

учебной литературе; учебная литература не нуждается в особом рекламировании, как художественная; ее покупка скорее вызвана потребностью, чем влиянием рекламы; большой интерес к книгам российских издательств. Они имеют более мощные средства рекламирования и пользуются большим авторитетом среди белорусских покупателей; неэффективная рекламная кампания, точнее полное ее отсутствие; появление электронных версий книг, что влияет на выпуск бумажной продукции; снижение интереса к чтению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство информации Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/>. – Дата доступа: 10.12.2019.

2. Национальная книжная палата Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальная книжная палата Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://natbook.org.by/>. – Дата доступа: 10.12.2019.

УДК 658.5: 304

Е. В. Севостьянова, доц., канд. экон. наук;
Д.Т. Мынбаев, студ. (ОмГУПС, г. Омск)

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В РОССИИ

Социальные проблемы в России наблюдаются в сферах здравоохранения, образования, охраны труда, что связано с сосредоточением на разовых проектах, а не на долговременное сотрудничество, направленное на решение острых социальных проблем. Лишь 18% работодателей заинтересованы в постоянной активной социальной политике[1].

В мире возрастает популярность использования принципов социальной ответственности бизнеса (СОБ), под которой понимается принципы поведения и концепция выстраивания бизнес – сообществом своей деятельности по направлениям производства и предоставления услуг, соблюдения законодательства, соответствование общественным ожиданиям, выплата заработной платы и создание рабочих мест.

В России социальная ответственность получила свое развитие в 1990-е года, что позже, чем в странах Запада. В отличие от западных стран, в России СОБ возникла по побуждению самых успешных компаний. На концепцию СОБ в РФ показали влияние проблемы

защиты труда, медицины, образования и культуры (табл. 1).
Российские корпорации не хотят решать данные проблемы.

Таблица - Сравнительный анализ характеристик социальной ответственности бизнеса в России и США

Экономический субъект	Россия	США
Государство	«Навязывание» СОБ организациям. Государство под угрозой санкций принуждает корпорации реализовывать социально важные проекты	Минимальное вмешательство в деятельность компаний в области социальной ответственности. Государство считает важным поощрение активной социальной политики компании различными льготами и субсидиями
Предприятие	Сосредоточение на разовых проектах. Менеджеры считают важным улучшение условий труда и прозрачности отчетности	Реализация крупных и долгосрочных проектов. Менеджеры делают все возможное, чтобы корпорации участвовали в социальной и других сферах жизни общества.
Общество	Пассивность общества по вопросам СОБ. Население считает важным выплату высоких зарплат, помощь бедным и поддержка образования	Подотчетность компаний обществу. Населению важно защита прав человека

Российские корпорации активно внедряют принципы СОБ в деятельность предприятия. Инициатива в реализации СОБ в РФ исходит от крупных компаний. Они реализуют данные проекты при помощи инвестиций. Отличие реализации СОБ в зарубежных странах и России, состоит в том, что у нас оказывается небольшое давление на бизнес со стороны, тогда как за границей общество оказывает прямое влияние на реализацию стратегии СОБ. Наиболее крупные корпорации расходуют на цели социальной политики до 17% прибыли [3].

Компании РЖД и Сбербанк реализуют своим программы по таким направлениям, как обучение сотрудников, сокращение отходов производства, сокращение потребления электроэнергии. Группа компаний ВТБ реализует благотворительные проекты, связанные с молодежной политикой, финансовой поддержкой природоохранных проектов. Другие проекты, могут уже сейчас активно внедряться в стратегию социальной ответственности предприятий [2].

Российским корпорациям присуща разная трактовка и проявление СОБ. Это обусловлено всесторонним воздействием заинтересованных лиц, включение стратегий СОБ во внутренние процессы компании, главными приоритетами социальной ответственности бизнеса. Такие крупные корпорации как Внешэкономбанк и ПАО «Татнефть» считают, что социальная ответственность бизнеса – это добровольное вложение бизнес-сообщества в развитие социума посредством инвестиций, направленные на социальную сферу и экономику. Энергетические

корпорации (АО «Сибирская угольная энергетическая компания», ПАО «СИБУР Холдинг», АО «Ленинградская областная управляющая электросетевая компания») считают, что социальная ответственность – это необходимая составляющая взаимодействия между компанией и обществом по решению социальных задач в интересах политики компании [4].

Для эффективной реализации СОБ необходимо гарантировать права собственности, честный суд, прозрачность законодательства для бизнеса. Придется отказаться от «навязывания» СОБ организациям, а сделать так, чтобы организации массово захотели реализовывать СОБ в РФ. Без поддержки институтов гражданского общества, Россия не сможет выйти на качественный результат от внедрения СОБ. Поэтому, чтобы решить проблему социальной ответственности бизнеса в России нужно создавать новые механизмы поощрения общественных инициатив, включая создание единой системы государственных и негосударственных фондов.

Благодаря данным решениям, Россия сможет решить проблему СОБ уже в среднесрочной перспективе. Бизнес получит преференции от государства и будет вкладывать деньги в социальную сферу больше денег что, несомненно, приведет к улучшению уровня жизни россиян. Государство получит хорошую опору и надежного партнера в деле продвижения национальных проектов по улучшению благосостояния граждан. И самое главное, граждане России смогут почувствовать реальное, а не цифирное улучшение жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1 Иванова А.А. Корпоративная социальная ответственность: отношение бизнеса и общества в современной России // Среднерусский вестник общественных наук. №2. 2015

2 Даньшина В.В. Зарубежный опыт реализации социальной ответственности бизнеса // Вестник Томского государственного университета. Экономика. №40. 2017

3 Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность // Экономический журнал. №4. 2014

4 Черенкова Е.З. Теоретические основы корпоративной социальной ответственности в России // Научные записки молодых исследователей. №1. 2018

5 Кречко М.Ю. Социальная ответственность в российских организациях // Наука, образование и культура. №3. 2015

6 Морозов А.А. Социальная ответственность бизнеса в системе «работник-работодатель»: опыт эмпирического изучения // Труды Карельского научного центра РАН. №3. 2015