

УДК 346.26

## **СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ КОРПОРАЦИИ США И ГЕРМАНИИ: ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТАТУСА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

**Д. В. Калинин**

ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

Рассмотрены актуальные вопросы в области легализации субъекта социального предпринимательства в США и Германии. Проанализирован процесс негосударственной сертификации, в результате которого социальному предприятию присваивается статус «общественно-полезной корпорации». Изучены такие модели субъектов социального предпринимательства, как коммерческая низкодоходная корпорация с ограниченной ответственностью, корпорация общественного блага, существующие в США, и некоммерческие общества с ограниченной ответственностью, существующие в Германии.

***Ключевые слова:** социальное предпринимательство, негосударственная сертификация, коммерческая низкодоходная корпорация с ограниченной ответственностью, корпорация общественного блага, некоммерческие общества с ограниченной ответственностью.*

Эволюция идеологии социального предпринимательства, под которой принято понимать развитие взглядов и идей, принципов, норм и правил, определяющих, устанавливающих и регулирующих общественные отношения<sup>1</sup> с участием субъектов социального предпринимательства, в последнее время стала привлекать внимание не только социологов<sup>2</sup> и экономистов<sup>3</sup>, но и представителей юридической науки<sup>4</sup>. Цивилистический интерес к данной идеологии обусловлен

---

<sup>1</sup> Идеология — это принцип организации общества. URL: <http://fb.ru/article/39500/ideologiya-eto-printsip-organizatsii-obschestva> (дата обращения: 07.10.2017).

<sup>2</sup> См.: Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможности его применения в современной России. Препринт WP1/2008/02. М.: ГУ ВШЭ, 2008. 84 с.; Голубев С.В. Государственное регулирование социально-предпринимательской деятельности молодежи в Республике Марий Эл: дис. ... канд. социол. наук. Йошкар-Ола, 2005. 190 с.

<sup>3</sup> См.: Кадол Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике: дис. ... канд. эконом. наук. М., 2009. 183 с.; Арай Ю.Н. Бизнес-модель в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования: дис. ... канд. эконом. наук. СПб, 2015. 213 с.; Старовойтов Д.Б. Формирование экономического механизма социального предпринимательства в сфере платных социальных услуг: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. М., 2013. 29 с.

<sup>4</sup> См.: Гришина Я.С. Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства: дис. ... д-ра юр. наук. М., 2016. 505 с.

возрастающим влиянием социального предпринимательства как эффективного антикризисного инструмента социальной политики, положительно зарекомендовавшего себя во многих зарубежных странах и оказавшего существенное влияние на развитие мировой правоприменительной практики. В условиях отсутствия в Российской Федерации легального определения социального предпринимательства очевидно, что тенденции, закономерности и перспективы развития законодательства, регламентирующего правовое положение субъекта социального предпринимательства, необходимо выявлять с учетом анализа зарубежного правоприменительного опыта.

В данном контексте наибольший научный интерес представляет изучение законодательства США и Германии в сфере регулирования социального предпринимательства.

Так, в Соединенных Штатах Америки 2011 г. был объявлен «годом социального предпринимательства», как основы формирования «четвертого сектора экономики», обеспечивающего взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества<sup>5</sup>. Германия аналогичным образом, подчеркивая взаимосвязь между бизнесом и обществом и осознавая, что социальные бизнес-проекты, как и социальная политика, должны следовать принципу создания общей ценности, приводящему к решениям, выгодным для обеих сторон<sup>6</sup>, также представляет собой образец современной модели социальной экономики.

В Соединенных Штатах Америки, в отличие от стран Европы, легализация субъекта социального предпринимательства осуществляется посредством негосударственной сертификации, в результате которой социальному предприятию присваивается статус «B corporation» («B» – от Benefit, обозначает «выгодный, полезный»), т.е. «общественно-полезной корпорации», предоставляющей возможность участия, в зависимости от присвоенного рейтинга общественной полезности, в социальных инвестиционных проектах частного бизнеса и государства. Несмотря на то, что в России еще не сложились, как в США, традиции поддержки частными благотворительными инвестиционными фондами некоммерческого сектора, способного составить альтернативу государству в оказании социально значимых

---

<sup>5</sup> 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. Барина. Саратов: Слово, 2014. С. 4.

<sup>6</sup> Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review, 2006. P. 78 – 92. URL: <http://classes.uleth.ca/200803/mgt3031d/Porter%20&%20Kramer%20HBR.pdf> (дата обращения: 15.04.2016).

услуг, тем не менее критерии «общественной полезности», на основании которых присваивается статус «B corporation», несомненно, представляют интерес для российской правоприменительной практики.

В настоящее время курс социальной политики России, взятый на разгосударствление социальной сферы, является одним из приоритетных ее направлений. В целях совершенствования системы стимулирования российских организаций к повышению информационной открытости и прозрачности результатов воздействия их деятельности на общество и окружающую среду, включая экономическую, экологическую и социальную составляющие, Распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. № 876-р утверждена Концепция развития публичной нефинансовой отчетности<sup>7</sup> (далее - Концепция), разработанная во исполнение п. 9 разд. III плана мероприятий («дорожной карты») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере»<sup>8</sup>. Концепция пока не предполагает возможность рейтинговой сертификации с присвоением статуса «социально-предпринимательской» (социально ответственной, социально полезной) организации, но изучение американского опыта, несомненно, скажется на расширении возможностей для объективной оценки на основе публичной нефинансовой отчетности вклада результатов деятельности российских организаций в общественное развитие.

В США, в отсутствие специального федерального закона о социальном предпринимательстве, нет и единой государственной системы сертификации. Любая социально ориентированная организация, независимо от организационно-правовой формы, основывающая деятельность на идеологии социального предпринимательства, вправе сертифицироваться у любого рейтингового агентства. Однако наибольший авторитет у инвесторов и потребителей среди сертификационных рейтинговых агентств получила в настоящее время некоммерческая организация «B Lab», успешно конкурирующая с другими крупными агентствами, такими как «Det Norske Veritas», «Underwriters Laboratories» и «Technischer

---

<sup>7</sup> Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации: Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2017 г. № 876-р // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/49565.html> // (дата обращения: 10.07.2017).

<sup>8</sup> План мероприятий («дорожная карта») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», утвержден распоряжением Правительства РФ от 08.06.2016 г. № 1144-р // СПС «КонсультантПлюс». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_199767/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199767/) (дата обращения: 10.07.2017).

Überwachungsverein», нацеленными на продвижение программ по ускорению роста социального предпринимательства.

Сертификационное рейтинговое агентство «B Lab» было основано в 2006 г. в округе Делавэр в Пенсильвании Джейм Коемом Гилбертом, Бартом Хоулаханом и Эндрю Кэссоем. Основу его популярности составляет то обстоятельство, что «B Lab» выдает специальные сертификаты (B Lab certification или B Corporation certification) для корпораций и выпускаемой ими продукции, соответствующие критериям социальной и экологической эффективности, рейтинг которых получил заслуженное доверие<sup>9</sup>. Первый сертификат «B Lab» был выдан в 2007 г. Приобретенный сертификационный статус «B Corporation» или «B Corp» — это «знак качества» организации, отвечающей строгим критериям в области социальной ответственности, воздействия на окружающую среду, прозрачности и управления, использующей собственные ресурсы для решения социальных и экологических проблем. В этой направленности несомненно прослеживается идеологическая общность «B Lab» и российской концепции развития публичной нефинансовой отчетности.

Рейтинги «B Lab» оцениваются по четырем основаниям: социальная ответственность, сотрудники, потребители, сообщество и окружающая среда. Так, например, по критерию «Сотрудники» оценивается степень участия работников корпорации в уставном капитале общества, по критерию «Потребители» – удовлетворение потребностей сообщества в товарах и услугах по цене, качеству, безопасности, полезности и экологической чистоте, по критерию «Окружающая среда» – экологический эффект положительного воздействия на сообщество и окружающую среду.

Наибольший интерес вызывает критерий сертификации по основанию «Социальная ответственность», оцениваемый по разделам: «Управление», «Прозрачность» и «Справедливая торговля». Если такие критерии сертификации, как «Управление», «Прозрачность», достаточно понятны, то термин «Справедливая торговля» требует дополнительных пояснений. Под ним понимается популярное во многих зарубежных странах общественное движение, обеспечивающее правовые гарантии производителям товара, оптимальную стоимость высокоэкологичной продукции и охрану окружающей среды<sup>10</sup>. Движение защищает интересы мелких производителей товаров ручной

---

<sup>9</sup> Опыт развития социального предпринимательства в США. URL: <http://www.slideshare.net/Vovainer/ss-36115255> (дата обращения: 25.07.2017).

<sup>10</sup> Сеницына Е. Справедливая торговля – социальный бизнес на борьбе с бедностью // Портал Cloudwatcher. URL: <http://cloudwatcher.ru/analytics/1/view/70/> (дата обращения: 29.07.2016).

работы, обеспечивает конкурентоспособность и оптимальную, справедливую стоимость некоторых продуктов, соразмерную высоким затратам на их производство. Для сельхозпроизводителей и ремесленников из развивающихся стран Азии, Африки и Латинской Америки участие в «справедливой торговле» позволяет бороться с безработицей, бедностью и другими социальными проблемами, что позволяет рассматривать это движение как составную часть социального предпринимательства. В России принципы «справедливой торговли», так же как и социального предпринимательства, мало известны и понятны. Это обуславливается низким уровнем развития социальной экономики в стране.

Примечательно, что статус «B corporation» для американского социального предпринимателя, в отличие от европейского статуса «социального кооператива», не дает права на налоговые льготы. В российских условиях конкуренции социально ориентированных некоммерческих организаций за бюджетную поддержку, мотивация американских социальных предпринимателей не понятна.

Может создаться впечатление, что в США, в отличие от европейских стран, государство не занимается развитием социального предпринимательства. Это впечатление обманчиво. В США государство выдает гарантии, обеспечивая предоставление льготных кредитов, гарантирует доступ социальным предпринимателям к выполнению социальных заказов различных государственных учреждений, учувствует в различных формах государственно-частного партнерства, способствует устранению административных барьеров для развития социального предпринимательства<sup>11</sup>. При этом приоритетом заключения соответствующих соглашений пользуются социальные предприниматели со статусом «B corporation», имеющие наивысший сертификационный рейтинг, служащий им при этом защитой от недружественных поглощений<sup>12</sup>.

Для подтверждения высокого рейтинга социальные предприниматели ежегодно отчитываются перед «B Lab» и проходят сертификацию каждые два года. Эта процедура для каждой социальной корпорации, претендующей или подтверждающей статус «B Corporation», осуществляется на возмездной основе, ее оплата

---

<sup>11</sup> Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы // Вестник Пермского Университета. Юридические науки. 2012. № 2 (16). С. 112.

<sup>12</sup> Gupta A. L3cs and B corps: new corporate forms fertilizing the field between traditional for-profit and nonprofit corporations // N.Y. j. of law & business. 2011. N.Y., Vol. 8. №1. PP. 203 – 226.

устанавливается для каждой организации отдельно в зависимости от ее дохода<sup>13</sup>. Оплата сертификации не гарантирует получения статуса.

До 2008 г. к рейтинговой сертификации прибегали преимущественно некоммерческие организации, составляющие основу социального предпринимательства. Однако с легализацией в некоторых американских штатах специально предназначенных для социально-предпринимательской деятельности коммерческих низкодоходных корпораций с ограниченной ответственностью (англ. Low-Profit Limited Liability Company – L3C) и - общественного блага (англ. Benefit corporation) ситуация изменилась. Данные хозяйственные общества, не ставящие в качестве одной из основных целей извлечение прибыли, также конкурируют с некоммерческими организациями за статус «B Corporation».

Первая низкодоходная корпорация с ограниченной ответственностью легализована в штате Вермонт в 2008 г. в дополнение к общему закону об обществах с ограниченной ответственностью (Limited Liability Company – LLC)<sup>14</sup>. Сегодня это самая признанная в США коммерческая организационно-правовая форма субъекта социального предпринимательства<sup>15</sup>.

Правовое положение низкодоходной корпорации с ограниченной ответственностью не отличается от традиционного общества с ограниченной ответственностью, за исключением необходимости отвечать еще трем дополнительным критериям, которые закрепляются в уставных документах L3C: 1) заинтересованность в достижении не менее одной общественно полезной цели; 2) отсутствие стремления к получению максимальной прибыли, но финансирование общественно полезной деятельности; 3) не преследование политических целей<sup>16</sup>. Регистрация L3C может в различных штатах несущественно отличаться и может быть произведена путем создания новой низкодоходной корпорации с ограниченной ответственностью или внесения изменений в устав уже существующего ООО<sup>17</sup>.

Закон о корпорациях общественного блага (Benefit corporation) принят в апреле 2010 г. в штате Мэриленд. Согласно этому закону «Benefit corporation» — это не сертификационный статус

---

<sup>13</sup> 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. PP. 8-9.

<sup>14</sup> Там же. Р. 2.

<sup>15</sup> Опыт развития социального предпринимательства в США.

<sup>16</sup> Cooney K., (2012). Mission control: Examining the institutionalization of new legal forms of social enterprise in different strategic action fields. Р. 7.

<sup>17</sup> Cooney K. Указ. соч. Р. 8.

некоммерческого рейтингового агентства «B Lab», а одноименное название организационно - правовой формы корпорации, разделяющей социально предпринимательскую идеологию. Вместе с тем это не отменяет необходимости, для включения в социальные инвестиционные программы, получения в «B Lab» или любом другом агентстве статуса субъекта, прошедшего сертификацию на соответствие общественно-полезным целям. На сегодняшний день зарегистрировать корпорацию общественного блага (Benefit corporation) можно в тринадцати штатах: Вашингтон, Вермонт, Вирджиния, Гавайи, Иллинойс, Калифорния, Луизиана, Массачусетс, Мэриленд, Нью-Джерси, Нью-Йорк, Пенсильвания и Южная Каролина<sup>18</sup>.

Корпорация общественного блага, так же как и низкодоходная корпорация с ограниченной ответственностью (L3C), является типичной гибридной организацией, сочетающей в себе признаки коммерческой и некоммерческой организаций. Различия их состоят в том, что правовое положение L3C базируется на законодательстве об обществах с ограниченной ответственностью, а Benefit corporation – на различных видах легально существующих корпораций<sup>19</sup>.

В Германии в марте 2013 г., вслед за США, также легализована предназначенная для осуществления социально-предпринимательской деятельности специальная организационно-правовая форма юридического лица – некоммерческое общество с ограниченной ответственностью (gemeinnützige GmbH - gGmbH), также действующее на базе традиционного германского ООО (GmbH). Особенность правового положения немецкого некоммерческого общества с ограниченной ответственностью заключается в том, что оно относится к некоммерческим юридическим лицам, о чем свидетельствует маленькая буква «g» перед обозначением ООО (gGmbH). Однако, как деятельность американской низкодоходной корпорации с ограниченной ответственностью - L3C, правовое положение которой базируется на законодательстве об обществах с ограниченной ответственностью, так и деятельность некоммерческого общества с ограниченной ответственностью – gGmbH – регулируется положениями одноименного германского закона об ООО, а вместе с тем и Торгового кодекса.

Есть все основания считать gGmbH гибридной организацией, сочетающей признаки некоммерческих и коммерческих организаций. К типичным некоммерческим признакам относятся: запрет на распределение прибыли и обязанность ее направления на достижение целей, отвечающих критериям общественной пользы; право на льготы,

---

<sup>18</sup> Опыт развития социального предпринимательства в США.

<sup>19</sup> Там же.

как и у любой другой некоммерческой организации в соответствии с параграфами 51 – 68 Германского налогового уложения. Некоммерческое общество с ограниченной ответственностью gGmbH как коммерческая организация обязано формировать уставной капитал в размере 25 тысяч евро, как у любого общества с ограниченной ответственностью – GmbH.

Таким образом, немецкое GmbH, так же как и американская L3C, содержит свои имманентные признаки, присущие как коммерческим, так и некоммерческим организациям.

Анализ американского и германского правоприменительного опыта в сфере определения статуса социального предпринимателя позволяет сформулировать следующие выводы.

Достоинство легализации субъекта социального предпринимательства в США посредством присвоения статуса «B corporation» – «общественно полезной корпорации» – заключается в универсализации подхода, учитывающего интересы в соответствии с социально предпринимательской идеологией, как социализированных коммерческих, так и некоммерческих юридических лиц, вне зависимости от их организационно-правовых форм. А американская негосударственная рейтинговая сертификация присвоения статуса субъекта социального предпринимательства, при всех ее несомненных достоинствах оценки социального и экологического общественного воздействия, отвечающая строгим критериям в области социальной ответственности, воздействия на окружающую среду, прозрачности и управления, в настоящее время не приемлема для России ввиду доминирования государства в социальной сфере, неразвитости некоммерческого сектора и инфраструктуры его поддержки частными благотворительными фондами. Вместе с тем идеи, содержащиеся в критериях оценки социального и экологического воздействия субъекта социального предпринимательства, могут быть востребованы при совершенствовании российской концепции развития публичной нефинансовой отчетности для определения ценности вклада в общественное развитие российских организаций.

### **Список литературы**

1. Арай Ю.Н. Бизнес-модель в социальном предпринимательстве: типология и особенности формирования: дис. ... канд. эконом. наук. СПб, 2015. 213 с.
2. Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепции социального предпринимательства с учетом возможности его применения в современной России. Препринт WP1/2008/02. М.: ГУ ВШЭ, 2008. 84 с.

3. Голубев С.В. Государственное регулирование социально-предпринимательской деятельности молодежи в Республике Марий Эл: дис. ... канд. социол. наук. Йошкар-Ола, 2005. 190 с.

4. Гришина Я.С. Концептуальная модель правового обеспечения российского социального предпринимательства: дис. ... д-ра. юр. наук. М., 2016. 505 с.

5. 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. Барина. Саратов: Слово, 2014. С. 4.

6. Гришина Я.С. Сравнительно-правовое исследование социального предпринимательства в странах Америки и Европы // Вестник Пермского Университета. Юридические науки. 2012. № 2 (16). С. 112.

7. Идеология — это принцип организации общества. URL: <http://fb.ru/article/39500/ideologiya-eto-printsip-organizatsii-obschestva> (дата обращения: 07.10.2017).

8. Кадол Н.Ф. Социальное предпринимательство в рыночной и переходной экономике: дис. ... канд. эконом. наук. М., 2009. 183 с..

9. Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации: Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2017 № 876-р // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/49565.html> (дата обращения: 10.07.2017).

10. Опыт развития социального предпринимательства в США. URL: <http://www.slideshare.net/Vovainer/ss-36115255> (дата обращения: 25.07.2017).

11. План мероприятий («дорожная карта») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», утвержден распоряжением Правительства РФ от 08.06. 2016 № 1144-р // СПС «КонсультантПлюс». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_199767/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199767/) (дата обращения: 10.07.2017).

12. Синицына Е. Справедливая торговля – социальный бизнес на борьбе с бедностью // Портал Cloudwatcher. URL: <http://cloudwatcher.ru/analytics/1/view/70/> (дата обращения: 29.07.2016).

13. Старовойтов Д.Б. Формирование экономического механизма социального предпринимательства в сфере платных социальных услуг: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. М., 2013. 29 с.

14. 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. P. 8 - 9.

15. Gupta A. L3cs and B corps: new corporate forms fertilizing the field between traditional for-profit and nonprofit corporations // *N.Y. j. of law & business*. N.Y., 2011. Vol. 8. № 1. P. 203 – 226.

16. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 2006. P. 78 – 92. URL: <http://classes.uleth.ca/200803/mgt3031d/Porter%20&%20Kramer%20HBR.pdf> (дата обращения 15.04.2016).

## **SOCIALLY ORIENTED ORGANIZATIONS OF THE USA AND GERMANY: PECULIARITIES OF DEFINING THE STATUS OF A SOCIAL ENTREPRENEUR**

**D. V. Kalinichenko**

Saratov State Law Academy

Key matters of legalization of social entrepreneurship in the US and Germany are studied. The process of non-state certification are analyzed, as a result of which the social enterprise is given the status of a "B corporation". Such forms of social entrepreneurs as a low-profit limited liability company, a benefit corporation existing in the USA, and non-profit limited companies existing in Germany are assessed.

**Keywords:** *social entrepreneurship, non-state certification, low-profit limited liability company, benefit corporation, non-profit limited companies.*

*Об авторе*

КАЛИНИЧЕНКО Дмитрий Валентинович – соискатель кафедры гражданского права ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия» (410056, г. Саратов, ул. Вольская, д. 1), e-mail: [dmkalinichenko@yandex.ru](mailto:dmkalinichenko@yandex.ru)

KALINICHENKO Dmitriy – applicant of the Civil Law Department at the Saratov State Law Academy (410056, Saratov, Volskaya Street, 1), e-mail: [dmkalinichenko@yandex.ru](mailto:dmkalinichenko@yandex.ru)

Калиниченко Д.В. Социально ориентированные корпорации США и Германии: особенности определения статуса социального предпринимателя // *Вестник ТвГУ. Серия: Право*. 2018. № 2. С. 140 – 149.