

УДК 334.7

Сунаева Ю. В.

Российский государственный социальный университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье раскрываются проблемы социального предпринимательства в отечественной бизнес-практике. Автор приходит к выводу, что в России необходимо создание благоприятного климата для развития данного вида деятельности. Особое внимание уделяется взаимодействию крупных корпоративных структур и государства в решении проблем социального предпринимательства. Делается вывод о том, что развитие социального предпринимательства в России чрезвычайно важно, поскольку социальная сфера остается уязвимым местом после проведенных реформ.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, социальное предпринимательство, корпорации, корпоративная социальная ответственность, трансформация деловой среды.*

Как известно, рыночная система имеет довольно гибкий адаптивный механизм. Однако механизмы рынка далеко не всегда способствуют максимизации возможностей инновационных форм бизнеса, особенно такого, как социальное предпринимательство. В развитых странах управление подобными проектами широко распространено и внедряется в различные сферы человеческой деятельности. В отечественной бизнес-практике подобный вид предпринимательства получил своё распространение сравнительно недавно. Поэтому необходимо определить место России в мировой экономике и её возможности занять достойную нишу в международном разделении труда в целях выработки внутренней и внешней политики, которая обеспечила бы четкое соблюдение национальных интересов.

Важнейшая характеристика современного бизнеса как общественного института – выход за пределы узкоспециализированной отраслевой деятельности и усиление влияния на различные общественные процессы [1, с. 50]. Стоит отметить, также, рост активности крупных компаний в решении актуальных социальных проблем. В этом плане инициатива исходит не только от самих фирм, но от государства и общества в целом. Подобная деятельность в современной литературе обозначается термином «корпоративная социальная ответственность», подразумевающим участие бизнеса в развитии общества, решение социальных и экологических проблем, гармонизацию общественных отношений. Однако социальное предпринимательство более узкое понятие – это вид предпринимательства, который также нацелен на решение социальных проблем общества. Тем не менее, оно представляет собой квинтэссенцию благотворительной деятельности и бизнесом. Основные черты такой предпринимательской деятельности – организованность, системность, нацеленность на бизнес-модели, однако вместе с тем ориентированность не на прибыль, а на

положительные социальные эффекты, решение проблем человека, которые не решаются государственной социальной политикой [4, с. 40]. Таким образом, социальное предпринимательство нацелено на решение основной задачи – улучшение условий жизни людей, которые в этом нуждаются.

Применение механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) позволит решить ряд проблем, как государственно значимых, так и социально ориентированных. Для частного сектора откроются новые возможности для инвестирования и, соответственно, новые источники доходов, появятся возможности участия в крупных инфраструктурных проектах. ГЧП предполагает использование ресурсного и интеллектуального капитала частного сектора в сферах традиционной ответственности государства.

Основной проблемой социального предпринимательства на данном этапе является необходимость использования качественно новых методов управления, которые бы учитывали соблюдение социального вектора трансформации деловой среды. И механизм государственно-частного партнерства может обеспечить их решение.

Государство участвует в данном процессе своей материально-технической базой, а частный бизнес предлагает современные методики ведения предпринимательской деятельности, управления и аккумулирования инвестиций и внедрения инновационных технологий. В итоге появляется возможность повысить продуктивность использования государственной собственности, а так же резерв для покрытия, возможно, не совсем рентабельной социально-предпринимательской деятельности. По мнению некоторых экспертов, частные финансовые инициативы и новые заключаемые государственно-частные соглашения (в разные периоды от 20 до 80 соглашений в год) в сфере управления государственным имуществом позволяли Великобритании экономить 17-18% государственных расходов [3, с. 17].

На данный момент российские розничные точки не готовы к работе с продукцией социальных предпринимателей по причине жестких требований: большие объемы поставки, условия отгрузки, отсроченные платежи, схемы доставки, программы продвижения, оформление точек продаж и так далее. Так как продукция социального предпринимателя в основном реализуется путем прямых продаж от производителя к потребителю и только в регионах, где она производится. Соответственно, доступ к такой продукции потребителей ограничен. Возможность покупки подобной продукции должна быть предоставлена покупателям прямо в привычной для него розничной точке (такая практика имеет место за рубежом).

Причиной отсталости в развитии социального предпринимательства в России является то, что в сознании граждан укоренилось мнение, что решением социальных проблем должно заниматься государство. Представить ситуацию, когда этим наравне с государством занимались бы частные организации, на данный момент времени не представляется возможным. Это означает, что институциональная среда еще не адаптирована для появления социальных

предпринимателей. Следовательно, прежде чем развивать сами социально-предпринимательские проекты, надо проделать большую работу по созданию благоприятного климата и восприятию этого нового явления российской действительности [4, с. 55].

Крупные корпорации на данном этапе лишь частично задействованы в этом направлении. Обоснование политики подобных компаний должно производиться под призмой привлечения социально незащищенных слоев населения к деятельности, что обуславливает необходимость анализа потенциала социального предпринимательства как важной составляющей присутствия крупных компаний в принимающей стране. Требуется разработка и обоснование такой политики крупного бизнеса, которая бы привела к сужению спектра социальных проблем (или их ослабления) в стране их функционирования.

По большому счету крупные корпорации могут привлекать и социальное предпринимательство, так как относительно независимы от параметров эффективности локальных сегментов. Расширение географии присутствия, неоднородность социально-экономической среды современной экономики служит драйвером развития транснациональных образований. Обладая всеми необходимыми ресурсами, корпорации имеют возможность проявлять социальную ответственность, передавая часть функций ассоциированных фирм на аутсорсинг в социальный бизнес, получая взамен, например, рабочую силу.

Развитие социального предпринимательства в России чрезвычайно важно, поскольку социальная сфера остается уязвимым местом после проведенных реформ. Роль частного сектора начинает увеличиваться, поэтому необходимо предпринять меры по подъему социального предпринимательства в России на высокий уровень. Поэтому государственно-частное партнерство должно возложить на себя ведущую роль не только в экономическом развитии, но и в решении социальных проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гэлбрейт Дж. К. Гэлбрейт Возвращение. М.: Культурная революция. 2017. 424 с.
2. Исправникова Н.Н. Объективные предпосылки применения государственно-частного партнерства на современном этапе // Международная научная конференция «Сорокинские чтения-2015 Сборник материалов. М.: Издательство Московского университета, 2016. С. 189-191.
3. Матраева Л.В., Ерохин С.Г., Беляк А.В., Конов А.А. Государственно-частное партнерство в социальной сфере: мировая практика и перспективы. Курск: Университетская книга. 2016. 100 с.
4. Сунаева Ю.В. Возможности использования потенциала социального предпринимательства в деятельности транснациональных корпораций// Вестник московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС». 2016. №2(6). С. 54-57.
5. Терских Н.А., Лесняк Г.В. Организация предпринимательской деятельности в социальной сфере. Красноярск: изд-во КГАУ. 2016. 246 с.

THE USING OF THE MECHANISM OF THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Sunaeva Y.V.

Russian State Social University

The article reveals the issues of social entrepreneurship in domestic business practice. The author comes to the decision that the creation of a favorable climate for the development of this type of activity is necessary in Russia. Particular attention is paid to the interaction of large corporate structures and the state in solving problems of social entrepreneurship. It is concluded that the development of social entrepreneurship in Russia is extremely important, since the social sphere remains vulnerable after the reforms.

Key words: *public-private partnership, social entrepreneurship, corporations, corporate social responsibility, the transformation of the business environment.*

Сунаева Юлия Валерьевна, руководитель центра социально-экономических исследований и развития предпринимательства, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», 129226, Россия, г. Москва, ул. Вильгельма Пика, дом 4, стр.1, SunaevaIuV@rgsu.net.

Sunaeva Julia Valeryevna, head of the Center for Social and Economic Research and Business Development, FGBOU VO "Russian State Social University", 129226, Russia, Moscow, ul. Wilhelm Pik, house 4, building 1, SunaevaIuV@rgsu.net.

Ссылка для цитирования:

Сунаева Ю. В. Использование механизма государственно-частного партнерства для развития социального предпринимательства // Наукосфера. 2017. №5. С. 27-30. URL: <http://nmsjour.ru/doc/ns-2017-№5-Sunaeva.pdf>