

ПРИМЕНЕНИЕ ОЦЕНОК ДОВЕРИЯ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 338.242.2

Валерий Станиславович Айзатуллин,
аспирант кафедры Управления проектами
и инновационного менеджмента, Москов-
ский государственный университет эконо-
мики, статистики и информатики (МЭСИ)
Тел.: 8 (910) 450-09-78
Эл. почта: narumi_v2@mail.ru

Николай Дмитриевич Корягин,
к.э.н., проф., зав. каф. Управления проек-
тами и инновационного менеджмента,
Московский государственный универси-
тет экономики, статистики и информатики
(МЭСИ)
Тел.: 8 (495) 422-22-98
Эл. почта: ndkoryagin@mesu.ru

В статье рассмотрена социально-эконо-
мическая категория «доверия». Проведен
анализ существующих взглядов о тер-
мине «доверия». Рассмотрена модель
взаимодействия «Власть-бизнес-насе-
ление», с применением понятия «доверие».
Изучено применение и структура фор-
мирования оценок доверия в экономике
и управлении. Отражен накопленный
опыт применения оценок доверия, при
выработке макроэкономической политики
ведущих стран мира. Выделены существ-
ующие недостатки индексов доверия.
Ключевые слова: доверие, экономика до-
верия, индекс доверия, оценка доверия,
экономический показатель.

Valeriy S. Ayzatullin,
Post-graduate student, the Department of
Project Management and Innovation Man-
agement, Moscow State University of Eco-
nomics, Statistics and Informatics (MESI)
Tel.: 8 (910) 450-09-78
E-mail: narumi_v2@mail.ru

Nikolai D. Koryagin,
PhD in Economics, Professor, Head of the
Chair of Project Management and Innova-
tion Management, Moscow State University
of Economics, Statistics and Informatics
(MESI)
Tel.: 8 (495) 422-22-98
E-mail: ndkoryagin@mesu.ru

APPLICATION OF ECONOMIC CONFIDENCE ESTIMATION

The socio-economic category of "trust" is
studied in the article. The analysis of the
existing views about the term "trust" was
conducted. A model of the interaction of
"Power – Business – People", using the
concept of "trust", was made. The application
and the structure of confidence estimations
in economy and politics are studied. The
accumulated experience of application of
confidence estimations in the macroeconom-
ics of the major countries of the world was
showed. The current weaknesses of the
confidence indexes are reflected.

Keywords: confidence, confidence in the
economy, confidence index, confidence
estimation, economic indicator.

1. Введение

Фактор доверия является основополагающим базисом межлических от-
ношений и социальных институтов. Тема доверия в последнее время становится
все более актуальной. Профессор Фрэнсис Фукуяма в своей работе «Доверие»
убедительно доказал важность доверия для обеспечения экономического про-
цветания. Таким образом, мы подошли к ситуации, когда экономической теории
и теории менеджмента необходимо идентифицировать понятие «доверие» как
экономическую категорию, определить от чего зависит уровень доверия и можно
ли его измерить и практическая может быть польза от применения указанного
инструмента.

2. Доверие. Сущность понятия

При обсуждении темы доверия первое, что мы можем увидеть – отсутствие
единого определения самого понятия «доверие». С одной стороны, это выгля-
дит крайне просто на житейском уровне объяснить, что значит доверять или не
доверять кому или чему-либо. С другой стороны, когда речь идет о применении
данного понятия в более широких масштабах (например, в масштабах государст-
ва), то становится очевидно, что различные формулировки, которые не казались
столь разными на бытовом уровне, существенно отличаются друг от друга.

В этой связи со сложившейся неопределенностью, что перед тем, как рас-
сматривать влияние доверия на экономические процессы, необходимо провести
анализ значений этого слова.

Слово доверие в современном русском языке носит исключительно светс-
кий характер. В словаре С.И. Ожегова доверие определяется как уверенность
в чьей-нибудь добросовестности, искренности, в правильности чего-нибудь и
основанное на этом отношение к кому- или чему-нибудь [3]. Интересно, что в
словаре В.И. Даля, как и в некоторых других словарях, вообще не оказалось су-
ществительного «доверие» [1]. Однако присутствует слово «доверять», которое
тракуется в значении поверить, поручить, отдать на веру, на совесть, уполномо-
чить. В Толковом словаре русского языка «доверять» означает – испытывать чув-
ство доверия. В «Словаре русских синонимов и сходных по смыслу выражений»
Н. Абрамова синонимами слова «доверие» являются: вера, кредит, уверенность [2].

3. Доверие в экономике

Являясь неотъемлемой частью жизни общества, доверие проявляется во всех
ее сферах. Экономика, в свою очередь, лишь подтверждает это правило, ибо в
экономике доверие играет колоссальную роль. Отсутствие доверия является
поводом к оттоку инвестиций, росту транзакционных издержек, и, как резуль-
тат, снижения темпов экономического роста. Несмотря на постоянно растущее
число инструментов, позволяющих стимулировать экономическую активность
всех субъектов рынка, проблема доверия стала оказывать все большее влияние
на экономическое развитие, выражая собой тот самый неиспользованный резерв
роста экономики.

Многочисленные исследования показывают, что процветание западных стран,
а также Японии и азиатских «тигров» обусловлено высоким уровнем доверия в
этих странах. Это приводит к формированию высокого уровня общественного
капитала, к мобилизации всех ресурсов, которые имеются во всех слоях общества,
с целью инвестиций в развитие собственного государства. Другие же страны,
где доверие намного ниже, отстают в своем развитии.

Российская экономическая история пока остается неисследованной с точки
зрения доверия. Также и советская экономика до настоящего времени не рассмат-
ривалась через такую призму. Однако анализ показывает, что именно недостаток
доверия явился в советской экономике причиной общего кризиса всей системы.
Плановая экономика по своей сути дефицитна. Государство не доверяет произ-
водителям, не доверяет свободной системе хозяйствования. В результате этого
директивное планирование финансово-хозяйственной деятельности становится
для него тем инструментом, с помощью которого оно пытается подстраховаться,
пытается сделать так, чтобы все необходимое производилось в требуемом коли-
честве и распределялось по его же усмотрению.

Производители в плановой экономике, в свою очередь, также не доверяли
государству. Известный советский принцип, которым руководствовались при
планировании субъекты хозяйственной деятельности, делая заявки на финан-

сирование и материально-технические ресурсы: «Проси больше – все равно дадут меньше». В результате создавались колоссальные диспропорции, существенно ослаблялись стимулы к высокопроизводительному труду. Итог известен – разрушение существовавшей экономической системы.

Если взять новейшую российскую экономическую историю, то естественным образом внимание акцентируется на финансовом кризисе 1998 г. Этот кризис можно классифицировать как классический кризис доверия. Кризис разразился как раз из-за того, что держатели государственных ценных бумаг утратили доверие к действиям финансовых властей. Не верили, что государство выполнит свои обязательства по ГКО-ОФЗ. Начался массовый исход инвесторов, и финансовая система рухнула.

Таким образом, история советской и новейшей российской экономики убедительным образом подтверждает важность доверия для экономического развития. 21-й век для ряда стран ознаменовался не только повышением интереса к роли доверия в экономике, но и разработкой теории доверия как ключевой характеристики развития общества. Статус родоначальника данной теории по праву принадлежит профессору Школы углубленных международных исследований при Университете Джонса Хопкинса Фрэнсису Фукуяме [4].

Исходя из вышесказанного, можно заключить, что доверие – крайне важный фактор с точки зрения экономики и его в полной мере можно считать фундаментальной экономической категорией. В виду этого, в рамках данной статьи предлагается дать следующее определение термина «доверие».

Доверие – это особая количественная характеристика взаимоотношений различных экономических субъектов, которые основаны на выгоды от результатов взаимодействия и на уверенности в лояльности друг друга. Специфика доверия как экономической категории состоит в том, что уверенность в добросовестности может находиться и не на очень высоком уровне. Однако ожидаемые экономические результаты взаимодействия могут иметь решающее значение для начала или продолжения сотрудничества.

В рыночной экономике доверие – это модель многофакторная. Принципиальное значение имеют доверительные отношения между всеми субъектами рынка, а не только между отдельными институтами, как например, население – власть. Вопрос стоит гораздо шире, а значит и при анализе

влияния доверия необходимо учитывать весь спектр отношений.

На макроэкономическом уровне по степени восприятия доверия можно выделить три категории экономических субъектов: Население – Бизнес – Власть. Каждая из этих групп приобретает или теряет доверие, основываясь на определенном наборе индикаторов, которые этой группе кажутся наиболее значимыми. Можно сказать, что для каждой группы наиболее важными являются различные группы индикаторов.

Особняком в этой триумвирате стоит Власть. С одной стороны, не вызывает сомнений, что доверие власти как к бизнесу, так и к населению имеет огромное значение. Во многом уровнем доверия объясняется усиление или ослабление роли контрольных и ряда силовых органов. С другой стороны, помимо экономических, власть одновременно решает целый ряд социальных и политических проблем, а потому далеко не всегда экономические вопросы решаются именно исходя из экономической целесообразности. Достаточное количество решений направлено на снижение социальной напряженности и поддержание политической стабильности. Понимая всю важность влияния власти на процесс повышения степени доверия в экономике, стоит признать, что оценить степень доверия власти к населению и бизнесу весьма затруднительно.

Уровень доверия Власти к Бизнесу и Власти к Населению не менее важен, чем уровень доверия последних к Власти. Если такой уровень невысок, то Власть, в силу самого своего положения, способна предпринять шаги, которые не только подорвут доверие к ней, но и в целом понизят уровень доверия в обществе. Таким образом, получается, что первопричиной снижения доверия между Бизнесом и Властью, являются, как правило, действия Власти. Другими словами, если существует проблема доверия, то у Власти, с одной стороны, и у Бизнеса и Населения – с другой, существуют совершенно различные возможности для исправления ситуации. Бизнес и Население могут использовать выборные процедуры для обновления Власти, что одновременно решало бы и проблему доверия. Власть же, как уже отмечалось выше, естественным образом не может «заменить» бизнес и население. Поэтому она предпринимает меры контрольного характера. Как правило, это порождает новые проблемы, и доверие снижается еще больше [6].

Доверие воспринимается, прежде всего, как эмоционально-психологическая категория. И даже в таком виде оно играет важную роль в экономических взаимоотношениях. Однако доверие – это, одновременно, и экономическая категория. На практике это означает то, что если на эмоционально-психологическом уровне доверие может находиться на низком уровне, то, как экономическая категория, доверие вполне может быть достаточно высоким. Другими словами, на эмоционально-психологическом уровне, к примеру, Бизнес может не доверять Власти, однако доверие как экономическая категория показателями отличными от психологических. Бизнес – рационален, и если можно расширяться, работать с высокой рентабельностью, он будет это делать, несмотря на эмоционально-психологическое неприятие. Условное разделение доверия на эмоционально-психологическую и экономическую составляющую чрезвычайно важно для понимания происходящих в экономике процессов в условиях, когда, казалось бы, доверие утрачено, а экономика продолжает развиваться.

Также важным критерием оценки доверия служит не только степень доверительных отношений между группами, но и внутри них. Степень таких связей оценить достаточно сложно, особенно рассматривая население. Тем не менее, понимать значимость таких связей для оценки влияния доверия в экономике необходимо.

На сегодняшний день в работах, посвященных теме доверия, оно рассматривается в двух плоскостях:

- теоретической;
- практической.

Теория – это постановка вопроса, описание проблемы доверия, выявление факторов, которые его способны либо упрочить его, либо подорвать и т.д. Однако эти работы фактически не содержат статистических данных, а потому рассматриваются, в основном, как экспертные точки зрения. Исследование темы доверия в практической плоскости – это построение индексов доверия. Попытки оценить доверие количественно в последние годы достаточно распространены, однако большинство из них либо охватывают слишком узкий сегмент рынка, либо опираются на опросы, ставя под сомнение объективность и репрезентативность выборки.

Таким образом, ни один из указанных методов не характеризует влияние доверия на экономику в полном объеме.

4. Прикладное значение индекса доверия

Возможность практического применения индекса доверия необходимо оценивать по отношению к трем уровням:

1. Макроэкономическому (чем полезен индекс для экономических властей с точки зрения оценки состояния экономики и мер экономической политики);

2. Корпоративному (использование индекса в бизнесе при принятии решений);

3. Уровню индивидов (полезность индекса для отдельных людей).

Для целей макроэкономического анализа динамика индекса доверия позволяет оценить потенциальную динамику экономического роста и выявить потенциальный резерв потребительского спроса. В большинстве стран, где рассчитывается индекс доверия, считается, что динамика индекса доверия предшествует динамике делового цикла. В результате можно скорректировать программы социально-экономического развития с целью максимально полного использования доступных, но не используемых в полной мере ресурсов. Такая оценка особенно необходима в период роста экономики. Тем более это актуально тогда, когда фактические темпы роста ВВП оказываются значительными. Например, в условиях, когда ежегодный прирост ВВП составляет 5–7%, очень трудно доказать, что показатели могли бы быть еще выше. Это можно сделать, продемонстрировав, значение динамики индекса доверия его развития и структуры.

Практическое применение индекса доверия может найти и в бизнесе. Теория риск-менеджмента говорит о том, что необходимо учитывать все возможные риски при принятии управленческих решений [5]. Показатель снижения (роста) индекса доверия – дополнительная важная информация для принятия таких решений.

Наконец, для отдельных граждан индекс также небезынтересен. Уровень экономической грамотности у россиян пока еще недостаточно высок, чтобы свободно оперировать сложными и непонятными экономическими показателями и, тем более, принимать их во внимание в повседневных действиях, связанных с распоряжением деньгами. Поэтому наглядный, понятный, легкий для восприятия индекс доверия может служить своего рода проводником при принятии решений о том, как распорядиться возрастающим с каждым годом располагаемым доходом.

В данной статье будет рассмотрено более подробно применение индексом доверия на макроэкономическом уровне, т.к. уже имеются определенные теоретические и практические наработки, которые должны быть освещены перед более подробным изучением применения индекса доверия на других уровнях.

5. Существующий опыт построения индексов доверия

В мировой и российской практике уже существуют прецеденты построения индексов доверия. Можно спорить о том, правильно ли считать различные индексы настроения потребителей, потребительских ожиданий, потребительской уверенности и т.п. индексами доверия. Несмотря на все отличительные особенности и имеющиеся недостатки, бесспорно можно так считать, потому что эти индексы характеризуют уровень доверия. Однако ввиду отсутствия четкого определения самого термина «доверие» структура критериев и методика построения индексов существенно различаются между собой. Кроме того, важным фактором является то, что из всех исследуемых на данный момент индексов каждый описывает ситуацию лишь на отдельном сегменте рынка.

Так, в странах Еврозоны, в США и Японии длительное время ведутся индексы доверия потребителей. Они основываются на выборочном опросе потребителей с целью определения их настроений.

В США индекс настроения потребителей (Consumer Sentiment Index) рассчитывает Мичиганский университет. Этот индекс основан на результатах опроса потребителей на предмет уверенности в текущей экономической ситуации. Отчет выходит два раза в месяц: на второй неделе (обычно в пятницу) около 15 числа отчетного месяца (предварительный), и в конце месяца (окончательный). Этот индикатор – не что иное, как отражение желания потребителей тратить свои деньги. Всего опрашивается 500 потребителей. Индекс ведется с 1966 г., и начальное значение индекса принято за 100 пунктов [7]. Индекс оказывает определенное влияние на рынок, и рост его значения приводит, как правило, к росту курса доллара. Кроме основного индекса публикуются также подиндексы текущего состояния (Current Condition Index) и потребительских ожиданий (Consumer Expectation Index). Они публикуются также дважды в месяц (предварительное и окончательное значения).

Стоит заметить, что Мичиганский университет – не единственная организация в США, которая исследует вопрос потребительской уверенности и доверия. Аналогичные опросы проводит, например, Некоммерческая информационная палата (Conference Board), которая ежемесячно опрашивает 5000 произвольно выбранных семей с целью получения и анализа их оценки текущей ситуации (состояние рынка труда, бизнес-среды, перспектив роста собственных доходов). За базовый уровень (100 пунктов) взяты соответствующие данные 1985 г. Этот показатель может быть полезен в целях прогнозирования изменений в структуре потребления. Индекс включает в себя два «подчиненных» индекса – оценки потребителями текущих условий (Current Condition Index) и их будущих ожиданий (Expectation Index). Весовая доля оценки ожиданий – около 60%, остальные 40% приходится на оценку потребителями текущей ситуации [8]. Хотя многими аналитиками отмечается, что опубликование указанных данных редко имеет большое влияние, иногда они способны изменить настроение на рынке.

В Еврозоне существует как гармонизированный индекс делового доверия (EMU Industry Confidence) и индекс доверия потребителей (EMU Consumer Confidence), рассчитываемый Европейской комиссией на основании данных по 12 странам, так и индексы доверия, рассчитываемые отдельными странами. Например, во Франции указанные исследования проводит Французский институт статистики [9]. В Германии – исследовательский институт ZEW, в Италии этим занимается Isae Institute [10]. Принцип построения страновых индексов совпадает с общеевропейским, опираясь на опрос определенного количества потребителей с целью оценки ими текущего состояния экономики и собственных ожиданий. Отличие состоит лишь в различном числе опрашиваемых в каждой стране. Так, в Германии в опросе ZEW участвует 5000 чел., а в Италии – 2000.

Совокупный индекс Еврозоны рассчитывается на основании опроса 25 тыс. потребителей и 25 тыс. организаций соответственно. Также Европейская комиссия ведет индекс экономических ожиданий, который основан на данных двух вышеуказанных опросов.

Кроме того, собственные довольно авторитетные исследования проводят независимые компании и агентства. Например, одна из крупнейших междуна-родных компаний, предлагающих ус-

луги в области маркетинговых исследований, Gesellschaft für Konsumforschung (GfK Group), что можно перевести как Общество по изучению потребителя, проводит опросы потребителей в Великобритании и Германии и составляет свой индекс доверия потребителей (GfK Consumer Confidence).

В Японии Индекс потребительского доверия (Consumer Confidence Index), рассчитываемый секретариатом кабинета министров по поручению правительства Японии, основан на ответах потребителей по четырем аспектам потребительских настроений: оценки общего состояния экономики, роста доходов, условий труда и желания покупать товары длительного пользования. Значение индекса выше уровня 50 пунктов показывает, что число оптимистично настроенных потребителей превышает число пессимистично настроенных [11].

К основным недостаткам такого рода индексов можно отнести следующее:

- основываясь на опросах потребителей, данные индексы скорее являются эмоционально-психологической, нежели экономической категорией. В данном случае оцениваются не поступки (расходы, сбережения и т.д.) потребителей, а их склонность к этим поступкам. Иными словами, это попытка измерить оптимизм потребителей;

- определяя потребительское отношение в целом, остаются в тени факторы, непосредственно влияющие на ту или иную позицию. То есть, одно и то же значение индекса может быть определено как, скажем, высокими ценами на бензин, так и дипломатическим или военным конфликтом, подрывающим доверие к власти;

- нельзя забывать, что высказанное мнение и реальные действия зачастую могут не совпадать. А значит, реальную картину можно оценить, только руководствуясь значениями соответствующих экономических индикаторов.

Еще одной существенной особенностью построения данных индексов является то, что каждый раз они рассчитываются «с нуля», то есть не нарастающим итогом. Это означает, что на основе этих данных можно говорить о динамике изменения потребительского доверия, однако судить о его фактическом уровне в течение заданного промежутка времени невозможно.

Наконец, вышеуказанные индексы оценивают лишь уровень потребительского доверия, оставляя «за скобками» другие категории экономических контрагентов. Например, аналогично настроениям потреби-

телей изменяется и позиция бизнеса, при этом далеко не всегда позиции этих категорий отличаются высокой степенью корреляции.

В России в практической плоскости с индексом доверия работает, пожалуй, только лишь Альфа-Банк, который с мая 2003 года ведет его на ежемесячной основе [12]. Индекс был призван стать, по данным самих разработчиков, опережающим индикатором отношения инвесторов к России. Индекс включает три группы показателей:

- показатель доверия фондового рынка (вес 20%);
- показатель доверия иностранных инвесторов (вес 37%);
- показатель доверия к экономике (вес 43%).

Являясь, с одной стороны, многофакторным, индекс доверия Альфа-Банка все же не может рассматриваться как максимально полный, поскольку затрагивает лишь группу профессиональных инвесторов. Очевидно, что отношение к тем или иным событиям профессионалов, к коим относится рассматриваемая Альфа-Банком группа контрагентов, и обывателей, к числу которых относится население, различное, и не может быть ориентиром для интегрального показателя.

6. Заключение

Таким образом, проведенная работа позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день нет индикатора доверия, который бы одновременно:

- охватывал все группы субъектов рынка;
- характеризовал совокупный уровень доверия к экономике этих групп;
- характеризовал доверие, которое определяется не эмоциональным восприятием, а уровнем экономической активности всех субъектов рынка и ее структурой.

Тем не менее, фактор доверия в экономике уже на существующем этапе сносит глубокие коррективы в выработку социально-экономической политики государства, что является стимулом к более глубокому изучению механизмов оценки доверия и его применения в экономике.

Литература

1. В.И. Даль Толковый словарь живого великорусского языка – М.: Аст, 2004
2. Н. Абрамов Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений – М.: Аст, 2006
3. С.И. Ожегов Словарь русского языка – М.: Русский язык, 1991

4. Фрэнсис Фукуяма Доверие – М.: АСТ, 2008

5. Энциклопедия финансового риск-менеджмента под ред. А.А. Лобанова, А.В. Чугунова – М.: Альпина Паблишер, 2009

6. <http://www.fbk.ru> (дата обращения: 01.05.2013) – сайт аудиторско-консалтинговой компании «ФБК»

7. <http://www.optima-finance.ru> (дата обращения: 13.01.2013) – независимый информационный интернет портал «Optima-finance»

8. <http://www.interstock.ru> (дата обращения: 16.01.2013) – сайт компании «Interstock»

9. <http://www.forexwa.ru> (дата обращения: 16.03.2013) – сайт проекта «Forex WA»

10. <http://www.finmarket.ru> (дата обращения: 24.04.2013) – сайт информационного агентства «Финмаркет»

11. <http://www.dengi-info.com> (дата обращения: 15.04.2013) – сайт информационно-аналитической газеты «Деньги»

12. <http://alfabank.ru/> (дата обращения: 04.05.2013) – сайт «Альфабанк»

References

1. V.I. Dal Explanatory Dictionary of the Russian Language – M.: Ast, 2004
2. N. Abramov Russian dictionary of synonyms and similar expressions within the meaning of – M.: Ast, 2006
3. S.I. Ojegov Dictionary of the Russian Language – M.: Russian Language, 1991
4. Fransis Fukuama Confidence – M.: AST, 2008
5. Encyclopedia of Financial Risk Management by A.A. Lobanov, A.V. Chugunova – M.: Alpina Publishes, 2009
6. <http://www.fbk.ru> (date accessed: 01.05.2013) – site of audit and consulting company «FBK»
7. <http://www.optima-finance.ru> (date accessed: 13.01.2013) – independent information internet portal «Optima-finance»
8. <http://www.interstock.ru> (date accessed: 16.01.2013) – site of company «Interstock»
9. <http://www.forexwa.ru> (date accessed: 16.03.2013) – site of project «Forex WA»
10. <http://www.finmarket.ru> (date accessed: 24.04.2013) – site of information agency «Finmarket»
11. <http://www.dengi-info.com> (date accessed: 15.04.2013) – Site information and analytical newspaper «Dengi»
12. <http://alfabank.ru/> (date accessed: 04.05.2013) – site of «Alfabank»