

15. Türkiye - Türkmenistan Siyasi İlişkileri [Turkey - Turkmenistan Political Relations] T.C. Dışişleri Bakanlığı [T.C. Minister Of Foreign Affairs] Available at: <http://www.mfa.gov.tr/turkiye-turkmenistan-siyasi-iliskileri.tr.mfa/> (date of access: 24.01.2015).

## РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В РОССИИ: ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАТЕРНАЛИЗМА К КОРПОРАТИВНОМУ ГРАЖДАНСТВУ

*Вотченко Елена Сергеевна*, аспирант  
Кубанский государственный университет  
Россия, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149  
E-mail: [evotchenko@gmail.com](mailto:evotchenko@gmail.com)

Настоящая статья рассматривает эволюционные этапы в развитии дефиниций «корпоративное гражданство» и «корпоративная социальная ответственность», а также специфику становления государственно-частного партнерства в России. Автор попытался проанализировать современные тенденции отношений бизнеса и власти в стране, а также понять закономерности такого партнерства и распределение уникальных ролей в связке «бизнес-государство-общество». Что касается развития концепций корпоративного гражданства и социальной ответственности, то, по мнению автора, начиная примерно с 2003 г. обсуждение проблем корпоративной социальной ответственности прочно заняло одну из лидирующих позиций, как на страницах деловых изданий, так и в повестке дня форумов руководителей государства и лидеров российского бизнеса, теоретиков и практиков отечественного менеджмента. С этого времени по теме исследования российскими учеными в достаточной мере проработан понятийный аппарат, определены и систематизированы общественные ожидания, анализируется и обобщается опыт социально ответственных российских и зарубежных компаний. Кроме этого, в настоящем исследовании приведена авторская интерпретация классической «пирамиды» Карrolла применительно к российским реалиям развития социально ответственного бизнеса. В ходе анализа делается интересное заключение о том, что в научной среде формируется новая парадигма социальной ответственности бизнеса, элементами которой выступают корпоративное гражданство, социальные инвестиции и социальное партнерство.

**Ключевые слова:** взаимодействие бизнеса и государства, корпоративная социальная ответственность, корпоративное гражданство, социальные инвестиции, гражданское общество, государственно-частное партнерство

## EVOLUTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN RUSSIA: FROM STATE PATERNALISM TO CORPORATE CITIZENSHIP

*Votchenko Elena S.*, postgraduate student  
Kuban State University  
149 Stavropolskaya Str., Krasnodar, 350040, Russia

The article considers the evolutionary stages in the development of definitions such as “corporate citizenship” and “corporate social responsibility”, as well as the specifics of public-private partnership in Russia. The author has attempted to analyze the current trends of business and government relations in the country, and tried to understand the laws of this partnership and distribution of unique roles-in bundle “business-state-society”. As to development of the concept of corporate citizenship and corporate social responsibility (CSR), the author considers that from about 2003 a leading position for discussing belongs to issues of corporate social responsibility as the pages of business publications, as well as the forums agenda of heads of the country, leaders of the Russian business, theorists and practitioners of management. From this time we can see that Russian scientists sufficiently worked out on the subject of the research and the conceptual apparatus, defined and systematized public expectations, analyzed and summarized the experience of socially responsible Russian and foreign companies. In addition, this study shows the author's interpretation of the classic Carroll's “pyramid” applied to Russian realities of socially responsible business. The analysis makes an interesting conclusion that inside the scientific community it has been creating a new paradigm of corporate social responsibility which elements are corporate citizenship, social investments and social partnership.

**Keywords:** interactions between business and government, business and government relations, corporate social responsibility, corporate citizenship, social investments, civil society, public-private partnerships

Концепции корпоративного гражданства и корпоративной социальной ответственности в России начали свое интенсивное развитие совсем недавно, если принимать во внимание глубокое исследование данных дефиниций в западной политической и экономической школе. Понятия «корпоративное гражданство», «корпоративная социальная ответственность», «социальные инвестиции» появляются только в начале 1990-х гг. при переходе от плановой к рыночной системе экономики. При этом государственный патернализм, свойственный традиционной экономической и политической среде, проходя через призму развития демократии, на определенных этапах своего развития претерпевал специфические институциональные изме-

нения, проявляясь в новом для него измерении – в социальном партнерстве гражданского общества и государства, бизнеса и общества, государства и бизнеса.

В современной политической и экономической науке социальная ответственность бизнеса перед обществом и государством часто трактуется как феномен корпоративного гражданства, а оба понятия выступают неотъемлемыми элементами государственно-частного партнерства. В научной среде достаточно хорошо изучена связь корпоративной социальной ответственности (далее – «КСО») и корпоративного гражданства, при которой последнее выступает как расширенное понимание КСО, как наивысшая ступень развития взаимодействия бизнеса и общества посредством государственных институтов.

Российские исследователи, такие как С.П. Перегудов, И.С. Семенов, трактуют корпоративное гражданство как системное взаимодействие бизнеса с государством и некоммерческим сектором в рамках партнерства с целью совместной выработки стратегии развития общества и решения глобальных проблем [11, с. 12]. В Российской Федерации такое взаимодействие в разные исторические периоды складывалось в свойственную уникальную модель, имело различные цели и закономерности. Именно эволюция государственно-частного партнерства, отношений бизнеса с государством и некоммерческим сектором определила тенденцию и специфику развития концепций корпоративного гражданства и КСО. Основываясь на материалах политического, экономического, социологического содержания и рассматривая некоторые публикации по теме настоящего исследования [9, с. 109], можно выделить, по крайней мере, пять этапов в развитии отношений бизнеса с государством в их российской интерпретации.

Первый этап (1991–1995 гг.). На данном этапе в стране начинает формироваться предпринимательский и некоммерческий сектор, отношения бизнеса и власти в области КСО носят характер несистемной благотворительности, преобладает государственный патернализм, когда государство имеет первостепенную роль в отношениях с формирующимся предпринимательским сообществом. В 1992–1993 гг. начинается раздел государственной собственности в сырьевых отраслях, появляются крупные нефтяные компании федерального и регионального уровня. Практически во всех регионах идет активная скупка акций крупных предприятий, постепенно создаются разнородные и неструктурированные банковские группы [25, с. 93]. Благотворительная деятельность, если она и осуществлялась, носила в целом бессистемный характер и никак не увязывалась со стратегией компании. В данный период начинает формироваться и некоммерческий сектор – потенциальный партнер власти и бизнеса. В 1995 году принимается Закон «Об общественных объединениях» [22], который составил правовую базу возникновения и функционирования общественных организаций.

Второй этап (1995–2000 гг.). На данном этапе взаимодействие властных и бизнес-структур происходит в основном по неформальным каналам и личным связям, что являлось источником расширения коррупции. Государство постепенно утрачивает первостепенную роль в отношениях с бизнесом, при этом возрастает политическое влияние представителей крупного бизнеса. В российской деловой среде возникает потребность изменить ситуацию. К середине 90-х гг. принимается ряд профессиональных этических кодексов, касающихся деятельности участников фондового рынка, риэлторов, оценщиков. Отвечая на этот социальный запрос, руководство Торгово-промышленной палаты России объявило в 1995 году развитие деловой культуры предпринимателей одним из приоритетных направлений своей деятельности и инициировало разработку проекта под общим названием «Российская деловая культура». Относительно развития некоммерческого сектора в данный период можно отметить расширение правового поля функционирования некоммерческих организаций (НКО). Принимаются законы «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [20], «О некоммерческих организациях» [21]. В данный период начинают активно заключаться трехсторонние соглашения между представителями властных, предпринимательских структур и профсоюзов. Данный период можно охарактеризовать как постепенный переход от разовой помощи физическим лицам и организациям к финансированию целенаправленных программ, формирование представлений о корпоративной социальной ответственности в деловой среде и обществе в целом.

На третьем этапе (2000–2005 гг.) происходит внедрение практик КСО крупнейшими компаниями с иностранным участием. Начало данного этапа обусловлено восстановлением активной роли властных структур в экономике. Власть провозглашает новые принципы построения взаимоотношений с бизнес-структурами [4, с. 16]: «равноудаленность» государства от предпринимательского сектора; деполитизация взаимоотношений власти и бизнеса; «прозрачность» бизнеса для властных структур; восстановление ведущей роли государства в экономике; корпоративизация, т.е. включение профессиональных союзов в систему взаимодей-

ствия власти и бизнеса. Данный этап характеризует начало институционализации корпоративной филантропии, выделение корпоративных и частных фондов, привлечение некоммерческих организаций к реализации корпоративных программ, профессионализация, активные дискуссии по вопросам социальной ответственности, проведение конференций и научных форумов. В 2004 г. Российский Союз Промышленников и Предпринимателей (РСПП) выпустил отечественную версию модели социальной ответственности – Социальную хартию российского бизнеса [16]. После выборов 2003–2004 гг. происходит еще большее укрепление позиций властных структур перед бизнесом. Партнерское взаимодействие власти и бизнеса официализировано в рамках «частно-государственного партнерства». Но по факту идеология партнерства нарушена, так как во взаимодействии с государством бизнес лишен статуса партнера. Государство рассматривает бизнес как поставщика ресурсов, а формулирование целей власть монополюно закрепляет за собой. Во взаимоотношениях власти и бизнеса устанавливается определенная политическая дистанция.

Несмотря на взаимоотношения с властными структурами российский бизнес расширяется и выходит на мировые рынки, где необходимо соблюдать установившиеся там «правила игры». Именно это послужило стимулом к началу использованию практик КСО крупными российскими компаниями [10, с. 66]. Особо отметим системные исследования Ассоциации менеджеров России (Корпоративная социальная ответственность, 2003) [15], Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» (Социальная ответственность бизнеса, 2004) [13], Аналитического центра «Эксперт» (Корпорация, 2003), Фонда «Институт экономики города» (Социально ответственный бизнес, 2003) [16], Фонда «Общественное мнение» (Социальная ответственность бизнеса, 2004) [14] и Издательского Дома «Коммерсантъ» (Социальный портрет бизнеса, 2004) [18].

На четвертом этапе (2005–2009 гг.) можно видеть активное внедрение практик КСО бизнесом. Начиная с 2005 г. тема корпоративной социальной ответственности становится очень популярной в России. Крупные компании провозглашают себя «социально ответственными», организуются и проводятся многочисленные мероприятия по тематике КСО, в большом количестве появляются публикации по теории и практике социальной ответственности бизнеса в России. Бизнес-сообщество активно работает над выработкой норм и стандартов КСО, регулярно принимает хартии и меморандумы, которые формулируют определенные социальные обязательства предпринимательского сектора перед обществом.

Начало пятого этапа можно условно определить после кризиса 2008–2009 гг. и по настоящее время, когда началось активное развитие нового феномена для отношений бизнеса с государственными органами – корпоративного гражданства. Экономический кризис 2008–2009 гг. стал не только серьезным испытанием финансовой устойчивости компаний, но и тестом на жизнеспособность концепций и реализуемых практик корпоративной социальной ответственности. Экономические условия 2009 г. заставили большинство компаний пересмотреть свое отношение к социальным программам и прийти к выводу, что несмотря на отсутствие коммерческой составляющей даже такие проекты должны подвергаться проверке на эффективность. Поэтому время, когда бизнес запускал масштабные социальные проекты без определенного плана и понимания ожидаемого эффекта, прошло, наступила эра подсчета эффективности социальных программ [9]. Однако необходимо отметить, что в крупных международных компаниях, где уже накоплен большой опыт управления социальными программами, несмотря на кризисные явления в экономике планы по реализации социальных проектов практически не претерпели изменений.

В октябре 2010 г. публикуется Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» [2], который является первым стандартом в сфере социально-экономических отношений в целом. Кроме этого, РСПП разработал принципы, рекомендации и руководство по внедрению в компаниях ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» [12]. ГОСТ Р ИСО 26000:2012 утвержден Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии 29 ноября 2012 г. № 1611-ст. и введен в действие 15 марта 2013 г. Стандарт идентичен международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000:2010 «Guidance on social responsibility») [7]. Стандарт нацеливает на интеграцию принципов социальной ответственности (прозрачность, подотчетность, этичность поведения и пр.) в бизнес-процессы, включая все области активности и уровни управления. С текстом Стандарта можно ознакомиться на официальном сайте ГОСТ Эксперт [6]. Этот документ затрагивает вопросы организации труда, развития и социальной поддержки работников, взаимоотношения со всеми стейкхолдерами, принципы взаимодействия с контрагентами и вовлечения бизнеса в решение социально значимых общественных задач.

Кроме монографий и научных статей в нашей стране на достаточно высоком уровне проводятся исследования по проблематике взаимодействия власти и бизнеса [5, с. 39]. Наиболее заметными практическими исследованиями в области корпоративной социальной ответственности на русском языке являются исследования: «Доклад о социальных инвестициях в России – 2004», «Доклад о социальных инвестициях в России – 2008», «Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов)» (2005), «Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. Аналитический доклад» (2005), «Из России с любовью. Национальный вклад в глобальный контекст КСО» (2008), «Практики компаний в области благотворительности и социальных инвестиций» (по материалам проекта «Корпоративный донор России», 2008, 2011), «Социальное партнерство в России. Сборник лучших практик (2015)», «Лидеры корпоративной благотворительности – 2015, 2016». В 2015–2016 гг. проектами Ассоциации менеджеров России в области взаимоотношений бизнеса, власти и общества являются: форум «Корпоративное волонтерство» [23], I общероссийская конференция «Компании – старшему поколению. Вдохновляющие корпоративные практики» (состоялась впервые в апреле 2016 г.) [8], форум «People Investor: компании, инвестирующие в людей» [24]. В них отмечается важность и актуальность исследований и использования механизма социального партнерства бизнеса и власти в рамках взаимодействия с местными сообществами и осуществления социальной политики регионов.

Отметим, что сегодня расширение влияния самих корпораций происходит одновременно с расширением их зон ответственности: законодательной, экономической, социальной. Бизнес действует под давлением окружающей среды (групп интересов, контролирующих организаций, государства), и подходы корпоративного гражданства в этой связи дают компаниям и всему бизнес-сообществу возможность не только отвечать на давление власти и общества, но и активно влиять на социально-экономическое окружение. Тем самым в научной среде формируется новая парадигма социальной ответственности бизнеса. По мнению ряда исследователей (Туркина [19] и др.), элементами новой системы могут быть:

1. Корпоративное гражданство, предполагающее взаимную ответственность бизнеса и власти перед обществом, а также учет интересов предпринимателей не только в экономической, но и в социальной сфере.

2. Социальные инвестиции, расширяющие понятие социальной ответственности бизнеса. Переход от благотворительности к сфокусированным социальным инвестициям компаний на национальном и региональном уровнях, направленным на решение самых актуальных для страны проблем в сфере занятости, борьбы с бедностью, образования, жилья, безопасности, охраны здоровья.

3. Социальное партнерство – пересмотр сфер ответственности бизнеса, власти и общества в решении общественно-значимых вопросов. Искоренение социального неравенства, создание механизмов общественного контроля за выполнением государством своих социальных обязательств.

Кроме этого, по мнению автора, стоит обратить особое внимание на одну специфическую тенденцию или закономерность, действующую в современном бизнес-сообществе, а также налагающую определенные обязательства на участников процесса социального партнерства. В отличие от классической «пирамиды КСО», предложенной американским «отцом-основателем» концепции корпоративной социальной ответственности А.Б. Кэрроллом, в России действующие компоненты «пирамиды» имеют, на наш взгляд, несколько иные проявления. Остановимся немного подробнее на сопоставлении данных интерпретаций.

Как мы описали выше, Кэрролл составил таблицу экономических и юридических компонентов КСО (в них главная ответственность компаний – получать доход от бизнеса, при этом подчиняясь закону), а также дополнил ее этической и филантропической частью (в них главная ответственность бизнеса – быть этичным, а также быть настоящим корпоративным гражданином) [1, с. 41].

Так, применительно к российским реалиям ведения социально ответственного бизнеса, «пирамида» Кэрролла может приобретать иные формулировки и очертания. На первом этапе становления бизнеса предпринимателя интересует лишь обогащение, получение прибыли, процветание своей семьи – как первичная потребность, что является вполне естественным желанием любого начинающего финансиста. На этом этапе возвышенные цели социальных инвестиций представляются, как правило, иллюзорными, непонятными и ненужными. На втором этапе развития бизнеса, предприниматель нуждается в признании собственного вклада в развитие экономики города, региона, в котором он живет. Для него важна известность его фамилии, сопоставление его имени с порядочным гражданином своей страны. На этом этапе

социальные инвестиции имеют несистемный характер и являются разовыми благотворительными или спонсорскими акциями в поддержку мероприятий администрации либо государственных инициатив. На третьем этапе топ-менеджер активно занимается продвижением имиджа своей компании, бренда корпорации как ответственного налогоплательщика, партнера властных структур, вносящего «посильный вклад» в экономику макрорегиона. На этом этапе важное значение приобретает социальное партнерство бизнеса и власти, государственно-частное партнерство, филантропические инициативы руководства приобретают системный характер, зарождаются основы отчетности и стандартизации.

На четвертом этапе, когда реализованы последовательно предыдущие три эволюционные ступени, бизнес желает быть частью среды корпоративного гражданства, а топ-менеджер – настоящим корпоративным гражданином. При этом социальные инвестиции компании приобретают системный характер, планируются на год вперед, стандартизированы согласно международным «правилам игры», а получение прибыли не является основным инструментом в деятельности корпорации. Наоборот, первостепенное значение для развивающегося бизнеса приобретает компонента гуманизма: забота о сотрудниках, защита окружающей среды, социальная поддержка незащищенных слоев населения, поддержка сферы образования, работа по нивелированию социального неравенства и другие глобальные цели устойчивого развития общества [3, с. 178]. Посредством данного социального инвестирования достигается репутационный эффект, когда корпоративный гражданин не нацелен на сиюминутную прибыль, а рассчитывает получать дивиденды в долгосрочной перспективе.

Как мы видим, сегодня в нашей стране, да и за ее пределами, социальная активность бизнеса выходит за рамки благотворительности, и становится частью бизнес-активности, осуществляется совместными усилиями всех подразделений компаний. Ядром такого взаимодействия становятся социальные инвестиции, именно вокруг них формируются образ и репутация современного бизнеса. Для российских деловых кругов внедрение понятия и современной практики корпоративного гражданства расширяет набор инструментариев и ответов на вызовы со стороны власти и общества, дает уникальную возможность выстроить равновесные партнерские отношения с возможными союзниками.

#### Список литературы

1. Carroll A.B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, № 34(4), p. 39-48, July, 1991.
2. ISO (2009) Guidance on social responsibility draft international standard ISO/DIS 26000 Geneva. Режим доступа: [http://www.iso.org/iso/catalogue\\_detail?csnumber=42546](http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546). Дата обращения: 18.04.2016.
3. Ариничев И.В., Богдасhev И.В., Вотченко Е.С. Образование как фактор устойчивого развития российской экономики в эпоху глобальных изменений // *Экономика и предпринимательство*. 2016. № 2–1 (67–1). С. 177–181.
4. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия // А.Н. Шохин, П.О. Авен, С.Р. Борисов и др. Под науч. ред. проф. А.Н. Шохина. М.: Высшая школа экономики, 2011.
5. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // *Российский журнал менеджмента*. 2004. Т. 2. № 3.
6. ГОСТ Эксперт. ГОСТ Р ИСО 26000-2012 Руководство по социальной ответственности. Режим доступа: <http://gostexpert.ru/gost/gost-26000-2012>. Дата обращения: 18.04.2016.
7. ИСО 26000 – Социальная ответственность. Режим доступа: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>. Дата обращения: 18.04.2016.
8. Конференция «Компании – старшему поколению». Режим доступа: <http://www.b-soc.ru/center/our-meetings/meeting/80>. Дата обращения: 19.04.2016.
9. Кузьмин, А.В. Формирование концепции корпоративного гражданства в России // *Российское предпринимательство*. 2013. № 21 (243). С. 108–115. Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/30196>. Дата обращения: 07.04.2016.
10. Перегудов С.П. Политическая система России в мировом контексте: институты и механизмы взаимодействия. М.: РОССПЭН, 2011.
11. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2008. 448 с.
12. Российский союз промышленников и предпринимателей. Рекомендации для компаний по проведению самооценки организации деятельности компании в соответствии с принципами социальной ответственности на основе положений международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». Режим доступа: [http://media.rspp.ru/document/1/8/4/842326d35fd3ee\\_2f880fa2baa22f177.pdf](http://media.rspp.ru/document/1/8/4/842326d35fd3ee_2f880fa2baa22f177.pdf). Дата обращения: 18.04.2016.
13. Социальная ответственность бизнеса - опыт России и Запада (исследование). 2004. М.: Общероссийская общественная организация «Деловая Россия». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.socotvet.ru>. Дата обращения: 27.03.2016.
14. Социальная ответственность бизнеса (по материалам экспертных интервью). 2004. Фонд «Общественное мнение». [Электронный ресурс]. URL: <http://bd.fom.ru>. Дата обращения: 27.03.2016.

15. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. Под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров. 2003.
16. Социальная хартия российского бизнеса. – М.: РСПП. 2004. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rspp.ru/simplerpage/474>. Дата обращения: 18.04.2016.
17. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт СНГ. М.: Институт экономики города. 2003.
18. Социальный портрет бизнеса. Путеводитель по социальным программам российского бизнеса (Серия путеводителей-справочников «Проверено. КоммерсантЪ»). 2004. М.: Альпина БизнесБукс.
19. Туркин, С. Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией. № 7. 2004. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/16.shtml>. Дата обращения: 27.03.2016.
20. Федеральный закон от 11.08.1995 N 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_7495](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495). Дата обращения: 18.04.2016.
21. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 30.03.2016) «О некоммерческих организациях». Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8824](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824). Дата обращения: 18.04.2016.
22. Федеральный закон от 19.05.1995 N 82-ФЗ (ред. от 31.01.2016) «Об общественных объединениях». Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6693](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693). Дата обращения: 18.04.2016.
23. Форум «Корпоративное волонтерство». Режим доступа: <http://www.amr.ru/projects/corpvol>. Дата обращения: 18.04.2016.
24. Форум People Investor. Режим доступа: <http://amr.ru/projects/pinvestor>. Дата обращения: 18.04.2016.
25. Яковлев, А.А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3, № 1.

#### References

1. Carroll, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 1991, no. 34(4), pp. 39-48, July.
2. ISO (2009). Guidance on social responsibility draft international standard ISO/DIS 26000 Geneva. Available at: [http://www.iso.org/iso/catalogue\\_detail?csnumber=42546](http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546).
3. Arinichev I.V., Bogdashev I.V., Votchenko E.S. Obrazovanie kak faktor ustojchi-vogo razvitiya rossijskoj jekonomiki v jepohu global'nyh izmenenij [Education as a factor of sustainable development of the Russian economy in the era of global changes]. *Jekonomika i predprinimatel'stvo [Economy and Entrepreneurship]*. 2016. № 2-1 (67-1). P. 177-181.
4. Biznes i vlast' v Rossii: teorija i praktika vzaimodejstviya [Business and power in Russia: theory and practice of interaction]. A.N. Shohin, P.O. Aven, S.R. Borisov i dr. Pod nauch. red. prof. A.N. Shohina. M.: Izdatel'skij dom Vysšej shkoly jekonomiki [Publishing House of the Higher School of Economics], 2011.
5. Blagov, Ju.E. Konceptcija korporativnoj social'noj otvetstvennosti i strategicheskoe upravlenie [The concept of Corporate Social Responsibility and Strategic Management]. *Rossijskij zhurnal menedzhmenta [Russian Journal of Management]*. 2004, part 2, no. 3.
6. GOST Ekspert [GOST Expert]. GOST R ISO 26000-2012. Rukovodstvo po social'noj otvetstvennosti [Guidance on Social Responsibility]. Available at: <http://gostexpert.ru/gost/gost-26000-2012>.
7. ISO 26000 – Social'naja otvetstvennost' [Social responsibility]. Available at: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards/iso26000.htm>.
8. Konferencija Kompanii – starshemu pokoleniju [Conference Companies to the older generation]. Available at: <http://www.b-soc.ru/center/our-meetings/meeting/80>.
9. Kuz'min, A.V. Formirovanie koncepcii korporativnogo grazhdanstva v Rossii [Formation of corporate citizenship concept in Russia]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo [Russian entrepreneurship]*. 2013, no. 21 (243), pp. 108-115. Available at: <http://old.creativeconomy.ru/articles/30196>.
10. Peregudov, S.P. Politicheskaja sistema Rossii v mirovom kontekste: instituty i mehanizmy vzaimodejstviya [Russia's political system in the world context: the institutions and mechanisms of interaction]. S.P. Peregudov; In-t mirovoj jekonomiki i mezhdunarodnyh otnoshenij RAN [Institute of World Economy and International Relations, Russian Academy of Sciences]. M.: ROSSPJeN, 2011.
11. Peregudov, S.P., Semenenko, I.S. Korporativnoe grazhdanstvo: koncepcii, mirovaja praktika i rossijskie [Corporate citizenship: concepts, international practice and Russian realities]. M.: Progress-Tradicija, 2008, 448 p.
12. Rossijskij sojuz promyslennikov i predprinimatelej. Rekomendacii dlja kompanij po provedeniju samoocenki organizacii dejatel'nosti kompanii v sootvetstvii s principami social'noj otvetstvennosti na osnove polozhenij mezhdunarodnogo standarta ISO 26000:2010 «Rukovodstvo po social'noj otvetstvennosti» [Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs. Recommendations for companies to conduct self-organization of the company in the compliance of with the principles of social responsibility on the basis of the provisions of the international standard ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility]. Available at: <http://media.rspp.ru/document/1/8/4/842326d35fd3ee2f880fa2baa22f177.pdf>.
13. Social'naja otvetstvennost' biznesa - opyt Rossii i Zapada (issledovanie) [Social responsibility of business - the experience of Russia and the West (the study)]. 2004. M.: Obshherossijskaja obshhestvennaja organizacija Delovaja Rossija [All-Russian public organization Business Russia]. Available at: <http://www.socotvet.ru>.
14. Social'naja otvetstvennost' biznesa (po materialam jekspertnyh interv'ju) [Corporate social responsibility (based on expert interviews)]. 2004. Fond Obshhestvennoe mnenie [Public Opinion Fund]. Available at: <http://bd.fom.ru>.
15. Social'naja otvetstvennost' biznesa: aktual'naja povestka. [Social responsibility of business: current agenda]. Pod red. S.E. Litovchenko, M.I. Korsakova. M.: Associacija menedzherov [Managers Association]. 2003.

16. Social'naja hartija rossijskogo biznesa [Social Charter of Russian Business]. M.: RSPP. 2004. Available at: <http://www.rspp.ru/simplepage/474>.
17. Social'no otvetstvennyj biznes: global'nye tendencii i opyt SNG [Socially responsible business: Global Trends and CIS experience]. M.: Institut jekonomiki goroda [Institute for Urban Economics]. 2003.
18. Social'nyj portret biznesa. Putevoditel' po social'nym programmam rossijskogo biznesa (Serija putevoditelej-spravocnikov. Provereno. Kommersant). [Social Portrait of business. Guide to the Russian business social programs (Series Guide book Tested. Kommersant)]. 2004. M.: Al'pina BiznesBuks.
19. Turkin, S. Zachem biznesu social'naja otvetstvennost' [Why does business need a corporate social responsibility]. Upravlenie kompaniej [Company management]. 2004, no. 7. Available at: <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/16.shtml>.
20. Federal'nyj zakon ot [Federal law] 11.08.1995 N 135-FZ (red. ot 05.05.2014) O blagotvoritel'noj dejatel'nosti i blagotvoritel'nyh organizacijah [On charitable activities and charitable organizations]. Available at: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_7495](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495).
21. Federal'nyj zakon ot [Federal law] 12.01.1996 N 7-FZ (red. ot 30.03.2016) O nekommercheskih organizacijah [On non-profit organizations]. Available at: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8824](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824).
22. Federal'nyj zakon ot [Federal law] 19.05.1995 N 82-FZ (red. ot 31.01.2016) Ob obshhestvennyh ob`edinenijah [On Public Associations]. Available at: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6693](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6693).
23. Forum Korporativnoe volonterstvo [The Forum Corporate Volunteering]. Available at: <http://www.amr.ru/projects/corpvol>.
24. Forum People Investor. Available at: <http://amr.ru/projects/pinvestor>.
25. Jakovlev, A.A. Jevoljucija strategij vzaimodejstvija biznesa i vlasti v rossijskoj jekonomike [Evolution of strategies of interaction between business and the authorities in the Russian economy]. Rossijskij zhurnal menedzhmenta [Russian Journal of Management]. 2005, part 3, no. 1.

### **О ПРИЧИНАХ ПАССИВНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ АСТРАХАНСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

*Григорьев Александр Владимирович*, кандидат социологических наук, ассистент  
Астраханский государственный университет  
Россия, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
E-mail: proeu@yandex.ru

*Миროнова Юлия Германовна*, кандидат, социологических наук, доцент  
Астраханский государственный университет  
Россия, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
E-mail: lysjakova@mail.ru

Статья посвящена изучению одной из наиболее актуальных тем, лежащих на стыке различных гуманитарных и социальных наук – политическому участию молодежи. Актуальность данной темы для российских реалий обуславливается наблюдаемым противоречием: с одной стороны молодежь всегда была одной из наиболее активных социальных общностей, катализатором и основным участником политических изменений. С другой стороны, в настоящий момент можно сказать о том, что российскую молодежь характеризует достаточно высокий уровень политической пассивности. Представить авторский взгляд на причины данного противоречия – главная цель данной работы. Для того, чтобы ее достичь, авторами были исследованы такие формы политического участия астраханских студентов как посещение митингов, участие в выборах, а также партийную и иную деятельность в политических организациях. Полученные данные свидетельствуют о политической пассивности астраханской студенческой молодежи. Среди выявленных причин данного явления авторы отмечают: а) представления о неэффективности выборов как средства изменить ситуацию в стране; б) недоверие политическим партиям; в) представления о том, что политические общественные организации отстаивают, прежде всего, интересы власти. Наибольшее беспокойство вызывает тот факт, что в качестве наиболее эффективного инструмента для изменения политической ситуации в России большинство опрошенных отметило составляющие неконвенционального политического поведения: участие в митингах и акциях протеста. Этот факт позволяет прийти к выводу: если гражданам не будет предоставлена реальная возможность влиять на ситуацию в стране общепринятыми демократическими методами, то существует вероятность осуществления данного влияния посредством радикальных действий.

**Ключевые слова:** молодежь, студенты, астраханская молодежь, политическое участие, модели политического участия, политическое участие молодежи, политическая пассивность молодежи, причины политической пассивности молодежи, политическое поведение, неконвенциональное политическое поведение