

БИЗНЕС КАК СУБЪЕКТ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ: ПРАКТИКИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ Г. КРАСНОДАРА)

А. И. Кольба, И. В. Мирошниченко, О. А. Бориско, Д. Н. Ракачев

Кольба Алексей Иванович

Эл. почта: alivka2000@mail.ru. ORCID: 0000-0002-7663-8890

Мирошниченко Инна Валерьевна

Эл. почта: mirinna78@mail.ru. ORCID 0000-0002-2650-6662

Бориско Ольга Александровна

Эл. почта: olgbor@mail.ru. ORCID: 0000-0003-0097-3796

Ракачев Дмитрий Николаевич

Эл. почта: rd_rd@mail.ru. ORCID: 0000-0002-9187-6416

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», ул. Ставропольская, 149, Краснодар, 350040, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются форматы и практики корпоративной социальной ответственности (КСО), реализуемые в отношении молодёжи старшей возрастной группы (30–35 лет) как механизмы развития субъектности бизнеса в сфере молодёжной политики. Роль бизнес-структур в реализации ГМП в настоящее время менее значима, чем это позволяет его потенциал. При этом бизнес обладает уникальными возможностями и ресурсами взаимодействия с работающей молодёжью, а также потенциалом влияния на развития территорий своего пребывания. В научных исследованиях данная проблематика в настоящее время представлена ограниченно и фрагментировано. Эмпирическую базу исследования составляли данные, полученные на основе сочетания качественных (экспертное интервью, фокус-групповое интервью, анализ документов) и количественных (анкетирование) методов. В ходе исследования выделены основные направления реализации социальной ответственности бизнеса в отношении указанной возрастной группы: социально-экономическое, экологическое, гражданско-патриотическое и др. Также выявлены имеющиеся расхождения между потребностями бизнес-структур (поддержка профессионального развития и роста в рамках компаний) и работающей молодёжи (стремление к активному саморазвитию, в том числе и за пределами компаний, с которыми работники связаны в настоящее время). Определены имеющиеся противоречия между преимущественной ориентацией бизнеса на различные форматы внутренней социальной ответственности, и необходимостью развития территории пребывания (в том числе для решения проблем работающей молодёжи). Сформулированы практические рекомендации для бизнес-структур, работающих в г. Краснодаре, и муниципальных органов власти, реализация которых на практике позволит активизировать деятельность бизнеса как субъекта молодёжной политики и развития городских территорий на основе практик социальной ответственности.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, работающая молодёжь, молодёжная политика, развитие территорий, Краснодар.

Для цитирования: Кольба А. И., Мирошниченко И. В., Бориско О. А., Ракачев Д. Н. Бизнес как субъект молодёжной политики в регионе: практики социальной ответственности (на примере г. Краснодара). Южно-российский журнал социальных наук. 2024. Т. 25. № 4. С. 124–147.

Введение

После появления в российском законодательстве новой трактовки понятия «молодёжь», расширившего возрастные границы данной поколенческой общности, появилась необходимость рассматривать интересы и потребности старшего слоя молодых людей (от 30 до 35 лет) в поле проблематики государственной

молодежной политики. В настоящее время она в большей степени ориентирована на младшие возрастные группы. Кроме того, программы и мероприятия, реализуемые в рамках различных треков развития данной отрасли государственной политики, в относительно небольшой степени учитывают специфику проблем трудящейся молодежи.

Актуальность темы исследования связана также с тем, что бизнес-структуры, в первую очередь крупные компании и их региональные представительства, уделяют достаточно большое внимание реализации принципов и различных форм социальной ответственности по отношению к своим молодым сотрудникам. Однако при этом остаются не выявленными степень субъектности как самого бизнеса, так и работающей молодежи в реализации данных инициатив и возможности их интеграции в систему молодежной политики, что серьезно расширило бы диапазон её форматов и позволило бы активнее использовать ресурсы бизнеса для реализации целей и задач.

Таким образом, существует социальное противоречие между необходимостью более широко привлекать ресурсы бизнеса и работающей молодежи старшего возраста для реализации приоритетных задач социального и экономического развития и ограниченной пригодностью существующего инструментария молодежной политики в этой сфере. Это обусловило наличие научного и практического интереса к проблематике исследования.

Научная проблема исследования связана с недостатком имеющихся знаний о роли социальной ответственности бизнеса в работе с молодежью. В настоящее время существует дефицит представлений о возможных моделях и механизмах взаимодействия бизнеса с государственными и муниципальными структурами, работающими в этой сфере, и с организациями гражданского сектора. Также недостаточно изучены интересы и потребности трудящейся молодежи старшей возрастной группы в контексте приоритетов государственной молодежной политики.

Исходя из вышеизложенного, в фокусе нашего исследования находятся форматы и практики реализации социальной ответственности бизнеса в отношении работающей молодежи 30–35 лет и участие в них самих молодых специалистов указанной возрастной группы. Цель исследования — определить корпоративные позиции и форматы реализации социальной ответственности компаний и предприятий города Краснодара, а также определить включенность молодых специалистов в возрасте от 30 до 35 лет в реализации данных практик. Краснодар был выбран для проведения исследования как большой город, где функционируют организации крупного, среднего и малого бизнеса, в той или иной степени реализующие практики социальной ответственности, и велик процент работающей молодежи интересующей нас возрастной группы.

Степень научной разработанности проблемы

Научное осмысление проблематики исследования происходит в междисциплинарном поле, на стыке таких дисциплин, как социология, политология, экономика, организационное поведение и психология.

В контексте нашего исследования наиболее значимыми являются её аспекты, связанные с участием бизнеса в формировании и реализации государственных политик, взаимодействии с государственными структурами и другими контрагентами,

в рамках проектов и программ развития, влиянием практик корпоративной социальной ответственности на различные социальные группы.

Изначально в научной литературе социальная ответственность бизнеса рассматривалась как один из инструментов увеличения его прибыльности (Фридман, 2002). В более поздних трактовках понимание этого термина было существенно расширено (Bowen, 2013; Ланнон, Ланнон, 2014; Cruz Jr. H. 2022). В частности, отмечается, что крупные компании вовлекают в орбиту своей деятельности множество «соучастников» (стейкхолдеров), к числу которых относятся и широкие слои общества. Исходя из этого, интересы различных социальных общностей бизнесу необходимо учитывать в своей деятельности (Freeman and others, 2010). В современном понимании, в том числе на уровне эмпирических исследований, часто фиксируется точка зрения, согласно которой корпоративная социальная ответственность распространяется не только на сотрудников компаний, но и на территории, где ведется их деятельность (Чирикова, 2016).

В российских практиках взаимодействия бизнеса с широким кругом заинтересованных в тех или иных результатах его деятельности субъектов принципы социальной ответственности начинают распространяться с 1990-х гг. Уже в начале 2000-х гг. исследователи фиксировали (прежде всего в крупных компаниях) отход от патерналистских практик советского периода и переход к партнерским отношениям работодателей и работников (Перегудов, 2003). В дальнейшем отношения корпоративной социальной ответственности эволюционно развиваются, в том числе и за счёт распространения на новые сферы и форматы реализации (Воронцов, 2017; Орехов, Глазов, 2018).

Социальная ответственность может рассматриваться также в контексте возможностей влияния бизнеса на принимаемые управленческие решения и развития партнерства с государственными структурами и органами муниципального управления. Это направление исследований связано с теорией структурной власти бизнеса. В рамках данного подхода, в частности, рассматривается прямое и косвенное участие крупного российского в формировании государственной политики, в том числе через кадровую политику (Тев, 2016; Тев, 2022; Матвеев, 2019). Если на федеральном уровне институциональные условия способствуют развитию неопатримониальной модели взаимодействия между властью и бизнесом (Гельман, 2015), то на уровне регионов и муниципалитетов возможности бизнеса влиять на принимаемые решения представляются более широкими. Российские исследователи указывают, что развитие партнерства между городской властью и градообразующим предприятием, включающее реализацию социальных программ, может стать одним из ключевых факторов социально-политической стабильности (Чирикова, 2023).

При обилии работ, посвященных КСО в различных её аспектах, а также взаимодействию бизнеса с государственными и муниципальными структурами, исследования, рассматривающие практики социальной ответственности в контексте формирования государственной политики и развития территорий, представлены фрагментарно (Шевченко, 2018; Вотченко, 2017; Иванова, Якушева, 2020; Мошкова, 2014). Исследования, раскрывающие роль бизнеса и его социальной деятельности в формировании молодежной политики, за редкими исключениями (Благих и др., 2020) отсутствуют. Таким образом, данная проблематика является малоисследованной.

Теоретико-методологические основания и методика исследования

Социальная ответственность бизнеса (корпоративная социальная ответственность) в рамках данного исследования рассматривается как система деятельности какого-либо предприятия, способствующей социальному развитию как компании, так и сотрудников и общества в целом (Bowen, 2013).

Теоретико-методологической основой исследования выступает неинституциональный подход, позволяющий интерпретировать социальную ответственность бизнеса как совокупность формально и неформально регламентированных практик взаимодействия стейкхолдеров, нацеленных на реализацию их интересов.

Эмпирическую базу исследования составили данные, полученные в компаниях и предприятиях г. Краснодара в сентябре-октябре 2023 г. (период проведения полевого этапа исследования). Методика исследования включала в себя такие методы сбора данных, как экспертный опрос представителей компаний и предприятий города Краснодара, осуществляющих практики корпоративной социальной ответственности; фокус-групповые интервью с молодыми специалистами, работающими в компаниях и на предприятиях города Краснодара, осуществляющих практики корпоративной социальной ответственности; анкетный опрос молодых специалистов от 30 до 35 лет, работающих в компаниях и на предприятиях города Краснодара, осуществляющих практики корпоративной социальной ответственности; анализ документов, характеризующих практики социальной ответственности компаний и предприятий города Краснодара.

Социальная ответственность бизнеса в г. Краснодаре: содержание и роль молодежи

Исследование показало, что социальная ответственность бизнеса, ведущего свою деятельность на территории Краснодара, разнонаправлена. Векторы и формы её реализации в целом коррелируют с задачами компании на рынке города/края. В целом сильнее выражена направленность на внутреннюю социальную ответственность, связанную с развитием молодых сотрудников, в т.ч. в возрасте 30–35 лет, реализацию их потребностей с целью формирования кадрового ресурса компаний. Практики такого типа реализуются через механизмы заключения коллективных договоров, наставничества, предоставления дополнительного социального страхования и социального пакета молодым специалистам, работу над траекторией их развития и т.д.

«В коллективном договоре как раз-таки социальная ответственность прописана, там выделено понятие «молодые специалисты». <...> Молодым работникам, когда они приходят к нам после учебного заведения, мы присваиваем статус молодого специалиста, делаем индивидуальные планы. <...> Там же мы прописываем мероприятия, в которых они могут поучаствовать, их обучение, их саморазвитие». (Из материалов экспертного опроса).

«Как правило, это какая-то либо финансовая сфера, либо, действительно, помощь в устройстве сотрудников: детские сады, <...> есть какие-то истории, связанные с организацией индивидуального графика под них, либо преимущественно удаленные работы, чтобы им комфортно совмещать родительство, материнство с трудовой деятельностью». (Из материалов экспертного опроса).

«Есть программа кадрового резерва, когда каждый сотрудник в меру своих компетенций, усилий, старания может быть номинирован на повышение. Это очень широко распространено. Я могу сказать по себе, в 2011 году я пришла работать

руководителем сектора. Вот сейчас я директор департамента». (Из материалов экспертного опроса).

Внешняя социальная ответственность имеет значение прежде всего в контексте имиджа компании, необходимости купировать негативное общественное мнение. Она в большей степени реализуется компаниями, которые стремятся изменить свою позицию на рынке либо действуют в условиях меняющегося рынка.

«Что касается волонтерства, уже много лет у компании есть программа по развитию экологической грамотности, по повышению экологической грамотности у населения. В соответствии с этой программой мы проводим мероприятия в школах». (Из материалов экспертного опроса).

Такие компании наиболее активно сотрудничают с органами государственной власти, муниципалитетами, НКО и другими структурами гражданского общества. В наименьшей степени среди партнеров фигурируют структуры, занимающиеся реализацией молодёжной политики.

«Вот мы активно взаимодействуем с некоммерческими организациями, с коммерческими организациями в данном направлении [экологической ответственности]. <...> Активно стараемся участвовать в различных мероприятиях некоммерческих организаций. <...> Фестивали, ярмарки с экологической направленностью, активно участвуем в мероприятиях города, которые называются «Чистая страна». Это и субботники, и различные акции, и акции по раздельному сбору отходов». (Из материалов экспертного опроса).

«У нас в Краснодаре проводились уборка территорий. Просто собирают компании. <...> «Ребята, хотите продуктивно и полезно провести время, убрать территорию отдыха? Мы едем, это все на добровольческих началах». (Из материалов экспертного опроса).

«Как мы стали с фондом «Синяя птица» сотрудничать? Мы сидели обсуждали, что там вот у нас накопилось там много вещей... <...> Обсудили, я пошла и нашла вариант». (Из материалов экспертного опроса).

«Из некоммерческих организаций очень плотно мы взаимодействуем с организацией «Чистая Среда». У нас даже есть общественный совет при мусороуборочной компании, и руководитель «Чистой Среды» является участником совета, членом совета. В прошлом, позапрошлом году мы активно взаимодействовали с организацией «Зелёный край». У нас даже был с ними очень большой проект по школам». (Из материалов экспертного опроса).

Направленность на внутреннюю социальную ответственность обуславливает ориентацию на сотрудничество с коммерческими структурами, которые могут обеспечить реализацию отдельных её направлений (банки, спортивные учреждения, оздоровительные центры, санатории, вузы и др.).

«Мы застрахованные сотрудники в «Согазе», то есть добровольное страхование компания за нас оплачивает. У нас есть определенные лимиты, которые выделяются на сотрудников... <...> Этот соцпакет в нашу компанию-то и привлекает». (Из материалов экспертного опроса).

«По-моему, 5 или 6 лет назад у меня был опыт с КубГУ, когда мы некоторых людей приглашали на практику, в том числе для бухгалтерского факультета читали несколько лекций. <...> Но, честно говоря, ни один из тех коллег, кто проходил у нас практику, кто пытался у нас трудоустроиться, не задержался...». (Из материалов экспертного опроса).

Молодёжь, как правило, рассматривается в качестве объекта и субъекта социальной ответственности. Она инициирует социальные инициативы либо обращается к руководству предприятий и компаний с соответствующими запросами. Эксперты отмечают, что молодые специалисты являются одним из наиболее значимых ресурсов для сохранения стабильности и роста бизнеса в условиях растущей конкуренции на рынке труда в масштабах города.

«Также компания следит за состоянием сотрудников. На здоровье направлен наш ДНС, ежегодный чек-ап. Смотрим на психологическое здоровье коллег. У нас тоже есть программа. В момент, когда кризисы проходят, компания полностью оплачивает консультацию психолога». (Из материалов экспертного опроса).

«Если не будет каких-то новых решений, не будет молодых специалистов, которые готовы их принимать, которые видят по-другому, которые имеют другой опыт каких-то решений, может быть, не всегда управленческих, — не будет развития никакого». (Из материалов экспертного опроса).

В то же время фиксируется дифференциация потребностей различных возрастных групп работающей молодёжи. Если для начинающих специалистов наиболее важны форматы социальной активности, связанные с проведением досуга и развлечениями, то для возрастной категории от 30 до 35 лет значимы направления социальной поддержки в таких сферах, как обеспечение жильем, семейные отношения, родительство, развитие карьеры и саморазвитие. Компании реагируют на эти запросы созданием ипотечных программ, развитием дополнительного медицинского страхования, заключением договоров с медицинскими учреждениями, оказанием материальной помощи при покупке и ремонте жилья и т.д. Примерно одинаковое значение для всех возрастных групп молодёжи имеют возможности, связанные с занятием спортом, ведением здорового образа жизни, социально полезной активностью (волонтерство, участие в благотворительных акциях, экологических проектах) (рис. 1).

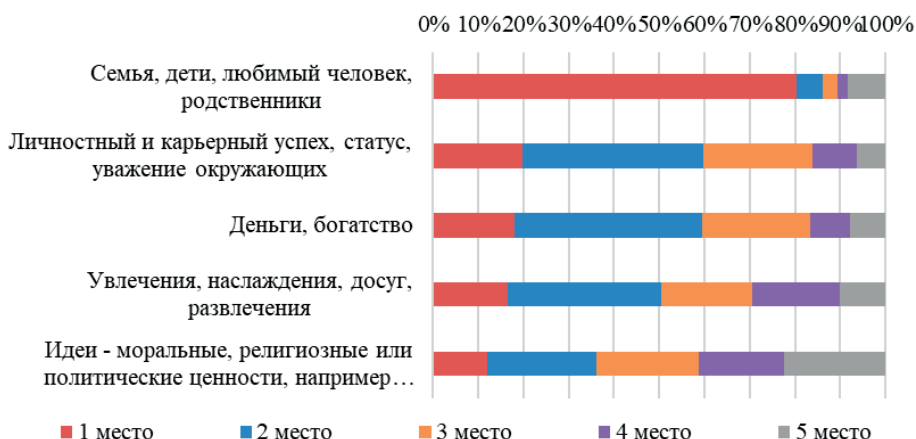


Рис. 1. Что является для вас наиболее важным в жизни? К чему вы стремитесь прежде всего?

Fig. 1. What is most important to you in life? What do you strive for first and foremost?

Наиболее развита реализация социальной ответственности по отношению к молодежи в возрасте от 30 до 35 лет в таких направлениях, как:

— социально-экономическая (поддержка ветеранов, пенсионеров компании; поддержка семей сотрудников — обеспечение летнего отдыха детей, устройство в детские сады, льготное ипотечное кредитование и др., волонтерство, благотворительность);

«Очень активное направление нашей деятельности — это волонтерство. Мы поддерживаем «Детей-лучиков», это достаточно известная структура в крае». (Из материалов экспертного опроса).

«Ещё надо, наверно, сказать про нашу поддержку детства, потому что у нас есть практика, не частая вообще, для бизнеса, даже для крупного: мы обеспечиваем путевками в детские лагеря всех детей желающих». (Из материалов экспертного опроса).

— экологическая (участие в экологических акциях и их инициирование; отдельный сбор мусора; экологически чистое потребление, сокращение использования расходных материалов и др.);

«Нам важно, чтобы было чисто, нам важно, что вы здесь же в этих условиях учите людей сортировать [мусор]. Очень круто было, когда у нас был прям молодой (мы с ними продолжаем сотрудничать) волонтерский отряд деток где-то от 14 лет и до 10 класса, 16–17 лет; где-то были дети 12 лет, если каких-то своих сестер приводили». (Из материалов экспертного опроса).

— гражданско-патриотическая (поиск захоронений времен ВОВ, помощь участникам СВО и др.);

«Когда была активная фаза, в основном в прошлом году, СВО и частичная мобилизация, мы собирали вещи, продукты для беженцев, для тех, кто с территорий Донбасса перемещался в Ростовскую область». (Из материалов экспертного опроса).

— культурная (организация культурно-досуговых мероприятий, конференций молодых специалистов, корпоративных выездов и др.);

«У нас проходит раз в два года наша большая конференция молодых ученых-специалистов. Наши победители потом отправляются на конференции в другие дочерние общества. Сейчас осенью поедут в РГУ имени Губкина, Москва». (Из материалов экспертного опроса).

— физкультурно-спортивная (обеспечение доступа к спортивным сооружениям, корпоративные спартакиады, пропаганда ЗОЖ, участие в городских спортивных акциях и др.);

«Если мы говорим про молодежь, у нас популярны всякие забеги, марафоны, полумарафоны, активности, связанные с легкой атлетикой, тоже наши ребята в них участвуют, мы это поддерживаем». (Из материалов экспертного опроса).

— профессионально-карьерная (профорientационные мероприятия; проведение практик, стажировок для молодых специалистов; организация обучающих программ и отдельных мероприятий, поддержка профессиональной мобильности сотрудников и др.);

«Когда сотрудник молодой приходит, есть система наставничества, когда закрепляется наставник в структурном подразделении, и он несколько месяцев ведет этого специалиста по его должностным обязанностям, по его компетенциям, увеличивая его компетенции, повышая, рассказывая. Эта система очень классно работает». (Из материалов экспертного опроса).



Рис. 2. Программы, услуги, возможности, предоставляемые молодежи работодателем
 Fig. 2. Programs, services, opportunities provided to youth by employers

В компаниях и предприятиях, работающих на территории г. Краснодара, нет отдельных программ реализации социальной ответственности в отношении молодёжи; как правило, разработка мер и курсов по данному направлению происходит в рамках общих программ развития/устойчивого развития. В то же время эксперты подчеркивали, что значительная часть форм социальной ответственности фактически в большей степени ориентирована на молодых специалистов, инициируется и поддерживается ими (рис. 2, 3).

«Очень поддерживает [инициативы в сфере социальной ответственности], прям «топит» за это. Правда, у нас рабочая нагрузка большая, в том числе и по командировкам идет. <...> По настроению не заходит, мы не делаем». (Из материалов экспертного опроса).

Следует отметить различия в реализации социальной ответственности, которые, как правило, проходят между представителями крупного бизнеса федерального и регионального уровня, и компаниями, представляющими средний бизнес. Компании первого типа реализуют широкий спектр мер социальной ответственности, рассматривая это направление деятельности как важное не только для компании, но и для сотрудников (формирование социально ответственной позиции молодых



Рис. 3. Программы, услуги, возможности, которыми пользовались молодые специалисты

Fig. 3. Programs, services, and opportunities used by young professionals

специалистов, развитие корпоративных ценностей, в некоторых случаях — формирование определённого образа жизни) (рис. 4).

«...У нас есть отдельное направление, которое следит за состоянием сотрудников. Есть медиаторы, проводим кросс-функциональные встречи, включаем разные форматы для этого. <...> Да, это все идеи самих сотрудников. В философии компании содержится идея корпоративной ответственности». (Из материалов экспертного опроса).

Компании второго типа реализуют относительно небольшой набор форматов социальной ответственности, преимущественно направленной на сотрудников компании, для сохранения кадрового потенциала. К этой категории относятся



Рис. 4. Участие в различных формах социальной активности

Fig. 4. Participation in various forms of social activity

и некоторые из крупных компаний, менеджеры которых отмечают высокую загруженность персонала по основному виду деятельности.

«Либо отдельные мероприятия, либо какие-то целевые истории: допустим, сотрудник обращается с какой-то своей жизненной проблемой, и мы пытаемся коллективно найти решение этой проблемы, так чтобы сделать его жизнь проще». (Из материалов экспертного опроса).

«Так, если простой самый вариант за этот случай — это квитанции. Квитанции — это ежемесячный расход бумаги. Мы всех активно призываем к использованию электронных квитанций». (Из материалов экспертного опроса).

«Вот такой системы, как постоянное вовлечение персонала в жизнь (предприятие, большая семья), у нас такого нет. У нас разграничение: есть рабочие взаимоотношения, и у каждого есть семьи. И когда наступает рабочее время — надо работать, а когда оно заканчивается — нужно посвящать время семье». (Из материалов экспертного опроса).

«Индивидуальный подход есть, учитывая все жизненные ситуации, состояние нашего дебитора. Если это люди с каким-то ограниченными возможностями, в тяжелой жизненной ситуации, социально незащищенные, недавно появилась категория участников СВО, многодетные семьи, инвалиды. <...> А как-то это аккумулировать и рассказывать, мы считаем, что необходимости нет публично об этом заявлять...». (Из материалов экспертного опроса).

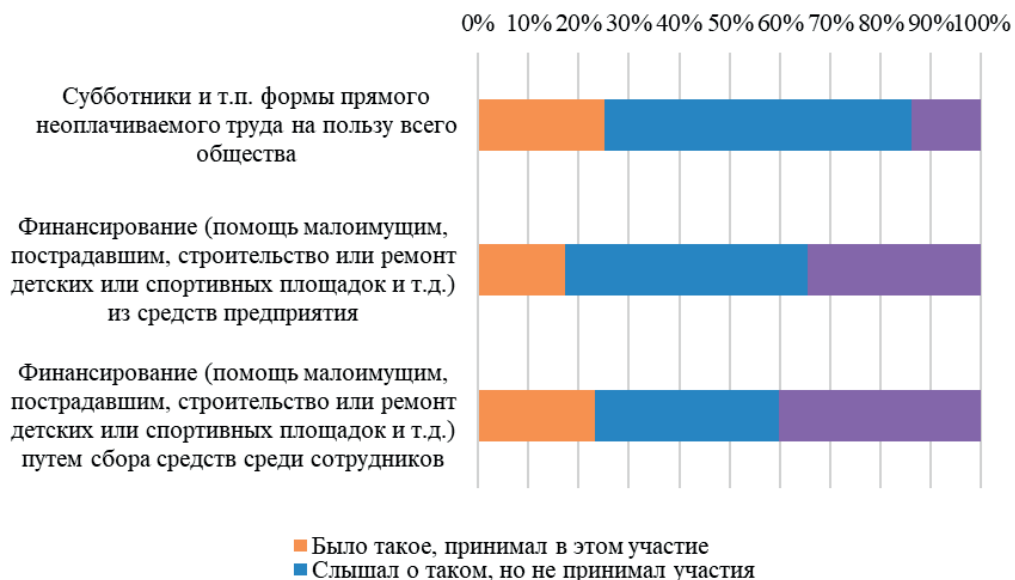


Рис. 5. Общественные инициативы, поддерживаемые работодателем
 Fig. 5. Public initiatives supported by the employer

Среди них есть также и те, которые фактически отказываются от формирования какой-либо политики социальной ответственности, предпочитая вкладывать средства в развитие бизнеса. В таких случаях участие в социальных инициативах происходит по частному почину сотрудников. Подобное положение дел обусловлено не только различием материальных возможностей компаний, но и особенностями развития бизнеса разного типа (рис. 5).

«Бизнес — это бизнес, и не может быть социальных проектов. Если у компании появляются дополнительные ресурсы (финансовые или другие), они тратятся на развитие компании. Компания очень быстро развивается». (Из материалов экспертного опроса).

«Благотворительностью можно заниматься индивидуально. Рядом есть детский дом, помогать — дело каждого человека. Есть сотрудники, которые усыновляют детей, помогают другим, но это дело каждого. Компания оказывает помощь сотрудникам в индивидуальном порядке, если это требуется». (Из материалов экспертного опроса).

Таким образом, в ходе исследования зафиксировано разнообразие форматов и практики внутренней и внешней социальной ответственности компаний и предприятий г. Краснодара в отношении молодых специалистов в возрасте от 30 до 35 лет. В большей степени она направлена на развитие кадрового потенциала компаний и реализацию интересов данной категории молодежи, в меньшей степени — на прямое участие как самих компаний, так и охваченной исследованием молодёжи в социально-экономическом развитии территорий города. В этом отношении потенциал социальной ответственности бизнеса используется недостаточной степени.

Отношение и вовлеченность молодёжи в практики социальной ответственности

Пересекающейся сферой интересов работающей молодежи и их работодателей является личностное и профессиональное развитие ее сотрудников. Работодатели

данное направление деятельности оценивают через систему корпоративных мероприятий, направленных на обучение сотрудников для успешной реализации ими профессиональных задач и профессионального роста. Молодые сотрудники, отмечая высокую степень значимости создания условий компанией/предприятием по их профессиональному обучению, подчеркивают необходимость приобретения ими гибких надпрофессиональных навыков, развития лидерского потенциала, которые формируются за пределами производственных задач. При этом определенная часть работающей молодежи (преимущественно корпоративных структур) интерпретирует вклад компании в их обучение как неотъемлемую составляющую корпоративной политики, тогда как руководители оценивают данные практики как часть внутренней социальной политики, направленной на развитие персонала.

Практики вовлечения молодых сотрудников в волонтерство и проекты социальной направленности могут способствовать не только личностному и профессиональному развитию, но и укреплению внутрикорпоративных межличностных связей на предприятии, социального капитала персонала. По мнению сотрудников, важным мотивирующим стимулом для их социальной активности могут стать разделы в персональном профессиональном портфолио и критерии для оценки их потенциала карьерного продвижения, связанные опытом и навыками реализации проектов социальной направленности.

Потребности и интересы молодежи 30–35 лет, выступившей в качестве объекта социологического исследования, разнообразны, что объясняется многообразием социальных статусов молодого человека, позициями, занимаемыми в структуре семейных, рабочих отношений и др., но можно говорить о некоторых общих тенденциях смещения вектора внимания данной категории молодежи со сферы образования и развлечений к сфере формирования семьи, обустройства дома и задач получения стабильного достойного дохода.

Сравнивая себя с представителями других категорий молодежи, 30–35-летние отмечают, что с возрастом актуализируются личностные качества, характерные для взрослого человека:

— *«Больше ответственности. Когда ты до 30, то ты еще больше в детстве каком-то, более беззаботный, ты не так сильно думаешь, что тебе нужна там квартира или машина, а когда у тебя уже появляются дети, которых нужно обеспечивать, это совсем другое».* (Из материалов фокус-группы).

— *«У нас есть семья, дети, обязательства, и мы не можем позволить себе быть такими, может быть, инфантильными, как нынешняя молодежь».* (Из материалов фокус-группы).

— *«Мы думаем о том, что будет завтра, в то время как нынешняя молодежь живет сегодняшним днем. Они думают: «Я буду классным блогером, известным, популярным», но они не думают, что придет 30 лет, и они будут никому не интересны, будут новые мальчики и девочки, технологии».* (Из материалов фокус-группы).

Необходимость решать не только свои проблемы, но и думать о семье и детях и удовлетворять их потребности одновременно с прекращающейся финансовой помощью родителей связывает молодых людей этого возраста с постоянным источником дохода. Участники фокус-группового исследования отмечают большую по сравнению с другими категориями молодежи финансовую стабильность, но эта возможность обеспечивать себя и свою семью делает 30–35-летних более связанными с работой и зависимыми от институтов, обеспечивающих постоянный доход:

— «Я считаю, что молодежь, которая младше, она более мобильная, они легче меняют работу. Мы в этом отношении более постоянные, устроились в одно место и работаем. Им определенно легче, они устроились в одно место, поработали два-три месяца, если что-то не понравилось, уволились. Хотя бывает, что до 30 лет у людей тоже есть дети, но они более решительные». (Из материалов фокус-группы).

Это категория молодежи, которая может уже говорить о своих достижениях — в работе, в обеспечении себе достойного уровня жизни:

— «30–35-летние — это реализаторы. Они уже достигли того возраста, когда они начинают реализовать свои амбиции, идеи и так далее. Соответственно, от круга общения зависит, кем ты себя окружаешь». (Из материалов фокус-группы).

Также общими предпосылками формирования потребностей и интересов данной категории молодежи (отношение к семье, работе) стали особенности социально-экономического развития страны и региона, те условия, в которых жили молодые люди в подростковом возрасте:

— «...на нас оказали влияние 90-е: то, что многие люди (я не могу даже сказать это за себя, меня это не коснулось, но тем не менее) росли в ситуации, когда родителям некогда было заниматься их воспитанием, потому что они были вынуждены заниматься зарабатыванием денег, как-то выживать в эти тяжелые времена. <...> Помимо этого, на нашу раннюю молодость (20 плюс), приходились многие кризисы — 2004, 2008, 2012 годов, — которые тоже не могли остаться без внимания и формировали некоторую нестабильность». (Из материалов фокус-группы).

Вынужденная самостоятельность в решении своих проблем в детском возрасте, достаточно благоприятные социально-экономические условия жизни 2000-х годов, на которые приходилась юность этой категории молодежи, периодические кризисы, отмеченные участниками фокус-групп (достаточно значимые для социально-экономического положения и политической обстановки в стране, но в тоже время не являющиеся потрясениями) являются благоприятными условиями для формирования целеустремленной (в плане обеспечения определенного экономического благополучия) и ответственной за себя и свое ближнее окружение личности, ставящей на первое место свои интересы и интересы своей семьи:

— «Мы уже состоявшиеся личности, мы понимаем свои цели, и чего мы хотим, у нас чаще всего уже есть семьи, и мы просто радуемся жизни». (Из материалов фокус-группы).

— «Появляются цели где-то более усердно стремиться и добиваться результатов». (Из материалов фокус-группы). (рис. 6).

Важно понимать, что, отвечая на вопросы исследователей, участники дискуссий говорили о своем опыте и опыте молодых людей, занимающих такое же, как и они, положение, о своих потребностях и интересах, о своем видении проблем, которые приходится решать. Но одна участница отметила, что есть и другие представители их поколения — с другими интересами, жизненными установками и приоритетами:

— «Наше поколение все-таки настолько разношерстное в виду того, что мы родились на стыке двух поколений. <...>. Мне кажется, все-таки в нашем поколении нет такой общности, как в предыдущих. Там были четкие границы, что ты заканчиваешь школу, ты идешь в институт, потом в таком-то возрасте ты начинаешь жить семейной жизнью, у тебя рождается один ребенок, второй, ты становишься в очередь на квартиру, получаешь ее...». (Из материалов фокус-группы).

Потребности и интересы всегда порождают запросы — адресованные себе, окружению, государству, другим институтам. У этой категории молодежи актуализируется



Рис. 6. Каковы ваши обязанности перед обществом?

Fig. 6. What are your responsibilities to society?

запрос на стабильность: «Появляется соответственно и боязнь что-то изменить, потому что есть какой-то груз ответственности, который тебя держит в рамках, и боязни чего-то нового, ведь опять же есть какие-то обязательства, который тебя сдерживают». (Из материалов фокус-группы).

Это касается и характеристик их положения и положения их семей, а также актуален запрос на стабильность в области социального-экономического и политического развития государства:

— «Стабильности хотелось бы от государства. В частности, в своей безопасности, хотелось бы уверенности в завтрашнем дне». (Из материалов фокус-группы).

Можем говорить о картине мира, которая сложилась у 30–35-летних под влиянием обозначенных обстоятельств, имеющая в центре своих ценностей и приоритетов свою личность и свои потребности и интересы (рис. 7):

— «Потребность, наверно, одна в таком возрасте, это либо карьерное продвижение, либо развитие в какой-то другой области. Понимаешь, что это какое-то промежуточное время, главное самое в жизни — между 30 и 40 годами. Пока у тебя есть энергия и запал чем-то интенсивно заниматься, можно продвинуться по карьерной лестнице. Завести семью, детей». (Из материалов фокус-группы).

Единственное, что может оказаться выше индивидуальных потребностей молодого человека (но не потребностей в саморазвитии, а, например, потребностей, связанных с увлечениями и хобби), это интересы его семьи:

— «...есть ряд таких вещей, которые ты сначала должен реализовать. Это что-то основное — быт, охрана и здоровье своей семьи. Пока ты всё это организовал, у тебя на творчество может просто не остаться времени, либо финансов». (Из материалов фокус-группы).

— «Мои главные интересы — это путешествовать, но в основном время уходит на работу и на развитие моего ребёнка. Дополнительные занятия, разнообразные кружки, развитие, также нужно время поговорить, чтобы своего ребёнка подготовить к этой жизни и в дальнейшем сделать достойным человеком». (Из материалов фокус-группы).

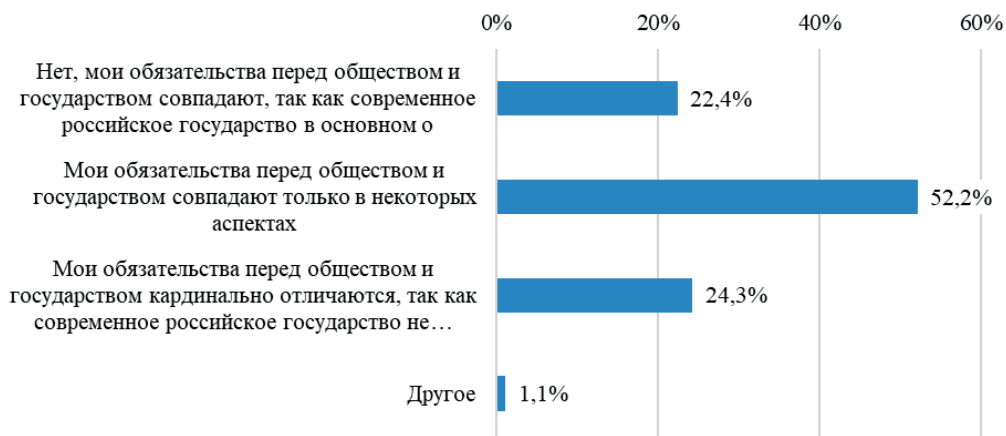


Рис. 7. Как вы считаете, ваши обязанности перед обществом и государством отличаются?

Fig. 7. Do you think your responsibilities to society and the state differ?

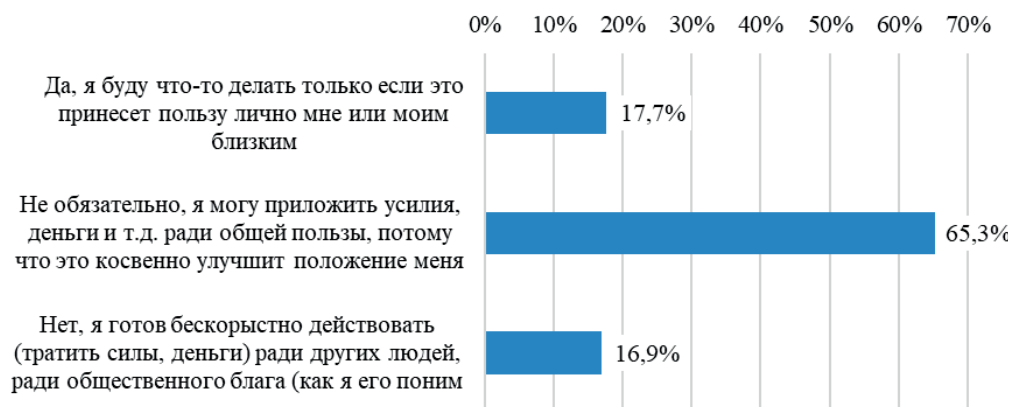


Рис. 8. Должны ли ваши действия приносить пользу лично вам?

Fig. 8. Should your actions benefit you personally?

Сопутствующей проблемой такого восприятия своих интересов в контексте развития общества является некоторое противопоставление себя, своей семьи и общества (рис. 8):

— «В моем случае, это также страхи за своего ребёнка, и очень много проблем, если наблюдать за людьми, которые ведут себя неадекватно и невоспитанно. В городе люди очень озлобленные, и общий уровень культуры упал. Мало кто занимается саморазвитием и воспитанием своих детей. У меня страх, что мой ребёнок будет жить в неадекватном обществе. Это моя главная боязнь». (Из материалов фокус-группы).

Также особенности социализации и обстановка, которая окружала молодых людей в их детстве и юности сформировали такие важные качества личности, как уверенность в себе, своих силах и запрос на развитие:



Рис. 9. Должен ли бизнес заниматься социально значимыми проектами?

Fig. 9. Should business engage in socially significant projects?

— «...существуют и достаточно ясные какие-то цели и выявленные проблемы, ты понимаешь, чего не хватает для развития, ты уже понимаешь куда двигаться, чтобы это преодолеть и достигнуть результата». (Из материалов фокус-группы).

Участники фокус-группового исследования, работающие в крупных и средних компаниях, принимают как должное все блага, которые относятся к внутренней корпоративной социальной политике, направленные на развитие кадров и улучшение их социально-экономического положения. Также они готовы включаться в проекты компаний, относящиеся к внешней социальной политике бизнеса, и часто — быть инициаторами данных проектов (рис. 9).

У молодых людей 30–35 лет есть запрос на участие государства в обеспечении их достойного уровня жизни — в вопросах реализации социальной политики. Это меры, направленные не только на развитие (система образования и воспитания), но и меры, поддерживающие определенный уровень благосостояния (льготы, выплаты и т.п.) (рис. 10):

— «Вы знаете, наверное, скорее всего все начинается с семей, но все начинается немного выше, поэтому хотелось бы, чтобы приняло участие образование. Так как мы видим, что год за годом это не решается, накапливается...». (Из материалов фокус-группы).

— «Плюс правоохранительные какие-то органы, потому что сейчас обесценилось слово взрослого человека, не поругать, не накричать, потому что сразу же против этого взрослого человека будут возбуждены какие-то уголовные дела по причине обиды ребенка, даже без физического воздействия». (Из материалов фокус-группы).

— «Если были бы какие-то социальные вычеты или страховки на частное лечение, или компенсации какие-то...». (Из материалов фокус-группы).

Интересен вывод одного из участников фокус-группы о бенефициарах предпринимаемых мер государством по снижению бюрократической нагрузки и упрощению взаимодействия граждан и государственных органов в вопросах предоставления государственных услуг (рис. 11):

— «Сейчас и так уже стало удобно в плане бюрократии, появились госуслуги, налоговая, можно не выходя из дома переделать кучу дел, когда раньше тебе нужно было ездить по всему городу и стоять в очередях. Это плюс для государства». (Из материалов фокус-группы).



Рис. 10. Наиболее актуальные вопросы, требующие решения на государственном уровне
 Fig. 10. The most pressing issues requiring solutions at the state level

Компании, в которых работают молодые люди, — это главный субъект, которому адресован запрос на профессиональное саморазвитие молодежи. Наблюдается некоторое противоречие между представлениями о предпринимаемых мерах компаний в данной сфере: по мнению руководителей предприятий, высказанному в рамках интервьюирования, компании обеспечивают в рамках реализации внутренней корпоративной социальной политики профессиональный рост и развитие молодых сотрудников. Сами же молодые сотрудники на фокус-группах обозначили явную потребность в программах профессионального развития. Руководители компаний чаще всего рассматривают возможными только внутренние программы профессионального развития, молодые сотрудники хотели бы принять участие в освоении различных программ, в том числе, реализованных другими институтами — образовательными организациями, НКО, другими компаниями (рис. 12).

Еще одним моментом, который интересовал исследователей, было отношение молодежи к проводимой социальной политике и видение своего участия в этой работе. Участники фокус-групп считают, что помощь социально незащищенным слоям населения — это задача государства, и важно, чтобы эта помощь доходила



Рис. 11 Блага, получаемые молодежью от государства

Fig. 11 Benefits received by young people from the state

до тех, кому предназначается. Молодые люди часто высказывали недоверие к благотворительным фондам, занимающимся благотворительностью:

— «А так, получается, у нас идет сбор средств с населения, и вот тут уже начинаешь думать, дойдут ли здесь адресно деньги на то, чтобы туда действительно купили вещи... Я считаю, что это ровно задача государства». (Из материалов фокус-группы).

Молодые участники исследования демонстрируют эмоциональный компонент просоциального поведения и говорят о необходимости инклюзивных проектов, и, что самое ценное, о готовности помогать людям, испытывающим неудобства в комфортных для большинства жителей Краснодара местах.

— «Вот, например, инвалиды. Очень неудобно устроен город, да он постоянно меняется, добавили много новой инфраструктуры, где-то озвучили светофоры, сделали пандусы для съездов на дорожки, но самую объективную оценку, наверное, может дать только человек, который реально не видит, не слышит или не может ходить. Но я понимаю, что на уровне подъезда своего, если у вас есть инвалиды, это можно сделать самим, не ждать помощи от государства». (Из материалов фокус-группы).

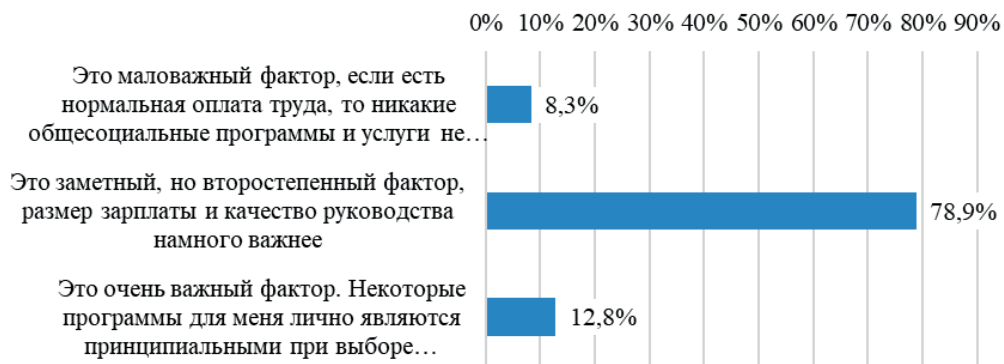


Рис. 12. Влияние программ, услуг, возможностей, предоставляемых молодежи, на отношение к работодателю

Fig. 12. The impact of programs, services, and opportunities provided to young people on attitudes toward employers

Многие участники фокус-групповых дискуссий высказывались о готовности принимать участие в благотворительных акциях и мероприятиях и рассказывали о своем участии и участии знакомых в подобных мероприятиях:

— «Да, знакомые волонтерами на спортивных мероприятиях выступают, это все упирается, семья, дети, но если есть свободное время, почему нет, если ты одинокий на данный момент, то можно, а если куча забот, то там не до волонтерства и какой-то общественной деятельности». (Из материалов фокус-группы).

— «Мы с друзьями обычно под новый год участвуем в «Елке желаний»... Ещё отправляем на СВО деньги, сборы, которые проводят». (Из материалов фокус-группы). (рис. 13).

Еще один вопрос, который важен для исследования, это осведомленность молодежи о мерах грантовой поддержки. Молодые люди — участники фокус-групп чаще всего говорили, что не знают о мерах грантовой поддержки — о деятельности фондов, о губернаторских и федеральных грантах, а те, кто знает, никогда не участвовал в этих конкурсах, аргументируя это сложностью написания заявок. Но нужно заметить, что участники фокус-групп — это работающая молодежь, по большей



Рис. 13. Оценка практик сбора средств на социальные инициативы через трудовой коллектив

Fig. 13. Evaluation of fundraising practices for social initiatives through the workforce

части занимающая достаточно высокие позиции в компаниях, а адресатами таких мер поддержки являются другие представители данной категории молодежи.

О существовании органов по работе с молодежью участники дискуссии осведомлены, но мало что знают о них и их деятельности:

— *«Мы знаем. Но, кажется, что эти органы больше ориентированы на студенческую молодежь».* (Из материалов фокус-группы).

— *«Я застала это <деятельности органов по делам молодежи> в 11 классе, когда только начало зарождаться это и пропагандироваться, тогда только начало это было. Но сейчас это же никак нас не касается, в принципе. По крайней мере нас это не затрагивает, нашу возрастную категорию».* (Из материалов фокус-группы).

Но в то же время 30–35-летние высказывают свою заинтересованность потенциальными мероприятиями, которые могут им предложить органы по молодёжной политике:

— *«Какие-то, возможно, мероприятия организационные, дискуссии, какие-то мастер-классы. Это было бы интересно по какому-то направлению. Опять-таки... важно просто доносить, а там уже человек разберется, интересно ли ему это или нет».* (Из материалов фокус-группы).

Таким образом, можно отметить, что молодёжь исследуемой возрастной категории в меньшей степени охвачена мероприятиями молодёжной политики, чем младшие возрастные группы. Информированность и участие в событиях, инициируемых органами по работе с молодежью, находится на низком уровне. Своё будущее развитие и успехи, равно как и участие в общественно полезной деятельности, молодые специалисты в большей степени связывают с работодателями или личными усилиями, нежели чем с деятельностью государственных и муниципальных структур власти и управления.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о недостаточной вовлеченности социально ответственного бизнеса в развитие города Краснодара. Преобладание активностей, связанных с внутренней социальной ответственностью, ограничивает вовлечение молодых сотрудников в программы развития территорий (благоустройство, озеленение и др.). В то же время внутренняя социальная ответственность бизнеса влияет на социально-экономическое развития через создание и сохранение рабочих мест, обеспечение карьерного роста и роста доходов молодых сотрудников, решение их социальных проблем, поддержку качества жизни. В этом контексте бизнес-структуры достаточно успешны.

Необходимость трансформации бизнеса в субъект социально ответственного развития на данном этапе, как правило, не вполне коррелирует с его собственными потребностями. Большинство бизнес-структур не связывают успешность своей деятельности с ключевыми параметрами развития города; в основном обращают внимание на внутренний фокус развития. Молодые специалисты в возрасте 30–35 лет обладают определенным потенциалом для активизации политики внешней социальной ответственности бизнеса, но не могут его реализовать вследствие расхождений в оценках необходимых направлений развития с бизнес-структурами.

Муниципальное образование город Краснодар имеет существенный потенциал для формирования городской экосистемы политики развития, направленных на включение различных субъектов (в том числе и бизнеса) и целевых групп

населения, включая молодежь) в процесс выработки стратегических приоритетов и закрепления институциональных механизмов, позволяющим местным сообществам в практиках взаимодействия с органами власти различного уровня, бизнес-структурами и институтами гражданского общества, создавать, воспроизводить и использовать разнообразные ресурсы, в том числе и нематериальные, для достижения качественного нового уровня жизни населения. Работающая молодежь является ключевым ресурсом в социально-экономическом развитии города, который может быть использован в институциональных практиках корпоративной социальной ответственности компаний и предприятий города и их молодежной политики.

Для определения приоритетов корпоративной социальной политики, в том числе и в отношении молодых сотрудников, компаниям и предприятиям города Краснодара, можно рекомендовать:

а) вовлекать молодых сотрудников в определение приоритетов и форм корпоративных социальных практик (направленных на сотрудников и членов их семей, на целевые группы местного сообщества), в том числе в разработку проектных инициатив, реализуемых с их участием;

б) интегрировать в систему профессионального развития механизмы стимулирования включенности в проекты социальной направленности, инструменты оценки лидерского потенциала и гибких навыков в карьерном сопровождении их деятельности;

в) развивать совместно с другими субъектами молодежной политики в муниципальном образовании город Краснодар корпоративные молодежные пространства для выстраивания эффективных межличностных и корпоративных коммуникаций, в том числе в онлайн-пространстве;

г) использовать механизмы профессиональных стажировок, профессионального наставничества и стипендиальных программ для студентов образовательных организаций среднего профессионального образования и высшего образования город Краснодар, обеспечивающих рекрутирование в компании и предприятия города перспективных молодых сотрудников;

д) организовывать совместно с администрацией муниципального образования город Краснодар, региональными и местными институтами развития конкурсы «Профессионального мастерства», «Профессиональных династий», «Наставников для молодых специалистов», способствующих формированию и продвижению позитивного образа успешных молодых сотрудников и руководителей, а также востребованных профессий для предприятий и компаний города.

Проектные инициативы позволят преодолеть существующий дефицит практик включенности работающей молодежи (от 30 до 35 лет) в проекты социальной направленности, в том числе корпоративных проектов социальных инвестиций.

Библиографический список

- Благих, И. А., Аверьянова, О. В., Рябухина, А. А., Муравьева, О. С. (2020). Молодежная социальная политика как проекция будущего в современной России. *Проблемы современной экономики*, 2(74), 77–80.
- Воронцов, П. Г. (2017). Развитие модели российской корпоративной социальной ответственности на примере крупной корпоративной структуры. *Экономический анализ: теория и практика*, 16(1), 160–173.

- Вотченко, Е. С. (2017). *Социальное инвестирование как инновационный механизм взаимодействия власти и бизнеса в современной России* (кандидатская диссертация). Краснодар.
- Гельман, В. (2015). *Модернизация, институты и «порочный круг» постсоветского неопатриархализма*. Санкт-Петербург: Европейский университет в Санкт-Петербурге.
- Иванова, М. В., Якушева, У. Е. (2020). Формирование механизма взаимодействия социально ответственного бизнеса и региональных органов власти в Арктической зоне РФ. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, 13(1), 56–69.
- Ланнон, Дж., Ланнон, Л. (2014). *Капитализм без эгоизма*. Москва: Попурри.
- Матвеев, И.А. (2019). Крупный бизнес в путинской России: старые и новые источники влияния на власть. *Мир России*, 28(1), 54–74.
- Мошкова, Л.Е. (2014). *Развитие партнерских отношений бизнеса и власти на территории присутствия: теория и практика: монография*. Тверь: ТГУ.
- Орехов, С. А., Глазов, Р. В. (2018). Об эволюции концепции корпоративной социальной ответственности в России. *Экономика и управление: проблемы, решения*, 6(3), 16–22.
- Перегудов, С. П. (2003). *Корпорации, общество, государство: Эволюция отношений*. Москва: Наука.
- Тев, Д. Б. (2016). Федеральная административная элита: карьерные пути и каналы рекрутирования. *Полис. Политические исследования*, 4, 115–130.
- Тев, Д. Б. (2022). Бизнес как источник рекрутирования высокопоставленных чиновников федеральных экономических министерств России. *Социологическое обозрение*, 21(3), 104–126.
- Фридман, М. (2002). *Капитализм и свобода*. Москва: Новое издательство.
- Чирикова, А. Е. (2016). Социальная ответственность бизнеса: должник, благодетель, партнер? *Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление*, 4(71), 8–12.
- Чирикова, А. Е. (2023). Корпорация и муниципальная власть: как достигается партнерская модель взаимодействия. *Власть и элиты*, 10(1), 190–230.
- Шевченко, Е. А. (2018). Социальная ответственность бизнеса как инструмент эффективной региональной политики. *Вестник Института дружбы народов Кавказа*, 1(45), 89–94.
- Bowen, H. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa City: University of Iowa Press.
- Cruz, Jr. H. (2022). Corporate Social Responsibilities and Unethical Decisions — Do Cultural and Social Values and Political Philosophies Make a Difference? *American Journal of Industrial and Business Management*, 12, 1341–1347.
- Freeman, R., Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B., Colle, S. de (2010). *Stakeholder Theory: The State of Art*. Cambridge: Cambridge University Press.

Статья поступила в редакцию 15.10.2024

Статья принята к публикации 18.11.2024

BUSINESS AS A SUBJECT OF YOUTH POLICY IN THE REGION: PRACTICES OF SOCIAL RESPONSIBILITY (ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR)

A. I. Kolba, I. V. Miroshnichenko, O. A. Borisko, D. N. Rakachev

Alexey I. Kolba

E-mail: alivka2000@mail.ru. ORCID: 0000-0002-7663-8890

Inna V. Miroshnichenko

E-mail: mirinna78@mail.ru. ORCID 0000-0002-2650-6662

Olga A. Borisko

E-mail: olgbor@mail.ru. ORCID: 0000-0003-0097-3796

Dmitry N. Rakachev

E-mail: rd_rd@mail.ru. ORCID: 0000-0002-9187-6416

Kuban State University, Stavropolskaya Str., 149, Krasnodar, 350040, Russia

Abstract. The article discusses the formats and practices of corporate social responsibility (CSR) implemented in relation to the youth of the older age group (30–35 years) as mechanisms for the development of business subjectivity in the field of youth policy. The role of business structures in the implementation of GMP is currently less significant than its potential allows. At the same time, businesses have unique opportunities and resources for interacting with working youth, as well as the potential to influence the development of their territories of residence. Currently, this issue is presented in a limited and fragmented way in scientific research. The empirical basis of the study consisted of data obtained on the basis of a combination of qualitative (expert interview, focus group interview, document analysis) and quantitative (questionnaire) methods. In the course of the study, the main directions of implementing the social responsibility of business in relation to this age group are highlighted: socio-economic, environmental, civil-patriotic, etc. There are also discrepancies between the needs of business structures (support for professional development and growth within companies) and working youth (striving for active self-development, including outside the companies with which employees are currently associated). The contradictions between the predominant orientation of business towards various formats of internal social responsibility and the need for the development of the host territory (including to solve the problems of working youth) are identified. Practical recommendations for business structures operating in Moscow are formulated. Krasnodar, and municipal authorities, the implementation of which in practice will make it possible to activate business activities as a subject of youth policy and urban development based on social responsibility practices.

Keywords: social responsibility of business, working youth, youth policy, territorial development, Krasnodar.

For citation: Kolba A. I., Miroshnichenko I. V., Borisko O. A., Rakachev D. N. Business as a subject of youth policy in the region: practices of social responsibility (on the example of Krasnodar). *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2024. Vol. 25. No 4. Pp. 124–147.

References

- Blagikh, I. A., Aver'yanova, O. V., Ryabukhina, A. A., Murav'eva, O. S. (2020). Molodezhnaya sotsial'naya politika kak proektsiya budushchego v sovremennoi Rossii [Youth Social Politics as a Projection of Future in the Present-Day Russia]. *Problemy sovremennoi ehkonomiki* [Problems of Modern Economics], 2(74), 77–80.
- Bowen, H. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa City: University of Iowa Press.
- Chirikova, A. E. (2016). Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: dolzhnik, blagodetel', partner? [Social responsibility of business: debtor, benefactor, partner?] *Nauka i obrazovanie: khozyaistvo i ehkonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie* [Science and Education: Farming and Economics; Entrepreneurship; Law and Management], 4(71), 8–12.
- Chirikova, A. E. (2023). Korporatsiya i munitsipal'naya vlast': kak dostigaetsya partnerskaya model' vzaimodeistviya [Corporation and Municipal Authorities: How a Partnership Model of Interaction is Achieved]. *Vlast' i ehliity* [Power and Elites], 10(1), 190–230.
- Cruz, Jr. H. (2022). Corporate Social Responsibilities and Unethical Decisions — Do Cultural and Social Values and Political Philosophies Make a Difference? *American Journal of Industrial and Business Management*, 12, 1341–1347.
- Freeman, R., Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B., Colle, S. de (2010). *Stakeholder Theory: The State of Art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fridman, M. (2002). Kapitalizm i svoboda [Capitalism and Freedom]. Moskva: Novoe izdatel'stvo.
- Gel'man, V. (2015). *Modernizatsiya, instituty i "porochnyi krug" postsovetskogo neopatrimonializma* [Modernization, Institutions and the "Vicious Circle" Post-Soviet Neopatrimonialism]. Sankt-Peterburg: Evropeiskii universitet v Sankt-Peterburge.

- Ivanova, M. V., Yakusheva, U. E. (2020). Formirovanie mekhanizma vzaimodeistviya sotsial'no otvetstvennogo biznesa i regional'nykh organov vlasti v Arkticheskoi zone RF [The Formation of the Mechanism of Cooperation between Socially Responsible Business and Regional Authorities in the Arctic Zone of the Russian Federation]. *Ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast], 13(1), 56–69.
- Lannon, Dzh., Lannon, L. (2014). *Kapitalizm bez ehgoizma* [The Social Capitalist]. Moskva: Popurri.
- Matveev, I.A. (2019). Krupnyi biznes v putinskoj Rossii: starye i novye istochniki vliyaniya na vlast' [Large Business in Putin's Russia: Old and New Sources of Power and Influence]. *Mir Rossii* [Universe of Russia], 28(1), 54–74.
- Moshkova, L.E. (2014). *Razvitie partnerskikh otnoshenii biznesa i vlasti na territorii prisutstviya: teoriya i praktika* [Development of Partnerships between Business and Government in the Territory of Presence: Theory and Practice] Tver': TGU.
- Orekhov, S. A., Glazov, R. V. (2018). Ob ehvolyutsii kontseptsii korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti v Rossii [On the Evolution of the Concept of Corporate Social Responsibility in Russia]. *Ehkonomika i upravlenie: problemy, resheniya* [Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya], 6(3), 16–22.
- Peregudov, C. P. (2003). *Korporatsii, obshchestvo, gosudarstvo: Ehvolyutsiya otnoshenii* [Corporations, Society, State: Evolution of Relations]. Moskva: Nauka.
- Shevchenko, E. A. (2018). Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa kak instrument ehffektivnoi regional'noi politiki [Social Responsibility of Business as a Tool for Effective Regional Policy]. *Vestnik Instituta druzhby narodov Kavkaza* [Bulletin of the Institute of Friendship of the Peoples of the Caucasus], 1(45), 89–94.
- Tev, D. B. (2022). Biznes kak istochnik rekrutirovaniya vysokopostavlennykh chinovnikov federal'nykh ehkonomicheskikh ministerstv Rossii [Business as a Source of the Recruitment of High-ranking Officials of Russian Federal Economic Ministries]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [The Russian Sociological Review], 21(3), 104–126.
- Tev, D. B. (2016). Federal'naya administrativnaya ehhlita: kar'ernye puti i kanaly rekrutirovaniya [Federal Administrative Elite of Russia: Career Paths and Channels of Recruitment]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], 4, 115–130.
- Vorontsov, P. G. (2017). Razvitie modeli rossijskoi korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti na primere krupnoi korporativnoi struktury [Developing the Models of Russian Corporate Responsibility: Evidence From A Large Corporation]. *Ehkonomicheskii analiz: teoriya i praktika* [Economic Analysis: Theory and Practice], 16(1), 160–173.
- Votchenko, E. S. (2017). *Sotsial'noe investirovanie kak innovatsionnyi mekhanizm vzaimodeistviya vlasti i biznesa v sovremennoi Rossii* [Social Investment as an Innovative Mechanism of Interaction between Government and Business in Modern Russia] (Candidate's Thesis). Krasnodar.

Received 15.10.2024

Accepted 18.11.2024

© 2024 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).