

О. Н. Ермолова*

Социальные аспекты предпринимательской деятельности

Аннотация. Статья посвящена исследованию социальной ценности предпринимательской деятельности и возможности ее закрепления в законодательстве. Автором отмечаются положительные и отрицательные социальные последствия от деятельности предпринимателей; выделяются факторы, влияющие на социальную результативность предпринимательства. В аспекте внутреннего фактора исследуется значение социальной ответственности предпринимателя для экономики, общества и государства.

Автор отмечает, что социальная ответственность проявляется, в частности, в принятии торговыми предприятиями решения о реализации своих товаров пенсионерам со скидками в определенные часы работы, в оказании услуг организациями сферы обслуживания пенсионерам и студентам по иным, более низким тарифам, нежели для остальных граждан, об иных подобных случаях.

Юридическое оформление социальной ответственности предпринимателя находит свое воплощение в актах локального уровня — приказах, распоряжениях, положениях — и должно являться одним из оснований отнесения предпринимателя к числу субъектов социального предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, правовое регулирование, социальная ценность, мотивация деятельности, социальная ответственность.

DOI: 10.17803/1994-1471.2018.96.11.074-080

Согласно Гражданскому кодексу РФ предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг (ст. 2). Вместе с тем в литературе по экономике и социологии отме-

чается, что законодательные определения предпринимательской деятельности не выражают в достаточной степени социальную сущность и социальные функции предпринимательства¹. Указывается, что никакая деятельность не может быть осуществлена вне социума и предпринимательская деятельность не является исключением, она реализуется людьми и для людей².

¹ Попов В. Г., Климов В. Н. Социальная сущность предпринимательства: проблемы становления в условиях общественной трансформации // Социум и власть. 2012. № 1 (33). С. 14—18.

² Игнатова И. В. Социальные аспекты российского предпринимательства // Теория и практика общественного развития. 2010. № 2. С. 171—178.

© Ермолова О. Н., 2018

* Ермолова Ольга Николаевна, кандидат юридических наук, доцент, профессор кафедры конкурентного права Саратовской государственной юридической академии
olga_ermolova@bk.ru
410056, Россия, г. Саратов, ул. Вольская, д. 1

Социальная сущность предпринимательства раскрывается двояко: со стороны его субъекта и со стороны общества. Содержанием социальной сущности предпринимательства в аспекте его субъектов является то обстоятельство, что предпринимательство выступает формой свободной реализации индивидом своих интересов, санкционированной обществом, и социум же является ресурсом предпринимательства: предприниматели — это люди, осуществляющие предпринимательскую деятельность или обладающие потенциалом для ее осуществления.

При этом «результаты предпринимательской деятельности оказывают влияние на социум посредством вскрытия и реализации существующих и формирования новых общественных потребностей»³. Подчеркивается, что общественный характер предпринимательства выражается в выполнении им социальной функции как можно более полного, гибкого и адресного удовлетворения потребностей общества в товарах и услугах, без чего предпринимательство как явление не может существовать⁴.

В связи с этим в экономической литературе приводятся иные определения предпринимательства и предпринимательской деятельности, отличные от легальной дефиниции⁵.

Во многих определениях подчеркивается, что предприниматель осуществляет деятельность по производству, оказанию услуг или приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги не только к собственной выгоде, но и к выгоде заинтересованных в этом лиц⁶; а предпринимательство — деятельность, связанная с вложением средств в целях полу-

чения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой⁷.

Указание на необходимость сочетания личной выгоды с общественной пользой признается важным элементом определения предпринимательства⁸.

Полагаем, что первичная социальная ценность предпринимательства заключается именно в способности удовлетворять потребности граждан, организаций, общества.

Помимо этого, социальные аспекты процесса предпринимательской деятельности, его значение и общественная потребность в развитии предпринимательства проявляются в его способности решать отдельные социальные проблемы путем создания рабочих мест, предоставления сотрудникам возможности реализовать свои способности, обеспечить достойную жизнь для своих семей, путем создания конкурентной среды, что способствует снижению цен, повышению качества товаров и услуг, снижению дефицита⁹. В условиях социально-экономического кризиса предпринимательство существенно снижает напряжение на рынке труда и помогает замедлить снижение уровня занятости населения¹⁰.

Однако следует отметить и возможные отрицательные социальные последствия деятельности предпринимателей. Стремление к максимальной прибыли как одной из основных целей предпринимательства может отразиться на ценах на товары и услуги, а также на их качестве, что, в свою очередь, приведет к снижению уровня и качества жизни населения.

Можно отметить два фактора, оказывающих воздействие на мотивацию предпринимателей

³ Игнатова И. В. Указ. соч. С. 172.

⁴ Попов В. Г., Климов В. Н. Указ. соч.

⁵ См.: Лапуста М. Г. Предпринимательство : учебник. М. : Инфра-М, 2011. С. 7.

⁶ Предпринимательский тип хозяйствования. М. : Путь России; Экономическая литература, 2002. С. 17.

⁷ Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования : учеб. пособие. М. : Институт междунар. права и экономики, 1994. С. 48.

⁸ Предпринимательство : учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Г. Б. Поляка, проф. В. А. Швандара. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2008. С. 14.

⁹ Игнатова И. В. Указ. соч. С. 175.

¹⁰ Попов В. Г., Климов В. Н. Указ. соч. С. 14—18.

по достижению социально значимых эффектов своей деятельности: внешний и внутренний.

Внешний фактор обусловлен состоянием самого предпринимательства как экономического явления на современном этапе развития мировой и национальной экономики. Ему присущи высокая степень динамизма и интенсивность производства, быстрое обновление ассортимента производимых товаров, снижение численности занятых, перенос акцента с производства на различные виды деятельности, связанные с поиском и обработкой информации¹¹.

К числу внешних для предпринимательства факторов также следует отнести государственные экономические и правовые способы воздействия. Так, в соответствии с законодательством на предпринимателя возложены следующие обязанности социальной значимости: работать самому или обеспечить функционирование своего предприятия, платить налоги и заработную плату. Решение социальных вопросов как таковых не относится к сфере деятельности предпринимателей и является прерогативой органов государства и местной власти. Государство предпринимает некоторые меры по поддержке социальной активности предпринимателей, однако они не являются системными и реализуются, как правило, на уровне регионов РФ путем оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства.

В соответствии с распоряжением Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года»¹² в целях повышения адресности при оказании поддержки малым и средним предприятиям в области социального предпринимательства предстоит уточнить сферы, в которых может осуществляться деятельность, отнесенная к социальному предпринимательству, установить критерии отнесения

хозяйствующих субъектов к субъектам социального предпринимательства.

В литературе отмечается, что предпринимаемые государством экономические и правовые стимулы являются незначительными и недостаточными для усиления социальной составляющей в деятельности предпринимателей, включая сферы повышения квалификации работников организаций, развития системы внутрикорпоративной социальной защиты, участия предприятий в спонсорской деятельности и социально значимых проектах¹³.

Что касается внутреннего фактора, то это проявление отношения самого предпринимателя к результатам и последствиям собственной экономической деятельности. Речь идет о социальной ответственности предпринимателя, подталкивающей его к поискам компромисса между получением большей прибыли и социальными последствиями своих действий.

По мнению А. А. Мохова, социальная ответственность предпринимателя в неюридической литературе понимается как его долг, обязанность перед обществом: фактически речь идет об определенном мировоззрении субъекта, о его способности действовать не только в своих собственных интересах (получение прибыли), но и в интересах общественных через реализуемые товары (работы, услуги), участие в социальных программах, социально ответственное продвижение своей продукции, создание и поддержание рабочих мест для отдельных категорий граждан. При таком понимании социальная ответственность предпринимателя представляет собой некий вклад субъекта в развитие общества¹⁴.

Одним из вариантов разумного сочетания прибыльности предпринимательской деятельности и общественной пользы при ее осуществлении является социальное предпринимательство, которое охватывает виды предпринима-

¹¹ Бушуева Е. Н. О социальных и экономических функциях современного предпринимательства // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 11. С. 52—55.

¹² СЗ РФ. 2016. № 24. Ст. 3549.

¹³ Игнатова И. В. Указ. соч. С. 178.

¹⁴ Мохов А. А. К вопросу о принципе социальной ответственности предпринимателя в доктрине и законодательстве // Гражданское право. 2016. № 2. С. 9—12.

тельской деятельности, направленные на смягчение или решение социальных проблем. В качестве принципиального отличия социального предпринимательства указывается не простое извлечение прибыли от своей деятельности, а ее извлечение посредством решения социальных задач, представляющих интерес для всего общества, соответственно результатом деятельности хозяйствующего субъекта явится не только прибыль, но и социально значимый, социально полезный результат¹⁵. Анализируя положения предпринимательского законодательства Казахстана, согласно которым социальной ответственностью предпринимателя является добровольный вклад субъектов предпринимательства в развитие социальной, экологической и иных сфер (ч. 1 ст. 75 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан), А. А. Мохов приходит к выводу, что социальных предпринимателей при таком подходе не так уж и много.

Данная позиция не единична. Так, Г. Ф. Ручкина и В. В. Купызин утверждают, что в целом социальная функция несвойственна российскому бизнесу. Причина заключается в отсутствии культуры предпринимательства, которая является значимым условием осуществления социально ответственного бизнеса. Основываясь на опыте развитых государств, авторы подчеркивают, что «в современной рыночной экономике роль коммерческих организаций в публичной сфере уже не ограничивается только созданием рабочих мест и уплатой налогов, стремительно возрастает их значение в решении общественных проблем и удовлетворении прежде всего социальных потребностей, которые традиционно относились к компетенции государства. В настоящее время коммерческие организации играют одну из главных ролей в социальной политике ведущих государств, в связи с чем биз-

нес, как показывает практика, выполняет не только экономические, но и социальные функции»¹⁶.

Следует согласиться с мнением И. В. Игнатовой о том, что осознание сущности социальной функции предпринимательства создаст благоприятные условия для гармонизации интересов государства и предпринимательства и — самое важное в настоящий период — для перераспределения бремени по решению социальных проблем. Однако для этого необходимо создать в обществе такие мышление и культуру, которые способствовали бы мотивации бизнеса к заботе об имидже своей нравственно оправданной деятельности в глазах населения.

То обстоятельство, что предпринимательство имеет большое социальное значение, обуславливает необходимость учета интересов государства и общества при конструировании законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность¹⁷.

Высказана точка зрения о том, что с учетом устойчивой общемировой тенденции социализации экономики и права, соответствующей постиндустриальному уровню экономического развития, существует достаточно обоснованная необходимость корректировки как легальной дефиниции предпринимательской деятельности, так и соответствующего принципа, учитывающего социальную направленность предпринимательства¹⁸.

Однако неоднозначное понимание в юридической литературе категории социальной ответственности предпринимателей предопределяет различия в позициях относительно варианта правовой модели поведения, предлагаемой к закреплению в законодательстве. Социальная ответственность предпринимательства может иметь узкое значение — как юридическая от-

¹⁵ Мохов А. А. Указ. соч. С. 9—12.

¹⁶ Ручкина Г. Ф., Купызин В. В. Социальная ответственность субъектов предпринимательской деятельности и правовое регулирование отношений по распределению прибыли // Предпринимательское право. 2010. № 1. С. 37.

¹⁷ Богданов Е. В. Специфика и социальное значение предпринимательских договоров // Журнал российского права. 2002. № 1. С. 53—59.

¹⁸ Барков А. В. Социальная направленность предпринимательской деятельности как правовой принцип // Предпринимательское право. 2016. № 3. С. 21—24.

ветственность отдельных субъектов, имеющих особый правовой статус, специфичные права и обязанности, и широкое значение — как юридическая и иные виды ответственности широкого круга предпринимателей перед обществом.

Помимо этого, указывается, что социальная ответственность предпринимательства должна рассматриваться комплексно, носить многоуровневый характер и включать как внутриориентированные, так и внешнеориентированные направления своей реализации. К внутренней сфере ответственности следует относить вопросы обеспечения работников адекватными условиями работы и жизни, развития социальной сферы, социально-экономического положения не только работающего персонала, но и членов их семей, социального обеспечения бывших работников, ветеранов, вышедших на пенсию. Внешнеориентированное направление должно включать решение проблем местного сообщества, отдельной территории, на которой расположено производство, а также участие в общегосударственных и региональных социальных программах¹⁹.

Так, А. А. Мохов полагает, что в настоящее время в доктрине и отечественном законодательстве имеются предпосылки к выделению принципа социальной ответственности предпринимателя. По мнению ученого, представляется правильным понимать принцип социальной ответственности предпринимателя узко, т.е. применять его к отдельным видам предпринимательской деятельности, осуществление которых опосредуется более высокими, в сравнении с общим подходом, требованиями. Именно в отношении отдельных субъектов предпринимательской деятельности, функционирующих в отдельных сферах, на отдельных рынках, следует ставить вопрос об их социальной ответственности.

Согласно другой точке зрения, «социально-экономическая действительность объективно

требует нормативного закрепления социальной ответственности коммерческих организаций в качестве принципа осуществления предпринимательской деятельности и публично-правового регулирования фондов денежных средств коммерческих организаций в целях его реализации»²⁰. Сторонники данной позиции считают, что меры публично-правового регулирования фондов денежных средств коммерческих организаций должны быть направлены на легализацию социальной функции коммерческих организаций независимо от их размера.

Формирование у субъектов предпринимательской деятельности социально ориентированной мотивации должно происходить путем использования прежде всего способов косвенного регулирования — применения таких мер воздействия на интересы предпринимателей, при реализации которых решение общественных задач становится выгодным для них при осуществлении их частной деятельности.

В качестве средств прямого государственного регулирования предлагается «закрепление обязанности представления коммерческими организациями крупного бизнеса социальной отчетности, отражающей их участие в решении социальных задач, стоящих перед обществом. При этом социальная ответственность коммерческих организаций должна быть интегрирована в общегосударственную социальную политику, т.е. реализовываться в приоритетных для общества направлениях, определяемых государством»²¹.

Представляется, что социальная ответственность не может быть рассмотрена как вид юридической ответственности, иначе теряется весь смысл этой категории. Понятие социальной ответственности не может охватываться рамками правовых предписаний, поскольку произойдет трансформация содержания данного термина.

Учитывая позицию Правительства РФ²² о том, что отдельную категорию предприятий, действующих в социальной сфере, составляют

¹⁹ Ручкина Г. Ф., Купызин В. В. Указ. соч. С. 40.

²⁰ Ручкина Г. Ф., Купызин В. В. Указ. соч. С. 38.

²¹ Ручкина Г. Ф., Купызин В. В. Указ. соч. С. 38—39.

²² Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года».

предприятия, специализирующиеся на производстве продукции и предоставлении услуг в интересах социально уязвимых и малоимущих групп граждан либо создающие рабочие места для таких групп граждан, — субъекты социального предпринимательства, полагаем, что под социальной ответственностью следует понимать само намерение предпринимателей осуществлять деятельность, имеющую особое социальное содержание — по обслуживанию категории социально незащищенных граждан либо их трудоустройству.

Такая ответственность субъектов предпринимательства является перспективной, в отличие от юридической, которая является ретроспек-

тивной. Социальная ответственность проявляется, в частности, в принятии торговыми предприятиями решения о реализации своих товаров пенсионерам со скидками в определенные часы работы, в оказании услуг организациями сферы обслуживания пенсионерам и студентам по иным, более низким тарифам, нежели для остальных граждан, в иных подобных случаях.

Юридическое оформление социальной ответственности предпринимателя находит свое воплощение в актах локального уровня — приказах, распоряжениях, положениях — и должно являться одним из оснований отнесения предпринимателя к числу субъектов социального предпринимательства.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Барков А. В. Социальная направленность предпринимательской деятельности как правовой принцип // Предпринимательское право. — 2016. — № 3. — С. 21—24.
2. Богданов Е. В. Специфика и социальное значение предпринимательских договоров // Журнал российского права. — 2002. — № 1. — С. 53—59.
3. Бушуева Е. Н. О социальных и экономических функциях современного предпринимательства // Социально-экономические явления и процессы. — 2011. — № 11. — С. 52—55.
4. Игнатова И. В. Социальные аспекты российского предпринимательства // Теория и практика общественного развития. — 2010. — № 2. — С. 171—178.
5. Лапуста М. Г. Предпринимательство : учебник. — М. : Инфра-М, 2011.
6. Попов В. Г., Климов В. Н. Социальная сущность предпринимательства: проблемы становления в условиях общественной трансформации // Социум и власть. — 2012. — № 1 (33). — С. 14—18.
7. Предпринимательский тип хозяйствования. — М. : Путь России; Экономическая литература, 2002.
8. Предпринимательство : учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Г. Б. Поляка, проф. В. А. Швандара. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Юнити-Дана, 2008.
9. Ручкина Г. Ф., Купызин В. В. Социальная ответственность субъектов предпринимательской деятельности и правовое регулирование отношений по распределению прибыли // Предпринимательское право. — 2010. — № 1. — С. 35—40.
10. Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования : учеб. пособие — М. : Институт международного права и экономики, 1994.

Материал поступил в редакцию 25 июля 2018 г.

SOCIAL ASPECTS OF ENTREPRENEURSHIP

ERMOLOVA Olga Nikolaevna, PhD in Law, Associate Professor, Professor of the Department of Competition Law of the Saratov State Law Academy
olga_ermolova@bk.ru
410056, Russia, Saratov, ul. Volskaya, d. 1

Abstract. *The article is devoted to the study of the social value of business activity and the possibility of its consolidation in the legislation. The author notes the positive and negative social consequences of entrepreneurs' activities; the factors influencing the way entrepreneurs cooperate with the society are determined. The importance of social responsibility of an entrepreneur for the economy, society and the state is examined as an internal factor. The author notes that social responsibility is manifested, in particular, in business entities making decisions to sell their goods to pensioners with discounts during certain working hours, service businesses providing services to pensioners and students at lower tariffs than they would otherwise provide to other individuals in similar cases. Legal implementation of social responsibility of the entrepreneur is enshrined in local normative acts, namely, orders, ordinances, regulations, and should be treated as one of the grounds for attributing entrepreneurs to the participants of social entrepreneurship.*

Keywords: *Business activity, legal regulation, social value, activity motivation, social responsibility.*

REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Barkov A. V. Sotsial'naya napravlennost' predprinimatel'skoy deyatel'nosti kak pravovoy printsip // Predprinimatel'skoe pravo. — 2016. — № 3. — S. 21—24.
2. Bogdanov E. V. Spetsifika i sotsial'noe znachenie predprinimatel'skikh dogovorov // Zhurnal rossiyskogo prava. — 2002. — № 1. — S. 53—59.
3. Bushueva E. N. O sotsial'nykh i ekonomicheskikh funktsiyakh sovremennogo predprinimatel'stva // Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy. — 2011. — № 11. — S. 52—55.
4. Ignatova I. V. Sotsial'nye aspekty rossiyskogo predprinimatel'stva // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. — 2010. — № 2. — S. 171—178.
5. Lapusta M. G. Predprinimatel'stvo : uchebnik. — M. : Infra-M, 2011.
6. Popov V. G., Klimov V. N. Sotsial'naya sushchnost' predprinimatel'stva: problemy stanovleniya v usloviyakh obshchestvennoy transformatsii // Sotsium i vlast'. — 2012. — № 1 (33). — S. 14—18.
7. Predprinimatel'skiy tip khozyaystvovaniya. — M. : Put' Rossii; Ekonomicheskaya literatura, 2002.
8. Predprinimatel'stvo : uchebnik dlya vuzov / pod red. prof. V. Ya. Gorfinkelya, prof. G. B. Polyaka, prof. V. A. Shvandara. — 4-e izd., pererab. i dop. — M. : Yuniti-Dana, 2008.
9. Ruchkina G. F., Kupyzin V. V. Sotsial'naya otvetstvennost' sub'ektov predprinimatel'skoy deyatel'nosti i pravovoe regulirovanie otnosheniy po raspredeleniyu pribyli // Predprinimatel'skoe pravo. — 2010. — № 1. — S. 35—40.
10. Rynochnoe predprinimatel'stvo: teoreticheskie osnovy i praktika regulirovaniya : ucheb. posobie — M. : Institut mezhdunarodnogo prava i ekonomiki, 1994.