

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций

На правах рукописи

ЧЕМКО Дина Сергеевна

**Социальные проекты для молодежи в коммуникационных практиках
бизнес компаний России и Германии**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
доцент
Панкова Галина Константиновна
Кафедра связей с общественностью в бизнесе
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2017

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Участие бизнеса в решении социальных проблем молодежи в Германии и России.....	6
1.1. Молодежная политика России и Германии	6
1.1.1. Социальная молодежная политика России.....	7
1.1.2. Социальная молодежная политика Германии.....	21
1.2. Молодежь и ее ожидания	36
Выводы к первой главе	40
Глава 2. Сравнительный анализ ведения политики корпоративной социальной ответственности, направленной на решение социальных проблем молодежи Германии и России	43
2.1. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи	43
2.1.1. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи в России .	46
2.1.2. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи в Германии	49
2.2. Социальные проекты бизнеса, направленные на решение проблем молодежи России и Германии	53
2.3. Сравнительный анализ социальных проектов России и Германии, направленных на решение основных социальных проблем молодежи.....	61
Выводы ко второй главе.....	67
Заключение.....	70
Список литературы	74

Введение

На сегодняшний день, согласно международным нормам, политика корпоративной социальной ответственности является неотъемлемой частью ведения бизнеса. В 1990-2000х годах Европейские компании не только предоставляли комфортные условия работы для своих сотрудников, но и стали принимать участия в проектах, направленных на решение экологических или социальных проблем общественности. В России развитие корпоративной социальной ответственности стало активно проявляться в первом десятилетии 21 века, до этого момента практика проявления социальной ответственности ограничивалась заявлениями компаний о соблюдении норм этики и разовой благотворительностью.

Молодежь, как «будущее нации», во все времена предоставляла особую ценность для общественности, занимая важное место в социальных отношениях, производстве материальных и духовных благ. Молодежь строит свое будущее самостоятельно, основываясь на ошибках предыдущих поколений. Однако влияние внешних факторов и не разрешаемые социальные проблемы ограничивают молодое поколение в своем развитии.

В международной практике особый интерес при формировании стратегии корпоративной социальной ответственности представляет организация коммуникаций коммерческих организаций с социальной группой «молодежь». Коммерческие организации заинтересованы принять участие в решении социальных проблем молодого поколения не только в целях формирования имиджа компании, но так же в целях его подготовки к продолжению ведения их деятельности.

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью выявления методов ведения политики корпоративной социальной ответственности бизнеса и моделей ее стратегий, основываясь на международном и российском опыте ввиду высокой международной конкуренции с целью

формирования положительного имиджа компаний у целевых групп общественности.

Целью работы является исследование особенностей ведения политики корпоративной социальной ответственности, направленной на решение социальных проблем молодежи и выявление актуальных эффективных методов в России и Германии.

Достижение цели предполагает выполнение следующих научно-исследовательских **задач**:

- исследовать политические ситуации в Германии и России;
- выявить актуальные социальные проблемы молодежи в данных странах;
- исследовать вовлеченность и проанализировать деятельность государственных и коммерческих структур в решении социальных проблем молодежи;
- сравнить социальные проекты коммерческих организаций Германии и России, направленные на решение социальных проблем молодежи.

Объектом исследования данной работы является политика корпоративной социальной ответственности бизнеса.

В качестве **предмета** исследования выбраны методы политики корпоративной социальной ответственности, в рамках реализации стратегии формирования положительного имиджа компании.

Теоретическую базу дипломной работы составили исследования российских и зарубежных ученых по таким направлениям как связи с общественностью, политология, социология, менеджмент, маркетинг. Дипломная работа опирается на труды авторов, исследовавших политику корпоративной социальной ответственности, как работы Дементьевой А.Г. «Корпоративная социальная ответственность», статьи Благова Ю.Е. «Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление» и Мартыновой Т.Н. «Коммуникационные технологии в работе с

молодежью в контексте корпоративной социальной ответственности предприятий».

Эмпирическую базу дипломной работы составили положения федеральных законов, федеральных социальных проектов, социальных отчетов международных и российских компаний, аналитические исследования сферы социального положения молодежи, открытые данные социологических и специализированных исследований, материалы ведущих экономических изданий, данные с сайта компаний и некоммерческих организаций.

Новизна выпускной работы заключается в комплексном рассмотрении и выявлении эффективных и актуальных методов ведения политики корпоративной социальной ответственности в рамках решения социальных проблем молодежи.

Методологическую основу исследования составили:

- неформализованный анализ документов, сайтов, официальных отчетов;
- анализ статистических данных;
- анализ вторичных данных по исследованиям в сфере политики КСО;
- case-study;
- сравнительный анализ.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целями и задачами, описанными выше, и представлена введением, двумя главами, заключением и списком, использовавшихся источников и литературы.

Глава 1. Участие бизнеса в решении социальных проблем молодежи в Германии и России

1.1. Молодежная политика России и Германии

Молодежная политика является одним из основных направлений социальной политики страны, которое представляет собой систему информационных, политических, нормативных, финансовых, экономических и организационных мер, реализуемых на основе взаимодействия государства с другими социальными институтами.¹ Государство, являясь публичным субъектом, наделено целым рядом властных полномочий и корреспондирующих им обязательств в отношении граждан и иных лиц, проживающих на его территории. Особое значение в этом смысле играет поддержка незащищенных слоев населения, в частности, молодежи. Молодежь является опорой государства и будущим нации, не имея при этом определенный социальный статус в обществе. Будучи открыта к динамичным развивающимся общественным отношениям, молодежь способна развиваться под влиянием таких сильных структур как государство, некоммерческие организации и бизнес. Формирование положительного имиджа, как внутреннего, так и внешнего является основополагающей задачей деятельности государства. Определяя стратегию молодежной политики, государство нацелено на создание некой системы, где каждый из ее элементов будет взаимовыгодно взаимодействовать друг с другом. Взывая бизнес к участию в реализации определенных направлений молодежной политики, государство дает возможность коммерческим структурам установить и поддерживать тесную коммуникацию с общественностью («инвестировать» в имидж). PR компаний тесно связан с их участием в реализации молодежной политики, что подразумевает взаимодействие с

¹ Федеральное распоряжение от 29.11.2014 «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Правительство Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/mediafiles>

некоммерческими организациями и формирование коммуникации с молодым поколением. Первым элементом системы является молодежная политика, сформированная государством.

1.1.1. Социальная молодежная политика России

В 2015 году Министерство образования и науки Российской Федерации представило доклад о положении молодежи и реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации «Молодежь и молодежная политика России в контексте глобальных тенденций».² Главной целью доклада является анализ реализации политики в отношении молодежи Российской Федерации и рекомендации по её совершенствованию.

Согласно докладу, модель государственной молодежной политики в настоящее время основывается на взаимной ответственности государства и молодежи, на признании молодежи участником ее формирования и реализации. Для полноценного анализа положения молодежи в Российской Федерации необходимо учитывать, что в настоящее время российское общество переживает период столкновения с глобальными тенденциями и вызовами: демографические дисбалансы, миграционные потоки, неравномерность коммерческого роста, неопределенность мирового развития, напряженность между мировыми центрами и другие. Необходимо брать во внимание и факт нарастания угроз манипуляции массовым сознанием, навязывания норм и ценностей через информационную сферу. Данного рода внешние факторы оказывают немалое влияние на развитие российского общества и становление молодого поколения, что призывает к необходимости предъявления новых требований к качеству человеческого потенциала.

² Доклад о положении молодежи и реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации 2015 год // Министерство образования и науки Российской Федерации // Федеральное агентство по делам молодежи: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/documents/download/350>

Государство Российской Федерации является основным субъектом реализации молодежной политики. Первый документ, непосредственно затрагивающий молодое поколение, был опубликован в 1991 году – Закон СССР «Об основных началах государственной молодежной политики в СССР». Однако произошедшие события в 1991 году не позволили данному закону быть действительным. После распада СССР было издано несколько законодательных документов о молодежи, такие как «Доктрина государственной молодежной политики», «Концепция государственной молодежной политики РФ» и другие.

Первой официальной стратегией, утвержденной правительством РФ, стала «Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации», изданная в 2006 году и разработанная на период до 2016 года³. Данный документ определял актуальные и приоритетные направления и задачи в реализации национальных проектов, связанных с участием молодежи. Начиная с 2006 года, молодежная политика осуществлялась в рамках системы крупных проектов по общественно-политическим и социально-экономическим направлениям.

29 ноября 2014 года Распоряжением Правительства Российской Федерации утверждены основные положения государственной молодежной политики в РФ, которые были определены «Основами государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» (ОГМП-2015).⁴ Основными целями государственной молодежной политики являются:

³ Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации от 2006 года // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.russia.ru/strateg_gos_moloz_polit

⁴ Федеральное распоряжение от 29.11.2014 «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Правительство Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/mediafiles>

- Становление и совершенствование социально-экономических, организационных, правовых условий для самореализации молодежи;
- Раскрытие потенциала молодого поколения для дальнейшего развития России;
- Содействие успешной интеграции молодежи в общество;
- Повышение роли молодежи в жизни страны.

ОГМП-2015 определяет необходимые направления молодежной политики посредством постановки задач для достижения выше представленных целей.

В эти задачи входят формирование системы ценностей, учитывающие многонациональные основы государства, создание необходимых условий для воспитания и развития молодежи, проведение просветительской работы с молодежью и создание необходимых условий для самообразования молодежи, формирование системы реализации потенциала молодежи и внедрение технологии «социального лифта». Каждая задача требует непосредственного участия всех направлений внутренней политики Российской Федерации, что несет за собой некое реформирование всей внутриполитической системы страны.

ОГМП-2015 определяет следующие направления государственной молодежной политики:

1. Поддержка молодежных общественных объединений государством;
2. Формирование ценностно-мотивационных ориентиров;
3. Формирование культуры безопасности жизнедеятельности молодежи;
4. Поддержка молодежи государством, которые оказались в трудной жизненной ситуации;
5. Поддержка молодых семей государством;
6. Поддержка молодежи с ограниченными возможностями для здоровья;

7. Реализация проектов, направленных на развитие молодежи как специалистов.

Важнейшей задачей государства является предоставление возможности молодому поколению получения конкурентоспособного профессионального образования для дальнейшего обеспечения соответствия кадровых ресурсов требованиям современной экономики. Для ее выполнения, необходимо создать условия для подготовки высококвалифицированных работников, их профессиональной мобильности и готовности к освоению новых функций, при необходимости. Согласно данным Росстата, на 2015 год 45 субъектам Российской Федерации была предоставлена государственная поддержка комплексных региональных программ, направленных на развитие профессионального образования. Общий объем финансирования проектов составил 4,6 млрд рублей.⁵ Однако необходимо учитывать тот факт, что доля софинансирования за счет предприятий и организаций составила 40%.

Министерство образования и науки Российской Федерации создало проект, целью которого является поддержка детей и молодежи, добившихся выдающихся успехов в различной деятельности и стимулирование их к данной деятельности.⁶ Ежегодно Министерством определяются 5350 юных талантов во всех регионах России. В соответствии с Указом Президента России, из выбранной группы, 1250 человек, которые являются победителями российских и призерами международных олимпиад получают премии по 60 тысяч рублей, 4100 человек - победители региональных и призеры российских олимпиад - получают премии в размере 30 тысяч рублей. На 2016 год количество участников во Всероссийских олимпиадах составило 6 млн человек, что значительно превышает показатели

⁵ Отчёт о финансировании профессионального образования от 24.06.2015 // Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gs.ru/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education

⁶ Государственный проект «Поддержка талантливой молодежи» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты/поддержка

предыдущих лет. Также Министерство осуществляет поддержку талантливых студентов профессиональных образовательных организаций. В национальном чемпионате “Молодые профессионалы” (WorldSkills Russia) в 2016 году в финал попали 747 обучающихся из 64 регионов России.⁷ Согласно данным, представленным на официальном сайте Министерства образования и науки, количество участников увеличилось - в 2015 году в чемпионате участвовало 519 конкурсантов из 44 регионов.

Материальная поддержка молодых талантливых учеников и студентов не является единственным направлением социальной молодежной политики. В современном российском обществе динамично корректируются цели и задачи государственной молодежной политики с тем, чтобы наилучшим образом содействовать успешной социализации и самореализации молодежи, развитию ее потенциала в интересах России. В 2009 году был представлен Доклад Государственному совету РФ “Молодежная политика России на современном этапе”, в котором указывалось следующее: “Общий смысл молодежной политики состоит в создании в обществе условий и стимулов для жизнедеятельности новых поколений, которые способствовали бы проявлению, развитию и реализации задатков, способностей и талантов молодых людей в целях социально-экономического и политического прогресса российского общества”.⁸ М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги, ведущие российские социологи, провели репрезентативное социологическое исследование в масштабах страны, результаты которых показали, что

⁷ Государственный проект «WorldSkillsRussia» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/world_skills_russia

⁸ Карнаущенко Л.В. Научная статья «Государство и молодежь в процессе реализации государственной молодежной политики: проблемы взаимодействия», Москва, 2010. – С. 35

большинство представителей молодежи ожидают решения многих своих проблем от государства.⁹

Институт сравнительных социальных исследований в 2010 году провел опрос среди представителей российской молодежи и взрослой части населения.¹⁰ Респондентам был задан вопрос: “Какая наиболее важная проблема, с которой сталкивается молодежь?”. Согласно опросу (рис.1), самым популярным ответом среди молодежи является употребление наркотиков, а среди взрослой части населения - безработица.



Рис. 1. Наиболее важные проблемы, с которыми сталкивается молодежь

Данная статистика является актуальной и на сегодняшний день. Согласно отчету 2015 года, представленному Государственным антинаркотическим комитетом, в период с 2005 по 2015 год число наркоманов-подростков увеличилось в 18 раз¹¹. 13 января 2016 года ФСКН были опубликованы статистические данные, согласно которым рынок наркопотребителей России составляет 7.3 миллиона человек.¹² В данном

⁹ Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы. Москва, 2009. – С. 64

¹⁰ Независимый опрос «Наиболее важные проблемы, с которыми сталкивается молодежь» // CESSI, Институт сравнительных исследований, Москва, 2010 г.: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cessi.ru/index.php?id=6> (дата обращения 03.01.2017)

¹¹ Официальный отчет «Уровень наркомании в Российской Федерации» от 01.06.2015 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/otchet

¹² Официальное заявление директора ФСКН от 13.01.2016 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/news (дата обращения 25.12.2016)

случае, наркопотребителями считаются люди, употребляющие наркотические средства в регулярном и эпизодическом порядках. Ежегодно из-за употребления наркотиков в России умирают 70 тысяч человек и около 70% всех наркозависимых в России являются подростки и молодежь. По данным ООН, на 2016 год Россия занимает первое место по потреблению героина и смертность от наркотиков на территории РФ в 12 раз больше по сравнению с Европейскими государствами.¹³

65% преступлений в России, связано с наркотиками, до 80% краж и мелких грабежей совершается наркопотребителями. Согласно статистическим данным, представленным Генеральной прокуратурой Российской Федерации, количество зарегистрированных преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотиков на 2016 год составило 199228 дел.¹⁴ На апрель 2017 года, зарегистрировано 32555 дел. Количество тяжких преступлений, совершенных в состоянии наркотического опьянения на 2016 год составило 10884, на апрель 2017 года - 1607 дел (рис.2). Генеральная прокуратура утверждает, что 45% из вышепредставленных преступлений было совершено молодыми людьми в возрасте от 18 до 27 лет.

¹³ Андроник О.В. Статья «Подростковая наркомания и причины наркозависимости» от 26.08.2015: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.semyadeti.ru/podrostkovaya-narkomaniya.html

¹⁴ Портал правовой статистики // Генеральная прокуратура Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.crimestat.ru (дата обращения 17.01.2017)

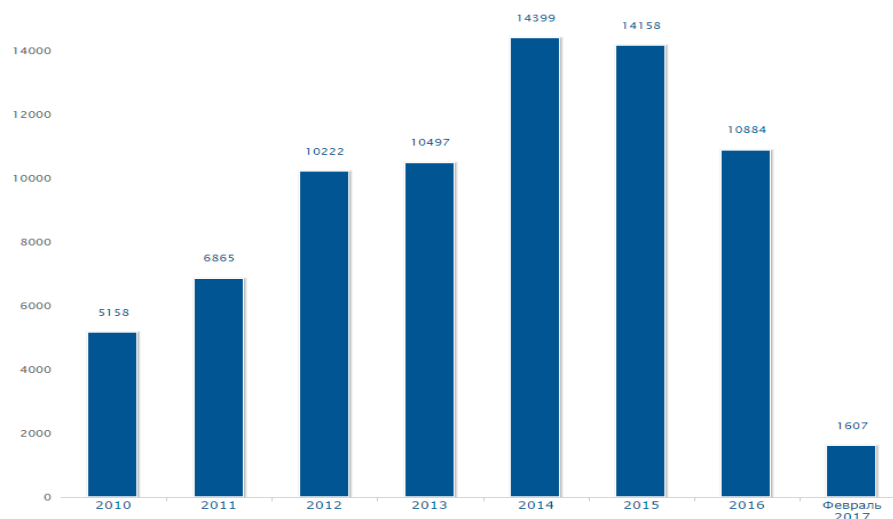


Рис. 2. Динамика тяжких преступлений, совершаемых в состоянии наркотического опьянения

В 2013 году из бюджета Российской Федерации было выделено 96 млрд рублей на борьбу с наркоманией. В первом квартале 2015 года было выявлено свыше 22,5 тысяч наркопреступлений, изъято 5 тонн наркотических средств, была пресечена деятельность 486 притонов¹⁵.

В 2010 году Правительством РФ была представлена «Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года», в которую включены все планируемые мероприятия, социальные проекты, направленные в основном на подростков и молодежь.¹⁶ В стратегию входит комплекс социальных, образовательных и медико-психологических мероприятий, которые направлены на ликвидацию причин и условий, дающих возможность для распространения и потребление наркотических и психоактивных веществ. Куратором реализации данной стратегии выступает Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков. ФСКН действует совместно с федеральными органами

¹⁵ Официальный отчет «Антинаркотическая политика Российской Федерации» от 10.09.2016 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/otchet

¹⁶ Указ Президента Российской Федерации №690 от 09.06.2010 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года» // Правительство Российской Федерации

исполнительной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления муниципальных образований, действующих в сфере профилактики потребления наркотиков и некоммерческими организациями.

В рамках стратегии было организовано и проведено мероприятия, направленные на профилактику наркомании среди детей, подростков и молодежи, оказавшихся в трудной жизненной ситуации; популяризацию массовых видов спорта и вовлечение молодежи в систематическое занятие физкультурой; сформированы «телефоны доверия» для получения информации о фактах незаконного оборота наркотических средств и поддержки с последующей психологической или медицинской помощью наркозависимым. Были внедрены лабораторные исследования в образовательных учреждениях на предмет обнаружения следов потребления наркотиков в организме у представителей молодого поколения.

Спортивные мероприятия «Молодежь против наркотиков», «Здорово жить – здорово», «Живи ярко и стильно без наркотиков» проводятся ежегодно на территории субъектов РФ. Акция «Сообщи, где торгуют смертью», инициированная ФСКН, проводится в большинстве регионов. Совместно с образовательными учреждениями, осуществляется ряд социальных антинаркотических проектов, таких как «За здоровье и безопасность наших детей», цель которых является информирование и обучение родителей и учителей методам выявления форм отклоняющегося от общепринятых норм поведения, профилактики наркомании и обеспечение безопасности молодежи. В учебную программу колледжей, институтов и университетов внесена программа «Профилактика наркомании среди молодежи», основная задача которой – изучение аспектов предупреждения наркомании среди молодого поколения.

Второй, по значимости, проблемой является безработица среди представителей молодого населения. Рынок труда молодежи является чрезмерно насыщенным из-за большого количества выпускаемых школьников и студентов, нуждающихся в самостоятельном материальном

обеспечении. Низкая квалификация и отсутствие необходимого опыта не позволяет молодым соискателем получить желаемую должность.

Самыми распространенными мерами в рамках программ, направленных на улучшения возможностей трудоустройства молодежи в большинстве стран (в том числе и в России) являются:

- Предоставление возможности обучения профессиональным навыкам;
- Формирования комплексных программ по совмещению работы и обучения;
- Предоставления возможности получения профессиональной ориентации;
- Привлечение компаний к предоставлению вакантных мест для последующего трудоустройства;
- Формирование программ для обучения предпринимательству.

Для анализа направлений государственной молодежной политики в рамках решения проблемы трудоустройства молодежи, необходимо охарактеризовать саму проблему безработицы молодежи.

В феврале 2015 года Росстат провел исследование «Занятость и безработица в Российской Федерации», по итогам которого утверждается, что уровень безработицы молодежи превышает средний уровень безработицы населения.¹⁷ Среди молодежи в возрасте от 15 до 24 лет, уровень безработицы составил 15,8% (среди городского населения – 15,0%, среди сельского населения – 18,0%). Коэффициент превышения уровня безработицы молодежи, возрастная группа которой 15-24 лет, по сравнению с уровнем безработицы населения в возрасте 30-49 лет составляет 3,3 раза.

Отдел социологии молодежи ИСПИ РАН провел сравнительное социологическое исследование, согласно которому большинство молодежи

¹⁷ Исследование «Занятость и безработица в Российской Федерации» от 01.02.2015 // Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gs.ru/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/unemployment (дата обращения 28.01.2017)

считает труд значимым фактором личностного самоопределения.¹⁸ Однако каждый четвертый представитель молодежи имеет иную ориентацию, не связанную с трудом. Каждый седьмой молодой человек отказался от работы, если бы был материально обеспечен.

В отношении к профессиональному росту у большей части представителей молодежи доминируют прагматические ценности. В сознании 59,6% молодых людей (от 18 до 24 лет) и 65% (от 25 до 29 лет) сформирована прочная связь материального заработка и труда.

Возможность трудоустройства в разной степени затрагивает молодых людей, относящихся к различным слоям общества. Необходимо учитывать, что уровень безработицы в сельской местности является отличным от уровня безработицы в городских районах. Сельские населенные пункты не имеют возможности предоставить широкий выбор профессий и специальностей. Отсутствие выбора или полное отсутствие работы является важным мотивационным фактором переезда молодежи в городские районы.

Также, при рассмотрении проблемы безработицы молодежи, стоит обратить внимание на гендерное неравенство. Молодые женщины имеют немалое количество трудностей при устройстве на работу, учитывая перспективу рождения детей и длительное отсутствие на рабочем месте. С.В. Скутнева, автор монографии «Гендерное измерение жизненного самоопределения молодежи», в своей работе пишет: «Если юноши демонстрируют преимущественно прагматический подход трудоустройству, то для молодых женщин сложность получить работу по сравнению с юношами выдвигает на передний план фактор образования как дополнительной гарантии получения работы».¹⁹ Гендерные стереотипы

¹⁸ Сравнительное социологическое исследование «Ценностные ориентиры молодежи» от 10.01.2014 // Институт социально-политических исследований Российской Академии Наук: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.isprras.ru (дата обращения 28.01.2017)

¹⁹ Скутнева С.В. Гендерное измерение жизненного самоопределения молодежи, Москва. 2009. – С. 98

начинают формироваться в раннем возрасте, посредством социализации под влиянием различных структур общества, например семьи или средств массовой информации.

Базой данных отделения статистики Европейской экономической комиссии ООН была составлена диаграмма, отражающая процентное соотношение молодежной безработицы в России по гендерной принадлежности (рис. 3).²⁰



Рис. 3. Молодежная безработица в России по гендерной принадлежности, в процентах

Согласно исследованию, в 2014 году ситуация стабилизировалась: на 2014 год уровень женской безработицы превышает уровень мужской безработицы на 3%. Однако, несмотря на этот факт, гендерная принадлежность в настоящее время является немаловажной причиной отсутствия работы у молодого поколения.

На рынке труда в настоящее время происходит сложное взаимодействие амбиций молодежи, ее возможностей иметь образование и надеждой работодателей на практические навыки выпускников. Немалое количество молодежи во время обучения имеют одну или же несколько работ, для удовлетворения своих материальных запросов, однако в большинстве случаев эти работы являются отвлекающим фактором от учебы или не относятся к выбранному студентами профессиональному направлению.

Правительство РФ является основной стороной, которая заинтересована в развитии молодежи как специалистов или профессионалов своего дела.

²⁰ База данных Организации Объединенных Наций: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.un.org/ru/databases/index.html (дата обращения 13.01.2017)

Совместно с учебными образовательными учреждениями государство проводит ряд проектов, направленных на создание условий получения профессионального опыта и практики представителями молодежи. Эти проекты отличаются от обязательного предоставления мест для практик студентов.

Министерство образования и науки России взаимодействует с Молодежной общероссийской общественной организацией «Российские Студенческие Отряды» (сокращенно – МООО «РСО»), в которую входят более 240 тысяч участников и 72 субъектов РФ.²¹ Участники причастны к пяти основным направлениям профессиональной деятельности: строительное, педагогическое, сельскохозяйственное, сервисное и профильное.

Федеральное агентство по делам молодежи в 2014 году осуществило сбор и обобщение более 900 проектов и практик, которые содействуют профессиональному самоопределению молодого поколения, и реализуются на территории РФ.²² К 2016 году число проектов увеличилось – согласно данным, представленным на официальном сайте ФА по делам молодежи, их число составляет более 1200.

Для решения проблемы трудоустройства молодежи, государство привлекает не только молодежные организации, образовательные учреждения и некоммерческие организации, но и самих работодателей – компании, которые могут оказать немалое влияние на развитие молодежи как специалистов и профессионалов в той или иной сфере.

Министерство образования и науки России, действуя вместе с Международной ассоциацией корпоративного образования (сокращенно

²¹ Государственный проект «Российские студенческие отряды» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты (дата обращения 13.03.2017)

²² Отчёт о «Реализации проектов, направленных на профессиональное образование молодежи» от 30.03.2015 // Федеральное агентство по делам молодежи: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/document> (дата обращения 13.03.2017)

«МАКО»), провело I Всероссийский конкурс лучших практик работодателей по работе с детьми, молодежью и кадровым резервом.²³ Данный конкурс направлен на формирование позитивного имиджа отраслей и профессий, воспитание нового поколения и граждан, которые обладают социальными и необходимыми профессиональными компетенциями, формирование методов взаимодействия органов государственной власти, компаний и общественных объединений с целью поддержки детей и молодежи. Конкурс был организован в 2014 году и уже на тот момент его участниками стали 49 компаний, которые действуют на территории РФ.

Также во время обучения в образовательных учреждениях, студенты в обязательном порядке должны проходить профессиональную практику в компаниях, специализирующихся на направлении обучения. Подобного рода практики дают возможность не только получить профессиональный опыт и необходимые профессии навыки, но и стать постоянным сотрудником компании после окончания обучения.

Государство предоставляет возможность профессионального развития не только студентам, но и молодым предпринимателям. В данном случае, государством оказывается материальная поддержка на открытие собственного дела на территории Российской Федерации. Максим Топилин, министр труда и социальной защиты Российской Федерации, заявил: «Начиная с 2011 года, безработный, открывающий свое дело, сначала получит материальную поддержку в размере 58 800 рублей. Но если в дальнейшем он создаст дополнительные рабочие места и примет на работу официально зарегистрированных безработных, ему выплатят еще 58 800 рублей».²⁴ Таким образом, молодой предприниматель мотивирован не только на развитие своего дела, но и на предоставление вакантных мест безработным.

²³ Государственный проект «Всероссийский конкурс лучших практик» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты/практика (дата обращения 13.03.2017)

²⁴ Грицук М. На открытие своего дела безработным будут давать по несколько сотен тысяч рублей // Российская газета от 22.12.2009

Анализируя все проводимые мероприятия и предпринятые меры на территории РФ в рамках программ трудоустройства молодежи, можно сделать следующие выводы:

1. Доминирующая мера в программе трудоустройства молодежи является обучение молодежи профессиональным навыкам;
2. Программа по интеграции молодых людей в рынок труда ориентировано на молодежь, имеющую качественное образование;
3. Для достижения устранения безработицы среди молодого поколения необходимо иметь четкое взаимодействие между государством, бизнесом и самой молодежью.

1.1.2. Социальная молодежная политика Германии

Формирование молодежной политики как отдельного направления социальной политики обусловлено трудностью процесса социализации молодых людей в современных условиях. Получение образования, усвоение своих прав и обязанностей, формирование профессиональных навыков ограничено временными рамками пребывания в молодежной возрастной группе – 10-12 лет. Работа с молодежью является обязательным направлением политики в большинстве стран, где приоритетной целью выступает выравнивание социального статуса различных групп молодежи²⁵.

В Германии сформирована трехступенчатая каскадная структура реализации молодежной политики.²⁶ Перед тем, как перейти к описанию данной структуры, необходимо определить возраст молодежной группы Германии, так как он является отличным от России. В Германии существует

²⁵ Кузьмина О.Н. Обзор «О национальных молодежных политиках зарубежных стран» от 23.12.2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: vmo.rgub.ru/o_naz_politikh_zarubejom.pdf

²⁶ Чальцева И.С. Научная статья «Молодежная политика за рубежом: попытка анализа»: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cyberleninka.ru/article/n/molodezhnaya-politika-za-rubezhom-popytka-analiza

разделение молодежи на две группы: «непосредственно молодежь», возраст которой от 14 до 18 лет и «молодые взрослые», возраст которой от 18 до 27 лет. Граждане старше 27 лет не относятся к группе молодежи.

Молодежная политика в Германии реализуется на федеральном и региональном уровнях, посредством ведения деятельности молодежных организаций. Немецкая структура реализации молодежной политики имеет три уровня. Первый уровень заключается в разработке законодательных основ и общих направлений на уровне центрального правительства Германии. Вторым уровнем – делегирование правительством возможностей осуществления данной политики земельным органам власти. Третий уровень включает в себя деятельность молодежных организаций в рамках молодежной политики.

Помимо законов, зафиксированных в Конституции, в Германии принят ряд федеральных законов, которые являются основанием для совершения молодежной политики. В их число входят такие законы, как «О помощи молодежи и детям», «О защите молодежи», «Об органах по делам детей и молодежи».²⁷ Контроль за всеми направлениями молодежной политики осуществляется непосредственно государством и каждые четыре года правительство предоставляет «Отчет о положении молодежи», где независимой экспертной комиссией фиксируются все актуальные социальные проблемы молодежи, для последующего внесения соответствующих корректив. Вся стратегия государственной молодежной политики строится на ответственности государства за интеграцию молодежи и разработке тех социальных программ, которые будут доступны для всех представителей молодого поколения.

Немецкий Бундестаг создал Комиссию по соблюдению интересов детей, в рабочую программу которой, входят такие аспекты, как дети и спорт, здоровье, насилие, мобильность, инвалидность, культура, питание,

²⁷ Калинкина М.Ю. Государственная политика Германии в сфере социальной и молодежной работы, Москва, 2008.

образование, защита прав детей и подростков, социальная защита, повседневная жизнь.²⁸ Согласно закону об органах по делам детей и молодежи, ответственность за работу этих органов по всем выше представленным направлениям берут на себя административные районы и города. В их обязанности входит учреждение Службы по делам молодежи.

Помимо Служб в административных округах ФРГ, в правительство Германии входят семь министерств, прямо или косвенно занимающихся решениями социальных, экономических, политических проблем молодежи²⁹:

1. Федеральное министерство экономического сотрудничества и развития;
2. Федеральное министерство внутренних дел;
3. Федеральное министерство образования и науки;
4. Федеральное министерство здравоохранения и социального обеспечения;
5. Федеральное министерство иностранных дел;
6. Федеральное министерство юстиции;
7. Федеральное министерство экономики и труда.

В Германии очень развито взаимодействие правительства и негосударственных объединений, таких как молодежные организации, благотворительные учреждения, профессиональные объединения, объединения самопомощи и др. Именно негосударственные объединения берут на себя ответственность за проведение мероприятий по оказанию помощи молодежи, действуя совместно или самостоятельно.

Необходимо учитывать тот факт, что в Германии очень популярным среди молодого поколения является членство в молодежных организациях. К

²⁸ Официальное заявление Deutscher Bundesjugendring от 2014 года: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dbjr.de> (дата обращения 16.03.2017)

²⁹ Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (дата обращения 18.03.2017)

таким организациям можно отнести Ассоциацию социального обеспечения детей и молодежи (АСО – Arbeitsgemeinschaft für Kinder- und Jugendhilfe), Федеральную Ассоциацию по защите детей и подростков (Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz) и Федеральный круг молодежи Германии (DBJR).³⁰

Ассоциация социального обеспечения детей и молодежи была основана в 1949 году и является центральным объединением федеральных молодежных организаций и региональных молодежных советов.³¹ Одним из основных направлений деятельности АСО является разработка программы по улучшению практической деятельности органов по делам молодежи, формирование рекомендаций и актуальных предложений. АСО является юридическим лицом, и было основано с целью реализации прав детей и молодежи в Германии.

Федеральная Ассоциация по защите детей и подростков сформирована в 1951 году.³² Это объединение ведущих организаций, занимающихся социальным обеспечением молодежных ассоциаций и отдельных лиц, защищающих интересы детей и молодежи. Ассоциация является официальным представителем политических и социальных прав детей и подростков на национальном уровне, вне зависимости от политики партии.

Федеральный круг молодежи Германии – это рабочая группа, которая включает в себя 24 молодежные объединения, функционирующих на территории всей Германии, 16 земельных кругов молодежи, 5 примыкающих

³⁰ Чамкаева Е. П. Анализ деятельности молодежных организаций в контексте молодежной политики Федеративной Республики Германия // Проблемы и перспективы развития образования, Пермь, январь 2013 г. — С. 32-36

³¹ Кузьмина О.Н. Обзор «О национальных молодежных политиках зарубежных стран» от 23.12.2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.vmo.rgub.ru/o_naz_politikh_zarubejom.pdf

³² Там же

союзов, которые исполняют обязанности консультантов.³³ Федеральный круг работает полностью самостоятельно, без директив со стороны государства, однако он получает финансовую поддержку от правительства. Федеральный круг молодежи входит в Национальный комитет по международной работе с молодежью в Германии, наряду с политическими, спортивными объединениями молодежи (такие как «Германские молодые демократы», «Зеленая молодежь», «Молодой союз Германии», «Молодые либералы» и другие).

Согласно данным, представленным на официальном сайте Национального комитета, на территории ФРГ зарегистрировано свыше 90 надрегиональных молодежных союзов, участниками которых являются около четверти всей молодежи Германии.³⁴ При формировании молодежной политики, Германия привлекает к участию общественные организации и ассоциации, фонды и независимые учреждения для результативности реализации политики.

На официальном сайте Федерального министерства внутренних дел ФРГ представлен отчет о положении молодежи на территории Германии, имеющий название «Handeln für eine jugendgerechte Gesellschaft»³⁵. В данном отчете представлена вся актуальная информация о социальном положении молодежи, проблемах и политической стратегии на период с 2015 по 2018 года.

Согласно данным, представленным в отчете, главным субъектом реализации молодежной политики является Федеральное министерство по делам семьи, детей и молодежи. Министерство является ответственной

³³ Кузьмина О.Н. Обзор «О национальных молодежных политиках зарубежных стран» от 23.12.2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.vmo.rgub.ru/o_naz_politikah_zarubejom.pdf

³⁴ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bmfsfj.de/bmfsfj (дата обращения 25.03.2017)

³⁵ Дословный перевод: «Акт о социальном положении молодежи»

стороной за подготовку и принятие законопроектов, которые оказывают влияние или непосредственно затрагивают саму молодежь. Министерство является главным участником в осуществлении Европейских молодежных программ, а также ответственной стороной за проведение исследований ситуаций в молодежной сфере Германии. Министерство сотрудничает с многочисленными партнерами, в число которых входят некоммерческие организации, молодежные организации, коммерческие компании, преследуя основную цель: действовать в интересах молодого общества.

Тринадцать миллионов молодых людей в возрасте от 12 до 27 лет, проживающих на территории Германии, не могут являться однородной группой. Разнообразие молодежи обуславливается не только разницей возрастных показателей или уровня образования, но и местом проживания (городские, сельские районы), региональными или культурными факторами, социальным статусом родителей, материальным положением в семье и другими. Министерство по делам детей, семей и молодежи во всех официальных документах акцентирует особое внимание, что социальная молодежная политика нуждается в постоянном проведении исследований социального положения молодежи для выявления актуальных проблем и требований молодого поколения.

Пятнадцатый отчет «О положении детей и молодежи в Германии»³⁶, представленный Министерством внутренних дел Германии в 2015 году, определяет три главных этапа в развитии молодого поколения:

1. Получение квалификации

Получение основного образования (школьного), высшего/технического образования, участие в социальных работах, приобретения опыта работы и профессиональных навыков, становление себя как специалиста.

2. Приобретение независимости

³⁶ Официальный сайт Bundesministerium des Inner: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bmi.bund.de> (дата обращения 25.03.2017)

Определение источников дохода, приобретение постоянных обязанностей, ответственности за свою жизнь, уголовной и административной ответственности за поступки и решения.

3. Становление себя как личности

Определение собственного «Я», нахождение баланса между индивидуальной свободой и социальной принадлежностью.

Согласно отчету, при формировании государственной молодежной политики, правительство ФРГ учитывает выше представленные этапы развития молодежи и актуальные социальные проблемы для эффективности и результативности проводимых мероприятий.

Федеральное министерство внутренних дел ФРГ в своем отчете о положении молодежи в Германии указало на наличие немалого количества социальных проблем молодежи и их предпосылок.³⁷ Согласно результатам исследования, представленным в отчете, на территории Германии на 2015 год зафиксировано следующее процентное соотношения проблем молодежи (рис. 4)

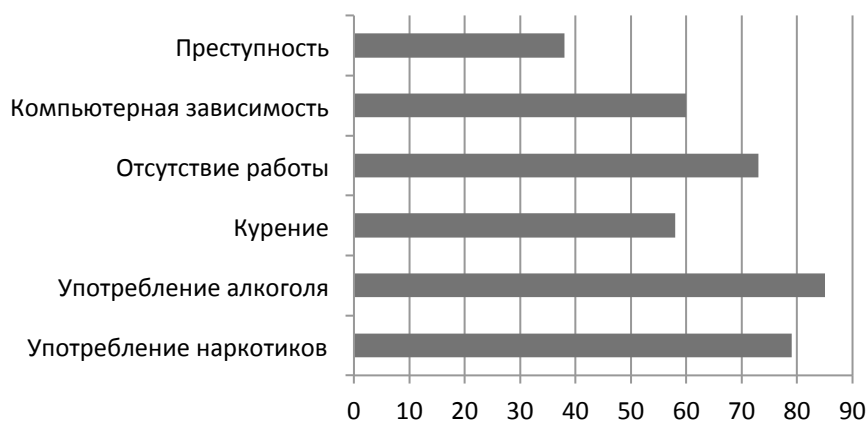


Рисунок 4. Социальные проблемы молодежи в Германии, в процентах

Исследование выявило, что более 67% представителей молодежи активно употребляют алкогольные напитки, 75% молодежи употребляют наркотические средства. Больше 60% молодежи не имеют постоянной

³⁷ Официальный сайт Bundesministerium des Inner: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bmi.bund.de/DE/Themen/Gesellschaft-Verfassung (дата обращения 25.03.2017)

работы или не работают. 40% молодежи являются зависимыми от компьютерных игр, и 57% страдают от никотиновой зависимости. Около 20% молодого поколения связано с преступностью.

Харольд Шваб, один из основателей и руководителей молодежного движения в Германии, во время приезда делегации в Россию заявил, что проблемы в молодежной среде России и Германии абсолютно идентичны: «Главные проблемы молодого поколения на сегодняшний день – наркотики и алкоголь, а также трудности с трудоустройством подростков».³⁸

Политика борьбы с употреблением наркотических средств в Германии является зоной ответственности каждого отдельного правительства земли, находясь в исключительной компетенции земель в сфере культуры, и действуя на основе законов, принятых Федеральным правительством. Основным законом, имеющий силу на территории Германии, бы принят еще в 1971 году и носит название «Закон о наркотических веществах».³⁹ В соответствии с законом, на территории ФРГ запрещен оборот ряда наркотических средств, за исключением использования их в медицинских целях. Продажа, хранение, приобретение наркотиков преследуется в уголовном порядке. Самая высшая мера наказания – лишение свободы сроком до 15 лет.

Однако стоит заметить, что эффективность антинаркотической политики остаётся под вопросом. Запреты, внесенные в закон, не мешают употреблению наркотических средств и расширению черного рынка, а политика борьбы с наркотиками требуют немалых финансовых затрат.

Согласно немецкому законодательству, лица, совершившие нетяжкие преступления в состоянии наркотического опьянения, такие как кража или вандализм, могут избежать уголовного наказания, в случае добровольного

³⁸ Проблемы молодежи Германии и России можно решать сообща, уверены немецкие эксперты: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.newslab.ru/news/270336

³⁹ Заключительный акт конференции ООН для принятия протокола о психотропных веществах, 1971 г.

прохождения лечения от наркозависимости. Подобная норма действует только в том случае, если предполагаемый тюремный срок менее двух лет. Уголовное дело может быть возобновлено в любой момент и одной из причин является полное или частичное отсутствие обвиняемого на лечении.

В 2011 году Сабина Бетцинг, уполномоченная по наркотикам при федеральном правительстве, представила доклад Правительству ФРГ, в котором были зафиксированы данные о количестве наркотически зависимых по всей территории Германии.⁴⁰ Согласно опросам, число молодых людей, впервые решивших попробовать амфетамин, на 2011 год было 32%, экстази – 44%, кокаин – 39%, героин – 23%. Самым популярным наркотиком является марихуана – ее курят около 600 тысяч немцев, в возрасте от 18 до 64 лет. Большой процент уходит представителями молодежи.

По данным Федерального ведомства криминальной полиции (ВКА), на 2010 год было зарегистрировано 18 621 человек, впервые употребивший наркотики группы «А», к которым относятся наиболее опасные наркотические средства, такие как метадон, морфий, героин, ЛСД.⁴¹

Большинство героиновых наркоманов находятся под наблюдением врачей и проходят курсы альтернативной терапии, финансируемые правительством ФРГ. Помимо материальной поддержки, государство Германии, совместно с молодежными и некоммерческими организациями проводит социальные проекты, направленные на борьбу с употреблением наркотиков среди молодого поколения.

Антинаркотическая политика Германии является комплексной программой, которая включает в себя консультирование, профилактику,

⁴⁰ В ФРГ наркоманы будут получать героин по рецепту // Deutsche Welle: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m.dw.com/ru/ (дата обращения 30.03.2017)

⁴¹ Официальный сайт Bundeskriminalamt: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bka.de (дата обращения 30.03.2017)

лечение, снижение вреда и сокращения предложения, путем борьбы с незаконным оборотом наркотических средств.⁴²

Формирование профилактических антинаркотических мероприятий на федеральном уровне является зоной ответственности Министерства здоровья (BMG).⁴³ Профилактическая деятельность стала официальной частью обучения в средних и старших школах. Цель ее стратегии – воспитание молодых людей, умеющих контролировать свою силу воли и нести ответственность за совершенные поступки и принятые решения.

Правительством Германии было проведено немалое количество мероприятий по борьбе с наркотиками. Одна из профилактических-образовательных программ, сформированная в 2014 году, носит название «Сделай детей сильными» и направлена не только на детей и подростков, но также и на взрослых, кто контактирует с молодой частью населения (преподаватели, учителя).⁴⁴ В программу входит полное и открытое информирование о природе наркотических средств, о методах решения проблемы наркозависимости подростками и взрослыми. Программа включает в себя создание «телефонов доверия» для психологической поддержки наркозависимых и выпуск серии брошюр для родителей, информирующих обо всех лечебных центрах.

Для представителей молодого поколения, обучающихся в университетах, правительством Германии были созданы не только профилактические проекты, но и лечебные программы для работы с уже

⁴² Опыт Германии в борьбе с наркоманией. Справка // РИА Новости: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ria.ru/beznarko_help/20111010/454733235.html (дата обращения 30.03.2017)

⁴³ Официальный сайт Bundesministerium für Gesundheit: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bmg.bund.de (дата обращения 30.03.2017)

⁴⁴ Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (дата обращения 30.03.2017)

наркозависимыми людьми. Правительством ФРГ были сформированы инновационные проекты, такие как Интернет-консультации, консультации по телефону и проекты, ориентированные на этнические меньшинства.

Через систему здравоохранения осуществляется лечение наркомании с помощью лекарственной терапии, что входит в компетенцию федеральных земель и муниципалитетов. Правительство Германии ежегодно открывает специализированные центры, оказывающие психологическую помощь наркозависимым людям. На 2008 год было зарегистрировано 1100 лечебных центров и 420 специализированных реабилитационных центров. На 2012 год их число увеличилось – на территории Германии действуют около 1600 лечебных центров, оказывающих амбулаторную и социально-психологическую помощь, а также 570 реабилитационных центров, где свыше двух тысяч врачей имеют лицензию на осуществление заместительной терапии.⁴⁵

Однако правительство Германии рассматривает проблему наркозависимости глобально. Начиная с 2015 года, ФРГ совместно с другими Европейскими странами стали вести политику по борьбе с оборотом наркотических средств, с целью уничтожения поставок наркотиков не для медицинского использования. Министр Герд Мюллер разъяснил: «Германия является одной из основных стран-потребителей незаконных наркотиков из развивающихся стран. Поэтому, мы хотим разделить ответственность за то, чтобы эти страны нашли устойчивый способ решения проблемы наркотиков».⁴⁶ Согласно заявлению Герда Мюллера, правительство ФРГ совместно с представителями крупного бизнеса оказывают финансовую поддержку не только антинаркотическим мерам на территории Германии, но

⁴⁵ Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (дата обращения 30.03.2017)

⁴⁶ Официальный сайт Министра Герда Мюллера: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gerd-mueller.de (дата обращения 30.03.2017)

и в других странах. Германия финансирует проекты в Колумбии, которые направлены на помощь мелким фермерам – использование альтернативных источников дохода вместо коки.

В Германии к решению проблемы наркозависимых среди молодого населения подходят с точки зрения разных аспектов: начиная с глобального уровня (убрать саму возможность употребления), заканчивая психологическим влиянием с самого раннего возраста.

Второй схожей с Россией социальной проблемой молодого поколения является высокий уровень безработицы. Германия относится к ряду Европейских стран, которые после экономического кризиса 2013 года и ряда внешнеполитических факторов имеет серьезные трудности с трудоустройством молодежи. Принятие беженцев на территории ФРГ оказало немалое влияние на рост уровня безработицы.

Экономист Эккехард Эрнст (Ekkehard Ernst) из Международной организации труда (ILO) в своем интервью для Handelsblatt высказал следующее: «Согласно прогнозу нашей организации, безработица среди молодежи в 2017 году на территории Германии будет превышать 50%».⁴⁷ Основная проблема заключается в том, что даже небольшой период отсутствия работы в начале становления карьеры оказывает негативное влияние на профессиональном развитии молодого поколения. «Карьерные шансы падают, зарплата становится ниже, условия труда хуже» - отмечает Эрнст.⁴⁸ Одним из негативных последствий безработицы является тот факт, что молодежь «отворачивается» от рынка профессионального труда и предпочитает подработки профессиональному росту. По данным

⁴⁷ Безработица среди молодежи в Европе // Handelsblatt, 04.03.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html

⁴⁸ Там же

исследования Международной организации труда, такая тенденция наблюдается у 13% молодежи Германии в возрасте от 15 до 24 лет.⁴⁹

Безработица среди молодежи является проблемой конъюнктурного характера и для ее полного решения необходимо преодоление падения экономического роста. Как отмечает эксперт Хольгер Шеффер (Holger Schafer) из Института немецкой экономики (IW), необходимо решить структурные реформы рынка труда (защитить сотрудников от увольнения) и внести изменения в систему образования (приближение уровня знаний молодежи к ожиданиям и нуждам работодателей).⁵⁰

Безработица в Германии имеет свои особенности. Наиболее востребованными на рынке труда становятся высокообразованные жители страны. Более половины молодых безработных не имеют профессионального образования. Однако процент безработицы варьируется не только от уровня образования, но и от места проживания. Таким образом, уровень безработицы молодежи достигает 21% в Саксонии, Берлине и Мекленбурге, а в Баварии или Вюртемберге – 14%.⁵¹

Одной из главных особенностью определяющую специфику кадровой молодежной политики является наличие дуальной системы обучения в Германии.⁵² Дуальная система позволяет добиться двух важнейших целей обучения – получение теоретических знаний и некой практической подготовки. Подобного рода система обучения относится к техническим

⁴⁹ Официальный сайт International Labour Organization: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/lang--en/index.htm (дата обращения 01.04.2017)

⁵⁰ Jugendarbeitslosigkeit in Europa // Handelsblatt, 04.03.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html (дата обращения 01.04.2017)

⁵¹ Jugendarbeitslosigkeit in Europa // Handelsblatt, 04.03.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html

⁵² Европейская молодежь не желает работать: состояние рынка труда ЕС на март 2013 года // Regnum, 31.05.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.regnum.ru/news/polit/1665599.html (дата обращения 28.03.2017)

профессиям и позволяет овладеть навыками, обучаясь у практиков на предприятии в течение ограниченного времени. Дуальное обучение является хорошей возможностью для приобретения профессионального опыта и связей для дальнейшего трудоустройства. Подобного рода обучение позволяет решить сразу три проблемы: снизить уровень безработицы среди молодой части населения, подготовить квалифицированные кадры для экономики государства и получить специалистов на предприятия.

Основные методы политики борьбы с безработицей молодежи ФРГ включают в себя следующие мероприятия⁵³:

1. Организация общественных работ для молодежи на строительстве дорог, жилья, в сфере обслуживания на срок до 6 месяцев с заработком в пределах 50-100% средней зарплаты;
2. Финансирование работы молодежи в частных фирмах посредством предоставления субсидий владельцам предприятий в течение полугода, в виде оплаты 50% издержек на созданные рабочие места;
3. Стимулирование расширения предпринимательской деятельности, впоследствии более полной занятости, с помощью снижения налогообложения с личных доходов и прибыли;
4. Формирование заинтересованности бизнеса в принятии молодежи на стажировки путем предоставления материальной поддержки.

Необходимо учитывать тот факт, что основные направления политики государства по борьбе с безработицей тесно связаны с вовлечением коммерческих организаций к сотрудничеству. Правительство Германии уделяет особое внимание подготовке кадров к конкретному производству. Таким образом, правительство совместно с предприятиями организуют процесс обучения с выплатой стипендий обучающимся.

Для достижения цели – ликвидации безработицы среди молодежи – используется кредитование молодежи, которые стремятся открыть свое дело.

⁵³ Борьба с безработицей на примере ФРГ // MoreFinance: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.morefinance.ru/mofics-334-1.html

Согласно законодательству ФРГ, необходимо подходить под возрастной лимит от 18 до 25 лет и представить свой проект, соответствуя всем запросам. Кредитуя молодежь, государство Германии не только дает возможность реализовать себя как предпринимателя, но и при этом воспитывает будущих социально ответственных бизнесменов.

Одним из главных направлений государственной политики борьбы с безработицей среди молодежи является вовлечение бизнеса к сотрудничеству с высшими учебными заведениями. Конкурсы, практики, стажировки, предлагаемые студентам в рамках обучения, спонсируются или проводятся на партнерских отношениях с компаниями-представителями крупного бизнеса. Согласно данному нововведению, к 2016 году каждый пятый студент имел опыт работы в крупной компании по своей специальности.⁵⁴

Организация и проведения производственной практики учащихся регламентируется федеральным законом о профессиональном обучении, который носит название *Berufsbildungsgesetz*⁵⁵. Данный закон предписывает платить практиканту в период прохождения практики вознаграждение, а также официально подтверждать успешное завершение практики свидетельством или характеристикой. Отношения занятости в ходе практики начинаются с испытательного срока, продолжительность которого варьируется от одного до трех месяцев.

Государство является основной структурой, влияющей на решение социальных проблем молодежи. Сотрудничая с бизнесом и некоммерческими организациями, государство может разрешить все актуальные проблемы и ликвидировать предпосылки их появления.

⁵⁴ Борьба с безработицей на примере ФРГ // MoreFinance: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.morefinance.ru/mofics-334-1.html

⁵⁵ Дословный перевод: «Закон о профессиональном обучении»

1.2. Молодежь и ее ожидания

Для полноценного анализа методов и результативности молодежной политики и участия бизнеса в решении социальных проблем молодого поколения, необходимо проанализировать саму целевую группу – молодежь. Менталитет, психологические особенности, ценности, традиции, внутриполитическое и внешнеполитическое состояния страны оказывают большое влияние на развитие молодежи и его становления в обществе.

Ценностно-мотивационные ориентации являются одним из основополагающих факторов развития и роста молодежи как социальной группы. Ценности, которые отвергает или принимает молодежь, являются некой характеристикой поведения молодого поколения россиян. На данный момент, согласно Докладу «О положении молодежи в РФ» 2015 года⁵⁶, среди молодежи произошла коренная переориентация от предпочтения нематериальных ценностей к материальным.

Около трети молодого поколения считает, что социальные гарантии они должны получить от государства. Оставшиеся две трети, придерживаются мнения, что человек должен самостоятельно позаботиться о себе и о своем будущем, а для этого необходимо обеспечить себе свое собственное благополучие. Большая часть из тех, кто придерживается такого мнения – молодые люди старше 20 лет и имеющие либо высшее образование, либо опыт работы.

Традиционные ценности, такие как иметь хорошее здоровье, крепкие дружеские связи, семью и любовь преобладают у молодого поколения. Однако в настоящее время, тенденция к построению карьеры и материальной независимости у молодежи выходит на первый план. 32% из опрашиваемых представителей молодежи, считают, что карьера и финансовое обеспечение

⁵⁶ Доклад о положении молодежи и реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации 2015 год // Министерство образования и науки Российской Федерации // Федеральное агентство по делам молодежи: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fadm.gov.ru/documents/download/350

является наиболее важным ценностным ориентиром, чем профессионализм или альтруизм (рис. 5).

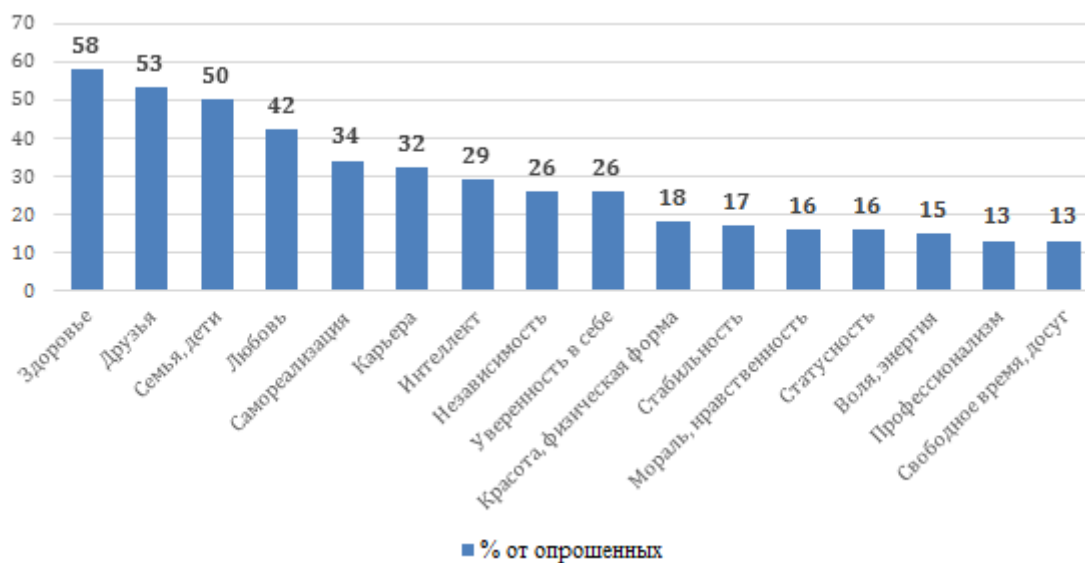


Рис. 5. Ценности жизни российской молодежи в процентах

Иерархия ценностей меняется вместе с изменением общественных отношений. Вместе с тем, в системе ценностей человека остается неизменной ценность семьи. Следует отметить, что она весьма высока для большинства россиян и доля респондентов, ставящих наличие семьи на первое место в иерархии ценностей, за последнее десятилетие увеличилась почти вдвое (с 34% до 64%), в основном среди лиц в возрастной группе 25 – 34 года⁵⁷. Семья играет важнейшую роль в формировании личности и её социализации, воспроизводстве и воспитании подрастающего поколения, сохранении и передаче духовных и нравственных ценностей, сложившихся в процессе культурного развития России.

Ключевой задачей государственной молодёжной политики на современном этапе является воспитание патриотично настроенной молодёжи с независимым мышлением, обладающей созидательным мировоззрением, профессиональными знаниями, демонстрирующей высокую культуру, в том числе культуру межнационального общения, ответственность и способность

⁵⁷ Ценности, приходящие и уходящие с возрастом. База данных ФОМ: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bd.fom.ru/pdf/d24cpiusv11.pdf

принимать самостоятельные решения, нацеленные на повышение благосостояния страны, народа и своей семьи.

В 2001 году был создан независимый онлайн сервер под названием The European Social Survey (ESS)⁵⁸, который публикует результаты академически управляемых национальных опросов, проведенных по всей Европе с периодичностью в два года. Исследования посвящены изменениям взглядов, убеждений, ценностей, моделей поведения различных групп населения в более чем тридцати странах. Последнее исследование было проведено в 2014 году, и один из опросов касался переменных человеческих ценностей среди молодежи и взрослого поколения.⁵⁹

Исследование определило двадцать один критерий, и каждый из реципиентов должен был зафиксировать, насколько важным является для них то или иное утверждение (рис. 6). Начиная с формулировок «Важно создавать новые идеи и быть креативным», и заканчивая «Важно быть равным с другими и иметь одинаковые возможности для самореализации», исследование позволило определить приоритетные ценности европейской молодежи.

⁵⁸ Дословный перевод: «Европейское социальное исследование»

⁵⁹ Официальный сайт European Social Survey: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.europeansocialsurvey.org (дата обращения 21.02.2017)

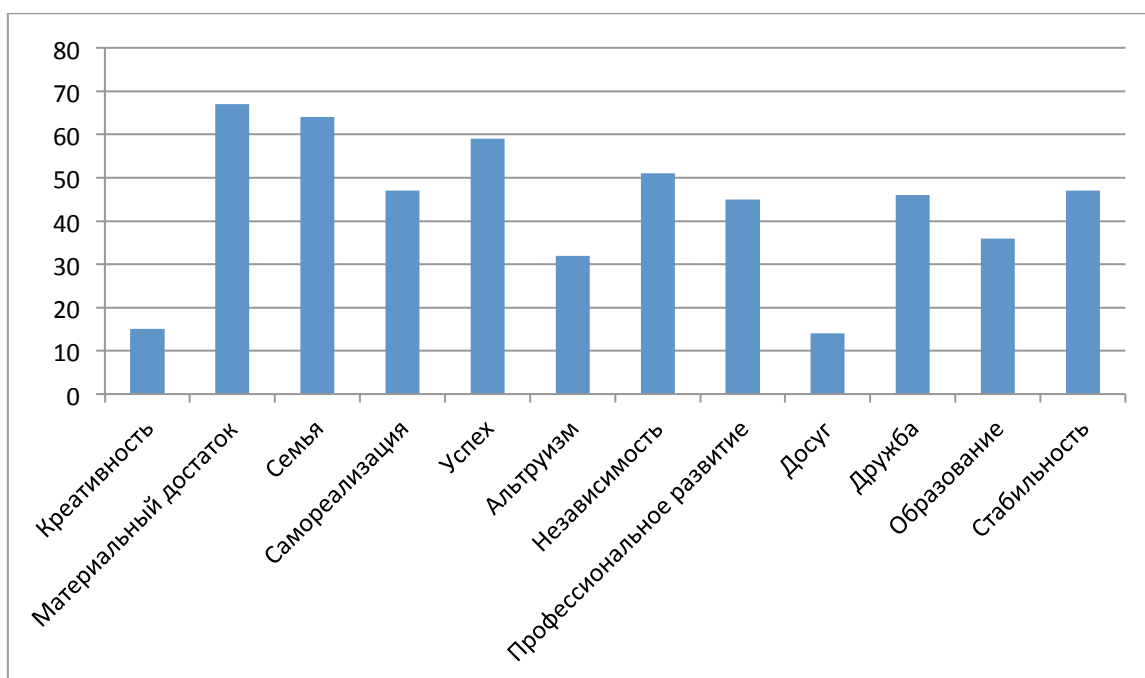


Рис. 6. Ценностные ориентиры Европейской молодежи

Согласно результатам исследования, традиционные ценности, такие как семья и дружба также преобладают у европейской молодежи. Однако материальное обеспечение и независимость – те два ценностных ориентира, которые становятся приоритетными у современного молодого поколения.

На сегодняшний день молодежь в современном мире представляет собой дифференцированную группу. Существует две основные группы факторов, которые влияют на дифференциацию: первый – социальный статус семей, материальное положение, возможность получения высшего образования; второй – территория проживания, доступ к современной жизни молодежи и обычаями, уровень коммуникабельности, отношение к культуре социальных групп и образу жизни.

Современная молодежь имеет немалое количество определений, начиная с «Поколение Интернета», «Блог-поколение», «Поколение Геймер», заканчивая определением «Новое поколение».⁶⁰ Однако существует одно основное определение, характеризующее большую часть российской и

⁶⁰ Поколение X, Y, Z: как в них разобраться? // Zillion, 23.09.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.zillion.net/ru/blog/316/pokolieniia-x-y-z-kak-v-nikh-razobrat-sia

немецкой молодежи – «стабильное поколение». Главным ценностным ориентиром «стабильного поколения» является обеспечения себя материальной, духовной и социальной стабильностью. Несмотря на это, большая часть «стабильного поколения» готова идти на риск для достижения больших успехов, что не характерно взрослому поколению.

Выводы к первой главе

В теоретической главе, посвященной молодежной политике России и Германии, были изучены официально установленные стратегии государств, их цели, направления, а также эффективность реализации. Согласно официальным статистическим данным, представленным официальными документами государственных структур и независимыми исследованиями, были выявлены основные социальные проблемы молодежи двух государств, на борьбу с которыми направлена молодежная политика стран. Также были выявлены приоритетные ценностные ориентиры современного молодого поколения, которые необходимо учитывать при коммуникации с молодежью.

По итогам исследования были определены две схожие и наиболее важные проблемы российской и немецкой молодежи – проблема наркомании и безработицы. Основные проблемы молодежи можно структурировать, обосновав предпосылки их появления, а также охарактеризовать уровень вовлеченности государства в решении проблем, представить статистические данные, касающихся проблем и определить наличие других заинтересованных сторон в их решении. Выводы представлены в таблицах 1,2.

Таблица 1 Выводы по проблеме наркомании

Проблема: Наркомания	Страна: Россия	Страна: Германия
Причина возникновения	Низкий уровень жизни, отсутствие интересов, желание «быть как все»	Легкодоступность, популярность, легальность на

		близлежащих территориях
Вовлечение государства	Формирование стратегии, реализуемой ФСКН – проведение арестов дилеров, создание «телефонов доверия» для получения информации о продаже, создание социальных реклам	Формирование стратегии с близлежащими странами с целью ликвидации возможности транспортировки наркотических средств, создание «телефонов доверия» и фондов помощи
Статистика	70% всех наркозависых в России – подростки и молодежь; 65% преступлений в России связано с наркотиками;	75% молодежи употребляют наркотические вещества;
Партнерство	Привлечение к решению проблемы НКО, образовательных учреждений (школы, университеты, институты), коммерческих организаций	Привлечение к решению проблемы правительств других государств, НКО, бизнеса, образовательных учреждение, общественных организаций

Таблица 2 Выводы по проблеме безработицы

Проблема: Безработица	Страна: Россия	Страна: Германия
Причина возникновения	Приоритетность работодателей к предоставлению вакантных мест опытным сотрудникам, отсутствие полноценных возможностей для самореализации молодежи как специалистов, низкий уровень мотивации бизнеса к сотрудничеству с молодежью	Приоритетность работодателей к предоставлению вакантных мест опытным сотрудникам, ограничение по количеству рабочих часов, длительный процесс обучения и приоритет компаний к сотрудникам с высшим образованием
Вовлечение государства	Формирование стратегии по организации взаимодействия молодежи и коммерческих структур с целью обеспечения возможности получения опыта и последующей должности в компании	Формирование стратегии по организации взаимодействия молодежи и коммерческих структур, внедрение дуальной системы обучения во все образовательные учреждения страны,

		мотивирование бизнеса
Статистика	Среди молодежи в возрасте от 15 до 24 лет, уровень безработицы составил 15,8%, среди сельского населения – 18%	Уровень безработицы среди молодого населения достигает 21%,
Партнерство	Привлечение коммерческих организаций и учебных заведений к сотрудничеству	Привлечение коммерческих организаций, общественных организаций и учебных заведений к сотрудничеству

Согласно выше представленной таблице, можно сделать вывод, что государственная молодежная политика двух стран имеет небольшое количество общих направлений и методов по решению социальных проблем молодежи, однако взаимодействие основных структур, направленной на решение данных проблем является схожей. Формирование системы взаимодействия государства, некоммерческих организаций и бизнеса становится важным рычагом воздействия на молодежь и способно эффективно реализовывать меры по борьбе с социальными проблемами молодого поколения. Во второй главе будет рассмотрена роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи в России и Германии, а также будет проведен анализ социальных проектов, направленных на решении проблем молодежи.

Глава 2. Сравнительный анализ ведения политики корпоративной социальной ответственности, направленной на решение социальных проблем молодежи Германии и России

2.1. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи

Молодёжь, как «будущее нации», во все времена представляла собой особую ценность для общества. Она занимает важное место в социальных отношениях, производстве материальных и духовных благ. Молодое поколение планирует и строит своё будущее на основе ошибок и опыта предыдущих поколений. Однако наличие социальных проблем ограничивает молодежь в собственном развитии.

Участие бизнеса в решении социальных проблем является важной частью его деятельности в рамках политики корпоративной социальной ответственности. Коммерческие организации заинтересованы в разрешении социальных проблем молодежи не только в целях формирования собственного имиджа, но так же в целях подготовки молодого поколения к продолжению ведения их деятельности.

В международной практике определенный интерес при организации КСО представляет коммуникационная стратегия бизнеса при взаимодействии с социальной группой «молодежь». Согласно теории поколений⁶¹, разработанной американскими социологами Н. Хоувом и У. Штраусом, важнейшим фактором, детерминирующими мышление и действие поколения, является не возраст, а среда, в которой человек рос до 10-12 лет, а также нормы воспитания в семье. Европейские крупные коммерческие организации нередко выбирают в качестве одного из основных направлений политики

⁶¹ Strauss, William and Neil Howe, *Generations: The History of America's Future* (Book Review). *Perspectives on Political Science*, 23 January 2012.

корпоративной социальной ответственности работу по решению проблем молодого поколения.

Понятие «корпоративная социальная ответственность» было сформировано на Западе в начале 1970-х годов.⁶² До начала этого периода в компаниях существовали различные стандарты в областях корпоративного управления, которые касались политики взаимоотношения с сотрудниками, подходов к охране окружающей среды. Конкретных правил осуществления корпоративного управления не существовало, работа проводилась по обращениям населения, взаимодействию с местными властями или требованию профсоюзов.

Корпоративная социальная ответственность (в широком смысле) – это влияние бизнеса на общество.⁶³ Организации, которые оперируют в области корпоративной социальной ответственности, определяют данное понятие по-разному. Однако существует основное определение понятия социальной ответственности: «Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; введено во всей организации».⁶⁴

Политика КСО предполагает соответствие качества производимого продукта компанией всем нормам, соблюдение всех законодательных

⁶² Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления. // Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»), 2011 - С. 53.

⁶³ Куринько Р.Н. Что такое социальная ответственность бизнеса? // Журнал «Sustainable Business», 2014

⁶⁴ Макарова С.В., Степанова Н.Р. Социальная ответственность – важнейший фактор устойчивости развития организации и общества в целом // Фундаментальные исследования, 2014 – С. 1075-1079

требований к ведению бизнеса, содействие повышению квалификации и навыков персонала компании, соблюдение прав сотрудников компании, защиту окружающей среды, культурного наследия, соблюдение общепринятых правовых и этических норм.

Существует ряд причин, которые побудили крупные компании сформировать стратегию политики корпоративной социальной ответственности. Политика должна отвечать миссии компании, ее ценностям и ожиданиями общества. Можно выделить следующие причины возникновения структурированной политики:

1. Давление на компании со стороны общества и профсоюзов на введение политики по охране труда, экологической безопасности;
2. Повышение уровня влияния общественного мнения на продажи услуг и товаров компании;
3. Давление со стороны государства (преимущественно в Западной Европе) – введение более жестких стандартов в сфере трудового законодательства и трудового права.

Все вышеперечисленные причины стали предпосылками к внедрению корпоративной социальной ответственности в основную политику компании. Ведение политики социальной ответственности носит предупреждающий характер против рисков компании. Определение рисков и способов его предотвращения благодаря ведению социальной политики, снижает опасность приостановки деятельности компании.

Взаимодействие со стейкхолдерами позволяет компании получить необходимую информацию о текущем положении, об основных проблемах деятельности организации, о динамике рынка. Полученные данные являются основополагающими для определения стратегического планирования.

2.1.1. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи в России

В России развитие корпоративной социальной ответственности стало активно проявляться в первом десятилетии 21 века.⁶⁵ До этого практика проявления социальной ответственности бизнеса реализовывалась исключительно редкими заявлениями компании о следовании нормам этики и разовой благотворительностью.

В связи с выходом российских компаний на международный рынок, возникла необходимость в изменении политики компании во взаимоотношении с обществом и в развитии социальной ответственности бизнеса. На XIII съезде Российского союза промышленников и предпринимателей в 2003 году, Президентом РФ был поставлен вопрос о внедрении политики «социальной ответственности» в российский бизнес.⁶⁶ После проведения съезда, на протяжении нескольких лет до сегодняшнего момента наблюдается добровольный рост активности в этой области. Наиболее активными стали компании, представляющие крупный частный бизнес. В связи с появлением в КСО, возникла тенденция развития диалога с заинтересованными общественными группами. Крупные компании стали внедрять современные международные стандарты социального менеджмента и впоследствии возникли публикации первых социальных отчетов, которые привлекли внимание групп общественности.

В связи с появлением в практике политики КСО, возникла тенденция развития диалога с заинтересованными общественными группами. Крупные компании стали внедрять современные международные стандарты социального менеджмента и впоследствии возникли публикации первых социальных отчетов, которые привлекли внимание групп общественности.

⁶⁵ Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие. Москва, 2011 – С. 56

⁶⁶ Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005 — С. 8.

Исходя из данных Ассоциации менеджеров (Таблица 3) можно сделать вывод, что компании, относящиеся к разным секторам экономики, имеют некоторые различия в постановке приоритетных целей стратегии КСО.⁶⁷

Таблица 3. Цели реализации стратегии компаний в области корпоративной социальной ответственности в России, распределенные по секторам экономики

Цель	Сырьевые отрасли (%)	Перерабатывающие отрасли (%)	Сфера услуг (%)
Поддержание репутации	19,4	28,6	24,0
Создание «социальной» ценности	22,6	23,8	18,7
Получение долгосрочных конкурентных преимуществ	25,8	19,0	16,0
Создание «общей» ценности	9,7	19,0	18,7
Снижение рисков нанесения ущерба заинтересованным сторонам в краткосрочной перспективе	12,8	4,8	13,2
Другое	3,2	4,8	6,7
Затрудняюсь ответить	6,5	0,0	2,7
Всего	100,0	100,0	100,0

Исследование позволяет сделать следующие выводы: приоритетной целью у компаний, связанных с перерабатывающими отраслями и сферами услуг, является поддержание деловой репутации, а наименее значимой – снижение рисков нанесения ущерба заинтересованным сторонам. Важной целью для компаний, связанных с сырьевыми отраслями, является получение долгосрочных преимуществ, а наименее приоритетной – «создание общей ценности». Данное исследование может охарактеризовать возможные цели стратегии политики КСО в коммерческих организациях и предприятиях, существующих в разных сферах. Необходимо обратить внимание на факт отсутствия цели «Решение проблем молодежи». Данная цель может

⁶⁷ Официальный сайт Ассоциации менеджеров: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.amr.ru (дата обращения 02.02.2017)

считаться частью направления «Создание социальной ценности», но даже в этом случае, она не является отдельным направлением реализации социальной политики компании.

Стратегия корпоративной социальной ответственности предприятий предусматривает широкий спектр действий – от разрешения и регулирования внутренних проблем компании до ведения активной общественной деятельности. Анализируя деятельность компаний в рамках КСО, можно сделать вывод, что наиболее окупаемым высоким уровнем рейтинговых показателей являются программы, связанные с охраной экологии (окружающей среды), связями с общественностью, стимулированием персонала и благотворительностью.

Активно используются следующие типы социальных программ:

- Партнерские программы с федеральными, местными органами государственного управления;
- Программы по сотрудничеству с НКО, общественными организациями;
- Программы информационного сотрудничества со средствами массовой информации;
- Программы сотрудничества с профессиональными объединениями.

Для реализации социальных программ компаний используются ряд инструментов. Самыми популярными и широко распространенными являются:

1. Спонсорская поддержка и благотворительность

Подобная форма финансовой поддержки используется в целях реализации социальных программ.

2. Формирование денежных грантов

Грант является традиционным инструментом для реализации социальных программ. Грант должен быть связан с основной деятельностью компании, и ее целями.

3. Формирование корпоративного фонда

4. Выделение социальных инвестиций

Подобная форма финансовой помощи используется в целях реализации долгосрочных социальных программ на партнерской основе. Деятельность программ должна быть направлена на снижение социального напряжения в регионах и повышения уровня жизни общества. Бизнес в России стремится к определению собственных индивидуальных подходов социальной ответственности, основанных на общепринятых международных принципах и особенностях нашей страны. Развитие КСО старается идти в ногу с мировыми тенденциями, но охватывает в основном крупных игроков частного бизнеса и реже, малый и средний бизнес. В основном, российский средний и малый бизнес ограничивается благотворительностью и спонсорскими программами, определяя их как основные формы социальной ответственности их компаний.

Согласно приведенным фактам, можно сделать вывод, что решение проблем молодежи не является основополагающим направлением корпоративной социальной политики коммерческих организаций и в основном реализуется только при наличии следующих условий:

1. Заинтересованность бизнеса в воспитании будущих специалистов;
2. Материальная поддержка бизнеса государством;
3. Формирование имиджа социально ответственной компании.

2.1.2. Роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи в Германии

Западноевропейские компании начали применять политику КСО в развитии своего бизнеса, начиная с 2000 года, однако данная концепция успела закрепиться в экономической системе Германии и стать важной частью ведения бизнеса. Соблюдение принципа корпоративной социальной ответственности в настоящее время возведено в ранг национальной идеи Германии и является одной из основных компонентов немецкой концепции

управления устойчивостью («Das Nachhaltigkeitsmanagement⁶⁸»). Данный факт подтверждает, что в Германии модель КСО получило полноценное проявление.

Инициатива по внедрению и развитию КСО в настоящее время в Германии стало исходить от самих бизнесменов. Правительством Германии был введен проект, носящий название – «CSR – Made in Germany»⁶⁹, в результате реализации которого должна быть четкая взаимосвязь бизнеса Германии с соблюдением всех принципов КСО.⁷⁰ Политика социальной ответственности достигла национальных масштабов, что подтверждается присутствием стратегической модели КСО в современной экономике.

Корпоративная социальная ответственность в Германии рассматривается не только с точки зрения поддержки сотрудников компании, но и поддержкой общества в целом. Йозеф Виланд, профессор Берлинского университета, утверждает, что из-за глобализации наряду с традиционными немецкими ценностями предпринимательства, важной частью КСО бизнеса становится принятие «новых вызовов» - борьба компаний с использованием труда детей, участие компании в решении проблем молодежи, соблюдение экологических стандартов.⁷¹ «В первую очередь, речь идет о репутации компании. Немецкие потребители в целом критичны. Они не готовы покупать продукты, произведенные на предприятиях, где используется детский труд, где господствуют плохие условия труда и ущемляются интересы трудящихся» - отмечает Виланд.

⁶⁸ Дословный перевод: «Управление в области устойчивого развития»

⁶⁹ Дословный перевод: «Корпоративная социальная ответственность – сделано в Германии»

⁷⁰ CSR Made in Germany // Federal Ministry of Labour and Social Affairs, 2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.download.diplo.de/New_Delhi/csr-made-in-germany.pdf

⁷¹ Евдокимова О.К. Социальная ответственность по-немецки // Deutsche Welle: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m.dw.com/ru

Обязательным условием существования немецких компаний и организаций в рамках политики КСО является полное соблюдение принципов КСО, провозглашенных в рамках всей компании, на одинаковом уровне вне зависимости от условий. Перед компаниями стоят такие задачи, как:

1. Соблюдение принципа прозрачности и подотчетности;
2. Соблюдение принципа партнерства;
3. Соблюдение принципа защиты окружающей среды;
4. Соблюдение принципа оказания социальной поддержки;
5. Соблюдение принципа инноваций;
6. Обмен опытом между компаниями для выявления зон роста и реализации КСО;
7. Формирование и реализация локальных социальных проектов.

Рынок зачастую выступает в роли своеобразного контроллера компаний на предмет их социальной ответственности. Также контроль за выполнение норм КСО производится профсоюзами и партнерами предприятий. Однако, даже при наличии высокого уровня контроля и некой идеологии КСО, Германия имеет свои недостатки. В целях экономии средств, предприятия не раз прибегают к использованию низкооплачиваемого труда временных сотрудников или не оплачивают деятельность стажеров и практикантов. Временные сотрудники продолжают работать на компанию на протяжении длительного срока, однако получают отказ от предприятия в подписании контракта. Такие вопросы контролируются государством и профсоюзами, но не всегда успешно.

Согласно данным, представленным в Пятнадцатом Отчете о положении детей, семей и молодежи, государство занимается вовлечением бизнеса в решении социальных проблем общества, в том числе и представителей молодого поколения.⁷² Создавая социальные проекты, направленные на

⁷² Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (дата обращения 30.03.2017)

решении социальных проблем, Министерство внутренних дел Германии привлекает к партнерству представителей крупных компаний для непосредственного участия в проекте, либо для материальной поддержки.

Стоит заметить, что КСО немецких компаний, направленные не на работу с сотрудниками, имеют несколько основных направлений:

1. Охрана окружающей среды;
2. Сохранение энергии;
3. Очистка водоемов, рек, озер от мусора;
4. Поддержка инвалидов;
5. Борьба с наркоманией и алкогольной зависимостью;
6. Предоставление вакантных мест и мест для профессионального обучения.

Согласно выше представленным данным, бизнес Германии оказывает немалое влияние на разрешение социальных проблем общества. Феномен КСО является частью системы отношений между государством, наемными работниками и бизнесом. В Германии придерживаются той модели КСО, где государство принимает участие в формировании и разрешении конфликтов в социально-трудовых отношениях, но при этом предприниматели и профсоюзы сохраняют автономию.⁷³ Разрабатывая проекты, компания может запросить партнерскую или спонсорскую поддержку со стороны государства, в зависимости от масштаба проекта.

Молодежь не является основной группой общественности, на которую направлены социальные проекты немецких компаний. Однако необходимо учитывать тот факт, что молодежь в Германии ставится на один уровень с взрослым поколением, и большинство социальных программ коммерческих и некоммерческих организаций не делят проблему по возрастным категориям. Если цель социального проекта заключается в разрешении определенной

⁷³ Кравцова Е.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике // Экономика, предпринимательство и право, 2016 — С. 81-98

социальной проблемы общественности (например, инвалидность) и к данной проблеме относятся несколько возрастных категорий, то в большинстве случаев комплекс программ будет рассчитан на каждую из групп общественности.

2.2. Социальные проекты бизнеса, направленные на решение проблем молодежи России и Германии

Для проведения сравнительного анализа социальных проектов бизнеса России и Германии, направленных на решение основных проблем молодежи: наркомании и безработицы, необходимо определить критерии выбора анализируемых социальных проектов. На каждую проблему и ее предпосылку существует свое направление деятельности политики корпоративной социальной ответственности, реализуемое коммерческими организациями самостоятельно или посредством взаимодействия с НКО или/и государством. Для анализа корпоративной социальной политики, направленной на решение социальных проблем молодежи, необходимо выбрать передовые практики реализации социальной политики, признанные лучшими в России и Германии. Данное исследование будет основываться на официально зарегистрированных премиях в сфере корпоративной социальной ответственности. На территории России к таким премиям относятся:

- Премия «Лучшие социальные проекты России», организованная в 2012 году Правительством Российской Федерации;
- Премия «The best in CSR», организованная единственным журналом в области КСО «Устойчивый бизнес».

На территории Германии приоритет отдается тем компаниям, которые прошли аккредитацию государственным проектом «CSR – Made in Germany» и вошли в десятку лучших социально ответственных компаний. Таким образом, для проведения сравнительного анализа социальных проектов,

будут выбраны проекты тех компаний, которые стали победителями выше упомянутых премий или прошли аккредитацию государственным проектом. Для сравнительного анализа социальных проектов, цель которых – борьба с наркоманией среди молодежи, реализуемых на территориях России и Германии, были взяты проекты компании «СУАЛ-холдинг»⁷⁴ (Россия) и Boehringer Ingelheim (Германия).

Основным методом ведения социальной политики, направленной на решение проблемы наркозависимости является взаимодействие с некоммерческими или общественными организациями, специализирующихся на данной проблеме или поддержке государственных проектов. Однако в международной практике существует ряд примеров формирования проектов от лица самой компании, реализуемые посредством организаций и привлечения НКО.

Самым ярким российским примером, признанным лучшим премией «Лучшие социальные практики», стал совместный Проект по борьбе с наркоманией среди молодежи в четырех городах Северного Урала, реализуемый компанией «СУАЛ-холдинг» и некоммерческой организацией «Матери против наркотиков»⁷⁵.

Основным направлением социальной политики «СУАЛ-холдинг» являлись социальные инвестиции в региональные проекты по снижению уровня наркомании среди молодежи на территории Свердловской области, а также проекты по развитию механизмов привлечения активных граждан к сотрудничеству. С 2003 года компания проводит конференции и активно участвует совместно с некоммерческими организациями в разрешении проблем наркомании у молодой части населения. Компанией «СУАЛ-холдинг» была организована серия встреч с участием специалистов,

⁷⁴ Официальный сайт компании «СУАЛ-холдинг» : [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.rusal.ru (дата обращения 20.02.2017)

⁷⁵ Официальный сайт НКО «Матери против наркотиков» : [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.azaria.rusorg.ru (дата обращения 20.02.2017)

руководства, глав администраций, представителей Русской православной церкви Екатеринбургской Епархии, фонда «Нет алкоголизму и наркомании» и американских экспертов из «Национального фонда мира» с целью привлечения общественности к проблеме наркомании и выявления путей решения. Помимо организаций встреч и конференции, компания «СУАЛ-холдинг» реализовало несколько проектов, которые были высоко оценены Европейской экспертной комиссией.

Работа по проектам велась по трем направлениям:

- Создание центров первичной профилактики алкогольной и наркотической зависимости у населения;
- Подготовка специалистов для сопровождения больных алкогольной и наркотической зависимостями на протяжении всего периода реабилитации;
- Профессионализация и сертификация негосударственных центров реабилитации зависимости;

Изначально, программы реализовывались на трех пилотных территориях: в Свердловской, Иркутской областях, и в республике Карелия. По инициативе частного бизнеса, сотрудничая с администрацией местного сообщества и некоммерческими организациями, были запущены программы, которые охватывают основной спектр вопросов и проблем молодежи. Сотрудничая, компания смогла погрузиться в суть проблемы и активно участвовать в ее разрешении, заручившись поддержкой со стороны заинтересованных сторон и государственных учреждений.

Цели, которые преследовал проект:

- Привлечение внимания к проблеме наркомании;
- Информирование о вреде и последствиях употребления наркотических средств;
- Оказание психологической и медицинской помощи страдающим от наркозависимости;

- Понижение уровня заинтересованности среди молодого поколения в употреблении наркотических средств.

Аудитория проекта: представители молодого поколения, в возрасте от 16 до 25 лет (школьники и студенты). Интерес компании «СУАЛ-холдинг» в реализации проекта обусловлен желанием сформировать имидж социально ответственной компании.

В данном случае, компания сформировала идею и методы ведения проекта и привлекла к его реализации крупную некоммерческую организацию, что привело к высокой эффективности. Проект стал общенациональным, а НКО «Матери против наркотиков» были награждены Венской премией за социальный вклад.

Другим методом решения проблемы наркомании, помимо спонсорства и организации совместного проекта, стал метод информирования молодого поколения обо всех последствиях употребления наркомании, а также высмеивания образа наркомана в общественности.

Компания Boehringer Ingelheim (фармацевтическая немецкая компания) совместно с молодежной общественной организацией, стала автором проекта «0.0.Drogensucht».⁷⁶ Проект был реализован с 2014 по 2016 год.

Направления по которым велась работа:

1. Проведение лекций и семинаров с целью информирования о вреде наркотических средств;
2. Привлечение студенческих организаций к созданию публикаций в студенческих газетах о вреде наркотиков;
3. Создание «образа наркомана» для последующего его высмеивания;
4. Информирование молодежи о вреде и последствиях употребления наркотических средств.

⁷⁶ Социальный отчет компании Boehringer Ingelheim: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.csrreport.us.boehringer-ingelheim.com (дата обращения 20.02.2017)

Компания преследовала основную цель – сделать образ наркомана поводом для насмешек, что впоследствии приведет к понижению числа наркозависимых в стране. Аудиторией проекта стали студенты высших учебных заведений в возрасте от 17 до 27 лет. Во время реализации проекта, компания Boehringer Ingelheim взаимодействовала с 20 крупными учебными заведениями страны, провела более 150 встреч, включая участие в лекциях и конференциях, и привлекла к реализации идеи проекта более 30 крупных студенческих организаций.

В данном случае, компания работала исключительно с целью психологического воздействия на молодое поколение. Однако не стоит считать, что данный способ не является эффективным.

Для сравнительного анализа социальных проектов, направленных на решение проблемы безработицы среди молодого поколения, реализуемых на территории России и Германии, были выбраны проекты компаний PepsiCo⁷⁷ (Россия) Volkswagen⁷⁸ (Германия).

Как и было освещено ранее, существуют различные методы и подходы к решению проблемы безработицы среди молодого поколения. Один из наиболее распространенных методов – предоставление мест для прохождения стажировок, включая профессиональное обучение участников. Компания целенаправленно обучает всем необходимым навыкам, чтобы в результате получить специалиста, который в дальнейшем будет развивать компанию.

Ярким примером использования данного направления политики корпоративной социальной ответственности стал проект компании PepsiCo в России под названием «Международная летняя научная школа “Agro Tech-

⁷⁷ Официальный сайт компании Pepsi Co: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.pepsico.ru (дата обращения 20.02.2017)

⁷⁸ Официальный сайт компании Volkswagen: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.volkswagen.de/ (дата обращения 20.02.2017)

2015»». ⁷⁹ Проект был реализован в период с 24 июня по 1 июля 2015 года. Аудитория проекта: студенты технических и аграрных университетов страны.

В описании проекта компания PepsiCo акцентирует внимание на заинтересованности в формировании кадрового потенциала страны в аграрном секторе и сфере производства продуктов питания. Посредством реализации данного проекта, компания оказывает поддержку молодым специалистам, которые получают образование в сельскохозяйственных и технических университетах России.

В рамках проекта существует несколько направлений:

1. Формирование Летней школы (образовательная программа при поддержке российского сельскохозяйственного образования);
2. Выделение стипендий для студентов сельскохозяйственных университетов;
3. Выделение грантов на оснащение ВУЗов необходимым оборудованием;
4. Оказание поддержки академической и научной мобильности;
5. Проведение научных конференций с представителями ВУЗов и компании.

В ходе проведения Летней школы для студентов, компания организовывает мастер-классы и лекции профессоров профильных университетов и экспертов компании. Также PepsiCo проводит экскурсионные программы на производственные предприятия компании с целью ознакомления участников с ходом работы. Летняя школа дает возможность участникам программы работать над профильными проектами на тему инженерии и качества продукции под руководством специалистов.

Цели формирования Летней школы:

⁷⁹ Международная летняя научная школа “Agro Tech-2015” // Sustainable Business, 2015: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.csrjournal.com/12329-mezhdunarodnaya-letnyaya-nauchnaya-shkola-agrotech-2015.html

- Повышение мотивации студентов сельскохозяйственных и технических специальностей путем предоставления возможности участия в проекте;
- Ознакомление студентов с передовыми предприятиями компании;
- Обеспечение студентов рабочими местами по специальности обучения;
- Предоставление студентам возможности для развития профессиональных навыков и лидерских компетенций;
- Передача опыта от специалистов компании;
- Формирование кадрового резерва для программ стажировок и практик в компании.

Компания PepsiCo является заинтересованным лицом в реализации этого проекта по следующим причинам:

1. Проведение активной работы со студентами дает возможность сформировать кадровый резерв для компании;
2. Возникает возможность дать оценку работы студентов с точки зрения профессиональных знаний, лидерских компетенций и умения работать в команде;
3. Формирование социального проекта обеспечивает возможностью продвижения компании с позиции бренда работодателя.

Согласно официальному отчету компании, бюджет проекта составил 700 тысяч рублей, представленный в виде гранта студентам сельскохозяйственных и технических ВУЗов. Компания PepsiCo во время формирования проекта взаимодействовала с высшими учебными заведениями, которые специализируются на аграрной промышленности. Партнерами компании стало десять университетов и пять академий.

Немецкая крупная автомобильная компания Volkswagen признана одной из лучших в сфере ведения политики корпоративной социальной ответственности. Одним из главных направлений КСО компании считается работа с настоящими и будущими сотрудниками, создание комфортных

условия для развития «будущих специалистов». Учитывая широкий спектр возможностей реализации социальной политики, направленной на решение проблемы безработицы, компания Volkswagen взяла за основу непосредственное участие в образовательной программе обучения студентов с целью воспитания будущих сотрудников немецкого автомобильного концерна. Цель компании заключается не только в формировании положительного имиджа у групп общественности, но и в создании профессионального штата будущих сотрудников.

В 2014 году компания Volkswagen приняла участие в дуальной системе образования, выделив более 2 тысяч мест для работы обучающимся студентам автостроительных, инженерных и технических университетов на территории Германии. Дуальная система подразумевает прохождение студентом не только теоретических занятий, но и получение практики на работе в профильной компании за официально установленную зарплату, предоставляемую компанией. Социальный отчет компании подтверждает ежегодное увеличение количества мест в рамках дуальной системы обучения. Компания заключила партнерское соглашение с университетами крупных городов, таких как Мюнхен, Берлин, Гамбург, Франкфурт и других. Специалисты и ведущие сотрудники компании выступают лекторами в университетах и становятся приглашенными спикерами в рамках конференций, проводимых в общеобразовательных учреждениях. На 2016 год, согласно социальному отчету компании, компания Volkswagen приняла участие в более чем 600 конференций, и провело более 1500 лекций студентам и выпускникам университетов и высших школ (Hochschule).

Аудиторией программы являются студенты технических и инженерных учебных заведений, нацеленные на получении качественного образования и опыта работы. Целями программы является:

1. Воспитание будущих профессиональных специалистов для последующей работы на компанию;

2. Закрепление положительного имиджа компании у целевых групп общественности;
3. Предоставление рабочих мест в профильной компании для целеустремленной молодежи;
4. Обеспечение студентов возможности для самореализации.

Заинтересованность компании в формировании программы для дуальной системы обучения обуславливается целью воспитания будущих профессионалов, готовых работать и развивать компанию в будущем. Бюджет данной программы оценить невозможно без доступа к финансовым документам, так как зарплата непостоянных сотрудников (студентов-практикантов) не освещена в социальных документах. Однако, согласно государственному закону ФРГ, минимальная зарплата в Германии не может достигать отметки ниже, чем восьми евро в час. Соответственно, при занятости 15 часов в неделю, практикант ежемесячно получает 480 евро, при этом прожиточный минимум в Германии на 2017 год считается 300 евро.

2.3. Сравнительный анализ социальных проектов России и Германии, направленных на решение основных социальных проблем молодежи

В предыдущем параграфе были рассмотрены проекты четырех компаний, реализуемых на территориях России и Германии и направленные на решение проблем безработицы и наркомании среди молодежи. Проекты были рассмотрены по таким критериям: дата реализации проекта, организатор проекта и его партнеры, цели проекта, цели компании, бюджет (при наличии данной информации) и направления проекта.

Для анализа социальных проектов, направленных на решение проблемы наркомании среди молодежи, были взяты проекты компаний СУАЛ-холдинг и Boehringer Ingelheim (Таблица 4).

Таблица 2. Сравнительный анализ проектов компаний СУАЛ-холдинг и Boehringer Ingelheim

Критерий сравнения	Проект компании «СУАЛ-холдинг»	Проект компании «Boehringer Ingelheim»
Аудитория	Молодежь, проживающая на территории Северного Урала (района деятельности компании)	Студенты университетов-партнеров программы, участники студенческих организаций
Цель проекта	Привлечение внимания к проблеме наркомании и оказание необходимой помощи для наркозависимых представителей молодежи	Высмеивания образа наркомана с целью понизить интерес молодежи в употреблении наркотических средств
Цель компании	Формирование имиджа социально ответственной компании	Формирование имиджа социально ответственной компании
Направления	Формирование центров профилактики, информирование школьников и студентов, оказание помощи наркозависимым	Информирование студентов, проведение лекций, участие в конференциях, создание «образа наркомана» в публикациях
Партнеры	Государственные структуры, НКО, учебные образовательные учреждения	Студенческие организации, учебные образовательные учреждения
Бюджет	Не указан	Не указан
Результат	Создание общенационального проекта, действующего по всем вышеуказанным направлениям	Формирование партнерства с образовательными учреждениями, создание более двух тысяч публикаций
Эффект	НКО «Матери против наркотиков» после заключения партнерства с «СУАЛ-холдинг» и реализации совместного проекта стало самой крупной организацией по борьбе с наркоманией	Студенческие организации продолжили реализовать идею проекта, высмеивая образ наркомана среди молодого поколения. Идея проекта поддерживается в публикациях студенческих газет, а также в соц.сетях

Все запланированные действия и меры, заявленные в стратегии социального проекта согласно социальным отчетам, были выполнены. Из-за отсутствия точных количественных показателей, в данном исследовании сложно определить успешность проекта, основываясь на конкретных числах.

Однако, в случае выше представленных социальных проектов, стоит обратить внимание ни на результат самого проекта, а на эффект, который последовал после его реализации. Эффект является различным из-за самих методов ведения политики КСО, направленных на борьбу с наркоманией.

Проект компании СУАЛ-холдинг ставит перед собой несколько целей, которых объединяет одна глобальная цель – помощь наркотически зависимым представителям молодого поколения. Данная цель не может быть реализована исключительно самой компанией, поэтому СУАЛ-холдинг взаимодействует с некоммерческой общественной организацией, которая специализируется на данной проблеме. Метод взаимодействия с НКО является распространенным в рамках решения физиологических и психологических проблем, так как специализация компании не позволяет в полной мере оказать поддержку нуждающимся. НКО – заинтересованная сторона, специализирующаяся на определенной проблеме, выступает как некий специалист, что дает возможность эффективно реализовать социальный проект.

Немецкая компания Boehringer Ingelheim ставит перед проектом более глубокую цель – формирование некоего образа, который впоследствии молодое поколение будет презирать. Психологическое воздействие на молодежь посредством внедрения предмета шуток, имеет свою эффективность, но не может быть оценено каким-либо количественным показателем, так как данное влияние подразумевает предостережение от употребления наркотических средств. Компания выбирает в качестве партнера студенческие организации и учебные заведения, что позволяет расширить аудиторию социального проекта. В данном случае компания не сотрудничает с некоммерческими организациями, но находит другие заинтересованные стороны, позволяющие реализовывать проект без особого участия компании.

Цели компаний является схожей – формирование имиджа как социально ответственной компании. Борьба с наркоманией несет

альтруистичный характер, что позволяет использовать данное направление как один из эффективнейших способов реализации политики корпоративной социальной ответственности. В данном случае, компания СУАЛ-холдинг будет более авторитетной. Это обуславливается отсутствием крупных социальных проектов, направленных на решение других проблем. Компания СУАЛ-холдинг выбрало решение проблемы наркомании как основное направление социальной деятельности, что позволило добиться успехов и войти в список лучших социальных проектов страны. Компания Boehringer Ingelheim, как и многие другие немецкие компании, имеет более пяти различных направлений политики КСО, не акцентируя все внимание на решении одной социальной проблемы.

Сравнивая данные проекты, можно сделать вывод, что взаимодействие бизнеса с некоммерческими организациями или общественными объединениями приносит эффективность в реализации социальных проектов. Сотрудничество дает возможность не только расширить аудиторию проекта, но и вовлечь в его формирование и реализацию большее количество людей. Для сравнения социальных проектов, направленных на решение проблемы безработицы, были взяты проекты компании PepsiCo и Volkswagen (Таблица 5)

Таблица 5. Сравнительный анализ проектов компания Pepsi Co и Volkswagen

Критерий сравнения	Проект компании «PepsiCo»	Проект компании «Volkswagen»
Аудитория	Студенты сельскохозяйственных университетов России	Студенты технических, инженерных и автостроительных университетов Германии
Цель проекта	Повышение мотивации студентов, обеспечение студентов рабочими местами, передача опыта, формирование кадрового резерва компании	Воспитание будущих профессионалов, предоставление рабочих мест в профильной компании, обеспечение студентов возможности для самореализации
Цель компании	Закрепление положительного имиджа компании, формирование кадрового резерва	Закрепление положительного имиджа компании, обеспечение компании

		профессиональными сотрудниками
Направления	Формирование Летней школы, выделение стипендий, оказание поддержки научной мобильности, проведение конференций	Участие в конференциях, проведение лекций, взаимодействие с учебными заведениями, выделение грантов, обеспечение практическими занятиями
Партнеры	Университеты и академии	Университеты и практические институты
Бюджет	Грант в размере 700 тысяч рублей	Ежемесячная зарплата каждому студенту, в размере 480 евро
Результат	Поощрение 25 студентов, передача опыта, информирование о деятельности компании с целью ее продвижения, укрепление отношений с университетами, формирование кадрового резерва для программы практик	Укрепление отношений с образовательными учреждениями, передача опыта от профессионалов будущим специалистам, наем студентов в качестве сотрудников компании, формирование кадрового резерва
Эффект	Заинтересованность молодежи в обучении в сельскохозяйственных университетах	Становление лучшим участником дуальной системы на территории Германии

Все заявленные действия и меры, были выполнены компаниями, согласно социальным отчетам, представленным на официальных сайтах организаций и премий.

В рамках решения проблемы безработицы среди молодежи, компании имеют схожие цели – воспитание будущих специалистов, готовых работать в данной организации в дальнейшем. Использование различных методов ведения политики КСО приводит к некоторым различиям и в результатах. В данном случае большое влияние на эффективность проекта оказали его временные рамки.

Компания PepsiCo реализовала проект, имеющий краткосрочный успех. Согласно данным, представленным на премии «The best in CSR», компания продолжает сотрудничать с университетами и создает новую программу для Летней школы, планируя реализовывать данный проект ежегодно. Однако даже при ежегодной реализации Летней школы, интерес

целевой группы общественности будет ограничен рамками реализации проекта.

В случае с проектом компании Volkswagen, организация работает со студентами, «воспитывая» их как профессионалов. Ежегодно компания получает новых сотрудников, а представители молодежи – рабочие места. Дуальная программа обучения работает как взаимовыгодная система: молодежь получает практическое образование и зарплату, компания получает рабочую силу и возможность сотрудничать со специалистами в дальнейшем. Данный социальный проект является долгосрочным, что позволяет укрепить отношение с молодежью и учебными заведениями и закрепить за собой имидж социально ответственной компании.

Проводя сравнительный анализ данных компаний, можно сделать вывод, что формируя социальный проект, компания получает выгоду не только от создания доверительных отношений с общественностью, но и от самой стратегии социального проекта. Сотрудничая с учебными заведениями и молодым поколением, компания обеспечивает себя профессиональными сотрудниками, «воспитанными» под их началом. В рамках решения проблемы безработицы, наиболее успешным проектом будет считаться тот, что дает возможность представителям молодого поколения реализовать себя как профессионала и рассчитан на долгое сотрудничество.

Ведение долгосрочных проектов позволяет сформировать имидж социально ответственной компании и поддерживать его в сознании целевых групп общественности. Формируя стратегии социальных проектов, российские компании берут широкий спектр направлений, что дает возможность реализовывать свою деятельность, взаимодействуя с большим количеством партнеров.

Выводы ко второй главе

В данной главе была рассмотрена роль бизнеса в решении социальных проблем молодежи России и Германии. На основе анализа социальных проектов, реализуемых на территориях двух стран, были выявлены наиболее распространенные методы ведения социальной политики бизнеса.

Участие бизнеса в решении проблем обусловлено двумя причинами: желанием сформировать имидж социально ответственной компанией и мотивацией со стороны государства. Взаимодействие государства, бизнеса и некоммерческих организаций создает нерушимую систему, позволяющую наиболее эффективно разрешить социальные проблемы молодого поколения. На основе исследования было выявлено, что в Германии ведение политики корпоративной социальной ответственности на 2017 год стало обязательным направлением деятельности компании. Однако в России практика КСО является признанной в основном в крупных компаниях, занимающих большую долю рынка, в то время как другие коммерческие организации проявляют социальную ответственность соблюдением этических норм по отношению к своим сотрудникам.

Самым распространенным методом ведения политики социальной ответственности, направленной на решение социальных проблем молодежи на территориях России и Германии является спонсорство крупных государственных проектов или проектов некоммерческих организаций, специализирующихся на решении данных проблем. Спонсорство требует в основном материальных затрат и дает возможность сформировать имидж социально ответственной компании, не разрабатывая социальные проекты.

Сравнительный анализ ведения политики КСО в России и Германии позволил сделать следующие выводы:

1. Политика КСО может быть принята бизнесом в полной мере после объявления ее как обязательной частью деятельности государством;

2. Социальная политика крупных компаний не имеет единого направления;
3. Основным направлением КСО является политика социальной ответственности перед сотрудниками компании – предоставление социального пакета, медицинского страхования, создание комфортных условий для работы. В Германии данное направление является обязательным и должно быть освещено в каждом социальном отчете. В России большинство компаний основывают всю политику КСО на поддержании этических норм по отношению к сотрудникам компании, не реализовывая других направлений социальной политики;
4. Социальные проекты компаний, направленные на решение проблемы молодежи, подразумевают взаимодействие с общеобразовательными учреждениями, студенческими организациями, некоммерческими организациями и государственными структурами;
5. Взаимодействие с партнерами дает возможность эффективно реализовывать PR-деятельность компании.

Проведя сравнительный анализ четырех крупных проектов, реализованных на территориях России и Германии, можно определить «формулу» формирования эффективной и результативной стратегии социального проекта. Перед тем как сформировать цель социального проекта, необходимо определить интерес компании в его реализации. PR компании является основополагающим фактором создания социального проекта. Сопоставив цели проекта и компании, необходимо определить наиболее приоритетные направления реализации социального проекта для компании. Выбор партнеров играет немаловажную роль в эффективности и успешности социального проекта. Взаимодействуя с НКО, компания получает возможность реализовать проект на региональном уровне и укрепить отношения компании с общественностью. Согласно анализу, наиболее эффективными социальными проектами являются долгосрочные

проекты, так как их деятельность не ограничена временными рамками и дает возможность взаимодействовать со всеми заинтересованными сторонами.

Заключение

В данном исследовании были изучены особенности ведения политики корпоративной социальной ответственности, направленной на решение социальных проблем молодежи в России и Германии. В ходе исследования были выявлены направления политики КСО, предпосылки их формирования и различия стратегий российских и немецких компаний.

В результате анализа литературы, посвященной развитию корпоративной социальной ответственности на территориях Германии и России, было определено, что политика корпоративной социальной ответственности является нерушимой частью деятельности любой коммерческой организации. Европейские и русские компании осознают необходимость формирования имиджа социально ответственной компании в сознании групп общественности, с целью PR бренда и организации. Соблюдение этических норм по отношению к сотрудникам компании не может быть полным проявлением социальной ответственности, и анализируя деятельность немецких и российских организаций, можно сделать вывод, что данный метод ведения политики КСО становится обязательной частью деятельности любой компании.

В рамках исследования политических ситуаций в России и Германии, были выявлены основные социальные проблемы молодежи, являющиеся характерными для двух стран: наркомания и безработица. Государство каждой страны имеет свои определенные методы по решению данных проблем. Наиболее эффективной, согласно проведенному исследованию, считается политика Германии. Взаимодействуя с бизнесом, некоммерческими организациями, общественными объединениями и, делегируя меры между различными государственными структурами, Правительство ФРГ добивается больших успехов, чем Правительство Российской Федерации. Однако необходимо брать во внимание тот факт, что предпосылки возникновения проблем в Германии и России являются

различными, что не дает возможность с точностью определить уровень эффективности той или иной политики.

Согласно данному исследованию, метод вовлечения в решение социальных проблем молодежи других заинтересованных сторон государством, практикуется не только в Германии, но и в России. Создание системы взаимодействия НКО, бизнеса и государства, которая будет направлена на реализацию молодежной политики, обеспечивает ей ее эффективность. Если вовлеченность государства обусловлена ее обязанностями и долгом перед общественностью, а интерес некоммерческих организаций – альтруистичными побуждениями, то в случае с бизнесом, основной целью поддержки социальных проектов является формирование имиджа или его закрепление в сознании целевых групп общественности.

Перед тем как анализировать роль бизнеса в решении социальных проблем молодого поколения, было необходимо определить уровень развития политики корпоративной социальной ответственности в России и Германии. Появление самого понятия КСО и его внедрение в деятельность коммерческих организаций приходится на начало 21 века. Однако в настоящее время политика социальной ответственности бизнеса стала общенациональной идеей Германии и является частью деятельности большинства компаний. В России КСО только начинает свое полноценное развитие, даже несмотря на тот факт, что крупные игроки рынка поддерживают и развивают данную тенденцию с 2004 года.

Выбор решения проблем молодого поколения в качестве направления социальной политики не является характерным ни для немецкого, ни для российского бизнеса. Формирование социальных проектов, направленных на молодежь, в большинстве случаев обусловлено мотивацией со стороны государства или профилем самой коммерческой организации. Несмотря на этот факт, большинство крупных компаний одним из направлений КСО выбирают взаимодействие с молодежью: помощь инвалидам, предоставление образовательных программ, формирование практических программ,

спонсирование конкурсов или соревнований для талантливой молодежи и др.

В ходе исследования был проведен сравнительный анализ четырех крупных социальных проектов, реализуемых на территории России и Германии, которые были направлены на решение двух схожих социальных проблем молодежи – наркомания и безработица. Ориентируясь на основные критерии, были выявлены цели проекта и цели, преследуемые компаний, направления социального проекта, результаты и эффект, который оказал проект после реализации. По результатам анализа были выявлены наиболее эффективные методы и особенности формирования стратегии социальной политики, которые могут позволить добиться всех поставленных целей.

Анализируя социальные проекты компаний, необходимо было определить, что именно понимается под эффективностью социального проекта. Проект является частью политики корпоративной социальной ответственности, что в свою очередь является частью PR деятельности компании. Эффективность может быть определена с точки зрения решения поставленной перед социальным проектом проблемы или же, с точки зрения целей PR-кампании. По результатам исследования можно сделать вывод, что социальный проект компании является успешным и эффективным с точки зрения КСО и PR-деятельности только при условии влияния на решение поставленной перед собой проблемы.

По результатам сравнительного анализа социальных проектов компаний России и Германии были выявлены наиболее эффективные методы реализации проектов. Первоначальной задачей компании при формировании социального проекта стоит сопоставление целей организации и проекта. Только при точном представлении желаемых результатов, компания может определять направления социальных проектов и составлять план его реализации.

По итогам проделанной работы можно сделать вывод, что заявленные задачи в исследовании были выполнены, а цель достигнутой.

Список литературы

Законодательные акты:

1. 16 Указ Президента Российской Федерации №690 от 09.06.2010 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года» // Правительство Российской Федерации
2. Доклад о положении молодежи и реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации 2015 год // Министерство образования и науки Российской Федерации // Федеральное агентство по делам молодежи: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/documents/download/350>
3. Заключительный акт конференции ООН для принятия протокола о психотропных веществах, 1971 г.
4. Официальный отчёт «Антинаркотическая политика Российской федерации» от 10.09.2016 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/otchet
5. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации от 2006 года // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.russia.ru/strateg_gos_moloz_polit
6. Федеральное распоряжение от 29.11.2014 «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Правительство Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/mediafiles>
7. Федеральное распоряжение от 29.11.2014 «Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Правительство Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/mediafiles>

Отечественная литература:

1. Воеводкин Н.Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления. // Журнал «ARS ADMINISTRANDI» («Искусство управления»), 2011 - С. 53.
2. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы. Москва, 2009. – С. 64
3. Калинин М.Ю. Государственная политика Германии в сфере социальной и молодежной работы, Москва, 2008.
4. Карнаущенко Л.В. Научная статья «Государство и молодежь в процессе реализации государственной молодежной политики: проблемы взаимодействия», Москва, 2010. – С. 35
5. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. 2005 — С. 8.
6. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие. Москва, 2011 – С. 56
7. Кравцова Е.М., Матвеева В.Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике // Экономика, предпринимательство и право, 2016 — С. 81-98
8. Куринько Р.Н. Что такое социальная ответственность бизнеса? // Журнал «Sustainable Business», 2014
9. Макарова С.В., Степанова Н.Р. Социальная ответственность – важнейший фактор устойчивости развития организации и общества в целом // Фундаментальные исследования, 2014 – С. 1075-1079
10. Скутнева С.В. Гендерное измерение жизненного самоопределения молодежи, Москва. 2009. – С. 98
11. Чамкаева Е. П. Анализ деятельности молодежных организаций в контексте молодежной политики Федеративной Республики Германия // Проблемы и перспективы развития образования, Пермь, январь 2013 г. — С. 32-36

Зарубежная литература:

1. Strauss, William and Neil Howe, Generations: The History of America's Future (Book Review). Perspectives on Political Science, 23 January 2012.

Электронные источники:

1. Андроник О.В. Статья «Подростковая наркомания и причины наркозависимости» от 26.08.2015: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.semyadeti.ru/podrostkovaya-narkomaniya.html
2. Безработица среди молодежи в Европе // Handelsblatt, 04.03.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html
3. Борьба с безработицей на примере ФРГ // MoreFinance: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.morefinance.ru/mofics-334-1.html
4. В ФРГ наркоманы будут получать героин по рецепту // Deutsche Welle: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m.dw.com/ru/ (дата обращения 30.03.2017)
5. Грицюк М. На открытие своего дела безработным будут давать по несколько сотен тысяч рублей // Российская газета от 22.12.2009
6. Евдокимова О.К. Социальная ответственность по-немецки // Deutsche Welle: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m.dw.com/ru
7. Европейская молодежь не желает работать: состояние рынка труда ЕС на март 2013 года // Regnum, 31.05.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.regnum.ru/news/polit/1665599.html (дата обращения 28.03.2017)
8. Исследование «Занятость и безработица в Российской Федерации» от 01.02.2015 // Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gs.ru/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/unemployement (дата обращения 28.01.2017)

9. Кузьмина О.Н. Обзор «О национальных молодежных политиках зарубежных стран» от 23.12.2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: vmo.rgub.ru/o_naz_politikah_zarubejom.pdf
10. Опыт Германии в борьбе с наркоманией. Справка // РИА Новости: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ria.ru/beznarko_help/20111010/454733235.html (дата обращения 30.03.2017)
11. Отчёт о «Реализации проектов, направленных на профессиональное образование молодежи» от 30.03.2015 // Федеральное агентство по делам молодежи: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/document> (дата обращения 13.03.2017)
12. Отчёт о финансировании профессионального образования от 24.06.2015 // Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gs.ru/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education
13. Официальное заявление директора ФСКН от 13.01.2016 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/news (дата обращения 25.12.2016)
14. Официальное заявление Deutscher Bundesjugendring от 2014 года: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dbjr.de/>
15. Официальный отчёт «Уровень наркомании в Российской Федерации» от 01.06.2015 // Федеральная служба Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.fskn.gov.ru/otchet
16. Поколение X, Y, Z: как в них разобраться? // Zillion, 23.09.2013: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.zillion.net/ru/blog/316/pokolienia-x-y-z-kak-v-nikh-razobrat-sia

17. Проблемы молодежи Германии и России можно решать сообща, уверены немецкие эксперты: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.newslab.ru/news/270336
18. Сравнительное социологическое исследование «Ценностные ориентиры молодежи» от 10.01.2014 // Институт социально-политических исследований Российской Академии Наук: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.isprras.ru (дата обращения 28.01.2017)
19. Ценности, приходящие и уходящие с возрастом. База данных ФОМ: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bd.fom.ru/pdf/d24cpiusv11.pdf
20. Чальцева И.С. Научная статья «Молодежная политика за рубежом: попытка анализа»: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cyberleninka.ru/article/n/molodezhnaya-politika-za-rubezhom-popytka-analiza

Электронные ресурсы:

1. База данных Организации Объединенных Наций: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.un.org/ru/databases/index.html (в свободном доступе)
2. В ФРГ наркоманы будут получать героин по рецепту // Deutsche Welle: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.m.dw.com/ru/
3. Государственный проект «Всероссийский конкурс лучших практик» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты/практика (в свободном доступе)
4. Государственный проект «Поддержка талантливой молодежи» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты/поддержка (в свободном доступе)

5. Государственный проект «Российские студенческие отряды» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/проекты/ (дата обращения 13.03.2017)
6. Государственный проект «WorldSkillsRussia» // Министерство образования и науки Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: минобрнауки.рф/world_skills_russia (дата обращения 13.03.2017)
7. Заключительный акт конференции ООН для принятия протокола о психотропных веществах, 1971 г.
8. Международная летняя научная школа “Agro Tech-2015” // Sustainable Business, 2015: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.csjournal.com/12329-mezhdunarodnaya-letnyaya-nauchnaya-shkola-agrotech-2015.html (в свободном доступе)
9. Независимый опрос «Наиболее важные проблемы, с которыми сталкивается молодежь» // CESSI, Институт сравнительных исследований, Москва, 2010 г.: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cessi.ru/index.php?id=6> (в свободном доступе)
10. Официальный сайт Ассоциации менеджеров: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.amr.ru (в свободном доступе)
11. Официальный сайт компании «СУАЛ-холдинг» : [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.rusal.ru (в свободном доступе)
12. Официальный сайт компании Pepsi Co: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.pepsico.ru (в свободном доступе)
13. Официальный сайт компании Volkswagen: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.volkswagen.de/ (в свободном доступе)
14. Официальный сайт НКО «Матери против наркотиков» : [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.azaria.rusorg.ru (в свободном доступе)
15. Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (в свободном доступе)

16. Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de (в свободном доступе)
17. Официальный сайт Bundeskriminalamt: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bka.de (в свободном доступе)
18. Официальный сайт European Social Survey: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.europeansocialsurvey.org (в свободном доступе)
19. Портал правовой статистики // Генеральная прокуратура Российской Федерации: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.crimestat.ru (дата обращения 17.01.2017)
20. Проблемы молодежи Германии и России можно решать сообща, уверены немецкие эксперты: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.newslab.ru/news/270336 (в свободном доступе)
21. Социальный отчет компании Boehringer Ingelheim: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.csrreport.us.boehringer-ingelheim.com (в свободном доступе)

Электронные ресурсы на иностранных языках:

1. CSR Made in Germany // Federal Ministry of Labour and Social Affairs, 2012: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.download.diplo.de/New_Delhi/csr-made-in-germany.pdf
2. Официальный сайт Министра Герда Мюллера: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gerd-mueller.de
3. Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de
4. Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de
5. Официальный сайт Федерального правительства ФРГ // Die Bundesregierung: [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bundesregierung.de

6. Официальный сайт Bundesministerium des Inner: [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://www.bmi.bund.de>
7. Официальный сайт Bundesministerium des Inner: [Электронный ресурс].
Режим доступа: www.bmi.bund.de/DE/Themen/Gesellschaft-Verfassung
8. Официальный сайт Bundesministerium für Gesundheit: [Электронный ресурс].
Режим доступа: www.bmg.bund.de
9. Официальный сайт International Labour Organization: [Электронный ресурс].
Режим доступа: www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/lang--en/index.htm
10. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend:
[Электронный ресурс]. Режим доступа: www.bmfsfj.de/bmfsfj
11. Jugendarbeitslosigkeit in Europa // Handelsblatt, 04.03.2013:
[Электронный ресурс]. Режим доступа:
www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html
12. Jugendarbeitslosigkeit in Europa // Handelsblatt, 04.03.2013:
[Электронный ресурс]. Режим доступа:
www.inosmi.ru/world/20130304/206583041.html