносящая социальное благо, независимо от того была ли она изначально социально ориентированной или нет, может расцениваться как социальное предпринимательство. Безусловно, эффект социальной предпринимательской деятельности, ее последствия – это наиболее важная сторона социального предпринимательства. Анализируя большое количество терминов и определений, авторы книги «Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship» пришли к выводу, что цель социальной предпринимательской деятельности должна складываться вокруг программ социально-экономического развития обеспечения общественного благосостояния.

В рамках шумпетерского «инновационного» подхода сущность социального предпринимательства характеризуется новаторством в методах решения социальных проблем. По мнению С.В. Пономарева, инновации являются важной составляющей социального предпринимательства: «Это может быть новый продукт или услуга, социальные технологии, которые лучше, дешевле, качественнее, доступнее, чем те, что были до них»¹. На мой взгляд, «инновационная» теория Шумпетера неоспорима относительно социального предпринимательства, учитывая, что сам феномен можно рассматривать как инновацию в решении острых социальных проблем. Действительно, если стандартные средства социального обеспечения работают недостаточно хорошо, то в обществе возникает естественная потребность к поиску новых способов организации совместной деятельности. Что же касается инновационных методов, то я считаю, что нельзя полностью вставать на сторону Шумпетера или Кирцнера. Необязательным условием надо считать

¹ С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства: ПОЛИНАПРЕСС, 2016: с.7.

наличие у каждого социального предпринимателя постоянно обновляющегося набора идей по решению социальных проблем. Основным критерием необходимо признавать результат такой деятельности независимо от новизны способов ее реализации.

Согласно социокультурному подходу, социальное предпринимательство – это выражение инициативности и самостоятельности общества. В данном случае можно указать на характер сущности социальной предпринимательской деятельности, выраженной внешне в самокупаемости и финансовой устойчивости¹. Данная черта отличает социальное предпринимательство от благотворительных организаций, которые получают материальное обеспечение из пассивного источника дохода (гранты, пожертвования и т.д.).

Некоторые ученые выделяют также еще две черты, определяющие сущность социального предпринимательства: «тиражируемость» и предпринимательский талант. Я считаю, что данные критерии не являются отличительными чертами именно социального предпринимательства, а определяют предпринимательство вообще.

Таким образом, я бы хотела заключить сущность социального предпринимательства в концептуальном определении, где социальное предпринимательство – это инновационный метод решения социальных проблем, отличающийся от традиционных способов социального обеспечения большой самостоятельностью в организационном и финансовом отношении, сочетающий в себе обыкновенную цель предпринимательства – получение выгоды с неординарной – способствованию социально-экономическому развитию и достижению всеобщего социального блага.

¹ Там же.

Пункт 3. История формирования социального предпринимательства в США. Его влияние на характер взаимодействия секторов экономики

Среди всех западных стран, где существует социальное предпринимательство, Соединенные Штаты Америки занимают особое место. Здесь сложилось активное, самостоятельное, и инициативное общество, которое в экономической сфере проявило наибольшую силу. На территории этой страны социально-ориентированные отношения получили развитие с момента колонизации материка. Тогда это были прообраз благотворительных организаций. Ни церковь, ни бесплатные вечерние школы для взрослых не получали помощи от государства, а источником финансового обеспечения для них были средства частных меценатов. В конце 19 века с появлением в США первых социально-ориентированных предприятий закрепились и традиция экономической самостоятельности свободного населения. Среди наиболее известных первых социальных предпринимателей свою нишу заняли Джейн Аддамс и Гейтс Старр, открывшие в 1884 году в Чикаго первый «Hull House» – «дом, оказывающий социальную поддержку иммигрантам и их детям»¹. Примечательно, что сегодня многие ученые говорят о социальном предпринимательстве как о прерогативе женщин².

В 70-е гг. XX века формулируется термин «социальное предприятие», предполагавший, что коммерческие предприятия имеют схожие цели и миссии с некоммерческими (далее – НКО). Однако в то время социальное предпринимательство не могло соревноваться с устоявшимися НКО, которые еще с 60-х гг. по государственной программе «Великое общество» получили от правительства многомиллиардные субсидии для развития социальной сферы. Победить такого конкурента социальному предпринимательству помогло

¹ С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства: ПОЛИНАПРЕСС, 2016: с.18.

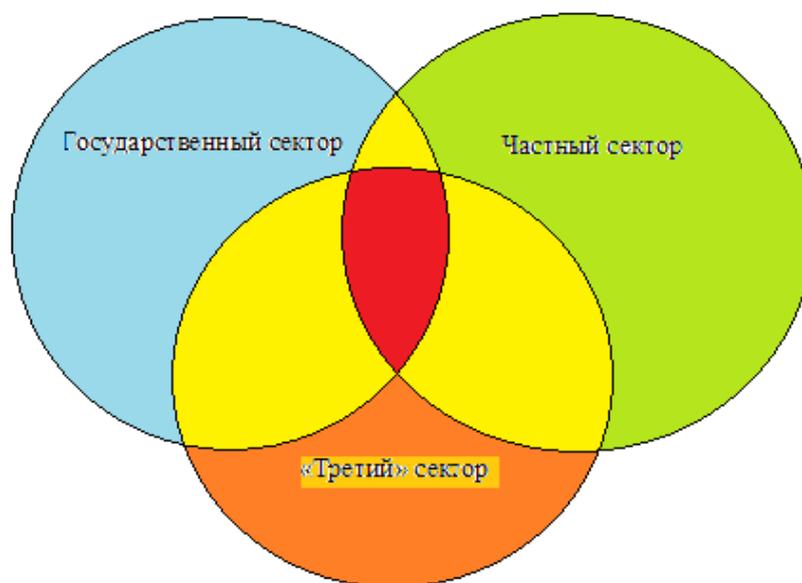
² Кашина М. А., Уткина Н. Ю. Социальное предпринимательство как бизнес, «подходящий» женщинам Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург). Журнал Управленческое консультирование. Выпуск № 8 (80) / 2015

стечение трагических обстоятельств и, в первую очередь, экономический кризис 70-80 гг. Государственное финансирование резко сократилось и НКО перешли к форме социального предприятия, полностью в руки третьего сектора экономики. Как утверждает профессор Университета Джона Хопкинса Л. Саламон, «в период с 1977 года по 1989 год около 40% роста доходов организаций социального обслуживания обеспечивалось за счет коммерческой деятельности, платных услуг и др.».¹ Наибольшего распространения социальное предпринимательство США достигнет в 90-е гг. XX века в связи с возрастающим интересом к новым формам решения социальных задач.

В связи с историческим развитием социального предпринимательства «бок о бок» с другими формами социального обеспечения необходимо определить границы, не изолирующие данный феномен от интеграции средств достижения социального благополучия, но отличающие их друг от друга. В социальной сфере работают, как правило, три основных сектора экономики: государственный, частный и «третий» сектор экономики. Последний отличается от частного сектора наличием «социальной миссии», именно к «третьему» сектору и относится социальное предпринимательство. С конца XX века граница между тремя секторами экономики стала постепенно стираться. На рисунке (с. 15 данной работы) показано пересечение (отмечено красным) инициатив разных экономических секторов по обеспечению социальной сферы. В этом сегменте и происходит «размывание» функциональных границ секторов, то есть, когда их цели совпадают, а поставленные задачи решаются путем применения комбинации различных средств. Благодаря частичному объединению к окончанию прошлого столетия сил государственного, частного и «третьего» секторов в экономике США социальное предпринимательство смогло занять определенную ступень между НКО (частный сектор) и областью

¹ Lester M Salamon. 1994/7/1. Журнал Foreign Affairs С.109-122 Издатель Council on Foreign Relations

государственного действия, сгенерироваться с этими секторами для достижения общего социального блага посредством сотрудничества.



По мнению Гришиной Я.С.¹, изначально государственный сектор США в вопросах социального обеспечения находился в «зачаточном состоянии», притом, что социальные противоречия только росли из-за недостатков рыночной экономики. Именно с этим связывают активное развитие социального предпринимательства в Соединенных Штатах Америки. От других форм социального обеспечения социальное предпринимательство отличают и по степени самостоятельности в финансовом отношении. Социальные предприятия в этой стране большую часть финансовой помощи получают именно от частного сектора, нежели от государства. В Штатах система частной поддержки находится на высочайшем уровне: «среди [благотворительных фондов, оказывающих поддержку социальным предпринимателям]... можно назвать фонды Келлога, Кауфмана, Рокфеллера, фонд развития предприятий Робертса, Конкуренции социальных предприятий в области коммерческой деятельности Гольдман-Сакс и др.... ежегодный доход социальных

¹ Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 111 с.

предприятий американского некоммерческого сектора экономики...составляет около \$1,4 трлн. и достигает 6,2% ВВП США. В некоммерческих организациях трудоустроено более 9,4 млн. граждан, фонд зарплаты которых – около 8,3% общего заработного фонда страны¹». Ввиду отсутствия законодательного определения форм социального предпринимательства по источнику финансовой поддержки их можно разделить на коммерческие и некоммерческие организации. Участие государства в оказании финансовой помощи коммерческим социальным организациям минимально: для них не предусмотрены налоговые или иные льготы. Некоммерческие организации получают большую финансовую поддержку от государственного сектора в виде займов на льготных условиях, частном финансировании, подкрепленном налоговыми льготами, и государственных грантов. Некоммерческие организации имеют серьезную финансовую поддержку со стороны и государственной системы грантов, и фондов, и частного финансирования, и системы налогообложения. Основной доходной статьей социального предпринимательства остается внутренняя поддержка.

История развития социального предпринимательства в Соединенных Штатах Америки обусловила характер неординарности американского феномена социального предпринимательства. Его главной отличительной чертой в этой стране стало активное взаимодействие с частным сектором экономики при ограниченной поддержке государственного. Раскрыв историю и сущность социального предпринимательства, можно проанализировать современное правовое регулирование данного явления в США, выявить его сложности и современные тенденции.

¹ Там же: с.117

Параграф 2: Развитие правового регулирования социального предпринимательства в Соединенных Штатах Америки

Пункт 1. Трудности оформления правового регулирования социального предпринимательства в США

Социальное предпринимательство как феномен рассматривается в науке с разных подходов. На практике оформить это явление становится еще труднее. Казалось бы, в Соединенных Штатах Америки социальное предпринимательство имеет глубокие корни (см. параграф 3 предыдущей главы данной работы), а значит должно быть ясно сформировано. Однако на сегодняшний день в этой стране нет закона о социальном предпринимательстве. В связи с чем, даже американские правоведы сталкиваются с проблемами правового регулирования социального предпринимательства: от определения этого явления до выработки мер государственной поддержки. Каковы же эти проблемы?

В научно-правовой среде не разрешен вопрос о необходимости фиксирования определения социального предпринимательства в законе. Согласно первому подходу¹ к данной проблеме, фиксированная дефиниция необходима для прогнозирования последствий такой предпринимательской деятельности, изначально «корректируя [ее] духовную составляющую». Потому как сегодня на практике любой социально-ответственный бизнес может считаться социальным предпринимательством вне зависимости от результата такой деятельности, различаясь лишь по источнику финансовой поддержки: частного или же государственного. Некоторые ученые считают, что определение социального предпринимательства необходимо закрепить в законе с обязательным учетом не только идеологической и практической, но и научной стороны феномена. Другая группа исследователей убеждена, что социальное

¹ Peredo, A.M. and McLean, M. 2008. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. Journal of World Business, p. 65.

предпринимательство, находясь на стадии своей «незрелости», уже затрагивает интересы различных сторон, в связи с чем целесообразнее, на их взгляд, продолжать диспуты и повременить с формулированием определения. Исследователи предположили, что преждевременное прекращение обсуждения может так и «оставить в тайне, скрыть множество непонятных, неопределенных и спорных аспектов... [которые] выросли из различных перспектив и интересов¹». Вопрос становится особенно острым, когда рассматривается социально-политическая сторона социального предпринимательства². На мой взгляд, определение социального предпринимательства необходимо закрепить законодательно ввиду объема возникающих проблем как в научном, так и в практическом понимании такого вида предпринимательской деятельности. Бесспорно, перед выполнением данной задачи должна быть проведена масштабная работа, чтобы определение охватывало всю многоаспектность данного явления в сочетании с точностью и ясностью формулировки. «На сегодняшний день перед исследователями социального предпринимательства стоит конкретная задача дать определение и выявить сущность и механизм этого феномена с помощью намеренных, специальных дискуссий и практик»³. Нет единого научно-правового мнения и в определении механизма социального предпринимательства. Социальный предпринимательский процесс в интерпретации некоторых ученых⁴ состоит из «всех когнитивных и поведенческих шагов, [выросших] из первоначальной концепции грубой бизнес-идеи... до тех пор, пока процесс либо не закончится, либо приведет к бизнесу с постоянными продажами». На протяжении различных фаз социального предпринимательского процесса основные вопросы экономики (что, как и для кого производить) становятся очень дискуссионными. Особенно

¹ Mair, J. and Marti', I. (2006), "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, no. 41 (1), pp. 36–44.

² Cho, A.H. (2006), "Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal", in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), *Social entrepreneurship*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK, pp. 34–56.

³ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. *Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship*: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014: 21.

⁴ Там же, 22.

мнения расходятся, когда встает вопрос, создает ли социальное предпринимательство «социальное благо или что-то подобное¹» и решает ли оно назревшие социальные проблемы, каков механизм таких решений. Существует мнение, что закрепить механизм социального предпринимательства можно было бы в соответствии с идеей, что такой вид предпринимательства охватывает любую деятельность, приносящую пользу группам, находящимся в неблагоприятном положении², сообществам, особенно их частям или «обществу в целом³». Особенно важным представляется выделение на законодательном уровне понятия «развивающаяся фирма» и момент, с которого ее можно отнести к социальному предпринимательству в зависимости от его критериев: либо изначально, либо только после анализа общественных изменений, которые создала эта фирма. Смещение социального предпринимательства с другими формами решения социальных проблем грозит и законодателю ввиду сложности феномена, его необходимо отличать от социально-ориентированного бизнеса. По мнению Пономарева С.В., понимание социального предпринимательства как бизнеса в социальной сфере ошибочно. Оно не может быть таковым исходя из сущности социального предпринимательства, где «получаемый доход выступает не конечной целью, а средством для решения значимых социальных проблем. То есть главное - не просто заработать денег, но с их помощью изменить что-то в окружающем мире, использовать их для благих целей». Более того, Сергей Витальевич выделяет особенность механизма такого вида предпринимательства: «Большая часть получаемой прибыли (до 65%) реинвестируется, а не распределяется между акционерами и собственниками. Деньги - это ресурс для изменений, поэтому часто социальных предпринимателей называют «changemakers» (англ. – создающие перемены)». Специфичность

¹ Peredo, A.M. and McLean, M. (2006), "Social entrepreneurship: A critical review of the concept", *Journal of World Business*, no. 41, pp. 56–65.

² Hibbert S., Hogg G., Quinn T. *Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue* // *Journal of Consumer Behaviour*. 2005. Vol. 4 (3). P. 159–172.

³ Martin R.J., Osberg S. *Social Entrepreneurship: The Case for a Definition* // *Stanford Social Innovation Review*, 2007. Vol. Spring. P. 29–39.

правового аспекта федерализма Соединенных Штатов Америки вызывает острые диспуты в научном мире, и возникают они относительно формирования любого закона. Для социального предпринимательства эта проблема носит двойной характер. Во-первых, общий вопрос возможного отличия коренного законодательства одного штата от законодательства другого, а иногда и от правовой системы всей территории страны¹. Правовая база штатов настолько самостоятельна, что это ставит под сомнение необходимость единого федерального закона о социальном предпринимательстве. Однако если каждый штат закрепит в местных законах «свое» определение, это вызовет практические трудности в деятельности американских социальных предпринимателей. Во-вторых, «в Соединенных Штатах социальные предприятия также развиваются неравномерно, концентрируясь вокруг нескольких наиболее активных точек роста²». Это, в свою очередь, создает трудности в формировании единых законов. Получается, что в одной стране есть только некоторые территории, нуждающиеся в правовом регулировании социальной предпринимательской деятельности.

Отсутствие законодательного закрепления социального предпринимательства в США и наличие большого числа сложностей в оформлении его правового регулирования вызвало на практике образование многочисленных форм социального предпринимательства.

¹ Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 118 с.

² С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства: ПОЛИНАПРЕСС, 2016: с.18.

Пункт 2. Современные организационно-правовые формы

социального предпринимательства в США

«Неясность слова - это неизменный признак неясности мысли»

Л.Н. Толстой

Так великий русский писатель Лев Николаевич Толстой, который несколько лет учился на юридическом факультете Казанского университета, связывает понимание глубокого с его внешним проявлением (мысль и слово; сущность и ее выражение). Касательно социального предпринимательства данное высказывание поможет отразить ситуацию, возникшую сегодня на практике. Социальное предпринимательство в наши дни принимает различные организационно-правовые формы. Не существует никакого перечня всех моделей социального предпринимательства, потому разные авторы собирают различные «наборы» таких форм, которые постоянно меняются. «Неопределенность», «неясность» в этом вопросе, на мой взгляд, говорит о «неясности мысли», о непонимании сущности социального предпринимательства на законодательном уровне.

Стоит отметить, что американские социальные предприниматели «приспособились» к неопределенности. Дело в том, что, как показано в 3 пункте 1 параграфа настоящей работы, статус социального предпринимателя (который не закреплен законом) не несет за собой никаких финансово-правовых особенностей и последствий, ни в виде пониженной ставки налогообложения, ни в упрощении создания такой организации. С.В. Пономарев считает, что организационно-правовые формы не так важны для социального предпринимательства, «ведь бизнес – эффективный инструмент достижения поставленных целей, самодостаточный и результативный¹».

¹ С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства: ПОЛИНАПРЕСС, 2016: с.6.

В любом случае на практике образуются многочисленные организации и фирмы, которые по тем или иным причинам могли бы быть указаны законодателем в качестве форм социального предпринимательства. Разнообразие этих моделей можно классифицировать на группы коммерческих, некоммерческих и гибридных организаций.

С.В. Пономарев выделяет 2 основные формы коммерческих организаций: эффективную корпорацию и общество с ограниченной ответственностью низкой прибыли. Первая модель юридически оформлена в 26 штатах и округе Колумбия, принявших закон, причисляющий эффективные корпорации к легальному бизнесу. В каждом штате «общественная польза» определяется в нормативно-правовом акте по-своему. Эффективные корпорации устанавливают заранее объем отчислений на социальные цели и каждый год публикуют отчет, в котором предоставляют оценку своего прогресса на пути к решению социальных и экологических проблем. Данная форма социального предпринимательства привлекает инвесторов «повышенной формой защиты»¹. Эффективные корпорации регулируются не только местными, но и федеральными законами. Например, часть статьи 14600 главы 1 раздела 13 билля об эффективной корпорации (benefit corporations) штата Калифорния, который соответственно распространяется только на пределы этой территории, гласит, что «такие предприятия регулируются как данным нормативно-правовым актом, так и Общим законом о корпорациях»².

Общество с ограниченной ответственностью (далее – ООО) низкой прибыли социальную миссию считает своей основной целью. В правовом отношении на эти организации распространяются все общие положения о деятельности ООО. На законодательном уровне данная модель закреплена в 10

¹ <http://benefitcorp.net/businesses/why-become-benefit-corp>

² PART 13. BENEFIT CORPORATIONS CHAPTER 1. Preliminary Provisions 14600. LEGISLATIVE COUNSEL'S DIGEST. Assembly Bill No. 361 CHAPTER 728 An act to add Part 13 (commencing with Section 14600) to Division 3 of Title 1 of the Corporations Code, relating to benefit corporations. [Approved by Governor October 09, 2011. Filed with Secretary of State October 09, 2011.]

штатах, также существуют отдельные нормативные постановления у других 26 штатов Америки. Перечень видов социально-ориентированной деятельности эффективных корпораций и обществ с ограниченной ответственностью низкой прибыли сводится к общему, состоящему из деятельности по субъекту (то есть направленной на предоставление экономических возможностей малообеспеченным группам населения) и по объекту (обеспечивающей устойчивое развитие здравоохранения, науки, искусства, образования, охрану окружающей среды, содействие другим социальным предприятиям).

Среди некоммерческой группы интересны некоммерческие организации с прибыльной деятельностью. Механизм их работы в самом общем уровне состоит из целей, совпадающих с благотворительными организациями и соответствующих идеи социального предпринимательства, и дополнительного источника дохода в виде платных услуг. Доход от социальных услуг используется так же, как и основной, от частных пожертвований, для устойчивости организации. Примером НКО с прибыльной деятельностью может послужить молодежная организация скаутов. Доходы, получаемые НКО от продажи детьми печенья идут на «реализацию миссии» данной организации¹.

Социальные предприятия возникли «на стыке коммерческих и некоммерческих организаций²», возможно, это и стало причиной популярности гибридных организаций среди социальных предпринимателей. Деятельность таких предприятий объединяют способы частного, государственного и «третьего» сектора в решении социальных задач. Механизм гибридных организаций, как правило, направляет прибыль от бизнеса на финансирование инициатив некоммерческой организации.

1 С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства: ПОЛИНАПРЕСС, 2016: с.24.

2 Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 111 с.

Правовое регулирование социального предпринимательства в Соединенных Штатах Америки не оформлено в единый закон и не представлено в единой научно-правовой теории. Именно поэтому социальные предприниматели вынуждены оформлять свое дело как совершенно обыкновенный бизнес. Авторы книги «Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship»¹ убеждены, что существует много заинтересованных лиц, для которых «уместная дефиниция вызывает ... обсуждения». Учитывая особенности развития экономики США с преобладающим частным сектором, можно было бы предположить, что социальные предприниматели не нуждаются в государственном законодательстве. В таком случае есть вероятность перехода к крайности самостоятельности бизнеса и невозможности его урегулирования посредством законодательных актов. Скорее всего, в основе такого сценария событий лежал бы только денежный фактор, и возникла бы необходимость в корпоративном законодательстве. Неординарная организация социального предпринимательства в США и его место в трехсекторном делении экономики оказало влияние на его формирование в Канаде, а также странах Латинской Америки². Все это заставляет различные заинтересованные круги изучать феномен социального предпринимательства, развивать его правовую базу. Так сегодня мы можем говорить о тенденциях, наметившихся за последнее десятилетие в правовой культуре социального предпринимательства.

¹ Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014: 14-19.

² Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 112 с.

Пункт 3. Тенденции изменения современного правового регулирования социального предпринимательства в США

Существующие трудности правового регулирования социального предпринимательства провоцируют правоведов на устранение постоянно растущих проблем. Это создает почву для изменений правового аспекта социального предпринимательства.

Как правило, изменения правового характера катализируют проблемы механизма реализации деятельности. Среди тенденций изменения законодательства Соединенных Штатов Америки в сфере регулирования социального предпринимательства можно выделить несколько направлений: поддержка начинающего бизнеса, развитие мер государственной защиты социально-ориентированных предприятий, оказание финансовой поддержки организациям «добровольческого» сектора.

1. Помощь «новичкам»

Большинство начинающих предпринимателей не выдерживают конкуренции с уже опытными бизнесменами. Помимо этого на развивающееся дело может повлиять ряд других факторов (экономический кризис в стране, плохой анализ рыночной ситуации и оценки востребованности предоставляемого товара или услуги на рынке, недостаточный первоначальный капитал и многое другое). Социальному предпринимателю заведомо сложнее, нежели обыкновенному бизнесмену. Социальная сфера, по большей части, приносит убытки. Это подтверждает тот факт, что социальное обеспечение традиционно представляет собой убыточную статью государственного бюджета. Однако исключительность феномена социального предпринимательства и состоит в том, чтобы зарабатывать, способствуя прогрессу социального развития. Государству выгодно поддерживать такие начинания. В основном, средства государственной поддержки социального предпринимательства проявляются в обеспечении начинающего социального

бизнеса льготными кредитами, продвижении сотрудничества между публичным, частным и «третьим» секторами экономики, поддержки взаимодействия коммерческих и некоммерческих организаций. Я считаю, что государственный сектор должен уделять максимум внимания «развивающимся фирмам» (см. пункт 1 параграфа 2 данной работы).

2. Предоставление правовых преференций в сфере лицензирования и сертификации социальных предприятий.

Помимо оказания поддержки государству необходимо видеть результаты, к которым она приводит. Для этого законодатель склоняется к различного рода способам регулирования социальных предприятий, получающих поддержку из государственной казны. Это проявляется в организации анализа успешности и контроля работы в таких областях социальной сферы как социальное обслуживание, медицина, образование и пр. Действительно, ошибка любого работника такого типа социального предприятия может привести к непоправимым последствиям и, прежде всего, для общества. «Было бы идеально, если бы социальные предприятия смогли предоставлять подробную информацию по использованию субсидий и их влияния на благополучие общества¹». Так как этого практически невозможно добиться из-за дороговизны мониторинга использования субсидий, то государство само начинает оценивать деятельность социального предприятия. Методы регулирования деятельности социально-ориентированного предпринимательства зависят от источника его финансирования, а следовательно, и от степени его зависимости от государственного сектора. Для некоммерческих социальных организаций власть использует один из трех методов государственного регулирования: сертификацию, договор или государственный контроль. Отдельным институтом здесь выступает лицензирование предприятий, действующих в социально значимых областях.

¹ THE ROLE OF SOCIAL ENTERPRISE AND HYBRID ORGANIZATIONS. Ofer Eldar. John M. Olin Center for Studies in Law, Economics, and Public Policy Research Paper No. 485

Так, международная организация маркировки справедливой торговли (Fairtrade Labelling Organization International¹), сертифицируя какую-либо организацию как «мелкого производителя», помещает на нее товарный знак, который гарантирует посредством ревизий и проверок, что производителям будут выделены субсидии в виде минимальной справедливой рыночной цены, страхового взноса и авансового финансирования до 60% заказов². Более того, государство поддерживает частные системы страхования социальных предприятий. Например, Стандарты справедливой торговли³ призывают социальных предпринимателей к обязанности выполнения договоренностей и страхуют их от произвола других субъектов экономики.

3. Оказание финансовой поддержки в рамках правового регулирования.

Разработкой нормативно-правовых документов, содержащих меры по оказанию финансовой поддержки социальным предпринимателям занимается Управление по делам малого бизнеса Соединенных Штатов Америки. Его деятельность ограничена пятью основными направлениями:

- 1) стимулирование социальных инноваций;
- 2) создание благоприятных условий для развития социальных инициатив;
- 3) признание и поощрение успешных социальных инициатив;
- 4) помощь в распространении и развитии успешных социальных инициатив;

¹ <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade.html>

² THE ROLE OF SOCIAL ENTERPRISE AND HYBRID ORGANIZATIONS. Ofer Eldar. John M. Olin Center for Studies in Law, Economics, and Public Policy Research Paper No. 485

³ <https://www.tradefair.com/why-tradefair/>

5) распространение информации об эффективности социального предпринимательства¹.

4. Обеспечение гарантированного доступа к реализации социальных заказов.

Государство заинтересовано в том, чтобы социальные проблемы, уменьшающие бюджет страны с геометрической прогрессией и с завидным постоянством, решались за счет частного или «добровольческого» сектора. Однако ввиду незакрепленного законом механизма постановки конкретных задач перед «хорошим бизнесом²» социальные предприниматели сами определяют направление своей деятельности, им никто не оказывает помощи в мониторинге необходимых социальных услуг и т.д. Именно это вынуждает законодательство двигаться по пути предоставления социальным предприятиям сферы деятельности в виде социальных заказов. Данные мероприятия способствуют выработке конкурентоспособности социально-ориентированных предприятий.

Сегодня складываются определенные тенденции в оформлении правового регулирования социального предпринимательства в Соединенных Штатах Америки. Остается надеяться, что американский законодатель в ближайшем будущем придет либо к установлению единого федерального закона о социальном предпринимательстве, либо сможет обойти все практические сложности механизма этого феномена с помощью отдельных актов, принимаемых на уровне штатов и регулирующих узко-правовые и экономические аспекты социально-ориентированного бизнеса.

¹ Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 112 с.

² Перевод названия книги Джейсона Хэба «The Business of Good: Social Entrepreneurship and the New Bottom Line» Paperback – May 10, 2016.

Заключение

Правовое регулирование социального предпринимательства способствует сближению государственного, частного и «добровольческого» секторов экономики, обязывает ученых-правоведов продолжать работы по оформлению правового поля такого важного современного явления, решающего социальные проблемы общества.

В данной работе раскрыта проблема о положении правового регулирования социального предпринимательства в США.

Достигнута цель работы: сформировать целостное представление о развитии социального предпринимательства в США и о современной ситуации его правового регулирования.

Определен объект исследования – правовое регулирование социального предпринимательства в США, изучен предмет – особенности правового регулирования социального предпринимательства в США.

Мной было предложено концептуальное определение сущности социального предпринимательства, выявлены основные тенденции его правового регулирования.

Поставленные задачи: изучение существующих теоретических подходов к определению сущности социального предпринимательства; выявление сущности социального предпринимательства; характеристика исторических аспектов социального предпринимательства, повлиявших на его положение в секторах экономики; раскрытие трудностей и тенденций современного правового регулирования социального предпринимательства в США; описание основных организационно-правовых форм социального предпринимательства в США – раскрыты полностью.

Данная работа дает представление о правовом регулировании социального предпринимательства в США и может быть применима для дальнейшего изучения этого экономико-правового феномена.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Нормативные правовые акты:

1. BENEFIT CORPORATIONS CHAPTER 1. Preliminary Provisions
14600.LEGISLATIVE COUNSEL'S DIGEST. Assembly Bill No. 361 CHAPTER
728 An act to add Part 13 (commencing with Section 14600) to Division 3 of Title
1 of the Corporations Code, relating to benefit corporations. [Approved
by Governor October 09, 2011. Filed with Secretary of State October 09, 2011.]

2. Публикации в периодике (газеты, журналы):

1. Dorado, S. (2006), «Social entrepreneurial ventures: different values so different process of creation, no? », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, no.11(4), pp. 319–343.
2. Thompson JL (2008) Social Enterprise and Social Entrepreneurship: Where Have We Reached? A Summary of Issues and Discussion Points, *Social Enterprise Journal*, Vol. 4(2) pp. 149-161.
3. Lester M Salamon. 1994/7/1. Журнал *Foreign Affairs* C.109-122
Издатель Council on Foreign Relations.
4. Peredo, A.M. and McLean, M. 2008. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, no. 41, pp. 56–65.
5. Mair, J. and Martí, I. (2006), “Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight”, *Journal of World Business*, no. 41 (1), pp. 36–44.
6. Hibbert S., Hogg G., Quinn T. Social Entrepreneurship: Understanding Consumer Motives for Buying The Big Issue // *Journal of Consumer Behaviour*. 2005. Vol. 4 (3). P. 159–172.
7. Кашина М. А., Уткина Н. Ю. Социальное предпринимательство как бизнес, «подходящий» женщинам. Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург). Журнал *Управленческое консультирование*. Выпуск № 8 (80) / 2015.
8. Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы: автореферат диссертации «Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства» доктора юридических наук: 12.00.03 / ГРИШИНА ЯНА СЕРГЕЕВНА; Пермский университет - Пермь, 2012. – 111-118 с.

3. Научная литература:

1. Philip H. Phan, Jill Kickul, Sophie Bacq, Mattias Nordqvist. Theory and Empirical research in Social Entrepreneurship: Edward Elgar Publishing, Inc, 2014.
2. Cho, A.H. (2006), "Politics, values and social entrepreneurship: A critical appraisal", in Mair, J., Robinson, J., and Hockerts, K. (ed.), Social entrepreneurship, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK, pp. 34–56.
3. Martin R.J., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for a Definition // Stanford Social Innovation Review, 2007. Vol. Spring. P. 29–39.
4. THE ROLE OF SOCIAL ENTERPRISE AND HYBRID ORGANIZATIONS. Ofer Eldar. John M. Olin Center for Studies in Law, Economics, and Public Policy Research Paper No. 485
5. Джейсон Хэб «The Business of Good: Social Entrepreneurship and the New Bottom Line» Paperback – May 10, 2016.
6. Сафаров С.М. Основы социального предпринимательства. – Иваново: Роца, 2014. – с. 16-23.
7. Липсет С. Политический человек: социальные основания политики; пер. с англ. Е. Г. Генделя, В. П. Гайдамака, А. В. Матешук. — М: Мысль, 2016. — с. 47.
8. С.В. Пономарев. Российские и американские практики поддержки социального предпринимательства – Пермь: ПОЛИНАПРЕСС, 2016 – с. 6.

4. Интернет-ресурсы:

1. работа подготовлена с использованием СПС КонсультантПлюс
2. <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade.html>
3. <https://www.tradefair.com/why-tradefair/>
4. <http://benefitcorp.net/businesses/why-become-benefit-corp>
5. <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=феномен&all=x>