

**Ельникова Г.А., д-р социол. наук**

**Ревенко Н.В., канд. истор. наук**

**Толстикова В.А., канд. филос. наук**

vicsan61@yandex.ru

Белгородский университет кооперации,  
экономики и права,  
Россия, Белгород

DOI: 10.24153/2079-5912-2020-11-6-31-35

## **СОЦИАЛЬНОЕ ДОВЕРИЕ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА**

Аннотация: Одной из основ экономического роста является вложение инвестиций, характер, уровень и стабильность поступления которых определяется сложившимся «инвестиционным климатом в стране или регионе. Инвестиционный климат представляет собой комплекс социально-экономических, социальных, культурных, организационно-правовых и географических факторов, способствующих или, наоборот)[6], препятствующих привлечению инвестиций. Доверие населения к экономическим институтам является значимым элементом и, в то же время, фактором формирования инвестиционного климата. Целью статьи является анализ доверия населения к экономическим институтам и его воздействия на формирование инвестиционного климата. Методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные, с одной стороны, социально-экономическим проблемам доверия; с другой стороны, деятельности институтов финансового посредничества. В статье использованы методы функционального и сравнительного анализа; сбор данных проводился посредством анкетного опроса, глубинного интервью и анализа статистических данных. В работе были выявлены социальные факторы, обуславливающие формирование доверия населения к экономическим институтам; проведен анализ современного состояния доверия населения в экономической сфере; определены социальные механизмы формирования доверия населения к экономическим институтам. В ходе исследования был установлен многоуровневый характер доверия населения к экономическим институтам и выделены три группы факторов (макро-, мезо- и микрофакторов), влияющих на формирование доверия населения. Авторами предложены социальные механизмы повышения доверия в экономической сфере, учитывающие различные факторы, влияющие на характер доверия населения.

Ключевые слова: социально-экономические факторы, доверие в сфере экономики, инвестиции, инвестиционный климат, институты финансового посредничества.

**Введение.** Развитие экономики страны, региона и отдельного предприятия невозможно без привлечения инвестиций, характер, уровень и стабильность поступления которых, в свою очередь, связаны с инвестиционным климатом. Инвестиционный климат представляет собой сложный социально-экономический феномен, имеющий неоднозначную трактовку в научной литературе. «В целом, под инвестиционным климатом понимается совокупность политических, социально-экономических, социальных, культурных, организационно-правовых и географических факторов, присущих той или иной стране, привлекающих или отталкивающих инвесторов вкладывать свои средства в ту или иную хозяйственную систему (экономику страны, региона, предприятия)»[6].

К числу социально-экономических факторов, определяющих инвестиционный климат, можно отнести и доверие населения к экономическим институтам и, прежде всего, институтам финансового посредничества. Причем значимость данного фактора в условиях современной российской реальности имеет тенденцию к постоянному росту, что вызвано рядом причин: сокращением числа иностранных инвесторов; недостаточной эффективностью методов регулирования экономикой, применяемых государственными структурами; нежеланием представителей финансовой олигархии вкладывать средства в производства, которые не дают прибыль в краткосрочной перспективе. [1]

Целью статьи является анализ доверия населения к экономическим институтам и его воздействия на формирование инвестиционного климата.

Реализация поставленной цели потребовала решение таких задач, как:

- выявление социальных факторов, обуславливающих формирование доверия населения к экономическим институтам;
- анализ современного состояния доверия населения к экономическим институтам;
- определение социальных механизмов формирования доверия населения к экономическим институтам.

**Методы исследования.** В ходе исследования применялись следующие методы: анкетирование (групповое и массовое), фокусированное интервью работников банка, экспертный опрос, вторичный анализ данных, опубликованных в открытых источниках, статистический анализ. Эмпирическую базу статьи составили: результаты социологического исследования по результатам группового анкетирования «Изучение знаний населения об институтах финансового посредничества и степени доверия к ним», проведенного авторами в сентябре 2019 года в Белгородской области (количество респондентов – 230); данные социологического исследования «Изучение состояния доверия населения к банкам», которое было проведено в сентябре-ноябре 2019 года в Белгородской

области (количество респондентов – 420); результаты фокусированного интервью среди работников отделений Сбербанка города Белгорода и Белгородской области (количество респондентов – 12) в апреле 2020 года; экспертного опроса в апреле 2020 года (количество респондентов – 5).[2]

**Результаты исследования.** Доверие как социокультурный и социально-экономический феномен представляет собой взаимовыгодные взаимодействия, основанные на уверенности коммуницирующих сторон в достижении их целей и позволяющие решать общественно-значимые задачи.

Доверие населения к экономическим институтам следует рассматривать на трех уровнях, а именно:

- на макроэкономическом уровне как институциональное доверие к экономике, представленной всей совокупностью экономических институтов и экономической политикой в целом;
- на мезоуровне как экономическое доверие к конкретным экономическим институтам (производственным предприятиям, фирмам, банкам, кредитным и иных типов кооперативам и т.п.);
- на микроуровне как персонифицированное доверие, формируемое, с одной стороны, непосредственно конкретной экономической организацией в отдельности в соответствии с ее рыночными позициями и специализацией; с другой стороны, личностными характеристиками человека, его жизненным опытом и опытом взаимодействия с экономическими институтами.

Уровням доверия соответствуют социальные факторы, обуславливающие их формирование, среди которых также можно выделить три группы: макрофакторы, мезофакторы и микрофакторы. К макрофакторами относятся политическая, социальная и экономическая ситуация в стране и регионе; уровень инфляции; хозяйственное законодательство и контроль за его соблюдением; уровень доверия в обществе в целом, а также уровень общественной морали (включая уровень мошенничества, связанный с финансовым посредничеством), культуры деловых отношений; к мезофакторами – деятельность самих экономических институтов, и, прежде всего, институтов финансового посредничества, их надежность, имидж, отношение к клиентам, набор предоставляемых продуктов, социальная направленность; к микрофакторам – уровень материального благосостояния и дохода конкретного человека; его финансовая грамотность, пол, возраст; место проживания, опыт контакта с организациями финансового посредничества.[3]

Среди мезофакторов основным является деятельность экономических институтов, дающая или, наоборот, не дающая основания к формированию доверия к ним. Результаты авторского исследования показали, что услугами институтов финансового посредничества осознанно пользуются 87%

взрослого населения, но значительной частью услуг население пользуется не добровольно, а вынуждено (56%). К таким услугам относятся пенсионные выплаты, отдельные страховые взносы и использование пластиковых карт, на которые зачастую в обязательном порядке переводятся заработанные платы и пенсии. Больше всего доверяют банкам (65%): полностью доверяют 16%, скорее доверяют 49%. При этом сохраняется умеренный оптимизм в отношении стабильности банковской системы: 41% россиян полагают, что российская банковская система будет стабильна; и лишь 14% ожидают банкротства ведущих банков. Страховым компаниям им доверяют 36% россиян. По 15% россиян доверяют негосударственным пенсионным фондам и инвестиционным компаниям; кредитным и потребительским кооперативам – менее 7%. [4]

Микрофакторы, определяющие персонифицированный уровень доверия, имеют два направления. Первый – деятельность конкретного банка, страховой компании, ПИФа, кредитного кооператива и т.п.; второй – конкретный человек с его жизненным опытом, индивидуальными характеристиками, финансовой культурой и финансовыми потребностями.

По результатам исследования наибольшее значение при выборе банка имеет хорошая репутация, надежность банка и его государственная поддержка (22%). На втором месте идет «хорошее отношение к клиенту» (17%), следующую позицию занимает известность банка (9%). Тройка «лидеров» вполне объяснима, как с научной точки зрения, так и с точки зрения обыденного сознания. Частью же респондентов вопрос о выборе банка был решен не самостоятельно (7% – решение работодателя), иногда имело значение местоположение банка (4%). Следующая позиция – престижность банка (7%) тесно связана с его надежностью. Также определенную значимость для выбора банка имеют рекомендации специалистов (6%), профессионализм его работников (5,3%) и внешние атрибуты (3%). [5]

Относительно второго направления сложилась следующая картина: среди клиентов банка 53% женщин и 47% мужчин; распределение по возрасту: 18-22 года – 4%; 23-45 лет – 25%; 45-60 лет – 34% старше 60 лет – 17%. Наибольший процент среди населения клиентов банков по Белгородской области в Губкине и Старом Осколе – 95% от числа жителей; в Белгороде – 92%; в малых городах области – 81%; в поселках городского типа – 82%. С точки зрения материального положения, оцениваемого самими респондентами, среди клиентов банков высокий уровень доходов имели 2%; средний – 49%, низкий – 37%, 12% – затруднились с ответом.

Важным фактором, влияющим на доверие к банкам, является уже имеющийся опыт контакта с ними. В нашем исследовании «на вопрос: «Если вы потерпели убытки от какого-либо банка во время кризисов 1998 или 2008 годов, то, как в дальнейшем у вас сложились отношения с этим банком?»

были получены следующие ответы: «Я ушел из этого банка и больше не возвращался туда» – 19%; «Я ушел из этого банка на время, но затем решил вернуться (к этому же банку или его правопреемнику)» – 28%; «Я ушел из этого банка, но затем работодатель снова заключил с ним (или его правопреемником) соглашение о сотрудничестве» – 42%; другое – 11%».

Важным фактором персонифицированного доверия является финансовая грамотность. Всероссийский опрос 2017 года (N=1600) показал, что четверть опрошенного населения достаточно плохо представляет, чем занимаются банки и какие услуги они предоставляют. На вопрос: «Насколько хорошо или плохо Вы понимаете, чем занимается и какие услуги предоставляют банки?» 51% респондентов ответили «Скорее хорошо», 17% – «понимаю очень хорошо», 20% – «скорее плохо», 8% – «почти ничего не понимаю», 3% затруднились с ответом; а на конкретный вопрос об оценке своих финансовых знаниях и навыках только 12% респондентов оценили их как отличные; 50% респондентов считают свои знания удовлетворительными и 38% – неудовлетворительными. 38% можно отнести к «промоутерам», столько же (38%) к «нейтралам» и 24% – к «критикам». В целом, можно говорить о недостаточно высоком уровне доверия населения к экономическим институтам. [7]

Невысокий уровень доверия населения к институтам финансового посредничества подтверждается и предпочитаемыми формами сбережений.

У 44,1% населения сбережений нет, 25,4% деньги хранят дома, имеют рублевые вклады в банках 16,1%, валютные вклады – 2,7%, у 2,6% валюта хранится дома, 2,4% деньги вложили в землю, 3,2% – в недвижимость, 1% – в драгоценные металлы, другое – 2,4%.

Суммарно только 20,3% своих сбережений население согласно доверить финансовым посредникам, предоставляя последним возможность инвестировать их в экономическое развитие страны и региона.

Анализ состояния доверия населения к экономическим институтам наглядно демонстрирует необходимость разработки социального механизма его повышения.

**Выводы и заключение.** Существующее на трех уровнях – макроуровне (институциональное доверие); мезоуровне (экономическое доверие), микроуровне (персонифицированное доверие) – доверие населения к экономическим институтам генерируется под воздействием трех групп факторов (макро-, мезо-и микрофакторов). Как показал проведенный анализ, в современной российской реальности, уровень доверия населения к экономическим институтам невысок, что эксплицирует потребность в создании и реализации социального механизма для его повышения. При создании такого механизма следует учитывать многоуровневость доверия населения и многофакторность его формирования.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Акерлоф, Дж. Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер ; пер. с англ. Д. Прияткина; под научн. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева. – Москва : ООО «Юнайтед Пресс», 2010. – 273 с. – ISBN 978-5-904522-33-9. – Текст: непосредственный.
2. Гужавина, Т. А. Доверие и его роль в модернизационном развитии региона / Т. А. Гужавина. – Текст: непосредственный // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 5 (35). – С. 156-172. – Библиогр.: с. 169-170
3. Давыденко, В. А. Системное доверие как фундаментальное условие функционирования и развития общества / В. А. Давыденко, Г. С. Ромашкин. – Текст: непосредственный // Научный потенциал регионов на службу модернизации. –Астрахань: АТСИ, 2011. – № 1 (1). – С. 166-172.
4. Дементьев, В. Е. Доверие – фактор функционирования и развития современной рыночной экономики / В. Е. Дементьев. – Текст: непосредственный // Российский экономический журнал – 2004. – № 8. – С. 46–65
5. Жилина, И. Ю. Доверие в экономике / И. Ю. Жилина. – Текст : непосредственный // Экономические и социальные проблемы России. – 2008. – № 1. – С. 84–120. – Библиогр.: с. 119-120
6. Ильина, С. А. Сущность категории «инвестиционный климат» и категории «инвестиционная привлекательность» / С. А. Ильина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2012. – №5. – С. 153-157
7. Кожина, Т. П. Институциональное доверие: региональный аспект / Т. П. Кожина. – Текст : непосредственный // Проблемы развития территории. – 2013. – № 3 (65). – С. 100-115. . – Библиогр.: С. 114-115.

**Elnikova G.A.**

Doctorate in Sociology  
Belgorod University of Cooperation, Economics and Law  
Russia, Belgorod

**Revenko N.V.**

Cand. hist. Sci.  
Belgorod University of Cooperation, Economics and Law  
Russia, Belgorod

**Tolstikov V.A.**

Cand. philos. Sci.  
Belgorod University of Cooperation, Economics and Law  
Russia, Belgorod  
nikovsky@inbox.ru

**SOCIAL TRUST AS A FACTOR IN SHAPING THE INVESTMENT CLIMATE**

One of the foundations of economic growth is investment, the nature, level and stability of which is determined by the investment climate prevailing in a country or region. The investment climate is a complex of socio-economic, social, cultural, organizational, legal and geographical factors that contribute or, conversely, impede the attraction of investments. A significant element and, at the same time, a factor in the formation of the investment climate is the confidence of the population in economic institutions. The purpose of the article is to analyze the confidence of the population in economic institutions and its impact on the formation of the investment climate. The methodological basis of the study was the work of domestic and foreign scientists, devoted, on the one hand, to the socio-economic problems of trust; on the other hand, the activities of financial intermediation institutions. The article uses the methods of functional and comparative analysis; data collection was carried out through questionnaires, in-depth interviews and analysis of statistical data. The work identified social factors that determine the formation of public confidence in economic institutions; analysis of the current state of public confidence in the economic sphere; social mechanisms of forming public confidence in economic institutions are identified. The study established the multilevel nature of public confidence in economic institutions and identified three groups of factors (macro-, meso- and microfactors) that influence the formation of public confidence. Given the multi-level nature of public confidence, social mechanisms are proposed to increase it in the economic sphere.

**Keywords:** socio-economic factors, confidence in the economy, investment, investment climate, financial intermediation institutions.

**Literature:**

1. Akerlof, Dzh. Spiritus Animalis, ili Kak chelovecheskaya psixologiya upravlyaet e`konomikoj i pochemu e`to vazhno dlya mirovogo kapitalizma / Dzh. Akerlof, R. Shiller ; per. s angl. D. Priyatkina; pod nauchn. red. A. Suvorova; vstup. st. S. Gurieva. – Moskva: OOO «Yunajted Press», 2010. – 273 s. – ISBN 978-5-904522-33-9. – Tekst : neposredstvenny`j.
2. Guzhavina, T. A. Doverie i ego rol` v modernizacionnom razvitii regiona / T. A. Guzhavina. – Tekst : neposredstvenny`j // E`konomicheskie i social`ny`e peremeny`: fakty`, tendencii, prognoz. – 2014. – № 5 (35). – S. 156-172. – Bibliogr.: s. 169-170
3. Davy`denko, V. A. Sistemnoe doverie kak fundamental`noe uslovie funkcionirovaniya i razvitiya obshhestva / V. A. Davy`denko, G. S. Romashkin. – Tekst : neposredstvenny`j // Nauchny`j potencial regionov na sluzhbu modernizacii. – Astraxan`: ATSI, 2011. – № 1 (1). – S. 166-172.
4. Dement`ev, V. E. Doverie – faktor funkcionirovaniya i razvitiya sovremennoj ry`nochnoj e`konomiki / V. E. Dement`ev. – Tekst : neposredstvenny`j // Rossijskij e`konomicheskij zhurnal – 2004. – № 8. – S. 46–65
5. Zhilina, I. Yu. Doverie v e`konomike / I. Yu. Zhilina. – Tekst : neposredstvenny`j // E`konomicheskie i social`ny`e problemy` Rossii. – 2008. – № 1. – S. 84–120. – Bibliogr.: s. 119-120
6. Il`ina, S. A. Sushhnost` kategorii «investicionny`j klimat» i kategorii «investicionnaya privlekatel`nost`» / S. A. Il`ina. – Tekst : neposredstvenny`j // Molodoj ucheny`j. – 2012. – №5. – S. 153-157
7. Kozhina, T. P. Institucional`noe doverie: regional`ny`j aspekt / T. P. Kozhina. – Tekst : neposredstvenny`j // Problemy` razvitiya territorii. – 2013. – № 3 (65). – S. 100-115. . – Bibliogr.: C. 114-115