



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

М. Ф. Черныш

Социальная ответственность
бизнеса и ее влияние
на социальную дифференциацию

Электронный ресурс

URL: [http://www.civisbook.ru/files/File/Socialnaya otvetstvennost.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Socialnaya_otvetstvennost.pdf)

Перепечатка с сайта Института
социологии РАН <http://www.isras.ru/>

URL: <http://www.civisbook.ru>

М.Ф. Черныш

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА СОЦИАЛЬНУЮ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЮ

В российском обществе дифференциация уровня и качества жизни достигает, почти запредельных значений. С этой истиной, казалось бы, не спорит никто, как никто не спорит и с тем, что подобное положение дел неприемлемо и нужны меры, чтобы уменьшить социальные различия до уровня, соответствующего понятию «социальное государство», вписанному в российскую конституцию. Налицо социальная потребность в действиях, стратегиях, которые могли бы существенно сблизить полюса экономической стратификации, уменьшить долю бедных и увеличить размеры «среднего класса» — той группы населения, которая словно мост соединяет богатых и бедных. Общественная дискуссия выявила ряд ключевых понятий, которые могли бы лечь в основу подобной стратегии. Во-первых, это — понятие **«социального партнерства»**, предполагающее прямое конструктивное взаимодействие между собственниками, менеджерами и другими наемными работниками предприятия. В недавнем прошлом на социальное партнерство возлагались большие надежды, предполагалось, что именно оно позволит собственникам обрести человеческое лицо, а работникам — получить преимущества от перехода к рыночным формам хозяйствования. Но за исключением нескольких положительных примеров, эта идея не получила в России достойного развития. Иного случиться и не могло. Во-первых, для ее активного внедрения необходима институциональная база — работающие профсоюзы, способные отстаивать интересы работников, честные суды, действующие в строгом соответствии с законом, независимый арбитр, которым в контексте развитой экономики обычно является власть. В большинстве случаев названные институты либо отсутствуют полностью, либо работают не в полную силу, либо изменяют своему предназначению, принимая ту или иную сторону социального конфликта. По данным исследования «Социальные различия в российском обществе»*, только 5% опрошенных полагали, что в их организации профсоюзы способны эффективно отстаивать интересы трудящихся. Подавляющее же большинство считало, что они либо не интересуются ситуацией конкретных рабочих коллективов, либо находятся в сговоре с администрацией, не столько

* Исследование проведено в 1999 г. на базе репрезентативной общероссийской выборки объемом в 3000 респондентов.

поощряя, сколько сдерживая самоорганизацию рабочей массы. Независимый суд по-прежнему находится не столько в области реальных достижений, сколько в области надежд и планов, которые если и сбываются, то не в ближайшее время. В разных регионах России власть ведет себя по-разному, но редко выполняет свою функцию независимого арбитра. Более того, в российской провинции обозначилась тенденция постепенного сближения власти и бизнеса, принимающая вполне материальные формы. Наблюдаема и конечная точка этого процесса, выступающая как полное слияние местной высшей власти и местного бизнеса, рождающая разнообразные комбинации олигархии и олигополии. В результате во главе крупных компаний, действующих в регионе, нередко оказываются сами местные руководители или их ближайшие родственники. Предприниматели и частные руководители, участвующие в процессе сближения, стремятся совмещать руководство в бизнесе с одной из властных позиций, например, депутата местного законодательного органа. Очевидно, что в таких условиях власть не может и не стремится играть роль социального арбитра в социальных противостояниях, чаще радеет об интересах бизнеса, чем о социальном благополучии населения на вверенной ей территории.

Вторым понятием, которое могло бы лечь в основание политики преодоления социальных различий, было понятие **«социального государства»**. Предполагалось, что российское общество и государство будут калькироваться с европейских образцов. В задачу бизнеса в этом случае должно входить развитие экономической базы общества, обеспечение экономического роста и уплата налогов, в задачу государства — развитие и поддержание разветвленной социальной инфраструктуры и социальных гарантий, бесплатных для гражданина. В европейских странах гражданин пользуется многими видами социального страхования, которые российский менталитет традиционно заносил в разряд «социалистических»: активно страхуется детство и материнство, старость, несчастные случаи, вынужденная безработица. Государство в полной мере несет на себе бремя социальных расходов, частный сектор экономики освобожден от подобных забот и концентрируется, прежде всего, на максимальной производительности и прибыли. Разумеется, развитая социальная инфраструктура с необходимостью требует высоких государственных расходов, которые возможны только в случае, если налоги, выплачиваемые бизнесом, также достаточно высоки. В некоторых случаях, например, в Швеции в налоги уходит львиная доля прибыли, получаемой бизнесом. В общественной полемике, развернувшейся в этой стране в середине 80-х звучали призывы демонтировать хотя бы часть социальной инфраструктуры и, тем самым, увеличить инвестиционные возможности шведских компаний. Но шведское государство сохранило в неприкосновенности главные социальные достижения. Доводы сторон-

ников социального государства перевесили стремление создавать дополнительные стимулы для шведской экономики, а ощущение уверенности в завтрашнем дне оказалось важнее стремления идти в ногу с другими европейскими экономиками.

Третьим понятием, призванным обосновать стратегию смягчения поляризации общества, стала «**социальная ответственность**». Впервые оно появилось в полемике о роли транснациональных компаний (ТНК) в развивающихся странах. Советская пропаганда обвиняла ТНК в том, что они безжалостно эксплуатируют ресурсы слаборазвитых государств, паразитируя на коррупции и плохой информированности национальных правительств. В противовес этому обвинению сторонники ТНК утверждали, что, напротив, крупные компании несут с собой благо для государств, в которых они действуют. К примеру, председатель Римского клуба А. Печчеи утверждал, что ТНК формируют в развивающихся странах очаги производящей культуры, развивают принципы, опираясь на которые национальная экономика обретает способность к поступательному развитию¹. В число преимуществ ТНК включалось их стремление унифицировать производственные практики во всех своих подразделениях и, соответственно, привести в соответствие с общими стандартами оплату труда. Выходило, что ТНК подхватили из рук колониальных администраций то, что в XIX веке, называлось «бремя белого человека» — высаживание зерен просвещения, новой гуманной морали, в которой человек ставится в центр трудового процесса.

В первородной концепции социальной ответственности благотворная роль большого бизнеса виделась не в том, чтобы помогать собственным гражданам, а в том, чтобы ретранслировать западную культуру для менее благополучной части человечества. Что касается социальной ответственности внутри страны, то она, как правило, сводилась к символической составляющей — эпизодической помощи обездоленным, других видах благотворительности и спонсировании различных общественных мероприятий. Это практикуется и по сей день. Компании никоим образом не стремятся брать на себя те обязанности, которые должно выполнять государство, страховые компании или частные пенсионные фонды. Они полагают (и вполне справедливо), что, развивая производство товаров и услуг, они и так укрепляют государство, повышают благосостояние граждан, поддерживают разные группы населения. Обсуждение этой темы в публичной сфере показывает, что сфера ответственности компаний выходит далеко за пределы стратегии развития, взятой ими на вооружение. В статье, посвященной деятельности крупных компаний, президент Публичного форума защиты общественных интересов Д. Кортен задается двумя вопросами, ответ на которые демонст-

¹ Печчеи А. Человеческие качества. М.: Мир. 1972.

рирует объективные ограничения социальной политики, проводимой большими компаниями². Первый: в какой степени управляющие крупных корпорации свободны в принятии решений в интересах государства и общества? Корпоративные практики свидетельствуют: далеко не свободны. Выбирая между социально ориентированной стратегией развития и стратегией, приносящей большую прибыль, менеджер, если он хочет считаться эффективным, вынужден выбрать второй. Кортен приводит пример подобного рыночного давления на менеджера. Американская корпорация «Страйд Райт» многие годы была известна тем, что размещала предприятия и систему распространения продукции в наиболее депрессивных регионах США, внося тем самым вклад в их развитие. Ее генеральный управляющий Хайэтт полагал, что подобный подход отвечает интересам общества и активно выступал в его поддержку. Но в 1984 году компания вошла в глубокий кризис, приведший к 68%-му падению производства. Несмотря на возражения топ-менеджера, совет директоров решил, что удержаться на плаву можно только в случае, если вслед за конкурентами выведет производство в страны с низким уровнем заработной платы. В противном случае рано или поздно компания будет подмята более бесцеремонным и циничным конкурентом. В знак протеста против принятого решения Хайэтт подал в отставку, а производство обуви перевели в Китай. Второй вопрос: может ли социально ориентированная компания противостоять давлению рынка? Кортен приводит другой, не менее красноречивый пример. Компания «Пасифик Ламбер» ориентировалась на социально приемлемые практики. Вырубку леса вела в щадящем, циклическом режиме, ввела высокие зарплаты для сотрудников и делала большие взносы в корпоративный пенсионный фонд. Успешность компании привлекла внимание рыночного авантюриста Гурвица, который подверг ее враждебному поглощению. Он увеличил объем вырубки, практически опустошив лесные угодья предприятия, изъял средства пенсионного фонда и вложил их в паевой фонд, который финансировал его стратегию захвата компании и который впоследствии разорился. Почему такое могло случиться, спрашивает Кортен? С его точки зрения, любая компания, если только она хочет остаться на плаву, должна ориентироваться на финансовые показатели прибыльности. Инвесторы компании, будь то банки, паевые или пенсионные фонды, страховые компании, ревниво следят за тем, чтобы норма прибыли не опускалась ниже приемлемой для них планки. Стоит компании обозначить крен в сторону социальных обязанностей, пресинг финансовых организаций увеличивается вплоть до полного отказа в оборотных средствах. Кортен справедливо полагает, что для того, чтобы компании стали более социально ответственными, необходимо ра-

² Korten D. FDPI declaration. P. 1-12

дикально изменить условия ведения бизнеса, создать предпосылки для перевода средств в социальные программы разного рода. Пока подобных условий нет, социальная ответственность крупных компаний должна соответствовать рыночной ситуации и будет ограничена отдельными проектами. В настоящий момент именно так и происходит: компания, концентрируется, прежде всего, на отдельных социальных проектах, а также экологических программах, которые, следует подчеркнуть, реализуются вынужденно, под давлением со стороны государственных органов экологического контроля. Там, где государство не продавливает экологические требования, компании обходятся без них, сводя расходы на очистные сооружения к минимуму.

Чтобы понять, в чем заключается социальная ответственность современной западной компании, остановимся только на одном случае — социальном отчете крупной нефтяной компании «Шеврон-Тексако». Главный его посыл в том, что компания внимательно изучает свои управленческие практики для разработки «интегрированной стратегии социальной ответственности»³. В настоящее время процессы интеграции системно ориентированы на «вопросы охраны здоровья, окружающей среды и безопасности труда»⁴. Речь идет о программах развития самой компании и ее персонала, то есть о тех вопросах, которые самым непосредственным образом связаны с эффективностью производства. Компания видит свою главную социальную роль в совершенствовании собственных коллективов, находя в этом обоюдную выгоду как для нее самой, так и для тех, кто в ней работает. Ориентация на работу с персоналом еще более наглядно просматривается в том случае, когда компания формулирует область своей прямой социальной ответственности. Ниже даны основные направления социальной политики компании, как они представлены в отчете: 1. *Ведение бизнеса честно, с соблюдением этических норм и правил*; 2. *Уважительное отношение к сотрудникам, поддержка разнообразия при найме персонала, наем местных специалистов, обеспечение для сотрудников компании возможностей обучения и развития*; 3. *Защита здоровья и безопасности людей, работающих в компании или проживающих в тех городах или населенных пунктах, где работает компания*; 4. *Диалоговые отношения и помощь сообществам, расположенным в районах, где работает компания*; 5. *Поддержка прав человека в той мере, в которой это согласуется с ролью бизнеса*; 6. *Конструктивное участие в разработке государственной политики в тех случаях, если это касается работы компании*⁵.

³ Chevron Texaco Corporate Responsibility Report. Integrity and Learning in an evolving world. 2002. P. 6.

⁴ Ibid, p. 6.

⁵ Ibid, p. 5.

Если убрать из целей то, что относится к сфере декларируемой морали, в сухом остатке остаются два важных пункта. Первый предполагает заботу о развитии персонала, его обучении, здоровье, других социальных благах. Такой тип ответственности подпадает под определение «социальных инвестиций». Различия между терминами «социальная ответственность» и «социальные инвестиции» небольшие, но значимые. «Социальные инвестиции», в отличие от социальной ответственности, предполагают не только символические дивиденды, выраженные в улучшенном имидже предприятия, но и очевидную материальную выгоду: более продвинутый, обустроенный персонал будет более лоялен по отношению к компании, более продуктивен и более инициативен в том, что касается ее производства. Тождество понятий «социальная ответственность» и «социальные инвестиции» просматривается и в том случае, когда речь идет о местных сообществах — ареалах обитания компании. Любые действия, направленные на улучшение положения в местных сообществах, неизбежно скажутся на отношении к ней местных жителей, сделав его более позитивным. Это также поможет в тех случаях, когда речь пойдет о строительстве новых мощностей, экологических осечках в тех случаях, когда предприятия вынужденно или сознательно наносят ущерб окружающей среде. Поддержание социального мира в местах функционирования — важная задача, решение которой помогает компании, обеспечивает стабильность, столь необходимую в районах, где чаще всего приходится работать нефтедобывающим компаниям.

Если говорить о задачах социетального уровня, то они, по мнению компании, находятся за пределами ее компетенции: «Такие компании как Шеврон действуют в разных регионах мира и сталкиваются с вызовами, находящимися за границами деятельности одной, отдельно взятой компании, такими как бедность, здравоохранение, образование, права человека, национальная и региональная стабильность. Хотя мы и не должны брать на себя роль правительства, мы принимаем вызов и, вместе с другими секторами экономики, помогаем обращаться к этим проблемам. Основной бизнес, заключающийся в том, чтобы поддерживать надежную поставку энергоресурсов по приемлемым ценам, является важной частью экономического развития и улучшения жизни людей»⁶.

Итак, по мнению ТНК «Шеврон», социальная ответственность компании на уровне общества в целом лежит в плоскости ее основной деятельности, поставок энергоресурсов по приемлемым ценам. Компания отстраняется от задач, которые, как она полагает, ей не по плечу, таких как бедность или неразвитость системы здравоохранения. Это, с

⁶ Ibid, p. 9.

ее точки зрения, область задач для государства или органов местного самоуправления.

Какие же проекты социальной помощи компании реализуются в тех случаях, когда речь заходит о местных сообществах? Заметим: Шеврон редко действует в одиночку, предпочитая работать в тандеме с другими крупными компаниями или государством. В Индонезии это — проект помощи бездомным детям, реализуемый совместно с государственными органами. В Казахстане партнером «Шеврон» по осуществлению социального проекта стал Европейский банк реконструкции и развития. В Латинской Америке и Карибском бассейне компания также работает в общей «упряжке» с другими корпорациями. Во многих случаях самостоятельные действия компании невозможны, она должна учитывать интересы государства или местных властей. Но выбор в пользу совместных программ — не только дань необходимости, у совместных действий есть одно важное преимущество: ресурсы, выделяемые на социальный проект, умножаются, отдача от него становится более заметной.

Вторая особенность социальной программы «Шеврон» — акцент на помощь в форме развития восстанавливаемых ресурсов, которыми являются образование, знание, квалификация. В Индонезии компания спонсирует технологический университет, на Филиппинах помогает уличным детям выбраться из нищеты, используя для этого образовательные программы, в Казахстане — поддерживает малое предпринимательство, обеспечивая обучение и финансируя отдельные проекты в этой сфере, в Саудовской Аравии — спонсирует библиотеку и ряд других образовательных проектов. Во всех случаях можно говорить об уже упоминавшемся тождестве двух понятий «социальная ответственность» и «социальные инвестиции»: компания вкладывает деньги в развитие, которое, как можно надеяться, окупится в форме образования для рабочих или более толерантного отношения к ней со стороны местного населения.

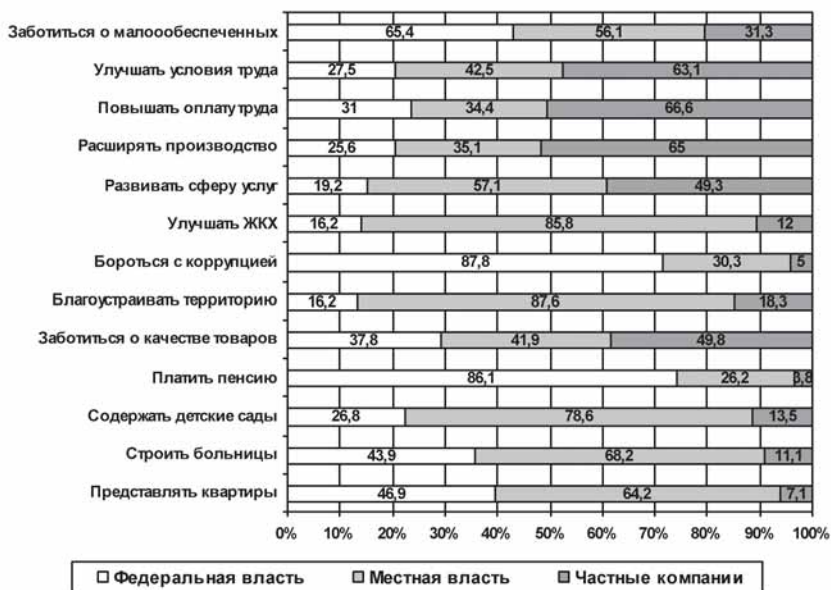
Рассмотрим, как российское население, а точнее наиболее активная его часть относится к проблеме социальной ответственности⁷. Для большинства россиян, как и граждан других государств, главный критерий оценки компании заключен в качестве изготавливаемых ею товаров или предоставляемых услуг (82%). На втором месте — забота о коллективе, собственных сотрудниках (62%), на третьем — открытость, правдивость компании в том, что касается ее доходов и расходов (59%), на четвертом — законопослушание, воплощенное в четкой выплате на-

⁷ По результатам исследования CSR за 2002 год. Выборка: 1200 респондентов (участвовавшие в общественно-политических мероприятиях за последний год), отобранные случайным образом в городах России с населением более 100000.

логов в бюджет (54%). Разные виды благотворительности признают важными только 30% опрошенных. Из сказанного можно сделать вывод о том, что основные направления социальной ответственности российских компаний такие же, как и у крупных компаний Запада — выплата налогов и забота о собственных сотрудниках. Должна ли в этих условиях компания вести себя так, словно она работает в чужой стране, спонсируя социальные программы помощи обездоленным слоям населения? Респонденты полагают, должна. По мнению 47% в обязанности должно входить не только то, что предусмотрено законом, но и ряд социальных обязанностей, например, поддержка социальных проектов, а также духовное лидерство, выражаемое в «установлении высоких стандартов поведения». Эти предпочтения позволяют в ином свете взглянуть на первый пункт социального отчета компании «Шеврон», заявляющий казалось бы совершенно нематериальную цель соответствия высоким этическим стандартам. Этика бизнеса выступает как значимый показатель его деятельности не только в России, которая, как полагают некоторые, страдает антирыночным негативизмом, но и в других странах, где частный бизнес уже давно укоренился в экономике. Население понимает, что социальные программы, реализуемые бизнесом, не смогут решить всех тех проблем, с которыми сталкивается российское общество. Социальные проекты могут помочь лишь небольшой части тех, кто оказался на нижней ступеньке социальной лестницы. Они в большей степени рассматриваются как свидетельство совестливости бизнес сообщества, его стремления учитывать интересы тех, кто не в состоянии пользоваться теми преимуществами, которые дает рыночная экономика. Стратегия социальных проектов в регионах присутствия вкупе с честной выплатой налогов и заботой о персонале и есть область социальной ответственности для крупных и малых компаний. Возникает закономерный вопрос: в чем состоит социальный смысл попыток переложить на бизнес заботу о местных инфраструктурах социальной помощи, расширить зону его социальной ответственности до масштабов всей социальной сферы? В этом с очевидностью просматривается бюрократический интерес. Российское государство стремится избавиться от социальных функций, уменьшить уровень поддержки социальных программ, но при этом пытается сохранить выгодный бюрократии уровень контроля над бизнесом. За попытками подменить государство бизнесом лежит прежнее стремление «распределять» незаработанное, закрывать бреши в социальной сфере, возникающие в силу повсеместной неэффективности и коррупционности органов государственного управления.

Рассмотрим подробнее вопрос о том, как население и бизнес видят решение некоторых ключевых социальных проблем, кого они видят ответственным за каждую из них.

Диаграмма 1. **Ответственность за решение социальных проблем (по результатам опроса населения)**⁸



В каждом случае респонденты имели возможность выбирать число участников решения той или иной проблемы. Данные говорят о том, что население отнюдь не склонно видеть в крупных компаниях, их социальной деятельности панацею от всех бед. Задачи, которые большинство относит к сфере компетенции большого бизнеса, сфокусированы в сферах, являющихся для компаний естественным продолжением их обычной деятельности. Это — развитие производства, повышение оплаты труда, расширение производства. Около половины опрошенных считают, что компании должны развивать сферу услуг и заботиться о качестве товаров. Область компетенции федеральных властей лежит в плоскости поддержки уязвимых слоев населения. Именно федеральная власть, полагает население, должна платить пенсию и бороться с коррупцией. Наиболее широкий круг проблем обязаны, полагает население, брать на свои плечи местные власти. Они отвечают за жилищно-коммунальное хозяйство, благоустройство территорий, постройку

⁸ Данные приведенного выше исследования «Социальная ответственность бизнеса». 1200 респондентов, отобранных случайным образом с использованием вопроса-фильтра, выявлявшего людей, читающих общеполитические федеральные и местные издания, а также проявляющих интерес к аналитическим программам на ТВ.

больниц и нового жилья. Две последние задачи они должны решать во взаимодействии с федеральной властью. Следует подчеркнуть, что совместные усилия кажутся респондентам необходимыми в тех случаях, когда существует нужда в мощных инвестициях, а также гарантиях, которые может дать только федеральная власть. Эти ресурсы должны, считают респонденты, накладываться на точное знание ситуации на местах, которым располагает местная власть.

Диаграмма 2. Ответственность за решение социальных проблем (мнение менеджеров среднего и высшего звена)



Точка зрения менеджеров отличается от мнения населения более четким разведением задач, более определенными приоритетами для каждого субъекта экономической деятельности. Крупным компаниям вменяются такие задачи как развитие производства, забота о сотрудниках, повышение качества товаров и услуг. Федеральная власть должна нести не себе бремя борьбы с коррупцией и поддержки недееспособной части населения. Местная власть — содержать местную инфраструктуру, повышая ее качество, благоустраивая жизнь местных сообществ. Население и менеджеры сходятся в том, что именно местная власть гораздо более «социальна» с точки зрения ее задач, чем

федеральная или большой бизнес, но некоторые проблемы она может решать только при условии их активного содействия. Очевидно, например, что местная власть должна быть более других заинтересована в том, чтобы найти решения в конкретной области. К тому же это решение не может быть найдено или воплощено в жизнь без законодательных инициатив федеральных властных структур. Ясно также, что победить крупные компании местная власть не может, а зачастую по разным причинам и не хочет. В сознании местных чиновников еще живо воспоминание о недавнем глубоком экономическом кризисе, при котором все предприятия «лежали», а производство приходило в упадок. Сейчас, когда многие из этих предприятий пришли в движение, хочется оградить их от возможных влияний любых негативных факторов, действуя по принципу «хорошо, что живы, работают, платят зарплату». В этом местная власть ничем не отличается от населения: исследования конца девяностых указывали на готовность последнего жертвовать многим — достойными зарплатами, защитой окружающей среды — ради грядущего возрождения промышленности. Сейчас ситуация постепенно меняется, требования к улучшению качества окружающей среды становятся все более настойчивыми. Но на пути решения проблемы возникает еще одно препятствие, о котором говорилось выше — коррупция местной власти. В период кризиса многие крупные компании открыли, что подкуп местных властей, заставляющий их закрывать глаза на происходящее в сфере экологии, оказывается для них дешевле, чем мощные инвестиции в создание природоохранной инфраструктуры. В этом проявился еще один результат прошедшего кризиса: собственники компаний, их руководство не ощущало твердой экономической почвы под ногами и не строило долгосрочных стратегий. Понимание необходимости таких стратегий приходит не сразу, а по мере строительства институтов экономической жизни, преодоления кризисных моментов в отношении институтов власти. Очевидно, что в отношении защиты окружающей среды в задачу федеральных властей входит упоминавшаяся населением и бизнесом «борьба с коррупцией». Только федеральная власть обладает достаточным влиянием для того, чтобы разорвать коррупционные связи между крупными компаниями и отдельными чиновниками на местах, определив законодательным образом меру ответственности последних. Речь идет об одном из вариантов системы «сдержек и противовесов», в котором взаимодействуют и дополняют друг друга три ключевых субъекта экономической жизни.

В этом взаимодействии понятие социальной ответственности должно быть в равной степени прилагаться ко всем трем его участникам. Острая проблема неравенства, с которой сталкивается общество, является не только и не столько продуктом «эксплуатации» работника в час-

тном секторе экономики (в нем зарплаты выше, чем в государственном), сколько явным разрывом между уровнем оплаты труда и социальными льготами в частном и государственном (муниципальном) секторах. На сегодняшний день половину или более среднего класса в европейских странах составляют государственные или муниципальные служащие — чиновники, преподаватели школ и вузов, врачи государственных клиник (в ряде стран, например, Великобритании и Финляндии система здравоохранения находится на содержании государства) полицейские, военные. Одни словом все те профессии и другие занятия, которые в российской стратификации в период реформ оказались в числе малообеспеченных, низкооплачиваемых. Разрыв в оплате труда между секторами экономики дал стимул развитию низовой коррупции, заключающейся в ползучей «приватизации» государственных или муниципальных должностей. В который раз в России воспроизвело себя негласное соглашение между властью имущими и традиционными профессиональными группами, сводящееся к следующей формуле: «невысокая оплата труда в обмен на свободу самостоятельного приработка на рабочем месте в государственном или муниципальном секторе». Низкооплачиваемый учитель, преподаватель вуза или милиционер использует данные ему полномочия для того, чтобы увеличить свой доход, довести его до стандартов, которые задает оплата труда в частном секторе. То повышение уровня жизни, которое является результатом этой сделки, никак не способствует развитию институциональной сферы общества, становлению действительно влиятельного среднего класса, его подлинной профессионализации. В этой ситуации дискуссия о социальной ответственности бизнеса, действительно важная, зачастую используется для того, чтобы переложить на бизнес вину за кризис социальной сферы. Но, как было видно из результатов исследования, население рассматривает социальную сферу как одну из важнейших сфер ответственности государства. В контексте дискуссии о социальной ответственности роль государства должна быть не меньшей, а возможно и большей, чем роль крупных системообразующих частных компаний.