

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ: МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

- Гончарова Ольга Юрьевна** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54). E-mail: ojug2011@yandex.ru
- Мальцева Ольга Викторовна** кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54). E-mail: ovmaltseva@mail.ru
- Сросляк Гжегож** доктор экономических наук, профессор, Ягеллонский университет, Институт предпринимательства (ul. Gołębia 24, 31-007, Краков, Польша). E-mail: grzegorzrosolak@op.pl
- Трофимов Глеб Витальевич** магистрант 2 курса, направление подготовки «Государственное и муниципальное управление», Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54). Email: trofimov.globallox@yandex.ru

Аннотация

В статье анализируются эволюция и особенности современного этапа развития социальной ответственности предпринимательства за рубежом, а также роль государства в этом процессе, выявляются специфика социальной ответственности российского предпринимательства. Выявлены важнейшие причины недостаточного развития социальной ответственности современного отечественного предпринимательства. Обоснована возможность и необходимость изменения ситуации через повышение эффективности государственного регулирования развития предпринимательства, развитие отношений государственно-частного партнерства, активизацию общественных объединений, развитие отношений социального партнерства.

Ключевые слова: *экономическая эффективность, социальная ответственность предпринимательства, концепции корпоративной социальной ответственности, модели социальной ответственности предпринимательства, социальная ответственность государства, государственная поддержка социально ответственного предпринимательства, государственно-частное партнерство, социальное партнерство, социальные вопросы.*

В современных условиях социальная ответственность предпринимательства становится одним из важнейших факторов устойчивого развития на макро-, микро- и мезоуровнях. Она является признанным мировым сообществом долгосрочным трендом, который отражает современный подход к партнерству предпринимательства и органов власти. Это подход основан на взаимной ответственности, добровольном принятии на себя обязательств морально-этического и экономического характера. Значимость социальной ответственности предпринимательства в мире давно признана и самим предпринимательством, и органами государственной власти, и обществом. Так, меры в области корпоративной социальной ответственности являются неотъемлемой частью стратегических и программных документов западных компаний, в структуре управления которыми созданы специализированные подразделения, занимающиеся проблематикой социальной ответственности. На Западе сформировалось несколько моделей взаимодействия государства и бизнеса в области социальной ответственности, разработана необходимая правовая база, в ряде стран в структуре органов исполнительной власти появились министры по делам корпоративной социальной ответственности, разработано законодательство в рассматриваемой сфере, применяются различные методы и инструменты государственного регулирования социальной ответственности предпринимательства. 2005 год в мире был объявлен годом корпоративной социальной ответственности,

Вместе с тем Россия, как показывает практика, существенно отстает в развитии социально ответственного предпринимательства; в ней формируется специфическая его модель, ориентирующаяся, главным образом, на государство, при слабой инициативе предприятий и недостаточной активности общественных объединений. Кроме того, как свидетельствуют результаты социологических опросов, в общественном мнении социальная ответственность предпринимательства воспринимается зачастую как дополнение к социальной ответственности государства. [1, с.68]

Российское предпринимательство сильнее, чем предпринимательство развитых стран, нуждается в государственной поддержке, поскольку развивается в условиях неблагоприятной внешней

среды [2, с. 91-92]. Оно в меньшей степени, чем предпринимательство стран Запада, испытывает на себе давление общественных объединений и средств массовой информации (в силу недостаточного развития институтов гражданского общества), и в то же время испытывает гораздо больший прессинг со стороны органов государственной власти и местного самоуправления, в ряде случаев заставляющее его в добровольно-принудительном порядке участвовать в финансировании различных программ (некоторые исследователи даже используют для описания данного явления термин «муниципальный рэкет»).

Какой же должна быть российская модель социальной ответственности предпринимательства?

Чтобы ответить на этот вопрос, прежде всего, необходимо дать определение понятия «социальная ответственность предпринимательства». Несмотря на то, что со второй половины прошлого века получили распространение понятия социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная деятельность и др., в научной литературе до сих пор нет единого определения социальной ответственности предпринимательства. Различные авторы понимают под социальной ответственностью предпринимательства [3, с. 58]:

- предпринимательскую деятельность, соответствующую этическим, законодательным нормам и общественным ожиданиям, направленную на улучшение качества жизни, как собственных сотрудников и их семей, так и общества в целом;

- реализацию интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива, а также активного участия компании в жизни общества;

- общественное движение граждан (потребителей, инвесторов, сотрудников компаний), требующих от компании принятия на себя полной ответственности за то, как их деятельность влияет на окружающий мир;

- добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической областях, который напрямую связан с основной деятельностью компании и превосходит законодательно определенный минимум;

- концепцию, в соответствии с которой государственными и негосударственными структурами учитываются интересы общества и др.

Представления о социальной ответственности предпринимательства за рубежом складывались в течение многих лет. Однако, как показывает зарубежный опыт, путь к построению подобной модели достаточно длинный. Так, в еще начале XIX в. Роберт Оуэн не только разработал и реализовал на прядильной фабрике в Шотландии план по улучшению условий жизни рабочих, но и совместно с рядом видных бизнесменов, политиков и экономистов обращался к правительствам европейских стран с предложениями принять законы, направленные на улучшение условий труда на частных предприятиях. В дальнейшем многие идеи Оуэна нашли отражение в документах Международной организации труда (МОТ) [4, с. 200], важнейшие из которых были приняты в конце и после окончания второй мировой войны. Другой пример: многие идеи в области социальной ответственности предпринимательства были впервые высказаны в известном американского предпринимателя Эндру Карнеги «Евангелие богатства», вышедшей в свет в 1900 году, однако общепризнанными они стали лишь в 70-е гг. прошлого века.

Важно отметить, что в различные периоды приоритеты социальной ответственности предпринимательства менялись. Например, в 60 – 70-х гг. прошлого века развивались, как минимум, три теории, по-разному объясняющие суть социальной ответственности предпринимательства:

- теория М. Фридмена (единственная ответственность бизнеса – это ответственность перед акционерами, а его цель – увеличение прибыли.);

- теория корпоративного альтруизма (корпорации должны вносить весомый вклад в улучшение качества жизни общества);

- теория «разумного эгоизма» (вкладывая средства в социальные проекты, предприятие сокращает потери прибыли в долгосрочной перспективе, поскольку именно благоприятное социальное окружение обеспечивает устойчивость и безопасность).

В дальнейшем появляются теории «компаний акционеров» (социальные потребности работника должен удовлетворяться за счет справедливой заработной платы) и «капитализма участия» (предполагает возможность участия работников в принятии управленческих решений, решении социально-бытовых проблем и т.д.).

На рубеже XX и XXI веков появляется теория «корпоративного гражданства», рассматривающая социальную ответственность как средство взаимодействия фирмы с внешней средой, минимизации рисков и обеспечения безопасности предпринимательской деятельности.

Таким образом, социальная ответственность предпринимательства – довольно противоречивое явление, поскольку совмещает в себе:

- одновременное улучшение имиджа компании и рост издержек производства, а значит, ослабление позиций компании в конкурентной борьбе;

- развитие отношений социального партнерства, добровольное следование общественно значимым целям и, в определенной степени, принуждение бизнеса к финансированию социальных проектов;

– социально ответственной является часть предпринимателей, а выгоду получают все (проблема внешних эффектов);

– противоречивые интересы субъектов государственно-частного партнерства и проблемы общественной эффективности предпринимательских проектов [5].

Вместе с тем, в современных условиях преобладает прагматичный подход к рассмотрению социальной ответственности предпринимательства, который акцентирует внимание на возможностях, ей открываемых. Среди них: улучшение репутации и имиджа компании; сокращение издержек взаимодействия с властными структурами; улучшение позиций компании на рынке труда; повышение качества управления компанией (в том числе, за счет роста мотивации работников и лояльности клиентов); рост инвестиционной привлекательности компании; улучшение ее финансовых показателей компании (доходности, капитализации и др.); укрепление лидирующих позиций компании; более эффективное управление рисками; создание устойчивых партнерских отношений с органами государственной власти и местного самоуправления; повышение возможностей участия в международном разделении труда и т.д. [6, с. 76]

Однако следует учитывать, что не существует не только единого подхода к пониманию сущности социальной ответственности предпринимательства, но и единой его модели. Анализ зарубежных моделей социальной ответственности предпринимательства показывает, что:

а) с одной стороны, выработаны некоторые общие принципы, соблюдение которых социально ответственным предпринимательством обязательно и контролируется государством. Среди них принципы: подотчетности (предпринимательство должно нести ответственность за свою деятельность и социально значимые последствия принимаемых решений); прозрачности (прежде всего, в отношении методов, с помощью которых предприниматель принимает и реализует решения, а также влияния этих решений на заинтересованные стороны (стейкхолдеров)); этичного поведения (соблюдение предпринимателем требований честности, добросовестности, заботы о персонале предприятия, об окружающей среде и т.д.); учета интересов стейкхолдеров, которые могут быть затронуты при принятии предпринимателем решений; соблюдения предпринимателями национальных и международных правовых норм; признание и соблюдение субъектами предпринимательской деятельности права человека и т.д.;

б) с другой стороны, имеются существенные различия национальных моделей государственного воздействия на развитие социально ответственного предпринимательства (с точки зрения стратегии, целей и приоритетов, механизмов реализации политики государства, разграничения полномочий государственных органов центрального и регионального уровней, органов местного самоуправления и общественных организаций в рассматриваемой сфере). Выявленные различия определяются национальными традициями, уровнем развития институтов гражданского общества, балансом сил участников общественных отношений в сфере социальной ответственности предпринимательства (см. табл. 1).

При этом можно говорить об определенной эволюции моделей социальной ответственности бизнеса на Западе: от закрытой модели с активной стимулирующей ролью государства и применением прямых инструментов регулирования социальной ответственности компаний до открытой модели, характеризующейся преимущественным использованием косвенных инструментов экономической политики.

Таблица 1

Сравнительный анализ моделей социальной ответственности предпринимательства [7, с. 50-51]

Показатель	США	ЕС	Великобритания
Период возникновения	Начало XX века	70-е годы XX века	80-е годы XX века
Основные формы социальной ответственности бизнеса	Программы и планы предприятий, направленные на улучшение условий труда и социальное обеспечение работников	Разработка стандартов нефинансовой отчетности, внедрение их в практику и повсеместное распространение	Фонды социального инвестирования, социальное отношение к персоналу
Позиция гражданского общества	Активная	Недоверие к частному бизнесу	Средняя
Контроль	Общественный	Преимущественно государственный	Преимущественно общественный
Роль государства	Сотрудничество бизнеса с местным уровнем власти	Высокая степень вмешательства государства	Незначительное государственное вмешательство

Формирующаяся российская модель социальной ответственности бизнеса, весьма специфична, а процесс развития социальной ответственности предпринимательства в нашей стране идет достаточно сложно и противоречиво.

В дореформенный период предпринимательство практически не развивалось, а вопросы социального обеспечения взяло на себя государство. Социальные объекты были на балансе государственных предприятий, однако в процессе приватизации в муниципальную собственность было передано подавляющее большинство этих объектов. Это было оправдано крайне неблагоприятными условиями внешней среды, в которых оказались бывшие государственные предприятия (разрыв прежних хозяйственных связей, вытеснение с прежних рынков сбыта, галопирующая инфляция и т.д.). Одновременно с этим государство резко сократило бюджетное финансирование отраслей социальной сферы.

Таким образом, в изменившихся социально-экономических условиях возникла необходимость в разделении социальных обязательств между государством и хозяйствующими субъектами. Окончательно эта проблема не решена и по сей день, хотя за прошедшие годы удалось создать многие элементы отечественной модели социальной ответственности предпринимательства, которая была определена Президентом РФ как главный принцип во взаимодействии между государством, бизнесом и обществом.

Создана законодательная база развития социального ответственного предпринимательства (Трудовой кодекс РФ, федеральные законы «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», «Об охране окружающей среды» и т.д.). В 2009 г. принята «Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации» (распоряжение Правительства РФ № 1054-р от 30 июля 2009 года), которая обобщила все действующие формы поддержки социально ответственного предпринимательства.

Регулярно проводятся конкурсы и рейтинги, которые дают возможность проводить мониторинг социально ответственного предпринимательства, оказывать поддержку инициатив предпринимателей, распространять положительный опыт и т.д. Наиболее известными являются:

- ежегодный всероссийский конкурс «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность»;
- проводимый с 2000 г. конкурс «Российская организация высокой социальной эффективности»;
- конкурс «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнерства»;
- рейтинги: «рейтинг экологической ответственности», «Национальный рейтинг корпоративного управления», «национальный рейтинг «Ответственное лидерство» и т.д.

С выходом ряда российских компаний на международный рынок связано повышение их интереса к выработке политики социальной ответственности и стратегий участия компании в жизни общества.

Сегодня около 75% российских компаний ведут благотворительную деятельность, из них около 10% делают это на постоянной основе [8, с. 112]. Основной вклад в благотворительность осуществляется крупным бизнесом, преимущественно сырьевым. Лидером в сфере проведения социальной ответственности является «Газпром» с его известной программой «Газпром – детям». Целью данной программы выступает образование условий для гармонического интеллектуального, духовного и физического роста и развития детей и подростков, привлечение их в спортивные секции и в различные творческие кружки. С 2007 по 2018 годы проект развивается в 73 субъектах РФ. Было уже построено более 1600 современных объектов спортивной направленности. В данных спортивных объектах сегодня занимается более 100 тысяч человек [9].

Другой пример – АО «РосНефть-Москва», которая активно использует элементы социальной ответственности в следующих направлениях:

1. Благотворительная помощь и поддержка для детских домов «Алмазово», «Школа-интернат для слабовидящих детей», организация новогоднего праздника для детей-сирот в Московском государственном цирке.
2. Различные спортивные мероприятия для сотрудников организации в форме проведения зимней и летней спартакиады, дней здоровья, обязательной организации тренировок по множеству видов спорта, проведение фестиваля талантов.
3. Внутренняя ответственность. Она проявляется в форме негосударственного пенсионного обеспечения, дополнительной медицинской страховки, предоставление оздоровительных путевок для детей и взрослых, предоставление займа для обучения на полностью беспроцентной основе, возможность для получения корпоративной ипотеки, компенсация затрат на бензин, выдача молока в размере 0,5 литра за 1 смену работникам опасного производства [10, с. 109-113].

Интересным примером реализации социальной ответственности и установления партнёрских отношений выступает деятельность компании ОАО «РЖД». В компании разработаны и используются группы новых технологий по обеспечению социальной ответственности в сфере социальной защиты, охраны окружающей среды, развития менеджмента качества. Необходимым инструментом обеспечения коммуникации между организацией и заинтересованными участниками в рамках социальной ответственности выступает корпоративный социальный отчёт. Согласно данному отчёту, за 2017 год

в рамках корпоративной социальной ответственности была проведена профессиональная подготовка более 46 тыс. сотрудников и повышен уровень квалификации более чем у 165 тыс. чел. и 132,1 тыс. руководителей.

Работа корпоративного университета ОАО «РЖД» дала возможность для разработки и внедрения 69 образовательных программ и комплектов учебно-методических материалов. По итогам 2017 г. в рамках программы по оснащению учебных центров было куплено 13 тренажеров для отработки практических навыков по управлению локомотивами.

Особое внимание в работе с молодым поколением ОАО «РЖД» уделяет духовно-нравственному и патриотическому воспитанию. Так, в 2017 г. на железных дорогах и в функциональных филиалах проведено более 33 акций, посвящённых Победе в Великой Отечественной войне, 50 благотворительные акции, включая выезды в детские дома и дома престарелых, 28 экологических акции и субботника, порядка 16 мероприятий по сдаче крови. Всего в мероприятиях приняли участие около 60 000 молодых работников холдинга [11].

В банковском секторе лидером по внедрению социальной ответственности выступает ВТБ. Банк на традиционной основе уделяет особенное внимание поддержке проектов в сфере здравоохранения. Так, в 2017 г. было предоставлено финансирование для строительства клинического центра охраны материнства и детства в размере 6,5 млрд руб., а также 4,5 млрд руб. для строительства в регионах перинатальных центров и клиник с оснащением всеми необходимыми новейшими технологиями. Кроме того, в 2017 г. реализовано 18 проектов в сфере образования, 26 проектов в сфере поддержки спорта, оказана помощь 56 больницам и детским учреждениям и т.д. [12]

Социально ответственные предприятия есть и в российских регионах, среди предприятий среднего бизнеса. В качестве примера можно привести СПК-колхоз «50 лет Октября», расположенный в Неклиновском районе Ростовской области. Он производит качественную продукцию, внедряет инновации, позволяющие механизировать многие производственные процессы, большое внимание уделяет вопросам техники безопасности. Также к направлениям реализации социально ответственной политики предприятия можно отнести предоставление льготных путевок в санатории и оздоровительные лагеря сотрудникам и их детям, обеспечение жильем молодых специалистов, обучение кадров в вузах за счет предприятия с выплатой ежемесячной стипендии, строительство жилья для работников колхоза, благоустройство и газификацию территории, финансирование восстановления здания церкви в селе Ивановка и многое другое. Вклад предприятия в социальное обустройство села получил должное признание, СПК-колхоз награждён дипломом и бронзовой медалью «За достижение высоких результатов в деле устойчивого развития сельских территорий» Российской агропромышленной выставки «Золотая осень».

Другой пример – колхоз им. Шаумяна Ростовской области, в котором за счет хозяйства выплачиваются ежемесячные пособия по уходу за ребенком с 1,5 лет; содержание ребенка работника предприятия в ведомственном детском саду стоит символические 10 руб. в день; начиная со второго класса, выплачиваются стипендии школьникам-отличникам; студенты получают ежемесячную стипендию, им обеспечена практика в подразделениях предприятия; предприятие имеет собственный оздоровительный лагерь, ежемесячно выплачивает дополнительные пенсии ветеранам войны, строит жилье для работников хозяйства, активно финансирует развитие массового спорта, обеспечивает работников бутилированной водой, выплачивает ежемесячные компенсации на питание и т.д.

Однако подобные примеры – скорее исключение, чем правило, на малых предприятиях, которые практически не реализуют социальную политику, ограничиваясь лишь благотворительными акциями местного масштаба.

Таким образом, российская модель социально ответственного предпринимательства сегодня не вполне сформирована. Для изменения сложившейся ситуации необходимо:

- создание эффективно действующего механизма государственной поддержки и стимулирования развития социально-ориентированных предприятий (который включает налоговые льготы, софинансирование различных программ и проектов, механизмы государственно-частного и муниципально-частного партнерства, содействие социально ответственным предпринимателям в решении различного рода бюрократических проблем и т.д.);
- содействие развитию социального партнерства;
- стимулирование участия трудящихся в управлении предприятиями;
- повышение информированности общества о развитии социального ответственного предпринимательства, проблемах и достижениях в этой сфере;
- четкое разграничение полномочий органов государственной власти, местного самоуправления и предпринимательского сообщества в решении социальных вопросов, а также определение их взаимных обязательств;
- целесообразно разработать и принять Национальную концепцию устойчивого развития и социальной ответственности, исходя из того, что без социально ответственного государства не может быть социально ответственного предпринимательства.

Реализация этих мер позволит перейти от начальной стадии развития социально ответственного предпринимательства в РФ к более цивилизованным его формам. Вначале, как показывает мировой опыт, удастся создать закрытую модель, однако постепенно она будет трансформироваться в сторону большей открытости, будет базироваться на инициативе предприятий и поощрении государством их социально ответственного поведения.

Литература

1. *Веревкин Л.П.* Роль и ответственность бизнеса: приоритеты в общественном мнении // Энергия: экономика, техника, экология. 2015. № 5. С. 68-75.
2. *Гончарова О.Ю.* Государственное регулирование развития малого предпринимательства в условиях экономического кризиса // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2016. № 2. С. 89-96.
3. *Савина Т.Н.* Становление и развитие корпоративной социально-экономической ответственности с позиций требований времени и институциональной среды // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2012. № 34 (175). С. 55-64.
4. *Овчинников Г.К., Овчинникова М.В.* О развитии социальной ответственности бизнеса // Человеческий капитал. 2013. № 1(49). С. 198-206.
5. *Игнатова Т.В., Марадудина В.Ф.* Критерии и инструменты оценки общественной эффективности проектов государственно-частного партнерства // Известия высших учебных заведений. Социология, экономика, политика. 2016. № 4. С. 7-12.
6. *Литовченко С.Е., Корсакова М.И.* Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. 100 с.
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. 504 с.
8. *Вартанова М.А.* Особенности социальной ответственности российского предпринимательства // EUROPEAN SCIENTIFIC CONFERENCE. Сборник статей V Международной научно-практической конференции. – Пенза: Изд-во «Наука и просвещение», 2017. 332 с.
9. Официальный сайт ПАО «Газпром» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/social/> (дата обращения: 22.09.2018)
10. *Жданова Д.М.* Практика реализации социальной ответственности бизнеса в России // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2012. № 9-2. С. 109-113.
11. Корпоративный социальный отчет ОАО «РЖД». [Электронный ресурс] – URL: rzd.ru (Дата обращения 7.11.2018)
12. Социальный отчет ВТБ-банка [Электронный ресурс] – URL: vtb.ru – (Дата обращения 7.11.2018)

Goncharova Olga Yuryevna, Candidate of Economic Science, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, South-Russian Institute of management– branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: ojug2011@yandex.ru

Maltseva Olga Viktorovna, Candidate of Economic Science, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, South-Russian Institute of management– branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: ovmaltseva@mail.ru

Grzegorz Sroslak, Doctor of Economic Science, Dr hab., professor Jagiellonian University, Institute of Entrepreneurship (ul. Gołębia 24, 31-007, Crakow, Poland). E-mail: grzegorzsrslak@op.pl

Trofimov Gleb Vitalievich, Postgraduate, programme “Government and municipal management”, South-Russian Institute of management– branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: trofimov.globallox@yandex.ru

INTERACTION OF THE STATE AND ENTREPRENEURSHIP IN THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY: WORLD AND DOMESTIC EXPERIENCE

Abstract

The article analyzes the evolution and features of the modern stage of development of the social responsibility of entrepreneurship abroad, as well as the role of the state in this process, reveals the specifics of the social responsibility of Russian entrepreneurship. The most important reasons for the insufficient development of the social responsibility of modern domestic entrepreneurship are identified. The possibility and necessity of changing the situation through increasing the efficiency of state regulation of the development of entrepreneurship, developing public-private partnerships, activating public associations, and developing social partnership relations are substantiated.

Keywords: economic efficiency, social responsibility of entrepreneurship, concepts of corporate social responsibility, models of social responsibility of entrepreneurship, social responsibility of the state, state support of socially responsible entrepreneurship, public-private partnership, social partnership, social problems.