



Необходимо изучить фактическую конкурентоспособность Башкортостана в Российской Федерации и в мире, проанализировать основные ее системные показатели. Только на этой основе можно определить тот потенциальный социально-модернизационный эффект от управления человеческими ресурсами на территории Башкортостана.

Наряду с модернизацией экономики и социальной сферы, необходима модернизация самого государственного управления на уровне субъекта РФ. В этой связи актуальной становится проблема, связанная с обеспечением информационной прозрачности органов государственной власти и управления на региональном уровне.

Модернизация и инновационное развитие предполагают и неотложные меры в области совершенствования демографической политики и здравоохранения. Следует обеспечить системную стратегию сбережения нации, предполагающую охрану здоровья, снижение смертности, повышение рождаемости и возрождение системы физического воспитания и культуры здорового образа жизни, а также повышение доступности и качества медицинской помощи для широких слоев населения, эффективную миграционную политику и т. д.

Разрабатываемые в Башкортостане Доклады о развитии человеческого потенциала

УДК 316.47

## ДОВЕРИЕ И СФЕРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: СОВРЕМЕННЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

А. В. Ручин, Е. С. Смолина

Саратовский государственный технический университет  
имени Гагарина Ю. А.  
E-mail: alexey.ruchin@mail.ru, katesmolina89@gmail.com

В статье обобщены результаты зарубежных исследований доверия в сфере предпринимательства, а именно: определены основные типы исследований и спектр смежных проблем.

**Ключевые слова:** доверие, бизнес, предпринимательство, общество.

**Trust and Business Sector: Modern Foreign Research**

A. V. Ruchin, E. S. Smolin

The article represents the results of foreign sociological research into the topic of trust in entrepreneurship, namely: the main types of studies devoted to this subject and the range of related problems were defined.

**Key words:** trust, business, entrepreneurship, society.

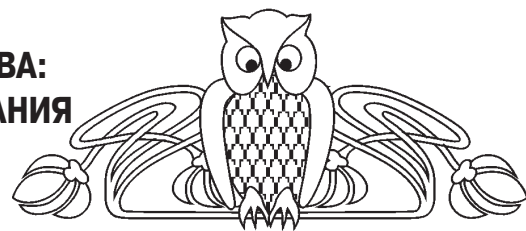
Исследования сплоченности и доверия в сфере предпринимательства становятся все более актуальными и приобретают практическую значимость не только для стран с формирующимися

являются инновационными научными и социальными проектами. Результаты комплексных исследований на основе концепции человеческого развития могут стать оригинальным научно-методическим инструментом разработки стратегий и программ модернизации и социального развития региона.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (проект «Трудовые ресурсы, занятость и человеческое развитие», № 12–13-02018 а (р)).*

### Примечания

- 1 См.: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012 : статсборник / Росстат. М., 2012. С. 158–159.
- 2 См.: Приоритетные направления социально-экономического развития Республики Башкортостан : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Уфа, 18 ноября 2005 г.) / под ред. д-ра филос. н., акад. АН РБ Ф. С. Файзуллина. Уфа : Гилем, 2006. С. 420.
- 3 См.: Валиахметов Р. М., Лавренко Н. М., Баймурзина Г. Р., Хилажева Г. Ф., Мажитова А. Р. Социокультурные возможности и ограничения развития модернизации (Республика Башкортостан) // Проблемы социокультурной модернизации регионов России / Институт философии РАН. М. : Academia, 2013. С. 192–204.



рынками, но и для стран, где предпринимательство институционализировалось в течение столетий. Мировой финансово-экономический кризис, начавшийся в 2008 г. в США и постепенно захвативший Европу, в определенном смысле деформировал сферу предпринимательства, создав для малых предприятий особенно жесткие условия выживания. Кроме того, кризисная ситуация породила грандиозные социальные противоречия, связанные с доверием в обществе и, как результат, с уровнем сплоченности внутри экономического базиса общества – предпринимательства. Такая динамика событий инициировала пересмотр целей и стратегий развития компаний, повышение их внимания к характеру отношений внутри коллективов в расчете на аддитивный эффект и его влияние на процесс формирования доверия покупателей к новым продуктам. Как следствие, глобальные социально-экономические перемены не могли не отразиться на системе общественных



отношений, острота которых стала катализатором научных исследований доверия и сплоченности, а также роста публикаций по вопросам социального взаимодействия<sup>1</sup>.

Феномен доверия многогранен и исследуется в различных аспектах, его роль может рассматриваться как на микро-, так и на макроуровне, что обуславливает исследование двух во многом противоположно направленных концептов доверия: с позиции индивидуального значения и с позиции общественного значения<sup>2</sup>. По аналогии: пересечение проблемных полей доверия и предпринимательства может быть исследовано как с позиции значения доверия для бизнеса, так и с позиции общественного значения доверия в предпринимательской среде.

Анализ англоязычных источников по вопросам доверия и сплоченности в предпринимательской среде позволил нам обозначить два наиболее популярных направления: исследование процесса формирования доверия и сплоченности внутри бизнес команды и анализ специфики формирования доверия клиентов к конкретному бизнесу. Первое направление включает с точки зрения специфики проведения исследований следующие их типы:

– аналитические исследования специализированных институтов (в США – это Interaction Associates с исследованием Building Trust in Business 2012: How Top Companies Leverage Trust, Leadership, and Collaboration<sup>3</sup>, а также Cooperative Development Center at Kent State University с исследованием Solidarity as a Business Model<sup>4</sup>; в Германии – German Academic Association for Business Research (VHB) и ряд совместных исследований: Hanging Together, Together Hung? Career Implications of Interpersonal Ties Between CEOs and Top Managers<sup>5</sup>; в Бельгии – Rosa Luxemburg Foundation с исследованием Solidarity-Based And Co-Operative Economy And Ethical Business: Trends, Innovations And Experiences In Europe<sup>6</sup>);

– массовые социологические опросы (например, серии исследований Companies Build Public Trust Through Sustainability Reporting<sup>7</sup>, United States Small Business Friendliness<sup>8</sup>). Последнее исследование интересно тем, что визуализирует карту США, на которой штаты окрашены разными цветами по специальной шкале в соответствии с результатами проведенного опроса. Европейская комиссия в рамках нового движения EU Cohesion Policy проводит целый ряд опросов, посвященных проблеме предпринимательства и смежных с ней вопросов: Entrepreneurship in EU and beyond<sup>9</sup>, Entrepreneurship Survey of the EU (25 Member States), United States, Iceland and Norway<sup>10</sup>, Hiring and Employment Procedures for One-Person-Enterprises<sup>11</sup>).

– исследовательские статьи как отдельных ученых, так и небольших исследовательских групп (The Relationship between Group Cohesiveness and Performance: An Empirical Study

of Cooperatives Movement in Malaysia<sup>12</sup>; Cohesion Through Diversity<sup>13</sup>);

Спектр проблем, затронутый в перечисленных выше источниках, огромен. Однако наиболее масштабно представлены такие, как групповая сплоченность (в том числе внутри коллектива) и ее влияние на результаты деятельности; создание новых возможностей для трансформации общества; изучение процесса построения доверия в бизнесе на стыке таких смежных сфер, как лидерство и сотрудничество; периодическое сравнение уровней доверия, целей и приоритетов бизнеса, способов достижения поставленных задач; типы поведения, способствующие формированию доверия в предпринимательской среде, и преграды, возникающие в процессе построения эффективного сотрудничества; сплоченность как фактор нивелирования культурных особенностей внутри многонационального коллектива, сплоченность в среде предпринимателей как возможность улучшить развитие своего бизнеса.

Второе направление исследований, посвященное формированию доверия покупателей к сфере бизнеса, представлено в публикациях не так широко, как первое. Однако оно имеет не меньшую актуальность, поскольку показывает особый интерес на практике. Вопрос о том, как вернуть утраченное или сформировать доверие к сфере бизнеса у конечного потребителя его товаров и услуг, имеет огромную практическую значимость для современной экономики. Так, например, открытие банковских счетов, вся система кредитования, инвестирование денег как граждан своего государства, так и иностранных базируются практически полностью на доверии со стороны потребителей. Поэтому механизмы использования социальных технологий для повышения эффективности бизнеса во многом представляют коммерческий интерес, что объясняет возможную закрытость данных исследований.

С точки зрения влияния института предпринимательства на социальное доверие в обществе значительный интерес представляют проводимые на регулярной основе социологические опросы European Values Study (EVS) и World Values Survey (WVS), The European Social Survey (ESS), Edelman Trust Barometer. Данные проекта Edelman Trust Barometer позволили назвать 2012 г. годом высокого недоверия, но зафиксировали небольшой рост в 2013 г. Наибольших изменений в сфере социального доверия по сравнению с результатами 2012 г. достигли Германия, Франция, Великобритания и США. К сфере бизнеса всего лишь 14% мирового населения выразили свое доверие. Компании, которые производят и поставляют товары на рынок, имеют несколько более высокий уровень доверия, чем бизнес в целом – сфера электроники (70%), автомобильная промышленность (66%), еда и напитки (62%) и телекоммуникации (60%). Такие показатели основываются на двух китах – качестве и инновациях<sup>14</sup>. Тем не менее, помимо



этих основополагающих показателей, существуют другие маркеры формирования доверия потребителей: вовлеченность, целостность, продукты и услуги и деятельность, удовлетворение нужд и потребностей клиентов, ответственность за свои действия, создание положительного мнения у местной общности.

Рассчитанные за период с 1995 по 2009 г. индексы доверия крупнейших стран мира показали, что в мире не так много стран, где люди доверяют друг другу. За исключением североευропейского региона (Норвегии, Дании и Финляндии) и шести других стран (Швеция, Китай, Швейцария, Саудовская Аравия, Вьетнам, Новая Зеландия), у которых индекс отображает практически равное количество доверяющих и недоверяющих людей, все остальные страны имеют индекс ниже 100. Меньше всего людей, которые доверяют другим, в Турции, Тринидад и Тобаго и Руанде. Россия, в свою очередь, на момент исследования (2005–2008 гг.) занимала 40-е место среди 117 изученных стран мира по степени доверия<sup>15</sup>. В 2013 г. Барометр доверия Эдельмана показал, что, если раньше существовало разделение на доверяющих и недоверяющих по географическому признаку, то теперь оно перестало быть столь явно выраженным. Одновременно с этим стираются различия по принципу развитая – развивающаяся страна. Так, например, Бразилия, относящаяся к категории развивающихся, показывает резкое снижение уровня доверия: от 80 в 2011 г. до 55 в 2013 г. Россия, отнесенная к той же категории, показывает относительно стабильное положение индекса: так, в 2011 г. она имела коэффициент 40, в 2012 – 32, а в 2013 – 36.

Отмечено, что самые низкие показатели доверия в России имеют государственные компании. Причиной этого послужили несколько факторов: низкая узнаваемость брендов, недалёковидность генеральных директоров, слишком высокий уровень контроля со стороны государства, а также

восприятие того, что российский бизнес имеет слишком тесные связи с правительством страны, которому не доверяет большинство населения. Медиа-анонсирование по всему миру обмана и коррупции в России очень сильно влияет на доверие к правительству, бизнесу, неправительственным организациям и средствам массовой информации в стране. Действительно, коррупция/обман заняли лидирующее положение среди причин растущего недоверия бизнесу и правительству в России (50 и 57 % соответственно), которые были указаны респондентами. Но была выявлена и позитивная динамика: в то время как уровень доверия к управленцам бизнеса низок (41%), доверие к техническим экспертам (70%) и людям, таким же как вы (52%), занимает достаточно устойчивые позиции<sup>16</sup>. Во многом это объясняется не только реально сложившейся ситуацией, но социальными конструктами, придающими значение коррупции в России именно в дискурсе разделения/дизинтеграции различных слоев общества.

Широкие возможности для проведения кросс-культурных и межстрановых исследований представляет серия опросов World Values Survey (WVS), используя массив данных которого, мы провели сопоставление уровня межличностного доверия в России и остальных странах мира (вопрос был задан в 57 странах) в разрезе типа организаций-мест работ респондентов. Уровень доверия работающего населения в России сопоставим с мировым уровнем: около четверти работающих считают, что большинству людей можно доверять (табл. 1). За рубежом существуют статистически значимые отличия ответов работников организаций различных типов: менее всего склонны доверять сотрудники частного бизнеса (из них 24,9% считают, что большинству людей можно доверять), а более склонны – самозанятые (33,8%) и сотрудники общественного сектора (30,8%). В России же статистически значимых отличий между данными группами работников не выявлено.

Таблица 1

Уровень межличностного доверия работников организаций различных типов в России (N=1610, 2006 г.) и остальных странах мира (N=35490, 2005–2008 гг.) (WVS)<sup>17</sup>

		Тип организации – места работы				Итого	
		Общественный сектор	Частный бизнес	Некоммерч. организации	Самозанятые		
Россия	Склонны доверять	% в типе организаций	23,6	27,6	28,4	25,6	
		Стандарт. остаток	-1,1	1,1	0,5		
	Склонны не доверять	% в типе организаций	76,4	72,4	71,6	74,4	
		Стандарт. остаток	0,7	-0,6	-0,3		
Другие страны	Склонны доверять	% в типе организаций	31,3	24,9	29,6	33,8	27,3
		Стандарт. остаток	8,3	-7,8	2,6	5,5	
	Склонны не доверять	% в типе организаций	68,7	75,1	70,4	66,2	72,7
		Стандарт. остаток	-5,1	4,8	-1,6	-3,4	



Для сравнения можно привести данные пятой волны другого опроса – The European Social Survey (ESS), проведенного в 27 странах Европы в 2010–2011 гг. В его рамках был задан аналогичный вопрос, но использовалась порядковая шкала ответов от 0 до 10, которую мы преобразовали в номинальную для сопоставления данных: значения от 0 до 4 обозначили как склонность к недоверию, а от 6 до 10 – склонность к доверию. Полученные данные позволяют говорить о существенном различии уровня доверия в России и Европе. Если в европейских странах примерно одинаковое количество тех, кто склонен, и тех, кто не склонен к доверию, то в России свыше

2/3 недоверяющего населения. При этом в России статистически значимых отличий между ответами работников организаций разных типов не существует, в то время как в Европе меньшее доверие выразили сотрудники государственных предприятий (склонны к доверию 42,0%) и частного бизнеса (50,2%). Среди сотрудников российских частных фирм склонны доверять 31,2%. Результаты этих исследований позволяют говорить об отсутствии существенного влияния типа работодателя (нас же интересует в первую очередь частный бизнес) на межличностное доверие в российском обществе, согласно данным этого исследования (табл. 2).

Таблица 2

Уровень межличностного доверия в России (N=1756) и странах Европы (N=34883) работников различных типов организаций (ESS, 2010-2011)<sup>18</sup>

			Тип организации						Итого
			Федеральные и региональные органы власти	Другие организации общ. сектора	Гос. предприятия	Частные компании	Самозанятые	Другое	
Россия	Склонны доверять	% в типе организаций	32,6	37,0	36,6	31,2	31,1	66,7	33,9
		Стандарт. остаток	-0,1	1,2	0,8	-1,3	-0,4	1	
	Склонны не доверять	% в типе организаций	67,4	63,0	63,4	68,8	68,9	33,3	66,1
		Стандарт. остаток	0,1	-0,8	-0,6	1	0,3	-0,7	
Другие страны Европы	Склонны доверять	% в типе организаций	59,6	60,4	42,0	50,2	49,4	49,8	51,3
		Стандарт. остаток	6,9	8,3	-8,7	-2	-1,5	-0,7	
	Склонны не доверять	% в типе организаций	40,4	39,6	58,0	49,8	50,6	50,2	48,7
		Стандарт. остаток	-7,1	-8,5	8,9	2,1	1,6	0,7	

Американское исследование Pew Social Trends, базируясь на ответах 2000 респондентов, опрошенных по телефону, приходит к выводу, что существует несколько факторов, определяющих уровень доверия населения: семейный доход (чем он выше, тем менее рискованным становится доверять, поскольку последствия неоправданного риска в виде потери средств переносятся легче); раса (люди с белым цветом кожи доверяют больше, чем афроамериканцы или латиноамериканцы); семейное положение (женатые люди доверяют больше, чем одинокие); возраст (люди среднего и пожилого возраста склонны больше доверять, нежели молодежь); близость проживания от города (люди, живущие в сельской местности, более доверчивы, чем горожане); образование (имеющие высшее образование склонны к более высокому доверию, чем люди со средним образованием); социальное положение (бизнесмены и специалисты доверяют больше, чем рабочий класс); служба в армии (люди, которые имели опыт службы, имеют более высокий показатель

социального доверия, нежели те, кто в армии не был); участие в выборах (люди, голосовавшие на президентских выборах, доверяют в два раза больше, чем те, кто в выборах не участвовал)<sup>19</sup>. При этом не обнаружено различия в уровнях доверия в зависимости от пола, приверженности политическим взглядам, веры. Исследование также отображает международные показатели: самый высокий уровень социального доверия обнаруживается в однородных, равноправных, обеспеченных Скандинавских странах, в то время как самый низкий уровень социального доверия отмечен Южной Америке, Африке и части Азии.

Принимая во внимание все вышеизложенное, сложно сделать следующие выводы. Пересечение проблемных полей социального доверия и предпринимательства в зарубежных исследованиях наиболее часто происходит в двух точках: первая – формирование доверия внутри коллектива фирмы, вторая – формирование доверия клиентов к конкретному виду предпринимательской деятельности, фирме, бренду. Ценность доверия в бизнес-





структурах или доверия к бизнес-структурам может не представлять никакой ценности для общества и даже, наоборот, иметь дисфункциональный характер в масштабах социетальной системы. Согласно данным международных опросов, межличностное доверие сотрудников организаций разных типов за рубежом существенно отличается по сравнению с Россией, в которой уровни межличностного доверия персонала частных фирм и сотрудников других типов организаций не имеют статистически значимых отличий.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (проект «Институт предпринимательства как фактор формирования социального доверия в российских регионах (пример Саратовской области)», № 12–33–01294).*

### Примечания

- <sup>1</sup> См.: Management Research on Reciprocity : A Review of the Literature // Markus Göbel, Rick Vogel, Christiana Weber. URL: <http://www.business-research.org/2013/1/management/3645> (дата обращения: 11.09.2013).
- <sup>2</sup> См.: Сасаки М. [и др.] Сравнительный анализ доверия в различных странах // Социс. 2013. № 3. С. 62–73.
- <sup>3</sup> Building Trust in Business 2012 : How Top Companies Leverage Trust, Leadership, and Collaboration // Interaction Associates. URL: <http://www.interactionassociates.com/Trust2012> (дата обращения: 14.09.2013).
- <sup>4</sup> Solidarity as a Business Model : A Multi-Stakeholder Cooperatives Manual // Margaret Lund. URL: <http://community-wealth.org/content/solidarity-business-model-multi-stakeholder-cooperatives-manual> (дата обращения: 01.09.2013).
- <sup>5</sup> Hanging Together, Together Hung? Career Implications of Interpersonal Ties Between CEOs and Top Managers // Stefan Hilger, Ansgar Richter, Utz Schäffer. URL: <http://www.business-research.org/2013/1/management/3644> (дата обращения: 07.09.2013).
- <sup>6</sup> Solidarity-based and Cooperative Economy and Ethical Business: Trends, Innovations and Experiences in Europe // Sonia Buglione, Rainer Schlüter. URL: [http://rosalux-europa.info/publications/articles/solidarity\\_based\\_ekonomu\\_in\\_europe/](http://rosalux-europa.info/publications/articles/solidarity_based_ekonomu_in_europe/) (дата обращения: 28.09.2013).
- <sup>7</sup> Companies Build Public Trust Through Sustainability Reporting // Hill+Knowlton strategies. URL: [www.hkstrategies.com](http://www.hkstrategies.com) (дата обращения: 20.09.2013).
- <sup>8</sup> United States Small Business Friendliness. United States Census Data. 2013 Thumbtack.com Survey. URL: [www.thumbtack.com](http://www.thumbtack.com) (дата обращения: 20.09.2013).
- <sup>9</sup> Entrepreneurship in EU and beyond // Flash Eurobarometer URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_354\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf) (дата обращения: 23.09.2013).
- <sup>10</sup> Entrepreneurship Survey of the EU (25 Member States), United States, Iceland and Norway. Analytical Report // The Gallup Organization. URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_192\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_192_en.pdf) (дата обращения: 23.09.2013).
- <sup>11</sup> Hiring and Employment Procedures for One-Person-Enterprises // Flash Eurobarometer 163-TNS Sofres/EOS Gallup Europe. URL: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_163\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_163_en.pdf) (дата обращения: 23.09.2013).
- <sup>12</sup> The Relationship between Group Cohesiveness and Performance : An Empirical Study of Cooperatives Movement in Malaysia // Mohd Zainal Munshid Bin Harun, Rosli Bin Mahmood. URL: <http://wscholars.com/index.php/ijcs/article/view/110> (дата обращения: 01.10.2013).
- <sup>13</sup> Cohesion Through Diversity: Presentation Before the Indiana State Office of Minority Health. Minority Health Conference // R. Garry Shirts. URL: <http://www.stsintl.com/business/Cohesion-thru-Diversity.pdf> (дата обращения: 10.09.2013).
- <sup>14</sup> См.: Executive Summary: 2013 Edelman Trust Barometer // Edelman. URL: <http://www.edelman.com/trust-downloads/executive-summary> (дата обращения: 09.09.2013).
- <sup>15</sup> Jaime Díez Medrano. Interpersonal trust // ASEP/JDS. URL: <http://www.jdsurvey.net/jds/jdsurveyMaps.jsp?Idioma=I&SeccionTexto=0404&NOID=104> (дата обращения: 23.09.2013).
- <sup>16</sup> Ibid.
- <sup>17</sup> World Values Survey 1981–2008 Official Aggregate v. 20090901, 2009. World Values Survey Association ([www.worldvaluessurvey.org](http://www.worldvaluessurvey.org)). Aggregate File Producer: ASEP/JDS, Madrid.
- <sup>18</sup> ESS Round 5 : European Social Survey Round 5 Data (2010). Data file edition 3.0. Norwegian Social Science Data Services, Norway – Data Archive and distributor of ESS data.
- <sup>19</sup> Americans and Social Trust : Who, Where and Why // Paul Taylor, Cary Funk, April Clark. URL: <http://pewresearch.org/files/old-assets/social/pdf/SocialTrust.pdf> (дата обращения: 22.09.2013).