

Авдей Ольга Васильевна
кандидат экономических наук, доцент, БГУ

Экономическая социализация и доходы домашних хозяйств

В процессе формирования системы ценностей, реализации навыков экономического поведения, первостепенное значение принадлежит домашним хозяйствам. В экономической системе домашние хозяйства выполняют ряд общеэкономических функций, а именно, воспроизводственную, дифференцирующую, мотивационную. Развитие рыночной экономики предполагает, как рост доходов домашних хозяйств, так и их дифференциацию. Замедление темпов реальных доходов населения является характерной особенностью изменения данных доходов в последние несколько лет. Так, реальные располагаемые денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году составили в 2015 г. – 94,1; в 2016 г. – 93,1 [1, 27]. В структуре потребительских расходов домашних хозяйств в 2016 году доля расходов на питание составила 41,5% (в 2012 году – 43,0%), на покупку непродовольственных товаров – 31,6% (в 2012 году – 36,5%), на оплату услуг – 23,6% (в 2012 году – 16,7%) [2]. При этом существенным обстоятельством является то, что в 2016 году 65,5 % домашних хозяйств оценили свое материальное положение в текущем году как среднее, 26,9% – несколько ниже среднего, 3,1% – несколько выше среднего и высокое. Низкую оценку своему материальному положению дали 4,5% домашних хозяйств [1, 92]. Экономическая социализация, как процесс усвоения и реализации правил экономического поведения, имеет и причиной, и следствием неравенство в уровнях доходов домашних хозяйств. Квинтильный коэффициент дифференциации составлял 4,0 в 2012 г., в 2016 г. – 4,2 . Коэффициент Джини в 2012 г. был равен 0,285, а в 2016 г. – 0,279 [1, 79]. Домашние хозяйства, являющиеся объектом экономической социализации, могут и должны быть и субъектами этого процесса.

Литература

1. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь. Статистический справочник, 2017. — Мн.: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 380 с.
2. Структура потребительских расходов домашних хозяйств // <https://vk-cc.com/5WagJi> - Дата доступа: 15. 11. 2017.

Белусов Константин Юрьевич

*к. э. н., ассистент каф. экономической теории и социальной политики
экономического ф-та Санкт-Петербургского государственного университета*

Современные тенденции социальной ответственности российских корпораций

В российском бизнесе до настоящего времени доминировала парадигма взаимоотношений с обществом, заключающаяся в том, что если компания выплачивает необходимые налоги, устанавливает приемлемый уровень

заработной платы для своих сотрудников и выполняет базовые требования по безопасности труда и защите окружающей среды, то она представляет собой социально ответственную организацию [3, 64]. Развитие новой парадигмы социально ответственного поведения невозможно без запроса со стороны общества и соответствующей переоценки роли бизнеса в обществе, понимания необходимости осуществления изменений со стороны менеджмента организаций. Однако, еще несколько лет назад, по данным ВЦИОМ, у общества таких требований не сформировалось (или бизнес не был в состоянии такие требования идентифицировать) [2]. Согласно исследованию Левада-Центра [1], социальная ответственность воспринималась бизнесом как форма принуждения предпринимателей к заключению договоров о социальной поддержке с муниципальными организациями. При этом задачей социальной деятельности бизнеса оставалось повышение собственной инвестиционной привлекательности, его сближение с обществом за счет усиления добровольной ответственности бизнеса [4], что было сложновыполнимым. В настоящее время российским бизнесом происходит полное переосмысление роли социальной ответственности. Смена парадигм позволит перейти от модели корпоративного эгоизма к альтруизму и социальному инвестированию, непосредственно связанному с повышением конкурентоспособности, ростом инвестиционной привлекательности и минимизацией рисков. В настоящее время можно с уверенностью говорить о том, что в современном российском обществе наметился ряд следующих тенденций:

- усиление обеспокоенности корпоративных стейкхолдеров в области глобальных TBL-проблем (экономических, социальных и экологических),
- рост макроэкономических и социальных рисков нестабильности,
- рост социальных запросов в области устойчивого развития и корпоративной ответственности к транснациональным компаниям.

Литература

1. Волков Д. Рост общественной активности в России: становление гражданского общества или очередной тупик? / Вестник общественного мнения, 2011, №2(108). — С. 8-28.
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения - «Неэквивалентный обмен: социальная ответственность бизнеса и его признание российским обществом» [Электронный доступ] - <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13587>.
3. Корсунов А.С. Корпоративная социальная ответственность в России: вопросы легитимности // Вестник РГГУ, 2008, № 2. — С. 64–67.
4. Чмель С.Ю. Корпоративная социальная ответственность в условиях модернизации экономики России // Известия высших учебных заведений. Серия: экономика, финансы и управление производством - Ивановский государственный химико-технологический университет, 2011, #2. — С. 198.