

DOI: 10.17976/jpps/2017.01.06

НАСЕЛЕНИЕ И БИЗНЕС: ДЕФИЦИТ ДОВЕРИЯ, ЕГО ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

П.М. Козырева, А.И. Смирнов

КОЗЫРЕВА Полина Михайловна, доктор социологических наук, первый зам. директора Института социологии РАН, зав. центром лонгитюдных обследований Института социальной политики, Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики”. Для связи с автором: pkozyreva@isras.ru; **СМИРНОВ Александр Ильич**, доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела исследования динамики социальной адаптации, Институт социологии РАН. Для связи с автором: smir_al@bk.ru

Козырева П.М., Смирнов А.И. Население и бизнес: дефицит доверия, его причины и последствия. — Полис. Политические исследования. 2017. № 1. С. 53–69. DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.01.06>

Статья поступила в редакцию: 25.08.2016. Принята к печати: 22.10.2016

Аннотация. В статье анализируются проблемы, от решения которых во многом зависит повышение доверия между бизнесом и населением как одного из ключевых факторов формирования в стране благоприятной предпринимательской среды. Основное внимание уделяется исследованию проблем, сдерживающих рост доверия населения к малому и среднему бизнесу, который рассматривается в качестве главного средства, способного обеспечить экономический рост в условиях исчерпанности экспортно-сырьевой модели экономического развития. Анализ опирается на данные “Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)”. Исследование показало, что, несмотря на заметные позитивные сдвиги, отмеченные в последнее десятилетие, уровень доверия населения к частным предприятиям остается довольно низким, а их сотрудники меньше доверяют своему руководству, чем занятые в госсекторе. Дефицит доверия становится одной из причин низкой предпринимательской активности россиян, сохранения социальной напряженности в обществе, неприязненных отношений между бедными и богатыми. Экономический кризис, оказывая негативное влияние на повседневную жизнь граждан, их настроения, представления и установки, усугубляет ситуацию и создает дополнительные барьеры, препятствующие укреплению доверия между бизнесом и населением. Неудовлетворенность ходом реформ, озабоченность проблемами социального неравенства, своим бедственным положением обуславливают сохранение ориентации граждан на обеспечение ведущей роли государства в осуществлении социально-ориентированной экономической политики. В то же время государству не удается безболезненно для всех участников взаимодействия согласовывать интересы населения и бизнеса. Развитию бизнеса мешают отсутствие эффективных механизмов поддержки предпринимательства со стороны государства, частые изменения условий хозяйственной деятельности, ограниченность всевозможных ресурсов. Ощущая сильнейшее давление со стороны чиновников, правоохранителей, коррупционеров, бизнес старается отгородиться от общества. Одним из эффективных, но непопулярных пока в России путей укрепления доверия между населением и бизнесом выступает развитие социального предпринимательства. Нарастившая усилия по улучшению предпринимательского климата, важно не забывать о необходимости обеспечения сбалансированного сочетания рынка и государства, совершенствовании механизма государственного управления экономикой.

Ключевые слова: бизнес; государство; доверие; население; социальное взаимодействие; социальное неравенство; предпринимательство; рыночная экономика; экономический кризис.

Сегодня, когда Россия в очередной раз находится в тяжелой ситуации, столкнувшись с разного рода кризисными явлениями и их негативными последствиями, существенный интерес представляет изучение проблем, связанных с укреплением доверия в обществе. В сложившихся условиях вопрос о доверии — это во многом вопрос о повышении эффективности процессов социальной адаптации, осуществлении модернизации и оптимизации перехода к новой модели экономического развития, продвижении к более справедливому, разумно устроенному обществу, в котором люди имеют равные шансы реализовывать свои способности, получать доход, обеспечивающий достойную жизнь.

Немаловажное значение для преодоления кризисных явлений и решения сложных задач, которые позволяют сделать жизнь людей благополучной и счастливой, имеет повышение эффективности взаимодействия государства, бизнеса и населения на основе осуществления новых подходов к укреплению социального капитала, расширению сфер применения принципов социальной справедливости, доверия и взаимопомощи. На доверии формируются устойчивые и надежные социальные связи, укрепляющие общество, содействующие развитию интеграционных процессов и сглаживанию социально-экономических барьеров внутри общества. Без доверия невозможно добиться сплоченности общества, обеспечить его стабильное и устойчивое развитие. В ситуации качественных социальных изменений доверие выступает одним из инструментов адаптации участников социального взаимодействия к новым социальным реалиям. Оно подразумевает высокий уровень честности, ответственности и предсказуемости во взаимоотношениях [Фукуяма 2004: 52; Coleman 1988: 101]. Для достижения высокого уровня доверия, которое предполагает формирование обширных социальных сетей, необходим охват чрезвычайно широкого спектра социальных взаимодействий и формирование адекватной конфигурации идентичностей.

Взаимодействие государства, бизнеса и населения в решающей мере определяет развитие страны. Вместе с тем, как подчеркивает М.Г. Делягин, проблема гармонизации их интересов решается с большим трудом в силу того, что образы действия и краткосрочные интересы двух последних акторов различаются. Так, если бизнес стремится к эффективности, а именно к концентрации благ у наиболее успешных субъектов экономики и политики, то население тянется к справедливости — к более равномерному распределению благ. И, поскольку слишком последовательная реализация краткосрочных интересов одной из сторон ведет к катастрофе, государство призвано гармонизировать их ради долгосрочного успеха всего общества [Делягин 2008: 134]. При этом, опираясь на выводы А.В. Белянина и В.П. Зинченко, сделанные ими в ходе анализа экономических теорем Р. Коуза [Белянин, Зинченко 2010: 29-35], можно заметить, что чем четче гарантия прав собственности и чем меньше трансакционные издержки, т.е. издержки функционирования экономической системы — в частности, чем больше все участники взаимодействия доверяют друг другу, тем меньше необходимость в государственном регулировании.

В постсоветской России это противоречие приобрело острый характер, что выразилось в формировании широкого поля недоверия. Внимательно наблюдая за тем, как решительно и основательно бизнес завоевывал и укреплял свое “пространство”, большинство россиян стали относиться к нему с подозрением, воспринимать “как субъект, который снял основные ‘сливки’ реформ, в то время

как большинство населения оказалось в результате их проведения в проигрыше” [Собственность и бизнес... 2006: 382]. И сейчас, по прошествии двадцати пяти лет с начала реформ, уровень социальной ответственности российского бизнеса оценивается населением крайне противоречиво. Бизнес не воспринимается большинством населения как социально ответственный “субъект экономической жизни”, который ориентируется не только на собственные интересы, но и на интересы и ожидания общества. В то же время многие признают необходимость и полезность бизнеса, подчеркивая его роль в подъеме экономики, развитии промышленности и сельского хозяйства, создании новых рабочих мест, повышении качества и расширении ассортимента товаров и услуг и т.д.

Об этом говорят результаты разных социологических исследований. В ходе опроса, проведенного Фондом “Общественное мнение” в 2016 г., 42% россиян согласились с тем, что предпринимательство принесло стране больше пользы, чем вреда. Такая же доля опрошенных оценила его деятельность более критично, а остальные респонденты не смогли выразить определенное мнение¹. Согласно данным другого исследования, выполненного Левада-Центром в конце 2014 г., 48% россиян считают, что деятельность бизнесменов и предпринимателей идет на пользу России, тогда как 33% придерживаются противоположного мнения, а 19% вообще не знают, как оценивать их деятельность. При этом россияне обычно лучше относятся к малому и среднему бизнесу, чем к крупному². Если крупный бизнес ассоциируется в массовом сознании с доходами от продажи углеводородных и других природных ресурсов, которые должны принадлежать всему обществу, но которые обогащают только избранных, то малый и средний бизнес — с более честными и открытыми доходами от индивидуальной трудовой деятельности.

Мы попытались, опираясь на данные “Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ” (*RLMS-HSE*)³, проанализировать проблемы, которые во многом определяют уровень доверия населения к бизнесу в нынешних условиях. Изучение этих проблем помогает лучше понять, как население России относится к предпринимательству, в каком соотношении находятся их интересы и что мешает укреплению доверия между населением и бизнесом, которое рассматривается в качестве важнейшего фактора формирования в России благоприятной предпринимательской среды. Большой интерес представляют проблемы, связанные с созданием условий для развития малого и среднего бизнеса, возможности которого используются в России недостаточно. По данным Минэкономразвития РФ, в стране действует около 5,6 млн субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих занятость четверти экономически активного населения и создающих только 20% ВВП страны⁴.

¹ *Отношение к предпринимательству и предпринимателям*. 2016. Доступ: <http://fom.ru/Ekonomika/12735> (проверено 28.11.2016).

² *Общественное мнение* — 2014. 2014. М.: Левада-Центр. С. 110-111.

³ Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (*RLMS-HSE*) проводится Национальным исследовательским университетом “Высшая школа экономики” и ООО “Демоскоп” при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. См. сайты обследования *RLMS-HSE: Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ*. Доступ: <http://www.hse.ru/org/hse/rhms> (проверено 28.11.2016); *Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE*. URL: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rhms> (accessed 28.11.2016).

⁴ В Минэкономразвития оценили долю малого бизнеса в ВВП в 20%. — *Бюджет.ру*. Доступ: <http://bujet.ru/article/283292.php> (проверено 28.11.2016).

Согласно данным Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (*RLMS-HSE*), в конце 2015 г. крупным частным предприятиям в большей или меньшей степени доверяли 35,2% респондентов, тогда как не доверяли более чем в полтора раза меньше – 21,5%. И в то же время малым и средним частным предприятиям, несмотря на признание большей частью россиян важности их деятельности для развития экономики, доверяли только 23,9% опрошенных, не доверяли – 33,6% (см. табл. 1). Большинство остальных респондентов заняли промежуточную, нередко неясную позицию, полагая, что малому и среднему бизнесу в чем-то можно доверять, а в чем-то нет, равно как одним частным предприятиям можно доверять, а другим нельзя.

Таблица 1 (Table 1)

**Уровень доверия населения малым и средним частным предприятиям
(2006, 2012, 2015 гг.), %**
*Level of Public Trust Towards Small and Medium Private Enterprises,
(2006, 2012, 2015) per cent*

Уровень доверия	2006	2012	2015
Доверяют	18,3	21,4	23,9
И да, и нет	30,1	30,2	31,5
Не доверяют	34,7	32,5	33,6
Затруднились ответить	16,9	15,9	11,0

56

Сопоставление данных разных исследований убеждает, что для многих россиян признание необходимости и полезности бизнеса не стало достаточным основанием для выражения доверия к нему. Этим можно объяснить и то, что респонденты чаще отмечают полезность деятельности малого и среднего предпринимательства, но реже выражают доверие к нему, чем к крупному бизнесу. На формировании мнений сказывается понимание гражданами слабости, неразвитости малого и среднего бизнеса в России.

Доверие к малым и средним частным предприятиям практически не зависит (или очень мало зависит) от уровня образования, места проживания и материальной обеспеченности граждан, тогда как крупным частным предприятиям чаще доверяют более образованные и обеспеченные горожане. К малым и средним частным предприятиям доверие повысилось главным образом за счет наименее обеспеченных и образованных респондентов, которые ранее не могли четко выразить свою позицию, затрудняясь ответить на поставленный вопрос.

Анализ показал, что работники предприятий частного сектора меньше доверяют своему руководству, чем работники, занятые на государственных предприятиях (см. табл. 2). Частный сектор так и не смог радикально расширить свое влияние и далеко не всегда выдерживает конкуренцию с государственным сектором, а владельцы и руководители частных предприятий не смогли завоевать авторитет и широкое и глубокое доверие у работников. Как показывает практика, для того чтобы сделать предприятие успешным, недостаточно передать его в частную собственность. Не очень заметно и стремление бизнеса адекватно реагировать на запросы общества и по собственной инициативе,

без “подталкивания” и “подсказок” со стороны, демонстрировать социально ответственное поведение.

Таблица 2 (Table 2)

**Уровень доверия работников руководству государственных и частных предприятий
(2006, 2015 г.), %**

*Level of Employees' Trust Towards Management of State and Private Enterprises
(2006, 2015), per cent*

Уровень доверия	Государственные предприятия		Частные предприятия	
	2006	2015	2006	2015
Полностью доверяют	22,3	17,5	17,5	12,0
Скорее доверяют	45,4	54,3	41,5	51,3
И доверяют, и не доверяют	20,9	19,5	25,8	24,6
Скорее не доверяют	7,6	5,2	9,6	8,5
Совсем не доверяют	3,8	3,5	5,6	3,6

Россияне хотя и считают бизнес полезным, престижным и доходным занятием, обеспечивающим высокое положение в обществе, с трудом решаются на открытие предприятия или создание какого-либо иного собственного дела⁵. Это объясняется не только пониманием того, с какими трудностями придется столкнуться решившим заняться предпринимательством, но и с сохраняющимся недоверием к бизнесу и предпринимателям. По данным *RLMS-HSE*, только один из десяти взрослых россиян когда-нибудь пытался организовать собственное предприятие, начать свое дело, но сумели осуществить задуманное только менее половины из них. Чтобы добиться успеха, начинающий предприниматель должен обладать значительным объемом личностных качеств, включая предпринимательскую смелость, готовность к риску, упорство, настойчивость, целеустремленность, терпение.

Из-за недоверия к бизнесу и его представителям сохраняется высокий уровень социальной напряженности в обществе, неприязненных, а порой и враждебных отношений между бедными и богатыми. Как следует из рис. 1, в 2015 г. доля граждан, негативно оценивавших возможность достижения взаимопонимания и сотрудничества между бедными и богатыми в российском обществе, была намного больше, чем доля тех, кто придерживается противоположного мнения (39,5 против 23,4%).

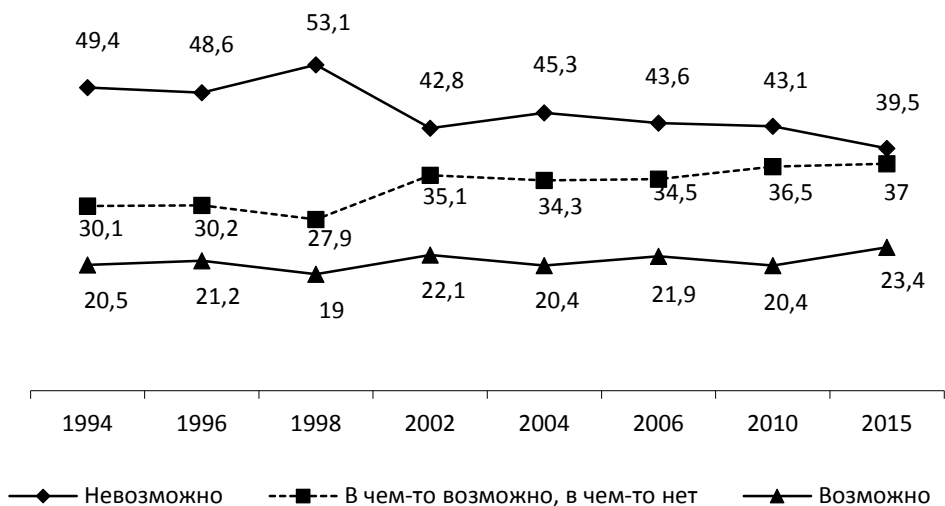
Как подчеркивает Л.Н. Овчарова, люди готовы мириться с неравенством в том случае, если человек работает больше других, приобрел богатый опыт профессиональной деятельности, обладает уникальными знаниями или незаурядными способностями [VII Гайдаровский форум... 2016]. Но к предпринимателям, как считает значительная часть граждан, это чаще всего не относится. Для россиян, переживших катастрофические 1990-е годы, предприниматель продолжает оставаться или циничным мошенником, или бездушным и жадным эксплуататором. На предпринимателей возлагается вина за глубокое неравенство, а происхождение и источники их доходов мало кого интересуют. Людей раздражают огромные доходы руководства крупных

⁵ Свой бизнес: сегодня и 25 лет назад. – Пресс-выпуск № 3115 от 30.05.2016. ВЦИОМ. Доступ: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115707> (проверено 28.11.2016).

частных компаний, которые, по имеющимся данным, лишь немного меньше баснословных доходов руководителей гигантских государственных корпораций [Яковенко 2016: 14-15]. Попытки российского бизнеса занять в обществе достойное место, взять на себя ответственность за решение важных общественных проблем остаются незамеченными большинством россиян.

Рисунок 1 (Figure 1)

Оценка возможности достижения взаимопонимания и сотрудничества между бедными и богатыми (1994-2015 гг.), %
 Estimate of Chance to Reach Mutual Understanding and Cooperation Between the Rich and the Poor (1994-2015), per cent



Примечание. Не приведены данные по позиции “затруднились ответить”.

Анализ результатов исследования выявил наличие тесной связи между уровнем доверия к бизнесу и оценками возможности достижения взаимопонимания и сотрудничества между бедными и богатыми, причем независимо от того, идет ли речь о доверии к крупным частным предприятиям или малым и средним частным предприятиям. Это иллюстрируют данные мониторинга, представленные в табл. 3.

Рассматривая данные, представленные в табл. 1-2 и рис. 1, нельзя не заметить, что за последние 10 лет отношение к бизнесу изменилось в лучшую сторону. С 2006 г. по 2015 г. доля респондентов, доверявших малым и средним частным предприятиям, увеличилась с 18,3 до 23,9%. Одновременно снизился накал неприязни по отношению к богатым. Если в середине и в конце 1990-х годов негативно оценивали возможность достижения взаимопонимания и сотрудничества между бедными и богатыми около половины опрошенных, то к концу 2015 г. их количество уменьшилось почти в полтора раза. Выросла также доля респондентов, придерживающихся компромиссной позиции “в чем-то возможно, в чем-то нет”. Данные табл. 2 показывают, что в то время, когда доля всех работников частных предприятий и организаций, доверяющих своему руководству, увеличилась, доля тех, кто доверяют руководителям полностью, сократилась.

Таблица 3 (Table 3)

Зависимость оценок возможности достижения взаимопонимания и сотрудничества между бедными и богатыми от уровня доверия к бизнесу, 2015 г., %
Dependence of the Estimate of Chance to Reach Mutual Understanding and Cooperation Between the Rich and the Poor on the Level of Trust Towards Business, 2015, per cent

Вариант оценки возможностей	Доверие к крупным частным предприятиям			Доверие к малым и средним частным предприятиям		
	Доверяют	И да, и нет	Не доверяют	Доверяют	И да, и нет	Не доверяют
Возможно	26,2	24,6	16,9	29,2	24,2	18,6
В чем-то возможно, в чем-то нет	37,0	36,3	35,5	36,4	37,5	35,4
Невозможно	33,8	36,7	45,4	31,6	35,7	43,7
Затруднились ответить	3,0	2,4	2,2	2,8	2,6	2,3

Не вызывает сомнений, что главной причиной роста доверия к бизнесу стали положительные изменения в деятельности самого бизнеса, повышение ответственности и добросовестности предпринимателей. Многие из них теперь работают по прозрачным, понятным всем правилам, превратились в законопослушных налогоплательщиков. Заметно выросло число успешных предприятий частного сектора в различных отраслях экономики, которые борются за доверие клиентов.

Вместе с тем для усиления доверия к бизнесу значимо повышение уровня адаптации населения к переменам постсоветского периода, рост адаптационной опытности и адаптационных возможностей россиян, что очень хорошо проявилось в период экономического кризиса 2008-2009 гг. [Козырева, Низамова, Смирнов 2013]. За 2006-2015 гг. доля респондентов, считающих, что они стали жить лучше, чем до реформ, которые начались в 1991 г., увеличилась более чем в полтора раза – с 20,8 до 34,5%, тогда как доля заметивших ухудшение жизни сократилась более чем вдвое – с 52,8 до 23,5%. Обращает на себя внимание существенное увеличение количества респондентов, затруднившихся ответить на этот вопрос (соответственно с 5,1 до 18,6%), что во многом объясняется возросшей нестабильностью, непостоянством условий жизни и неопределенностью личных и семейных жизненных перспектив в период обострения затянувшегося экономического кризиса. Многие россияне все еще не могут понять, временны ли эти трудности и когда стоит ожидать (и стоит ли ожидать вообще) улучшения своей жизни. За указанный период с 40,4 до 44,1% увеличилась доля россиян, которые хотели бы, чтобы их дети росли не в Советском Союзе, а в сегодняшней России, и в то же время с 43,3 до 37,1% уменьшилась доля граждан, занимающих противоположную позицию. Естественно, что эти тенденции накладывают отпечаток и на другие предпочтения и оценки, мировоззренческие позиции, выражаясь в ослаблении традиционализма и инерционных моментов при их формировании.

И все же массовое сознание остается расколотым по вопросу отношения к советскому и постсоветскому периодам российского общества. Ни одна из точек зрения не находит поддержки у значительного большинства граждан. Поэтому нередко высокий уровень недоверия населения к бизнесу объясняется не только его безответственным и узкокорыстным поведением,

раздражающим людей, но и сохраняющейся приверженностью значительной части населения идеалам советского общества и негативным отношением к рыночной экономике [О чем мечтают... 2013: 83-84]. Подобные аргументы кажутся особенно убедительными в кризисные периоды, когда жизнь людей становится тяжелой и число сторонников советского общества увеличивается. Симптоматичны в этом отношении данные Левада-Центра, показывающие, что если в межкризисном 2012 г. отдавали предпочтение экономике, основанной на государственном планировании и распределении, 49% опрошенных, то в начале 2016 г., когда россияне в полной мере ощутили всю серьезность негативных последствий экономического кризиса, их доля выросла до 52%. И одновременно с 36 до 26% сократилась доля сторонников рыночной экономики. Рекордно высокой оказалась доля респондентов, неспособных сделать выбор между государственным планированием и рынком (22%)⁶.

В кризисной ситуации было бы неверно не видеть усиление восприимчивости многих россиян к влиянию консервативных настроений. Возросшая в условиях нарастания кризисных явлений в экономике озабоченность широких слоев населения проблемами социально-экономического развития общества, сочетающаяся с разочарованием массовых групп в либеральных методах управления экономикой, обусловила усиление ностальгии по советскому прошлому. В кризисной обстановке выросло недовольство граждан, особенно беднейших слоев населения, государственными мероприятиями по перераспределению доходов. Распространены представления о том, что предлагаемые правительственными экономистами рецепты перехода к новой модели экономического развития не могут обеспечить выход из сложившейся ситуации и открыть путь к устойчивому экономическому росту. Но большинство граждан, выступающих против рыночной экономики, при выборе руководствуются другими, более приземленными мотивами. Чаше всего их не устраивают конкретные результаты экономических реформ, собственное положение в обществе, отсутствие реальных условий, позволяющих реализовать свои способности и добиться жизненного успеха, неясность собственных перспектив и будущего своих детей.

Анализ данных *RLMS-HSE* показал, что чем меньше респонденты удовлетворены своим материальным положением и жизнью в целом, чем ниже их положение на шкале материального благосостояния, тем выше у них ностальгия по советскому прошлому и тем меньше они доверяют бизнесу. Так, в 2015 г. среди респондентов, в большей или меньшей степени удовлетворенных своей жизнью, было почти в полтора раза больше, чем среди недовольных жизнью, лиц, доверяющих малым и средним частным предприятиям (27,9 против 19,7%), и заметно меньше тех, кто не доверяет им (30,4 против 38,3%). Примерно такой же оказалась зависимость уровня доверия крупным частным предприятиям от удовлетворенности респондентов своей жизнью (соответственно 38,8 против 30% и 19 против 25,8%). О зависимости доверия к бизнесу от оценок, характеризующих различные аспекты адаптированности россиян к условиям реформируемого общества, можно судить по данным, приведенным в табл. 4.

⁶ Предпочтительные модели экономической и политической систем. 2016. Доступ: <http://www.levada.ru/2016/02/17/predpochtitelnye-modeli-ekonomicheskoy-i-politicheskoy-sistem/> (проверено 28.11.2016).

Таблица 4 (Table 4)

Доверие / недоверие к бизнесу в зависимости от самооценки адаптации к условиям пореформенного общества, 2015 г., %
Trust / Distrust Towards Business Depending on the Self-estimate of Adaptation to the Conditions of Post-reform Society, 2015, per cent

Доверие / недоверие	По сравнению с советским периодом стали жить			Хотели бы, чтобы их дети росли	
	Лучше	В чем-то лучше, в чем-то нет	Хуже	Во времена Советского Союза	В сегодняшней России
Доверие к крупным частным предприятиям					
Доверяют	38,6	33,9	30,2	30,7	40,7
И да, и нет	35,8	33,3	31,9	31,4	35,7
Не доверяют	18,6	24,7	26,5	27,8	17,0
Затруднились ответить	7,0	8,1	11,4	10,1	6,6
Доверие к малым и средним частным предприятиям					
Доверяют	27,5	22,2	20,7	20,3	29,5
И да, и нет	32,9	33,2	29,3	29,2	33,9
Не доверяют	32,1	35,9	38,1	39,6	29,8
Затруднились ответить	7,5	8,7	11,9	10,9	6,8

В целом, как показывают результаты нашего и других социологических исследований [Анисимов 2013: 56-57], общественное сознание демонстрирует отсутствие консенсуса по вопросу результатов рыночных преобразований. Неудовлетворенность широких групп и слоев населения ходом реформ, их озабоченность проблемами социально-экономического неравенства, бедственным положением обуславливают сохранение преимущественной ориентации российских граждан на обеспечение ведущей роли государства в осуществлении социально-ориентированной экономической политики.

По данным *RLMS-HSE*, около 80% опрошенных россиян убеждены, что государство, а не рынок, должно устанавливать цены на продукты питания. Эту убежденность подкрепляет возросшее недовольство ростом цен на продовольствие, который наблюдается в последние годы. Согласно данным Минэкономразвития, за два года, прошедшие со времени введения Россией ответных санкций, продукты питания подорожали почти на треть – на 31,6%⁷. Перекос в сторону продовольственной инфляции, которого не наблюдалось во время предыдущих экономических кризисов, наиболее негативно отражается на малообеспеченных гражданах. Расходы на продукты питания составляют львиную долю доходов домохозяйств с достатком ниже среднего. Для того чтобы адаптироваться к росту цен и девальвации рубля, многие российские семьи вынуждены сокращать потребление базовых продуктов питания или же заменять их самыми дешевыми и, следовательно, некачественными аналогами.

Россиян не устраивает медицинское обслуживание, широкое распространение платных медицинских услуг и повышение цен на лекарства, что усили-

⁷ За два года санкций продукты подорожали на треть – Минэкономразвития. – *Ведомости*. 2 августа 2016. Доступ: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2016/08/02/651444-sanktsii-produkti> (проверено 28.11.2016).

вает поддержку государственного (бесплатного) медицинского обеспечения. Растет недовольство оптимизациями в сфере здравоохранения, сопровождающимися сокращением числа врачей, количества мест в стационарах, усложнением схем получения бесплатной медицинской помощи, что в конечном счете ведет к постепенному выдавливанию граждан из бесплатной системы медицинского обслуживания в платную. Не случайно с 2006 г. по 2015 г. доля респондентов, считающих, что медицинские услуги должно предоставлять только государство, а не частные организации, увеличилась с 59,8 до 66,1%.

Как и прежде, свыше половины опрошенных уверены, что только государственные организации должны обеспечивать население работой, строить дороги, школы, детские сады, поликлиники и выполнять другие функции, непосредственно затрагивающие интересы всех граждан. Около 40% россиян убеждены, что выполнение даже таких не особенно сложных, но ответственных работ, как организация вывоза мусора, можно доверять только государственным структурам.

Подавляющее большинство остальных респондентов придерживаются мнения, что перечисленные обязанности должны в равной мере выполнять государственные и частные организации или неважно, какие компании, лишь бы было обеспечено высокое качество работ. И только незначительное число опрошенных граждан (от 1 до 3%) отдают безусловный приоритет частным компаниям.

Население с большой долей недоверия относится не только к частным компаниям и их владельцам, но и к различным финансовым организациям, без которых невозможно представить функционирование не только рыночной, но и любой экономики. Вместе с тем уровень недоверия к ним постепенно снижается (см. табл. 5). Так, с 2006 г. по 2015 г. доля респондентов, доверяющих российским банкам, выросла с 29,8 до 36,4%, а доля опрошенных граждан, не доверяющих этим финансовым структурам, уменьшилась с 30,5 до 24,9%. За указанный период удельный вес респондентов, которые доверяют страховым компаниям, увеличился только с 16,4 до 19,1%, тогда как доля тех, кто не доверяет им, практически не изменилась.

Таблица 5 (Table 5)

**Уровень доверия населения банкам и страховым компаниям,
2006, 2015 гг., %**

Level of Public Trust Towards Banks and Insurance Companies, 2006, 2015, per cent

Уровень доверия	Российские банки		Страховые компании	
	2006	2015	2006	2015
Доверяют	29,8	36,4	16,4	19,1
И да, и нет	28,7	31,2	25,1	29,2
Не доверяют	30,5	24,9	40,1	40,2
Затруднились ответить	11,0	7,5	18,4	11,5

Уровень доверия населения финансовым организациям зависит, прежде всего, от их репутации. Известно, что хорошую репутацию невозможно приобрести за короткий срок, так же как невозможно и быстро избавиться от плохой репутации. В России репутационная составляющая доверия к отечественным банкам, страховым и другим подобным компаниям подорвана многочисленны-

ми скандалами, постоянно сотрясающими общество, которые нередко требуют от правительства принятия экстренных и решительных мер, направленных на нормализацию ситуации. Так, по данным Банка России, в 2015 г. под санацию попали 15 банков (в 2014 г. — 12), лицензий лишились 93 кредитных учреждения (в 2014 г. — 73). И, как полагает глава Сбербанка Г.О. Греф, процесс “очистки” банковского сектора продлится еще несколько лет⁸.

Как отмечают социологи, многие трудноразрешимые проблемы российской экономики, такие как недостаточное развитие малого и среднего бизнеса, слабость конкурентной среды, отсутствие серьезных сдвигов в преодолении сырьевого характера экономики, разросшаяся до огромных размеров коррупция, вызваны не только технологическими и экономическими, но и социокультурными причинами [Эфендиев, Балабанова, Гоголева 2010: 69]. Одна из таких причин — недостаток доверия в обществе, проявляющийся на разных уровнях социального взаимодействия.

Понять, каков уровень доверия в обществе в целом, насколько благоприятна социальная атмосфера для гармонизации взаимоотношений различных социальных субъектов, помогает обобщенное (генерализованное) доверие, демонстрирующее уровень доверия граждан по отношению к посторонним людям вообще. Обобщенное доверие состоит в том, что оно позволяет оценить, насколько распространена у граждан привычка к доверию. А привычка, как заметил Д. Юм, является “великим руководителем человеческой жизни” [Юм 1996: 38]. Обобщенное доверие дает возможность выяснить степень уверенности граждан в доброжелательности и искренности окружающих людей, их готовности вести себя ответственно и предсказуемо, добросовестно выполнять партнерские обязательства.

Анализ данных мониторинга, характеризующих динамику обобщенного доверия, убеждает, что россияне стали не только отчетливее осознать необходимость сплочения общества, но и лучше понимать друг друга. Как следует из табл. 6, количество россиян, считающих, что с незнакомыми людьми всегда надо быть осторожными, постоянно сокращается и растет число тех, кто полагает, что доверять или не доверять окружающим необходимо в зависимости от того, какими качествами они обладают, как себя ведут и от других сопутствующих обстоятельств. Что касается конкретных людей, групп населения, то россияне в наибольшей степени доверяют членам своей семьи (доверяют всем или большинству — соответственно 80 и 16,5%) и друзьям (соответственно 33,9 и 55,9%). Но в то же время гораздо меньше доверяют соседям (соответственно 13,4 и 51,5%) и людям, с которыми вместе работают (соответственно 11,9 и 42,3%).

Граждане, склонные доверять незнакомым людям, товарищам по работе, сослуживцам, чаще готовы доверять различным бизнес-структурам и финансовым организациям. Так, среди респондентов, полагающих, что большинству людей можно доверять, вдвое больше, лиц, доверяющих малым и средним частным предприятиям (41,9 против 19,2%), и в полтора раза больше тех, кто готов доверять крупным частным компаниям (43,8 против 31,2%), чем среди тех, кто считает, что с людьми надо быть всегда осторожными. Исходя

⁸ Греф заявил о масштабном банковском кризисе в России. 2016. — *Banki.ru*. Доступ: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=8452136> (дата обращения 14.03.2016).

из этого, можно предположить, что одна из причин отмеченного повышения доверия населения к малому и среднему бизнесу заключается в определенном повышении сплоченности общества, его консолидации, что находит выражение в сокращении числа россиян, не доверяющих посторонним людям. Хотя некоторые исследователи объясняют подобные тенденции (в частности, парадоксально высокий уровень доверия граждан различным институтам, несмотря на их низкую эффективность) “многомерной природой доверия” [Трофимова 2015: 130-131].

Таблица 6 (Table 6)

Динамика уровня доверия к другим людям, 2006-2015 гг., %
 Dynamics of the Level of Trust Towards Others, 2006-2015, per cent

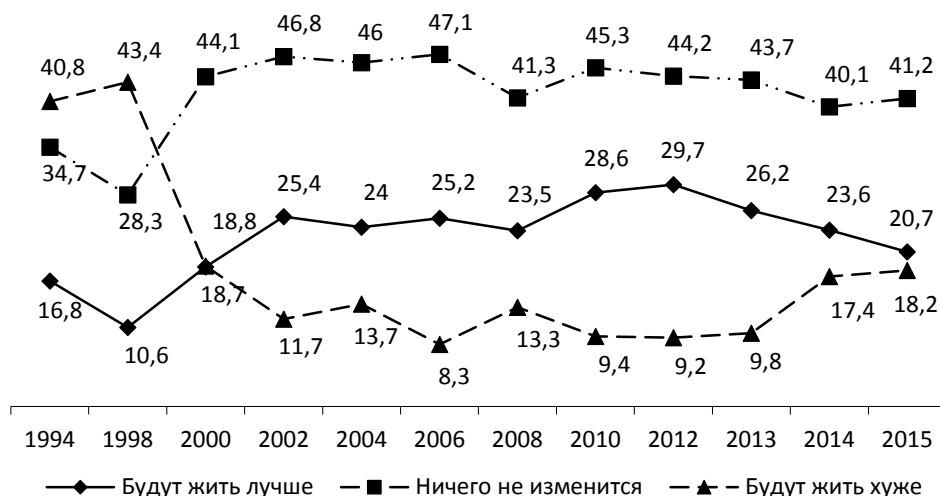
Уровень доверия	2006	2012	2013	2014	2015
Большинству людей можно доверять	15,3	15,7	19,7	18,0	15,3
С людьми всегда надо быть осторожным	56,0	46,0	42,7	42,6	40,5
И то, и другое, в зависимости от человека, условий	26,8	37,0	35,7	37,6	43,0
Затруднились ответить	1,9	1,3	1,9	1,8	1,2

Непростая социально-экономическая ситуация, сложившаяся в постсоветской России, мешает формированию условий, помогающих сделать прорыв в улучшении взаимоотношений между населением и бизнесом. Страна переживает уже третий за неполных два десятка лет экономический кризис. Однако сложность, структура и масштаб проблем, с которыми столкнулось российское общество, существенно отличаются от того, что наблюдалось в 1998 г. и 2008-2009 гг. Углубление экономического кризиса, принявшего затяжной характер, вызвало резкий рост инфляции и стремительное сокращение доходов населения, привело к снижению стандартов и качества жизни россиян. По данным *RLMS-HSE*, за 2014-2015 г. реальные доходы российских домохозяйств сократились на 6,5%, а ежемесячные расходы на продукты питания и непродовольственные товары упали на 8%.

В сложном положении оказались самые различные категории населения – от наемных работников до предпринимателей, от рядовых чиновников, служащих до руководителей учреждений и организаций. В обществе усилились тревожные настроения, опасения и страхи по поводу своего настоящего и будущего. За 2014-2015 гг. россиян, заметивших ухудшение материального положения своих семей, стало больше в два раза – с 16 до 31,2%, в то же время увеличение материального достатка отметило более чем в полтора раза меньше респондентов – 15,7 вместо 24,9%. За этот же период доля россиян, обеспокоенных тем, что не смогут обеспечить себя самым необходимым в ближайшие 12 месяцев, увеличилась с 64,7 до 67,4%. Одновременно, как следует из рис. 2, с 26,2 до 20,7% уменьшилась доля тех, кто полагают, что через 12 месяцев они и их семьи будут жить намного или немного лучше, чем сегодня, и вдвое выросла доля тех, кто ожидают ухудшения жизни (с 9,8 до 18,2%). Затронув не только экономику, но и все другие сферы, кризис обострил целый ряд негативных процессов и проблем, таких как бедность, социальное неравенство, безработица, преступность, коррупция и др.

Рисунок 2 (Figure 2)

Оценка россиянами личных и семейных жизненных перспектив (1994-2015 г.), %
Russians' Estimate of Private and Family Life Prospects (1994-2015), per cent



Примечание. Не приведены данные по позиции “затруднились ответить”.

Состояние неуверенности, неясности перспектив оказывает огромное давление не только на население, но и на бизнес. Неопределенность снижает инвестиционную активность предпринимателей и тормозит участие бизнеса в инновационной модернизации. Чем неопределеннее ситуация в экономике, тем четче проявляется стремление бизнеса избежать рисков, не делать долгосрочных вложений, сдерживать инвестиции в обновление основных фондов и ограничивать занятость. По этой причине в 2015 г. в промышленности сложилась парадоксальная ситуация. В обрабатывающем секторе прибыль выросла на 65%, в добывающих отраслях – на 13%, тогда как инвестиции в реальном выражении сократились почти на 10%⁹.

Государству не удается безболезненно для обеих сторон согласовывать интересы населения и бизнеса. Несмотря на свою значимость, бизнес, особенно малый, постоянно сталкивается с трудностями, сдерживающими его развитие. Речь идет, прежде всего, об отсутствии развитой инфраструктуры поддержки предпринимательства, неоправданно частых изменениях условий хозяйственной деятельности, ограниченности всевозможных ресурсов, чрезмерно высоком уровне риска и др. Сказывается инертность региональных и местных органов власти в развитии территорий, отсутствие реальных стимулов, подталкивающих их к развитию малого бизнеса на своих территориях.

Экономический кризис значительно усиливает эти трудности и создает новые препятствия, ограничивая возможности государства по поддержке бизнеса и населения, меняя потребительские привычки граждан. Если в период предыдущего кризиса бизнес ощущал серьезную поддержку со стороны потребительского рынка и значительного объема широкодоступных кредитов, то из-за сокращения реальных доходов населения, удорожания кредитов, экономической неопределенности и некоторых других причин такая ситуация стала невозможной. По

⁹ Сергеев М. 2016. Промышленности лучше не становится. – *Независимая газета*. 10.03. С. 3.

мере углубления экономического кризиса все больше людей стали перетекать из категории активных потребителей в разряд вынужденных покупателей.

Опираясь на собственный опыт и опыт товарищей по бизнесу, многие предприниматели крайне пессимистично оценивают перспективы позитивных изменений в условиях для развития предпринимательства в ближайшее время. В этом их убеждает, в частности, не снижающийся поток злоупотреблений чиновников своими полномочиями, необоснованность проверок и многочисленные нарушения в ходе их проведения, огромные масштабы всевозможных штрафов и “неофициальных” поборов, отсутствие реальных шагов по декриминализации экономических преступлений, недостаток дешевых кредитов, постоянное увеличение тарифов на услуги жилищно-коммунального хозяйства и арендных платежей, рост налоговой нагрузки вопреки постоянным обещаниям властей не наращивать налоговое бремя, проведение наступательной и агрессивной политики, повышающей собираемость налогов. Многочисленные конфликты, возникающие на этой почве, препятствуют формированию в России благоприятной бизнес-среды.

Оказывается, что государство, принимая масштабные программы по поддержке предпринимательства, одновременно применяет к нему требования, “убивающие” желание заниматься бизнесом, а общество оказывается в стороне от решения возникающих проблем. Решения, принимаемые ограниченным числом лиц, без участия широкого круга специалистов и общественности, часто оказываются далекими от оптимальных, поскольку не столько помогают, сколько мешают заниматься предпринимательской деятельностью. В проигрыше остаются не только предприниматели, но и население страны. А если следовать известной формуле В. Парето, оптимальным может быть только такое решение, которое никому не причиняет убытков и которое приносит хотя бы некоторым людям пользу. Как справедливо замечают исследователи, раздражение бизнеса, вызванное действиями чиновников, правоохранителей и коррупционеров, трансформируется в негативистское отношение предпринимателей к социальным нуждам страны. Они “скорее отгораживаются от общества, чем стремятся к диалогу с ним” [Богатуров 2011: 15].

Выполнение социальных обязательств, взятых на себя нынешней властью, требует колоссальных усилий и огромных финансовых средств. Акценты в деятельности органов государственного управления и распределении ресурсов смещаются в сторону достижения продекларированных целей, нередко даже в ущерб решению актуальных экономических задач, связанных с переходом к новой модели экономического развития и улучшением предпринимательского климата. Ситуация, сдерживающая экономическое развитие, не может считаться нормальной. Но осознание важности преодоления подобных перекосов вовсе не означает, что если страна столкнулась с жестким экономическим кризисом, нужно отказываться от выполнения обещанного и снижать уровень благосостояния населения, усиливая тем самым дестабилизирующие факторы. Несмотря на все трудности, необходимо поддерживать бизнес, поощрять его стремление к расширению производства и повышению эффективности предпринимательской деятельности, но в то же время создавать условия для более справедливого распределения ресурсов и сокращения социального неравенства. Последнее обстоятельство крайне важно именно сегодня, поскольку в сложных экономических условиях, когда реальные доходы населения сокращаются, обостряется проблема справедливого распре-

деления благ. Это объясняется прежде всего тем, что в подобных ситуациях глубокое неравенство становится причиной роста социальной напряженности и общественно-политической нестабильности.

Одним из эффективных, но непопулярных пока в России путей укрепления доверия населения к бизнесу является развитие социального предпринимательства, которое постоянно сталкивается с многочисленными барьерами, мешающими выполнению взятой им на себя миссии. Речь идет о таких труднопреодолимых препятствиях, как отсутствие дружеской институциональной среды и информационной поддержки, инертность и заскорузлость мышления чиновников, равнодушие окружающих, подозревающих социальных предпринимателей в своекорыстии, изворотливости и не желающих оказывать им сильное содействие и др. Наличие большого количества нерешенных проблем можно объяснить относительной новизной этого явления, а также медленным формированием социального запроса на ответственность бизнеса в постсоветской России, с одной стороны, и слабой готовностью населения поддерживать различные социальные проекты, с другой стороны. Крайне низкой остается активность россиян, направленная на создание некоммерческих организаций для целенаправленного решения конкретных социальных проблем.

Таким образом, к числу важнейших проблем развития российского общества относится повышение авторитета основных рыночных структур, олицетворяющих перемены в экономической сфере, весомости частного предпринимательства, без которого не удастся вытащить страну из затяжного кризиса. Даже неспециалисты все отчетливее понимают, что предпринимательство (прежде всего малый и средний бизнес) — самый мощный драйвер экономического роста, незадействованный до сих пор в полную силу. Очевидно, что низкий уровень доверия к крупным частным компаниям и организациям, среднему и малому бизнесу, негативно сказывается на экономическом поведении населения, сковывает действия властей и бизнес-сообщества по повышению эффективности экономических преобразований, тормозит социально-экономическое развитие страны.

Но в то же время важно отметить, что, прилагая усилия по улучшению предпринимательского климата, повышению авторитета бизнес-структур, не стоит забывать о целесообразности разумного, сбалансированного сочетания рынка и государственного регулирования экономики. Сегодня, когда в полный рост встала проблема адаптации экономики к новым реалиям, стало еще понятнее, что без государства осуществить планы, стоящие перед российской экономикой, очень сложно или просто невозможно. Государство в отличие от бизнеса, который в обстановке неопределенности обычно проявляет повышенную осторожность и не любит больших рисков, готово инвестировать и способно реализовывать крупномасштабные экономические и социальные проекты. Что касается бизнеса, то он на деле должен стать активным и полноправным участником дальнейших преобразований. А это предполагает более эффективные меры, направленные на повышение доверия между бизнесом и государством, бизнесом и населением, чтобы развернуть их лицом друг к другу.

VII Гайдаровский форум. Экспертная дискуссия «Россия в кризисе: политические риски 2016 года». 2016. Доступ: http://wciom.ru/nauka_i_obrazovanie/conferences/vii_gaidarovskii_forum_2016 (проверено 28.11.2016).

Анисимов Р.И. 2016. Трансформация экономической составляющей жизненного мира (конец 1980-х — середина 2010-х гг.). — *Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х — середина 2010-х гг.)*. Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: ЦСП и М. С. 51-68.

Белянин А.В., Зинченко В.П. 2010. *Доверие в экономике и общественной жизни*. М.: Фонд “Либеральная миссия”. 164 с.

Богатуров А.Д. 2011. Понятие экономической политологии и особенности ее проблемного поля в России. – *Полис. Политические исследования*. № 4. С. 8-19.

Делягин М.Г. 2008. Государство между народом и бизнесом. – *Полис. Политические исследования*. № 3. С. 134-147.

Козырева П.М., Низамова А.Э., Смирнов А.И. 2013. *Ресурсы и практики социально-экономической адаптации населения России*. М.: Новый хронограф. 328 с.

О чем мечтают россияне: идеал и реальность. Под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. 2013. М.: Весь Мир. 400 с.

Собственность и бизнес в жизни и восприятии россиян. 2006. М.: Наука. 392 с.

Трофимова И. Н. 2015. Доверие общественным и политическим институтам. – *Российское общество и вызовы времени*. Книга вторая. Отв. ред. Горшков М.К., Петухов В.В. М.: Весь Мир. 432 с.

Фукуяма Ф. 2004. *Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию*. Пер. с англ. М.: АСТ; Ермак. 730 с.

Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Гоголева А.С. 2010. Социальная организация российского бизнеса сквозь призму социальных механизмов трудоустройства. – *Мир России*. № 4. С. 69-103.

Юм Д. 1996. *Исследование о человеческом познании*. Соч. в 2 т. Т. 2. М.: Мысль. С. 5-169.

Яковенко Д. 2016. Известный банкир и сельский врач. – *Эксперт*. № 9. С. 13-17.

Coleman J. 1988. Social Capital in The Creation of Human Capital. – *American Journal of Sociology*. Vol. 94. P. 95-120.

DOI: 10.17976/jpps/2017.01.06

BUSINESS AND THE POPULATION: A LACK OF TRUST – REASONS AND CONSEQUENCES

P.M. Kozyreva¹, A.I. Smirnov¹

¹*Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russia*

KOZYREVA Polina Mikhailovna, Dr. Sci. (Soc.), First Deputy Director of the Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, Head of the Center for Longitudinal Studies at the Institute for Social Policy of the National Research University Higher School of Economics. Email pkozyreva@isras.ru; SMIRNOV Aleksandr Il'ich, Dr. Sci. (Soc.), Senior Researcher, Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences. Email: smir_al@bk.ru

Kozyreva P.M., Smirnov A.I. Business and the Population: A Lack of Trust – Reasons and Consequences. – *Polis. Political Studies*. 2017. No. 1. P. 53-69. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.01.06>

Received: 25.08.2016. Accepted: 22.10.2016

Abstract. This article analyzes issues, the solutions for which distinctly correlate with the increase of trust between business and the population, this being one of the key factors for developing a positive entrepreneurial environment in our country. The main focus is studying problems which hamper the increase of trust between the population and small / medium business, the latter being the main means capable of insuring economic growth given the conditions when the raw materials export model of our economic development has been completely exhausted. Analysis is based upon the data from the “Russia Longitudinal Monitoring Survey of HSE” (RLMS-HSE). The study revealed that, despite there being significant positive shifts in the last ten years, the level of the public’s trust towards private enterprises still remains quite low, while their employees display less trust towards their management compared to those who are employed in the state sector. Lack of trust is becoming one of the reasons for a low level of entrepreneurial activity among Russians, retaining social tension in our society, as well as hostile relations between the rich and the poor. The economic crisis, which has a negative effect on citizens’ everyday life,

as well as their attitudes, views and values, worsens the situation, while creating additional barriers which hamper the fortification of trust between business and the population. Dissatisfaction with the course of reforms, while being concerned with social inequality and their own state of poverty, causes citizens to stay inclined towards considering that the government should assume the main role in implementing a socially oriented economic policy. At the same time the government is not able to negotiate the population's and business' interests in a manner which is painless for all those involved in interaction. Business' development is hampered by a lack of effective instruments for supporting entrepreneurship on behalf of the government, as well as frequent changes in the conditions of economic activity and restricted access to various resources. While enduring massive pressure on behalf of government officials, law enforcement and corrupt officials, business is inclined to isolate itself from society. One effective, if not particularly popular in Russia, way of increasing trust between the population and business appears to be the development of social enterprises. While increasing the effort put into improving the entrepreneurial climate, it is crucial not to forget the need to provide a balanced conjuncture between the marketplace and the state, as well as to perfect the government economic management mechanism.

Keywords: business; government; trust; population; social interaction; social inequality; entrepreneurship; market economy; economic crisis.

References

Anisimov R.I. Transformacija jekonomicheskoy sostavljajushhej zhiznennogo mira (konec 1980-h – sredina 2010-h gg.) [The Transformation of the Economic Component of the Life-world (late 1980s – mid 2010s.).] – *Zhiznennyj mir rossijan: 25 let spustja (konec 1980-h – sredina 2010-h gg.)*. Pod red. Zh. T. Toshchenko [Life World of Russians: 25 Years Later (Late 1980s – Mid 2010s.): Ed. by J. Toshchenko]. Moscow: CSP i M. 2016. P. 51-68. (In Russ.)

Beljanin A.V., Zinchenko V.P. *Doverie v jekonomike i obshhestvennoj zhizni* [Trust in Economics and Social Life]. Moscow: Liberal Mission Foundation. 2010. 164 p. (In Russ.)

Bogaturov A.D. Conception of Economic Political Science and Specificities of its Subject Field in Russia. – *Polis. Political Studies*. 2011. No. 4. P. 8-19. (In Russ.)

Coleman J. Social Capital in The Creation of Human Capital. – *American Journal of Sociology*. 1998. Vol. 94. P. 95-120.

Delyagin M.G. The State between People and Business. – *Polis. Political Studies*. 2008. No. 3. P. 134-147. (In Russ.)

Efendiev A.G., Balabanova E.S., Gogleva A.S. Social Organization of Russian Business through Social Mechanisms of Job Placement. – *Mir Rossii*. 2010. No. 4. P. 69-103. (In Russ.)

Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. (Russ. ed.: Fukujama F. *Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniju*. Moscow: AST; Ermak. 2004. 730 p.)

Hume D. An Enquiry concerning Human Understanding. (Russ. ed.: Yum. D. *Issledovanie o chelovecheskom poznanii*. Soch. v. 2 T. T. 2. Moscow: Mysl. 1996. P. 5-169).

Jakovenko D. The Well-known Banker and the Village Doctor. – *Expert*. 2016. No. 9. P. 13-17. (In Russ.)

Kozyreva P.M., Nizamova A.Je., Smirnov A.I. *Resursy i praktiki social'no-jekonomicheskoy adaptacii nasele-nija Rossii* [Resources and Practice of Socio-economic Adaptation of the Population of Russia]. Moscow: Novyj hronograf. 2013. 328 p. (In Russ.)

O chem mechtajut rossijane: ideal i real'nost' [What Russians Dream About: the Ideal and the Reality]. Ed. by M.K. Gorshkov, R. Krumm, N.E. Tihonova. Moscow: Ves' Mir. 2013. 400 p.

Sobstvennost' i biznes v zhizni i vospriyatii rossijan [Property and Business Life and the Perception of Russians]. Moscow: Nauka. 2006. 392 p. (In Russ.)

Trofimova I.N. *Doverie obshhestvennym i politicheskim institutam* [Confidence in Public and Political Institutions]. – *Rossijskoe obshhestvo i vyzovy vremeni*. Kniga 2. Pod. red. M.K. Gorshkov, V.V. Petuhov [Russian Society and Challenges of the Time. Book Two. Ed. by M.K. Gorshkov, V.V. Petuhov]. Moscow: Ves Mir. 2015. 432 p. (In Russ.)

VII Gaidar Forum. Panel Discussion “Russia is in Crisis: Political Risks 2016”. 2016. (In Russ.) URL: http://wciom.ru/nauka_i_obrazovanie/conferences/vii_gaidarovskii_forum_2016 (accessed 28.11.2016).