

Кожанов Максим Владимирович

магистрант

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
аграрный университет им. И.Т. Трубилина»

г. Краснодар, Краснодарский край

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

***Аннотация:** в данной статье раскрыты ключевые аспекты понятия «социально ориентированное предпринимательство». Рассмотрены различные направления совершенствования социально ориентированного предпринимательства. Освещены вопросы взаимовыгодного государственно-частного партнерства и целесообразности внедрения корпоративной социальной ответственности бизнеса.*

***Ключевые слова:** социально ориентированное предпринимательство, бизнес, государственно-частное партнерство, корпоративная социальная ответственность, развитие социальной сферы.*

В последнее время мировая практика социального предпринимательства претерпела качественные изменения: заметно возросло число компаний, которые ведут деятельность, ориентированную на достижение социального эффекта, уверенно усилился их вклад в экономику страны. Такие перемены коснулись не только самого сегмента социально ориентированного бизнеса, но и среды, в которой он существует, а именно – законодательного поля, инфраструктуры и общественных институтов, отвечающих за обеспечение социальных гарантий населению. Государство и бизнес начинают выстраивать партнерские отношения с представителями этого, еще совсем молодого, сектора экономики. В соцбизнес вовлекаются новые сообщества и группы населения, что подчеркивает актуальность дальнейшего развития социального предпринимательства.

К основным целям субъектов социально ориентированного предпринимательства можно отнести: оказание положительного, благоприятного воздействия

на общество в целом; решение острых социальных проблем; ведение предпринимательской деятельности с учетом общественных интересов. Ниже рассмотрим категории, на которые, условно, можно поделить социально ориентированный бизнес:

1. Социальное предпринимательство – коммерческая деятельность, направленная на решение или смягчение социальных проблем. Такая деятельность отличается от благотворительности условиями самоокупаемости и финансовой устойчивости [1].

2. Устойчивое, или социально ответственное инвестирование. Целями инвестирования здесь выступают увеличение доходности, скорректированное с учетом риска, позитивное воздействие на социальную среду путем распределения капитала и включения своих ценностей в процесс инвестирования [2].

3. Организации, руководствующиеся в ходе своей деятельности принципами корпоративной социальной ответственности. Такие компании возлагают на себя дополнительную ответственность за влияние своей деятельности на общество и окружающую среду [3].

С другой стороны, нельзя забывать о прагматической стороне данного вопроса, рассмотрим некоторые коммерческие цели, которые достигаются реализацией социально-ориентированных проектов:

– получение конкурентного преимущества за счет повышения репутации компании среди населения;

– вероятная возможность применения технологии «снятия сливок» при инвестировании в научные проекты и выводе на рынок нового продукта (одним из таких известнейших проектов стала «Кнопка Жизни» созданная в России в 2010 году);

– возможность снижения налоговой нагрузки, за счет благотворительности;

– возможность государственного софинансирования и условий льготного кредитования.

Так же следует обратить внимание на развитие у отечественных компаний корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность подразумевает учет интересов общества в ходе ведения предпринимательской деятельности [4]. Она условно расширяет обязательства хозяйствующего субъекта за рамки, предусмотренные законодательством. Принципы корпоративной социальной ответственности подразумевают учет интересов местных сообществ, коллектива организации и их семей, а также прочую деятельность, направленную на благо местного сообщества. Такая деятельность идет на пользу и самой компании развивая корпоративную этику и укрепляя межличностное сотрудничество коллектива организации. Как показывают исследования, компании, развивающие корпоративную социальную ответственность, объединяющие коллектив вокруг социальной миссии организации в среднем на 15% более жизнеспособнее конкурентов.

В заключении хотелось бы сказать, что затянувшийся в России экономический кризис негативно сказывается на всей социальной инфраструктуре. В условиях неопределенности, часто меняющейся социально-экономической ситуации – государство не всегда может оперативно откликнуться на возникающие социальные проблемы и как никогда нуждается в поддержке предпринимательского сообщества в решении социальных задач. По словам уполномоченного президентом по защите прав предпринимателей в РФ Бориса Титова: «Именно проекты государственно-частного партнёрства – это способ оптимизировать государственные расходы, снизить затраты там, где есть возможность передать часть функций частным компаниям» [5]

Выгоду от такой кооперации получают все заинтересованные стороны. Государство сможет разделить часть ответственности за социальное обеспечение с бизнесом. А бизнес, в свою очередь, получит доступ к новым сегментам рынка, существенную поддержку государства и возможность реализовать свою социальную миссию. Для общества плюсы будут заключаться в расширении спектра оказываемых социальных услуг и в конечном итоге к росту благосостояния и социальной устойчивости.

Список литературы

1. Глоссарий портала фонда «Наше Будущее» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nb-forum.ru/glossary?liter=%d1> (дата обращения: 15.10.2014).
2. Крючкова О.М. Устойчивые инвестиции – новое направление в развитии финансовых рынков / О.М. Крючкова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – №5–2. – С. 155.
3. Grayson D. Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility / D. Grayson, A. Hodges // Work for your Business. – 2004. – С. 10–11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/9LWV4> (дата обращения: 15.10.2014).
4. Крючкова О.М. Социально ориентированный бизнес: тенденции и пути развития / О.М. Крючкова, А.Д. Гузенко // Концепт. – 2015. – № S3. – С. 21–25 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/75068.htm>
5. Государственно-частное партнерство как идеология развития // Российская газета. – №799. – 24.05.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2011/05/24/titov.html>