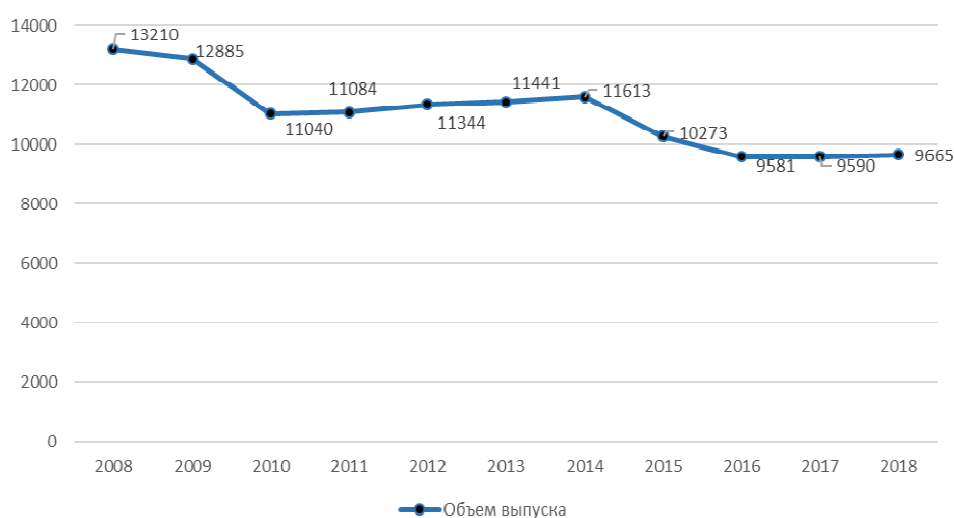


## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Тенденцией последних лет является снижение интереса к издательскому делу, что вызвано падением покупательского спроса на книжную продукцию, отсутствием опыта ведения книжного бизнеса. Часть издательств и издающих организаций, в том числе и крупных, прекратили деятельность, остальные снизили объемы выпуска печатной продукции. Также произошли изменения в структуре тематики и целевом назначении изданий.

По данным Министерства информации Республики Беларусь на 01.01.2018 г. 508 субъектов хозяйствования имели свидетельства о государственной регистрации в качестве издателя. Среди них: государственные организации – 35,6%; частные организации – 48%; индивидуальные предприниматели – 10,6%; религиозные организации – 3,8%; общественные объединения – 2% [1].

Рекордное количество выпуска книжной продукции в республике было в 2008 году – 13210 названий книг и брошюр. К 2011 году произошло резкое падение, а потом наблюдается стабильность и небольшой рост (не более 5%) к 2014 году. Однако за три последних года выпуск книг и брошюр вновь сократился на 16,5%. В целом по десятилетию данный показатель уменьшился на 26,4%. Как изменялся выпуск продукции можно посмотреть на рисунке 1.



**Рисунок 1 - Объем выпуска книжной продукции  
в Республике Беларусь**

Всего в 2018 году издательствами и издающими организациями разных форм собственности было выпущено 9 665 наименований книг и брошюр общим тиражом 25,6 млн. экз. По сравнению с предыдущим годом количество выпущенных изданий и совокупный тираж увеличились на 0,8 и 10,8 % соответственно. Средний тираж одной книги составил 2,65 тыс. экз., на 1 жителя издано порядка 2,7 книги.

Белорусские издательства в первую очередь классифицируются на издания учебной и научной литературы. Безусловным лидером по количеству выпуска названий и тиража является издательство «Аверсэв», которое занимается выпуском учебной литературы. Также эта сфера представлена издательскими центрами высших учебных заведений. Литературно-художественное направление представлено узким кругом издательств, которые выпускают небольшое количество книжной продукции.

Только пять издательств (издательский центр Белорусского государственного медицинского университета, ООО «Харвест», «Издательство «Выснова», ООО «Попурри», УП «Колорград») смогли выпустить от 200 до 350 наименований книжной продукции, которая занимает 15,1 % в общем количестве названий и 10,5 % в общем тираже [2]. Все статистические данные приведены в таблице.

**Таблица – Издатели, выпустившие более 100 названий в 2018 году**

| Издательство                                        | Количество<br>наименований | Тираж,<br>тыс. экз |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|--------------------|
| Аверсэв                                             | 606                        | 5736,2             |
| Попурри                                             | 324                        | 1216               |
| Выснова                                             | 312                        | 579                |
| Харвест                                             | 306                        | 852,7              |
| Белорусский государственный медицинский университет | 273                        | 39,3               |
| Колорград                                           | 245                        | 46,7               |
| Национальный институт образования                   | 182                        | 3437,1             |
| Витебский государственный университет               | 170                        | 17,8               |
| Книжный дом                                         | 169                        | 1013,7             |
| Брестский государственный университет               | 162                        | 17,9               |
| ИТОГО                                               | 2749                       | 12956,4            |

ОДО «Аверсэв» (возглавляет топ издательств по показателям деятельности) в 2018 году выпустило 606 наименований тиражом 5,74 млн. экз. (6,3 % от общего количества и 22,4 % от общего тиража). Для сравнения: в 2010 – 345 наименований тиражом 2,87 млн. экз. (3,1 и 6,6 %), в 2015 – 469 названий тиражом 4,44 млн. экз. (4,6 и 20,6 %), в 2017 году – 562 наименования тиражом 4,94 млн. экз. (5,9 и 21,4 %).

Причинами невысоких результатов литературно-художественных издательств можно выделить следующие: акцент на

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