

ОБЗОРЫ

ДОВЕРИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ, СОЦИОЛОГИИ И МЕНЕДЖМЕНТЕ

Ю. В. ВЕСЕЛОВ

Факультет социологии СПбГУ

А. А. ЛИПАТОВ

кандидат экономических наук

В социологии, психологии, экономике и менеджменте уже многое сделано для изучения феномена доверия. В данной статье рассматриваются методологические основания исследования доверия: институциональный подход в теории новой институциональной экономики, сетевой метод новой экономической социологии и концепция трансакционных и социальных издержек в применении к исследованию доверия в организации. Также рассмотрены теоретические дискуссии о доверии, ведущиеся между социологами и экономистами. Авторами сделана попытка охарактеризовать природу и сущность доверия в организации, его структурные компоненты и связи с социальными отношениями обмена внутри организации.

Ключевые слова: доверие, организационное доверие, объяснительные модели, социальный обмен, социальные издержки.

Предметом работы является внутрифирменное доверие, или доверие внутри организации. Это доверие сотрудников организации друг другу, доверие менеджеров и персонала, доверие сотрудников самой организации. На основе анализа ставших уже классическими теоретических концепций доверия в экономике, социологии и менеджменте предпринята попытка раскрыть природу организационного доверия. Для этого нами рассматриваются институциональный подход к исследованию до-

верия в теории новой институциональной экономики (см. работы О. Уильямсона), сетевой метод новой экономической социологии (см. работы М. Грановеттера), подходы теории социального обмена (см. работы Дж. Хоманса и П. Блау), а также концепции трансакционных и социальных издержек (см. работы Р. Коуза). С их помощью мы охарактеризуем функциональное назначение доверия в организации. Доверие акционеров менеджменту компании, доверие потребителей продукции

фирмы, доверие поставщиков компании, доверие между организациями и другие виды доверия являются интересной, но отдельной темой и не входят в круг задач нашего исследования (подробнее об этом см., напр.: [Дементьев, 2004; Корнаи, 2003; Ляско, 2003; Тарр, 2002; Adams, 2014]).

Определение доверия в организации

Доверие — весьма сложный и многогранный феномен, оно не существует в одном виде, всегда различное в разных ситуациях. Доверие может быть основано как на чувстве (в [Белянин, 2013] доверие определяется так: «...Это внутреннее чувство, выражающееся в том, что человек может идентифицировать интересы другого человека со своими собственными. Иными словами, если я кому-то доверяю, я могу полагаться на него, как на себя самого»), так и на расчете; может быть определено верой (до-верие) и уверенностью, основанной на знании. Доверие существует как индивидуальный феномен, зависящий от характера личности, и как социальная конструкция, создающаяся в социальных группах и организациях.

Доверие как отдельная категория появилась в научном дискурсе экономики, социологии и менеджмента не так давно, примерно 30–40 лет назад. Во времена классической социологии начала XX в. и неоклассической экономической науки никакого доверия как проблемы и определенной области исследования не существовало. Теперь доверие, как это ни странно, захватывает не только поле науки, но и все пространство общественного сознания и вытесняет (в паре с категорией «справедливость») все остальные моральные категории. Вера, надежда, любовь, благорасположение, дружба — все это отправлено на периферию общественного сознания [Веселов, 2011, с. 226–228; Липатов и др., 2015, с. 39–50]. Доверие в повседневном сознании нечетко определено и частично мифологизировано. Например, все интуитив-

но понимают, что доверие — это хорошо, а недоверие — плохо. Так работает сконструированный в нашем обществе миф о доверии, что оно абсолютно положительное благо. Но как объяснить то, что психологи учат людей именно недоверию? Или то, что любая эффективная организация формирует не максимально возможный уровень доверия, а оптимальный, и что существует необходимый институционализированный вид недоверия — контроль, учет и систематические проверки? Причем на разных уровнях организации требуется свой уровень оптимального доверия. И не только в рамках фирмы, но и на уровне общества необходимо институционализированное недоверие — например, разделение законодательной, исполнительной и судебной власти в демократически сформированной политической системе. И даже для человека в его повседневной жизни необходим определенный баланс доверия и недоверия, абсолютно доверяющий всем без разбора человек подвергает свою жизнь и других людей опасности. «Слепое» доверие техническим системам наиболее опасно, оно может обернуться катастрофой.

Рассмотрим определения доверия в современной науке. Английский социолог Э. Гидденс считает, что доверие — это уверенность (confidence) в надежности человека или системы по отношению к определенному ряду событий или явлений [Giddens, 1990, p. 34]. Н. Луман и П. Штомпка обращают внимание на то, что доверие связано с неопределенностью событий, полный контроль над ситуацией не требует доверия, и тогда доверие — это вероятностная категория, т. е. ставка на то, как другие поведут себя в будущем [Luhmann, 1988; Sztompka, 1999, p. 75]. Когда мы рассматриваем организационное доверие, то должны понимать, что речь идет не просто о вере другому человеку или уверенности в надежности организационной или технической системы или об устойчивости социального института — предполагается перераспределение функций, ответственности и передача полномочий от одного

лица другому (или группе лиц, или другой организации). Ролевую конструкцию доверия в системе перераспределения функций лучше всего помогает понять социологическая теория рационального выбора Дж. Коулмана. Доверие — это реципрокное (взаимное) отношение, в нем выделяется роль доверителя (“trustor”) и доверенного лица (“trustee”) [Coleman, 1990, p. 91]. Доверитель передает доверяемому лицу некоторые функции, полномочия или права, а тот, в свою очередь, соглашается принять оказываемое ему доверие, выполняет те функции, которые ему переданы, и сам доверяет теперь уже доверителю, например, будущую оплату выполненных работ. В более развернутой форме в теории менеджмента эта концепция представлена в работах Р. Харли (так называемая модель ДТМ — “decision to trust model” [Hurley, 2012, p. 25]).

Между доверителем и доверенными лицами могут возникать определенные посредники. Часто покупателю на рынке недвижимости, например, сложно доверять продавцу — слишком большая асимметрия доступной информации, а продавец тоже иногда подозревает обман, ведь он не уверен в том, что получит свою сумму денег; тогда для установления взаимного доверия на сцену выходит посредник — риэлтер или агентство недвижимости, они выполняют эту нелегкую функцию установления взаимного доверия в рамках конкретной сделки, по сути, за это и получают свой процент (хотя и не только за это). Доверие может быть передано от одного лица другим лицам: например, когда между руководителями компаний установлено доверие, то и сотрудники компаний начинают в большей степени доверять друг другу.

Доверие — типичное социальное отношение, как это предполагается в социологической теории действия Вебера, здесь есть: (а) рациональный смысл действия; (б) взаимная ориентация на другого. Вот как Дж. Коулман определяет отличие социологической теории рационального выбора от экономической: у экономистов ин-

дивид максимизирует полезность, устанавливая контроль над ресурсом или благом; у социологов достижение полезности возможно и путем отказа от контроля над благом или ресурсом [Коулман, 2004, с. 163]. Однако теперь и экономисты признают также полезность отказа контроля над благом. Действительно, например, индивидуальный предприниматель может выполнять все функции сам, но, создавая фирму, он передает сотрудникам часть своих функций и контроль над своими ресурсами, максимизируя при этом полезность за счет разделения труда. Получается, что разделение труда внутри фирмы — это не только кооперация и сотрудничество (по типу органической солидарности), но еще и доверие. Без установленных правил доверия никакое разделение функций невозможно. Как видим, передать часть полномочий выгодно, и тогда доверие оказывается оправдано не только социально, но и экономически. Доверие, таким образом, не только «приятное дополнение» (“nice to have”, как часто пишут в англоязычной литературе о доверии), но и просто необходимое условие внутрифирменной организации.

В чем же отличие организационного доверия от социального доверия? В организации доверие частичное, оно не имеет полного характера, как, например, доверие ребенка своим родителям в рамках семьи. Организационное доверие функционально, т. е. касается только какой-либо одной функции. Например, работодатель доверяет работнику выполнение определенной трудовой функции, а работник доверяет работодателю своевременную и полную оплату своего труда, их отношения основаны на соблюдении своего интереса и своей выгоды, хотя вполне могут носить и дружественный характер. Но ни один из них не доверяет другому свою жизнь и судьбу. Как правило, организационное доверие имеет меньшую нормативную социальную длительность: если со своими родителями человек связан отношением доверия всю жизнь, то организационное

доверие обычно не предполагает пожизненного найма (как до недавнего времени было в Японии) и длительной фазы доверия. В организационном доверии можно выделить следующие структурные компоненты: внутрифирменное доверие (между работниками организации, между руководством и подчиненными и т. д.); межфирменное (между организацией и ее контрагентами, партнерскими организациями, между фирмой и потребителями ее продукции и т. д.); корпоративное (между акционерами и советом директоров и т. д.).

Как организационное, так и социальное доверие — это процесс, органическая система (по типу функционирования живого организма), а не раз и навсегда установленная конструкция. Мы не просто выстраиваем доверие (как возводится здание), а всегда производим и воспроизводим доверие в каждый момент своего действия. Причем доверие кумулятивно, т. е. способно накапливаться, и имеет эластичность. Поэтому его часто включают в то, что в социологии П. Бурдье получило название социального капитала. Согласно одной голландской поговорке (“Trust comes on foot but leaves on a horseback”) доверие медленно создается и накапливается, но быстро разрушается. Однако в реальности дело обстоит не совсем так. Действительно, доверие постепенно накапливается в повторяющихся социальных отношениях (например, доверие работника своей компании), но если случается некоторое внезапное потрясение и нарушение доверительных отношений, то капитал доверия не исчезает в один момент, работник все же продолжает доверять своей компании до тех пор, пока лимит доверия не исчерпан. Вот тогда уже доверие разрушается основательно и восстановить его заново (в англоязычной литературе принят термин “to repair trust”) будет гораздо сложнее. Хотя и в этом случае нетронутым остается институциональное доверие, например доверие бизнесу или экономике и ее институтам.

В зарубежной и отечественной литературе в области менеджмента и экономики

уже сделаны определенные шаги в разработке теории доверия в организации (см., напр.: [Шо, 2000; Хиггинс, 2005; Solomon, Flores, 2001; Starnes, Truhon, McCarthy, 2009; Hope-Hailey, Kelliher, Farndale, 2010; Dietz, Gillespie, 2012; Kramer, Pittinsky, 2012]; среди отечественной литературы отметим работы [Яхонтова, 2004; Гордеева и др., 2008; Гудков, 2012; Мильнер, 2012; Купрейченко, Мерсиянова, 2013]).

Со своей стороны предложим следующее определение внутрифирменного (организационного) доверия. Внутрифирменное (организационное) доверие — это:

- 1) рациональное ожидание сотрудников компании ответственного, честного, благожелательного, компетентного (адекватно ситуации) поведения коллег и/или руководителей в ситуации свободы принятия решений и отсутствия полного контроля действий для достижения общих целей компании; причем доверие для доверяющего означает в условиях неопределенности и риска быть открытым (а точнее, “to be vulnerable” — уязвимым) по отношению к тому, кому оказано доверие [DeSteno, 2014], не использовать механизмов защиты и контроля; доверие для доверенного лица означает принять условия, налагаемые доверителем, и проявить ответственность по отношению к нему;
- 2) уверенность сотрудников в надежном, устойчивом положении компании и благоприятном отношении компании (или ее подразделений) к ним и к их деятельности.

Далее рассмотрим, какие теоретические модели объяснения доверия существуют в экономике, менеджменте и социальной науке.

Объяснительные модели доверия в экономической науке: институциональный подход

В чем состоят теоретические основания возникновения доверия в экономической науке? В неоклассической экономической

науке ситуация доверия/недоверия вообще не рассматривается. Таковы допущения ее теоретической модели действия: все экономические агенты обладают одинаковой полнотой информации (самая важная — информация о ценах); лично экономические агенты друг друга не знают, значит, и репутация не имеет значения; агенты ведут себя строго рационально, исходя из критерия эффективности, и ситуация по своим условиям определена (роли продавца и покупателя ясны, каждый знает, в чем его благо, и процесс обмена в рыночной экономике понятен), мотивом действия каждого является максимизация полезности в условиях ограниченности ресурсов. Интересно, что под ограниченностью ресурсов имплицитно понимается ограниченность денежных средств, а физическая ограниченность ресурсов (например, истощаемость природных ресурсов) зачастую не учитывается. Моральная плоскость экономического действия не предполагает, что какой-либо экономический агент способен на обман: в классической английской политической экономии люди ведут себя «по-джентльменски» (“gentlemanly”). Тогда действительно, зачем в условиях полной определенности и контроля, вне делегирования полномочий и вне отношений «агент — принципал» ситуация доверия? Однако сами неоклассические экономисты уже в конце XIX в. понимали, что такая модель экономического действия представляет существенное упрощение. Например, уже у А. Маршалла в работе «*Принципы экономики*» (1890 г.) появляется попытка трактовать доверие как экономический институт. Он пишет: «...Современные методы торговли включают в себя вошедший в привычку принцип доверия, с одной стороны, а с другой — способность противостоять искушению обманывать...» [Маршалл, 1993, т. 1, с. 83]. Весьма схоже с точкой зрения представителя институционализма Т. Веблена [Веблен, 2016], согласно которому институт — привычка мышления, и тогда доверие — это институт (привычка) экономического действия.

Ф. Найт в работе «*Риск, неопределенность и прибыль*» (1921 г.) вводит в понятие экономического действия неопределенность. Если риск — это ситуация вероятностная, что называется, просчитанная опасность, то неопределенность — это то, что вообще невозможно предвидеть и предусмотреть (см.: [Найт, 1994, с. 26]). Именно неопределенность является основой предпринимательской прибыли, как утверждал Найт в противовес идее о том, что прибыль — это просто процент на капитал. Но риск и неопределенность обязательно выдвигают вопрос о доверии, и спустя полвека Н. Луман в 1970-х гг. будет утверждать, что доверие — это решение проблемы риска.

В свою очередь, К. Эрроу одним из первых в экономической литературе поставил под сомнение тезис о полной и одинаковой информированности экономических агентов (это как раз частный случай равновесия информации), напротив, общим случаем является асимметричное распределение информации в сделке [Эрроу, 1994]. Это открывает возможность манипулирования информацией или просто обмана, но тогда возникает и вопрос о доверии экономических агентов друг другу. На некоторых рынках сам товар предполагает асимметрию информации и особенным образом ставит вопрос о доверии (такие рынки называются «рынками лимонов», типичным примером является рынок поддержанных автомобилей (см., напр.: [Акерлоф, 1994]).

Г. Саймон, анализируя теорию рационального выбора в условиях неполноты информации, приходит к выводу о существовании ограниченной рациональности (см.: [Саймон, 1993, с. 16–38]). В работе «*Модели человека: социальная и рациональная*» (“*Models of Men: Social and Rational*”) (1957 г.) он подчеркивает не только значение ограничения или асимметрии информации, но и значение ограничений самого процесса принятия решения: человек обычно просто не в состоянии просчитать все возможные варианты решений

задачи выбора. Кроме того, человек в ситуации выбора находится под давлением социальной среды, поэтому часто на процесс рационального выбора влияют ценностные установки (что в социологии у М. Вебера называлось ценностной рациональностью). Поэтому рациональность в принятии решений, как правило, ограниченная (bounded), она предполагает выбор некоего удовлетворительного, но не оптимального решения. Получается, что экономический агент, как правило, не в состоянии в ситуации неопределенности и риска полностью осуществлять контроль над ситуацией, поэтому в силу ограничений самого процесса принятия решений возникает необходимость в доверии. Однако следует отметить, что ни Найт, ни Эрроу, ни Саймон не предпринимали попыток ввести категорию доверия в экономическую науку. Впервые такие усилия были предприняты в рамках теории новой институциональной экономики.

В рамках новой институциональной экономики (new institutional economics — NIE) (Р. Коуз, Д. Норт, О. Уильямсон) основной категорией экономического анализа является транзакция (сделка), сопряженная с передачей прав собственности. Обмен имеет свои издержки — транзакционные. В целом если транзакционные издержки высокие, то это свидетельствует о том, что институты работают плохо и это приводит к низкому уровню доверия. Если транзакционные издержки низкие, то доверие высокое. О. Уильямсон в связи с проблематикой доверия отмечает, что при полной информации и возможности расчета действия экономического агента никакого доверия не требуется, но оно возникает на уровне социальных систем или институтов [Williamson, 1993]. Например, если институты прав собственности работают недостаточно эффективно, то возникает проблема доверия. Или, например, если общая культура доверия высока в определенных странах (например, в Японии), то доверие в ее бизнес-среде будет относительно высоким. Необходимо отметить, что подход

NIE фактически ставит вопрос о доверии в зависимости от наличия так называемого оппортунистического поведения экономических агентов, предполагающего, что они зачастую ведут себя «не по-джентльменски», т. е. сознательно обманывают партнеров, преследуют свои корыстные интересы за счет другой стороны.

Но почему тогда не все обманывают друг друга в экономических отношениях? Что препятствует обману? Институционалисты здесь строго верны институциональному методу и своему основному принципу: «Институты имеют значение» (“institutions matter”). Если институты (нормы, правила и санкции за их невыполнение) работают хорошо, то они препятствуют обману, делают его рискованным и невыгодным предприятием, ведь каждый рационально действующий экономический агент просчитывает вероятность раскрытия обмана, возможных штрафных санкций или других связанных с этим убытков, поэтому и воздерживается от оппортунистического поведения. Там, где институты — судебная система или экономическая полиция — работают недостаточно эффективно (например, в странах с переходной экономикой или развивающихся странах), ситуация оппортунистического поведения экономических агентов становится обычным делом, что и ведет к низкому уровню институционального доверия в экономике. Заметим, что в этой аргументации отсутствует такое понятие, как «репутация», и не учитываются деловые связи, что и служит основой критики этой позиции со стороны социологии.

В современной неоклассической теории рационального выбора модель доверия в действиях экономических агентов все же появляется. Также рассматривается и институциональное доверие, которое привязывается к фазам бизнес-цикла [Stevenson, Wolfers, 2011]. Поскольку ситуация неопределенности и риска является общим случаем для описания экономического действия, то необходимо каким-то образом учесть вероятность оппорту-

нистического поведения экономических агентов. Для разработки модели доверия используется концепция рационального выбора Дж. Коулмана. В работе [Furlong, 1996, p. 8] она описывается следующим образом.

Доверие между доверителем (trustor) и доверенным лицом (trustee) возможно при условии

$$G \cdot p > (1 - p) \cdot L,$$

где G — возможная выгода при условии того, что поведение доверенного лица окажется честным; p — вероятность того, что доверенное лицо поведет себя нечестно; L — возможные потери при условии того, что поведение доверенного лица окажется нечестным.

Авторы [Humphrey, Schmitz, 1996] предлагают включить в эту модель еще и переменную S — стоимость осуществления контроля и мониторинга ситуации. Тогда формула, определяющая наличие доверия, выглядит так:

$$(G - S) \cdot p > (1 - p) \cdot L.$$

Социологи в качестве критики этой модели заметили бы, что потери и приобретения не воспринимаются экономическими агентами зеркально или эквивалентно. Обычно в силу психологии восприятия экономические агенты меньше ценят приобретения (воспринимают их как должное), а больше страдают от потерь. Иными словами, равнозначная в денежном выражении потеря значит больше, чем такое же приобретение. Кроме того, социологи часто настаивают, что ситуация доверия — это зачастую не результат свободного выбора агентов, а ситуация полного отсутствия выбора. И наконец, некоторые ученые, например Э. Усланер, подчеркивают моральный характер доверия [Uslaner, 2002], когда оно не является результатом расчета, а выступает как заранее заданная социальная (моральная) норма действия, т. е. доверие — генерализированная категория. Но все же основная ось социологической критики неоклассического подхода заклю-

чается в другом: следует отказаться как от «социологизированной» концепции доверия (доверие как общая моральная категория, абсолютно одинаково воспринимаемая агентами действия), так и от концепции рационального выбора в объяснении доверия. Социологи пытаются найти объяснение доверия в сетевой конструкции действия.

Социологические концепции доверия: сетевой анализ

Основным критиком подхода NIE к доверию выступает так называемая новая экономическая социология (new economic sociology — NES), ее основным представителем является М. Грановеттер. Обычно социология в ее классическом представлении критикует тезис рациональности экономических агентов и обращает внимание на то, что люди в экономической жизни поступают часто не рационально, а эмоционально (так называемая аффективная рациональность), что рациональность может быть не только инструментальной (когда есть цели и четко понимаемые средства достижения этих целей), но и моральной (когда представления о ценностях либо о долге перевешивают и ограничивают стремление к прибыли). Но Грановеттер в своей самой известной работе «*Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности*» (1985 г.) ставит под сомнение другой тезис экономической науки в целом и NIE в частности — тезис об индивидуальности экономического действия [Granovetter, 1985].

В классической политической экономии, в неоклассической экономической теории и в институциональной экономической теории поддерживается методологический индивидуализм — экономические агенты действуют не только рационально, но и индивидуально; они сами понимают свое благо и не испытывают воздействия других лиц или общества. Такая концепция экономического действия у Грановеттера получает название «недосоциализированной»

(“undersocialized”) концепции действия в противовес «сверхсоциализированной» концепции действия традиционной социологии (когда некие общие моральные императивы направляют автоматически действие индивида, в этом случае доверие просто выступает общей моральной категорией, которая усваивается всеми в процессе социализации). Грановеттер подчеркивает, что *индивидуализм не означает атомизации*, что агенты не могут действовать изолированно от других, вне социальных структур действия. Для объяснения своей концепции экономического действия он вводит два понятия: «персонификация экономического действия» и «сетевая структура взаимодействия». Обычно в экономической теории предполагается, что действуют безымянные экономические агенты (А и В), которые встречаются впервые, ничего друг о друге не знают (исключение — теория игр) и ничем не связаны. Но в действительности в виде экономических агентов выступают конкретные люди или фирмы. Осуществляя сделку (транзакцию), они зачастую знают друг друга, их отношения персонифицированы и вплетены в разветвленную сеть социальных отношений — это и означает, что индивидуальное экономическое действие включено (embedded) в социальные структуры связей. Для персонифицированных экономических агентов значимы повторяющиеся действия и будущее, а следовательно, и своя репутация — устоявшееся мнение других о деятельности лица или фирмы. Зачастую, как пишет Грановеттер, экономические агенты жертвуют сиюминутной прибылью ради сохранения проверенных временем отношений с контрагентами. Именно в сетях личных связей и создается (или производится) доверие. Итак, если институциональный метод открывает институциональное доверие, то сетевой анализ утверждает, что доверие имеет сетевую природу.

Как отмечает Грановеттер, доверие само по себе не является положительным благом. Оно не только используется для эф-

фективной работы рынка или для слаженной организации деятельности фирмы, но и вполне может использоваться для коррупционных схем, сетевое доверие также хорошо работает в криминальных организациях (типа мафии или каморры). Зачастую излишнее или «слепое» доверие провоцирует обман: если, например, руководитель организации не проверяет бухгалтерскую службу, то можно ждать злоупотребления доверием или прямого подлога. Доверие и недоверие органически связаны, в организации для стабильной и эффективной работы необходим их определенный баланс. Но почему же обман часто имеет место как в деятельности организации, так и во взаимоотношениях организаций на рынке? Дело в том, что социальные сети не всегда одинаково хорошо проникают в экономические отношения, поэтому сохраняется возможность и для оппортунистического поведения.

Оценивая вклад Грановеттера в разработку теории доверия, следует отметить, что часто его критика экономистов и социологов не вполне обоснована. Так, Дж. Бьюкенен подчеркивает различие между методологическим и нормативным индивидуализмом. Методологический индивидуализм не означает «атомистичной» конструкции общества, также он не означает примата ценностей индивидуализма, для него важно то, что анализ экономического поведения начинается с проблемы выбора экономического агента [Бьюкенен, 1997, с. 35–39]. Также Мизес и Хайек, защищая методологический индивидуализм, подчеркивали, что бессмысленно отрицать значение социальных институтов в экономическом действии. «Реальный человек всегда является членом общественного целого. Невозможно представить существование человека, отделенного от остального человечества и не имеющего связей с обществом», — пишет Мизес в книге «Человеческая деятельность» [Mises, 1966, р. 41–45]. Но действуют не коллективы, а люди. Поэтому анализ экономического поведения и следует начинать с индивидуального действия.

В социологической теории также надо отметить линию развития методологического индивидуализма. Она начинается с работ М. Вебера, который в качестве центральной категории социологии называл социальное действие, т. е. действие индивида, обладающее смыслом и ориентированное на другого. Все социальные конструкции (государство или социальные институты) — это особым образом ориентированное поведение отдельных лиц. В современной социологии эту позицию продолжает отстаивать Р. Будон (см., напр.: [Будон, 1998]). В классической социальной теории социологический индивидуализм был продолжен в трудах Н. Элиаса, который в работе «Общество индивидов» (1939 г.) подчеркивал не социализирующую (как принято считать), а *индивидуализирующую роль современного общества* [Элиас, 2001]. Именно современный тип общества заставляет людей быть индивидами, т. е. понимать себя как существо, проживающее свою жизнь отдельно от других. Т. Парсонс, основной субъект критики в работах Грановеттера, пытался как раз соединить методологический индивидуализм Вебера и холизм Дюркгейма. Его концепция ролевого действия также вполне адекватно объясняет доверие: в каждой типической ситуации доверие нормировано согласно заданному ролевому поведению; процесс социализации индивида как раз и означает обучение типовым правилам ролевого поведения, в том числе и доверию.¹

Однако стоит заметить, что современная социология не очень открыта для подобных мнений и критики; статья Грановеттера

¹ Согласно теории структурно-функционального анализа Талкотта Парсонса индивиды, агенты действия, в каждой типической социальной ситуации выполняют предписанные ролевые правила (схемы) действия. Это относится и к правилам доверия: в процессе ранней социализации ребенок обучается взрослыми, в какой ситуации кому и сколько можно доверять, кто заслуживает абсолютного доверия, а кто — недоверия. Обычно ребенка сначала учат доверять своим и не доверять чужим (более подробно см.: [Сасаки, 2014]).

1985 г. остается на сегодня одной из самых популярных (цитируемых) работ в социологии. Более того, М. Грановеттер единственный из всех социологов был номинирован на Нобелевскую премию по экономике. Можно утверждать, что, по мнению социологов, Грановеттер предложил некое чудесное решение проблемы соотношения индивидуального и общественного поведения, структуры и действия; в виде социальных сетей он нашел согласование личного и коллективного, показал, как включить экономическое действие агента в социальную структуру. Феномен социальных сетей, по мнению современных социологов, идеально объясняет и доверие в социально-экономическом действии. Насколько сетевое доверие объясняет природу доверия в организации? На наш взгляд, лишь частично (любимый пример сторонников сетевого доверия — японские бизнес-объединения, «кэйрэцу», но они претерпевают существенные изменения в наши дни, см. об этом [Аоки, Леннерфорс, 2013]). Организационное доверие предполагает как ролевое доверие (в типичных ситуациях взаимодействия), так и межличностное доверие. Сети межличностной коммуникации так или иначе пронизывают организацию, но это не объясняет институционального (системного) доверия (более подробно о социологической теории доверия см.: [Радаев, 2012; Veselov, Sinyutin, Kapustkina, 2016]).

Покажем далее, как организационное доверие рассматривается в теории менеджмента.

Методологические подходы к изучению организационного доверия в теории менеджмента

В современной теории менеджмента доверие рассматривается с разных точек зрения и методологических позиций. С одной стороны, популярной является концепция, предложенная в [Mayer, Davis, Schoorman, 1995], согласно которой доверие — продукт взаимодействия агентов, в ней (так же, как и в концепции Дж. Коулмана) идет речь

о роли доверителя (trustor) и доверенного лица (trustee), а само доверие связывается с такими качествами, как компетентность, доброжелательность, ответственность, надежность (см. также [Schoorman, Mayer, Davis, 2007]). Доверие определяется как «...ожидание, что работники могут полагаться и рассчитывать на свою организацию» [Gavett, 2014]. В этом случае функция доверия противопоставляется функции контроля. С другой стороны, в теории менеджмента, когда речь заходит о доверии, подчеркивается социальная природа доверия и разрабатывается понятие «культура доверия» (см.: [Сафина, 2005, с. 196; Bibb, Kourdi, 2007]).

Весьма популярны кросс-культурные исследования доверия (см., напр.: [De Cremer, 2015]). Культура доверия не создается сознательно как некая «политика» доверия, а складывается из множества действий и взаимодействий людей, причем особенно выделяется роль лидера: если для руководителя организации доверие значимо как ценность, то и вся организация следует этим ценностям [Hurley, 2012]. Иными словами, доверие — продукт ценностной ориентации, когда все в организации так или иначе признают ее миссию, разделяют общие ценности компании (доверие — это открытость и честность, а недоверие связано с цинизмом), когда процедуры управленческих решений открыты, когда руководство ценит компанию больше, чем личные интересы, и т. д. Р. Шо связывает доверие в организации с такими категориями, как порядочность и забота о людях [Шо, 2000]. В работе [Минина, 2012, с. 112] отмечается: «...Доверие — это свойство не столько субъекта взаимодействия, сколько коллективности (диад, групп, коллективов)...». Таким образом, в теории менеджмента (видимо, как наиболее прагматической) происходит соединение межличностного и институционального методов анализа доверия, т. е. социологическая и экономическая методология анализа доверия объединяется в единый комплекс. Особенно актуально

соединение институционального и сетевого доверия в век цифровых технологий (см. об этом в [Botsman, 2015]).

Авторы работы [Galford, Drapeau, 2003] выделяют следующие уровни доверия: стратегическое доверие (сотрудники верят, что руководство компании ведет ее к успеху, ориентируясь на стратегические цели развития); персональное доверие (сотрудники доверяют своему непосредственному руководителю) и корпоративное доверие (сотрудники доверяют компании как институту). Действительно, в организации существует и успешно работает как институциональное доверие (доверие фирме как институту; доверие репутации фирмы; доверие бренду; доверие системам организации и управления; ролевое доверие специалистам и профессионалам и т. д.), так и сетевое доверие (доверие работников друг другу; доверие менеджеров работникам и работникам менеджерам, основанное на персонифицированных отношениях и сетях (конфигурациях) личных связей).

В настоящее время отдельной темой в области управления персоналом выступает проблематика доверия между поколениями, доверия руководителей компании молодым сотрудникам (см., напр.: [Найяр, 2013]). Но что выступает основой доверия в организации: сетевое или институциональное доверие? Современные общества индустриального и городского типа с их бесчисленными организациями погружают индивида в сферу безличных отношений. Каждый день житель мегаполиса встречает огромное число людей, но лично он их не знает, и мнение этих людей о нем не так уж сильно его волнует. Так формируется относительная независимость человека в городском сообществе (соседское сообщество уже не играет особой роли по сравнению с крестьянскими сообществами, ослабляется социальный контроль, но и в большей степени проявляется проблема доверия). В публичной сфере господствующим отношением теперь становится позиция “public inattention” (публичное невнимание), когда не принято и невежливо выражать повы-

шенное внимание или участие в отношении незнакомых людей. В таком обществе круг «своих» сужается до размера нуклеарной семьи, а все другие воспринимаются в виде «обобщенного чужого» — это и есть настоящий процесс отчуждения: люди друг для друга чужие и чуждые (но, отметим, вовсе не враждебные). В таком мире организацией безличных отношений ведают институты — правила и нормы, ограничивающие поведение людей. Вместо личных отношений возникают функциональные отношения — «другой» интересует индивида только как функция, а не как личность. Иными словами, люди заменяют своей функцией, выраженной в социально-профессиональной роли. Сохраняются ли персонифицированные отношения в современных обществах? Конечно, личные отношения как в повседневных, так и в экономических отношениях продолжают играть немаловажную роль. Они обеспечивают формирование социального капитала индивида и снижают степень нормативного недоверия. Но современное городское сообщество во многих случаях вполне может существовать без личного доверия, заменяя его институциональным. Таким образом, в современных обществах, устроенных по типу безличных отношений, институциональное доверие рациональной природы является основой взаимодействия людей, сетевое доверие (основанное на персонифицированных отношениях) лишь дополняет институциональное.

Рассмотрим, как менялось организационное доверие в истории бизнеса. В Средние века и даже в XVIII–XIX вв. фирмы были по преимуществу семейными предприятиями. Об этом говорит и само слово “*firma*”, что на латыни означает подпись, т. е. символизирует конкретного человека и его род (фамилию). Если фирма использовала труд наемных работников, то они получали статус члена фамилии. Конечно, бизнес еще не был в те времена отделен от семьи, как и капитал от дохода; внутри фирмы отношения между ремесленником и работником строились на личных отно-

шениях, которые носили явно выраженный патриархальный характер, доверие было личным и безусловным, что, впрочем, не исключало конфликтов.

Интересно, что существуют примеры действительно старых семейных фирм, которые и поныне в бизнесе, вот некоторые из них: Kikkoman — семейное предприятие по производству соевых соусов (Япония, дата основания — 1630 г.) и на сегодняшний день крупнейший поставщик соевых соусов в мире; Villeroy & Boch — семейное предприятие по производству керамики (Германия, дата основания — 1748 г.). Среди современных семейных предприятий есть и гиганты: компания BMW почти наполовину принадлежит семейству Квандт; Porsche принадлежит семействам Порше и Пихов; в компании Ford 40% прав голоса принадлежит семейству Форд (Ford — третья по размеру ежегодной прибыли в мире семейная компания; в первой — Wal-Mart Stores — семья Уолтонов владеет 38% акций). Отметим, что одно из исследований Boston Consulting Group подтверждает, что прибыль семейных компаний более стабильна, с 1997 по 2009 г. коэффициент прибыльности у них держится на уровне 12–13%, в то время как для других компаний колеблется от 14% до 3% [Йохо, 2013]. В качестве причины обычно называют то, что семейные фирмы более консервативны в управлении и бережливы, им свойственен больший акцент на долгосрочном планировании, в кризисные времена они способны сохранить фирму за счет средств владельцев — семьи (как это сделал Г. Квандт в 1959 г. для BMW), также они противостоят искушению выгодно продать фирму. Если для других фирм действует правило «Каждый успешный бизнес должен быть когда-то продан», то для семейных фирм дело должно быть передано в сохранности будущим поколениям (см., напр.: [Качанер, Сталк, Блок, 2012]). Следует также отметить, что наряду с этими факторами в семейных фирмах обычно выше уровень взаимного доверия среди акционеров-родственников (конечно,

общее правило более устойчивого доверия в семейных фирмах знает и исключения) друг другу, соответственно, и цикл принятия серьезных управленческих решений более короткий; семейные фирмы в большей степени обеспечивают и доверие сотрудников компании бренду и фирме в целом (что обычно отражается в меньшей текучести кадров в семейных фирмах) [Hall, Astrachan, 2015]. В то же время если доверие как таковое внутри семейной фирмы ценится больше, чем профессионализм, то это может стать источником существенных проблем для фирмы и ее устойчивого развития.

В крупных корпорациях, где занято много сотрудников, а филиалы часто расположены в разных регионах и странах, просто нет возможности знать лично всех. Здесь в большей степени работает институциональное доверие, когда доверяют специалистам, профессионалам, менеджерам, системе организации в целом. Однако личные отношения и сетевые связи пронизывают и такую организацию. Обычно руководитель крупной корпорации имеет несколько ведущих менеджеров, которые формируют его команду, в результате доверие складывается как личное, так и профессиональное (при этом сама по себе лояльность не очень высоко ценится, лояльный работник должен быть еще и профессионалом своего дела). В то же время линейные менеджеры, как правило, лично знают своих подчиненных, на этом уровне формируется взаимное доверие (вертикального типа — от менеджеров к сотрудникам, и наоборот). В отделах или производственных подразделениях сотрудники также лично знают друг друга, между ними возникает доверие горизонтального типа. Следует подчеркнуть, что доверие не исключает конфликтов внутри организации — как между отдельными сотрудниками, руководителями и подчиненными, так и между структурными подразделениями организации («война отделов»).

Для устойчивой и эффективной работы организации необходим определенный

уровень как личного, так и институционального недоверия (система социальной дистанции между сотрудниками; система периодического наблюдения, проверок и контроля). Все это формирует не максимальный, а оптимальный уровень доверия.² Если уровень доверия ниже оптимального, то, скорее всего, в такой организации расцветают бюрократия и перекалывание ответственности на вышестоящего, руководители высшего уровня и линейные менеджеры не в состоянии распределить управленческие функции и лимиты ответственности. Если, наоборот, уровень доверия (особенно личного) выше нормы, т. е. общепринятого уровня в данном типе предприятий, то в такой организации, скорее всего, процветает безответственность при отсутствии должного контроля и учета. Излишнее доверие техническим или организационным системам, без периодической их проверки и диагностики, вполне может привести к техническим сбоям или даже катастрофам. Однако излишний уровень доверия — редкость, организации все больше страдают недостаточным уровнем как личного, так и институционального доверия. Итак, именно оптимальный для данной организации уровень доверия будет обеспечивать экономическую и социальную эффективность работы организации.

Следует отметить, что единая теория и методология измерения доверия отсутствует. В целом в основе измерения доверия заложена методология сравнительного социологического анализа. Именно социологи первыми в сравнительном анализе стран стали разрабатывать критерии и методику измерения доверия [Lundmark, Gilljam, Dahlberg, 2015]. В качестве примера приведем международный сравнительный проект “World Values Survey”. Для измерения уровня доверия в нем используется опросный метод, предлагающий ряд вопросов и вари-

² Под оптимальным уровнем доверия мы понимаем такое сочетание доверия/недоверия, которое способствует наиболее эффективной в экономическом и социальном плане работе организации.

анты ответа на них, оцениваемые по шкале Лайкерта. Основным вопросом является следующий: «Большинству людей можно доверять?» (“Most people can be trusted?”); в качестве негативной альтернативы используется вопрос: «Нужно ли быть очень осторожным?» (“Need to be very careful?”). Также применяются уточняющие вопросы, например: «Скажите, пожалуйста, насколько Вы доверяете разным категориям людей» (в качестве категорий выступают: «Ваша семья»; «Ваши соседи»; «Люди, с которыми Вы лично знакомы»; «Люди, с которыми Вы впервые встретились»; «Люди другой религии/веры»; «Люди другой национальности») [World Values..., 2010–2014]. Можно, конечно, сомневаться в надежности такой методологии измерения (в качестве критики отметим, что, отвечая на вопрос «Большинству людей можно доверять?», респонденты скорее выявляют то, что они думают о доверии, нежели то, как они реально доверяют), однако подобные сравнительные исследования позволяют получить конкретные данные относительно стран и делать обоснованные выводы при их сравнении. Например, уровень генерализованного доверия в России за 2011 г. составил 27,8%, а в США — 34,8%. Это не такая пропасть, о которой утверждали теоретики доверия (например, Фрэнсис Фукуяма), умозрительно описывая США и Россию как чистые типы стран с высоким и низким доверием. Как оказалось, страны с высоким уровнем доверия — это Скандинавские страны, а США, Япония и Германия входят в группу стран со средним уровнем доверия.

В менеджменте для измерения доверия используется сходный принцип. Различные консалтинговые фирмы наперебой предлагают провести исследование для частных компаний и предлагают инструменты для определения интегрального индекса доверия в организациях. Например, в [Гуниа, Бретт, Нандкеоляр, 2013] уровень доверия в процессе переговоров предлагается измерять с использованием следующей шкалы: «Мысленно ответьте на вопрос, каков уро-

вень доверия по шкале от одного до трех: доверие, скорее всего, есть (уровень 1), оно возможно (уровень 2) или невозможно (уровень 3)». Безусловно, это пример самой простой шкалы, обычно вопросы анкеты усложняются, дополняются открытыми вопросами и экспертными оценками (также об измерении доверия см.: [Glaeser et al., 2000]). В работе [Минина, 2012], в которой специально исследовались модели измерения доверия в организации, выделяются модель Х.Смита и модель Д. и М.Рейна. В последней модели для оценки доверия используются 54 вопроса, вот некоторые из них [Минина, 2012, с. 123]:

- поддерживают ли сотрудники друг друга ради общего блага организации (контрактное доверие);
- активно ли стремятся сотрудники к созданию отношений взаимной поддержки и обеспечению высокой производительности труда (коммуникационное доверие);
- способны ли сотрудники ответственно выполнять порученное дело (компетентностное доверие);
- обещают ли сотрудники организации, но не делают то, что положено (контрактное доверие);
- отзываются ли сотрудники организации плохо друг о друге (коммуникационное доверие);
- хотят ли сотрудники организации рассматривать новые идеи и методы (компетентностное доверие)?

Подобного рода вопросы дополняются тремя открытыми вопросами:

- что создает доверие;
- что разрушает доверие;
- что восстанавливает доверие?

Вопросы, используемые в других моделях, в зависимости от операционализации понятия организационного доверия и его типов могут различаться. Обычно ответам на них присваивается определенный ранг и определяется общий индекс доверия. Однако измерение уровня внутрифирменного доверия имеет смысл при сравнении с существующими фирмами в отрасли

(например, с топ-10) или с той компанией, которая выступает для данной организации идеальной моделью.

Доверие и социальные издержки взаимодействия

Почему существует доверие в организации? Как теоретически объяснить его функцию? В теории NIE доверие в рыночной системе связывается с присутствием транзакционных издержек (издержек обмена). Следует заметить, что эта связь является функциональной, а не причинно-следственной. Предполагается, что чем выше транзакционные издержки (институты работают плохо), тем ниже уровень институционального доверия. Сама природа организации, или фирмы, объясняется экономией на транзакционных издержках. Согласно Оливеру Уильямсону фирма представляет иерархическую (т. е. властную) конструкцию, в которой рыночные отношения переводятся в нерыночную форму. Таким образом, фирма является иерархией, институтом, который последовательно снижает транзакционные издержки взаимодействия. Приведем простейший пример. Должность секретаря вполне можно вывести за штат, и каждый раз нанимать (на контрактной основе) работника для выполнения этой функции. Однако поскольку работа секретаря предполагает незамедлительное исполнение ряда функций в связи с возникающими неожиданными обстоятельствами, то вполне возможно, что на рынке столь же быстро не найти нужного специалиста для выполнения рабочей задачи. Соответственно, эффективнее (в плане достижения нужного результата) будет иметь должность секретаря в штате с постоянной повременной оплатой.

Но как с помощью теории транзакционных издержек можно объяснить доверие внутри фирмы? Ведь в рамках фирмы, по сути, нет отношений рыночного обмена (хотя контрактные отношения между подразделениями вполне могут существовать). Теория NES и М. Грановеттер объ-

ясняют существование доверия в рамках фирмы сетевыми отношениями и персонализированными связями. Вместе с тем, критикуя концепцию рынков и иерархий Уильямсона, Грановеттер на многих примерах поясняет, как внутри фирмы могут существовать отношения недоверия, и наоборот — вполне возможно, что доверие формируется и в рыночных отношениях без объединения (вертикальная или горизонтальная интеграция) экономических агентов в одну организацию [Granovetter, 2005]. Однако, на наш взгляд, просто указать на сетевые отношения как на основу личного доверия не вполне достаточно. Кроме того, сетевые связи не объясняют институционального доверия. Что же движет людьми в установлении доверительных отношений? Почему успешны те организации, в которых уровень доверия близок к оптимальному?

Для объяснения природы доверия в организации мы воспользуемся концепцией социального обмена Дж. Хоманса и П. Блау (см.: [Веселов, Кашин, 2012, с. 382]). Каждая организация представляет собой частный случай малой социальной группы (“human group” в терминологии Хоманса). Группа складывается из постоянных взаимоотношений между ее членами. Нормативная длительность человеческих отношений в ее рамках, как правило, более-менее продолжительна — короче, чем в рамках семьи, например, но длиннее, чем в рамках, скажем, взаимодействия с поставщиками или потребителями. Средний американец 7–10 раз за жизнь меняет место работы и, соответственно, производственный коллектив. Но в любом случае причиной взаимодействия людей Хоманс считает обмен: люди вступают в отношения друг с другом для того, чтобы получить выгоду от этих отношений. Такова психологическая природа человеческого существа (но и не только — поведение животных он также объясняет отношениями обмена). «Прибыль» или выгода в социальном обмене зачастую является не денежной (экономической), а социальной (символиче-

ской). Рыночный обмен — один из частных случаев социального обмена, и если в экономическом смысле всегда обмениваются эквиваленты, то в социальном всегда происходит приращение социальной стоимости в обмене. Например, если вы покупаете некий продукт за установленную сумму денег, то продукт для вас имеет большую ценность, чем эта сумма денег, и, наоборот, для продавца сумма денег имеет большую ценность, чем продукт. Таким образом, создается прибавочная социальная стоимость. Если бы обменивались только эквиваленты, то не существовало бы и мотивации для обмена. П. Блау в работе «Обмен и власть в социальной жизни» (1964 г.) показал, что отношения социального обмена характерны не только для индивидов в группе, но и для отношений индивида и группы. Если индивид следует правилам и нормам, установленным в группе, то он получает за это определенное социальное вознаграждение (положительный стимул) от группы, если нарушает — отрицательные стимулы. Действие, которое приносит в постоянных взаимоотношениях наибольшую выгоду, закрепляется как устойчивое и становится социальной нормой. Итак, социальный обмен объясняет поведение индивида в организации, раскрывает природу личных и институциональных связей в организации (о доверии и социальном обмене см.: [Lioukas, Reuer, 2015; Molm, Takahashi, Peterson, 2015]).

Несколько усложним предлагаемую модель социального обмена в организации. Имеет ли социальный обмен издержки? Если экономический, рыночный обмен обладает транзакционными издержками, то социальный обмен тоже несвободен от издержек. В теории NIE рассматриваются проблемы социальных издержек: например, Р. Коуз утверждает, что частные издержки (издержки фирмы) в общем случае отличаются от общественных издержек (классический пример — экстерналии; если производственное предприятие в ходе своей основной деятельности еще и загрязняет окружающую среду, то частные издерж-

ки производственной деятельности всегда ниже общественных). Однако подход NIE рассматривает социальные (общественные) издержки в рыночных отношениях обмена. Мы же предлагаем рассматривать социальные издержки внутри организации. Любые отношения социального обмена в организации предполагают определенные издержки — времени, например для поддержания товарищеских отношений в коллективе (совместные разговоры, дни рождения, праздники и пр.). Социальный обмен вполне предполагает и дарообмен (подарок символически обозначает установление социального отношения), тогда здесь присутствуют и денежные затраты. Наконец, социальный обмен связан с издержками в виде психологических усилий индивидов (иногда на то, чтобы установить контакт с определенным типом людей, затрачивается достаточно много усилий). Если социальные издержки взаимодействия велики, то организация в целом имеет низкую социальную эффективность, она подвержена стрессовым состояниям. В результате формируются высокая текучесть кадров, тяжелый моральный и психологический климат, возникают скандалы и агрессивное поведение сотрудников.

Провалы в социальной организации неминуемо ведут и к экономическим потерям. Если рассматривать доверие с точки зрения концепции социального обмена, то его можно рассматривать как то, что уменьшает «силу трения» в социальном механизме организации. Если работники производственного подразделения доверяют друг другу, своему трудовому коллективу и своим менеджерам, то взаимодействие между ними происходит с относительно небольшими социальными издержками, что в целом приводит к повышению производительности труда (за счет эффективной процедуры разделения труда и передачи, делегирования полномочий).

Итак, природа доверия связана с отношениями социального обмена: (а) индивидов внутри организации; (б) организации и индивида. *Функция доверия внутри*

организации заключается в снижении издержек социального взаимодействия, доверие повышает эффективность социального взаимодействия. Кроме того, доверие служит механизмом интеграции группы (сплочения в единое целое). В терминологии У. Самнера группа с помощью доверия индивидов друг другу превращается в “we-group” («мы-группа») в противовес “they-group” («они-группа»). Снова отметим в этой связи, что максимальная сплоченность группы и излишнее доверие в ней (например, в отделе или подразделении компании) приводит к росту недоверия к «чужим» представителям других подразделений. Доверие формирует большую устойчивость группы к социальным изменениям, оно может накапливаться (т. е. является элементом социального капитала), поэтому при внешних потрясениях такая группа обладает большей эластичностью, способна видоизменяться и приспосабливаться к новым условиям.

Конечно, теория социального обмена и концепция социальных издержек в организации не универсальны. Во-первых, они не в состоянии объяснить системное доверие (организация — это нечто большее, нежели сумма людей, в нее входящих, и их взаимоотношений); во-вторых, они не объясняют процесса формирования особой культуры доверия в организации. Сильные стороны предлагаемого подхода к объяснению механизма доверия — понимание того, как формируется доверие в ходе реципрокных

отношений людей в организации, а также того, какова базовая природа взаимоотношений индивида и организации.

Заключение

В данной статье приведены определения доверия, проанализированы объяснительные модели доверия, существующие в экономике, социологии и менеджменте. Показано, как доверие в институциональном виде формируется в экономических отношениях и приводит к снижению транзакционных издержек. Выявлена роль социальных сетей в образовании межличностного доверия. Однако ни концепция доверия, выработанная в рамках теории новой институциональной экономики (NIE), ни концепция доверия новой экономической социологии (NES) не может напрямую объяснить доверие в организации. Природа доверия в организации, с нашей точки зрения, может быть объяснена с помощью концепции социальных издержек взаимодействия индивидов. В данной статье рассматривается только внутрифирменное доверие, обсуждение не затрагивало проблем корпоративного доверия в отношениях фирмы с поставщиками, контрагентами, покупателями. Изучение внутрифирменного доверия в организации — относительно новая тема в исследованиях в области менеджмента, мы надеемся, что в дальнейшем внимание специалистов к важной проблематике доверия в организации будет только усиливаться.

ЛИТЕРАТУРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

- Акерлоф Дж. 1994. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Пер. с англ. *THESIS* (5): 91–104.
- Аоки К., Леннерфорс Т. 2013. Новые кэйрэцу: бизнес на доверии. Пер. с англ. *Harvard Business Review — Russia* (11): 90–95. <http://hbr-russia.ru/liderstvo/delovye-svyazi/a13023/> (дата обращения: 17.11.2015).
- Белянин А. 2013. Доверять выгодно. *Harvard Business Review — Russia* (7–8). <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/reputatsiya/a11624/> (дата обращения: 17.11.2015).
- Будон Р. 1998. *Место беспорядка: Критика теорий социального изменения*. Пер. с фр. М.: Аспект Пресс.

- Бьюкенен Дж. 1997. *Сочинения*. Пер. с англ. Серия: «Нобелевские лауреаты по экономике». Т. 1. Фонд экономической инициативы. М.: Таурус Альфа.
- Веблен Т. 2016. *Теория праздного класса: экономическое исследование институтов*. Пер. с англ. М.: Либроком.
- Веселов Ю. В. 2011. *Доверие и справедливость*. М.: Аспект Пресс.
- Веселов Ю. В., Кашин А. Л. (ред.). 2012. *Экономическая социология: теория и история*. СПб.: Нестор-История.
- Гордеева А. А., Клецина А. А., Конева А. Ю., Орлова А. В., Чижевская Э. В. 2008. *Управление НКО: ставка на доверие*. СПб.: Центр развития некоммерческих организаций.
- Гудков Л. 2012. «Доверие» в России: смысл, функции, структура. *Вестник общественного мнения* (2): 8–48.
- Гуниа Б., Бретт Ж., Нандкеоляр А. 2013. Переговоры: измеряйте пульс доверия. Пер. с англ. *Harvard Business Review — Russia* (1–2). <http://hbr-russia.ru/lichnaya-effektivnost/peregovory/a11449/> (дата обращения: 17.11.2015).
- Дементьев В. Е. 2004. Доверие — фактор функционирования и развития современной рыночной экономики. *Российский экономический журнал* (8): 46–65.
- Йохо С. 2013. Связь поколений: почему семейные компании прибыльнее. Пер. с англ. *Forbes*. <http://www.forbes.ru/finansy/investitsii/241660-svyaz-pokolenii-pochemu-seimeinye-kompanii-pribylnee> (дата обращения: 16.02.2015).
- Качанер Н., Сталк Дж., Блок А. 2012. Семейные фирмы большому бизнесу. Пер. с англ. *Harvard Business Review — Russia* (12): 81–86.
- Корнаи Я. 2003. Честность и доверие в переходной экономике. *Вопросы экономики* (9): 4–17.
- Коулман Дж. С. 2004. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора. Пер. с англ. В сб.: *Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики*. Сост. и науч. ред. В. В. Радаев. М.: РОССПЭН.
- Купрейченко А. Б., Мерсиянова И. В. (ред.). 2013. *Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества*. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ.
- Липатов А. А. и др. 2015. *Правильное общество*. СПб.: Питер.
- Ляско А. 2003. Межфирменное доверие и шумпетерианские инновации. *Вопросы экономики* (11): 27–40.
- Маршалл А. 1993. *Принципы экономической науки*. Т. 1. Пер. с англ. М.: Прогресс-Универс.
- Мильнер Б. З. 2012. *Теория организации*. Глава «Доверие в организации». М.: ИНФРА-М.
- Минина В. Н. 2012. Организационное доверие как неосязаемый актив компании: проблема измерения. *Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент* (2): 107–130.
- Найт Ф. 1994. Понятие риска и неопределенности. Пер. с англ. *THESIS* (5): 12–28.
- Найяр В. 2013. Доверьтесь поколению «игрек». Пер. с англ. *Harvard Business Review — Russia* (10). <http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-personalom/a12552/> (дата обращения: 17.11.2015).
- Радаев В. 2012. О доверии: классовом и личном. *Harvard Business Review — Russia* (10). <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/obshchestvennye-instituty/a11427/> (дата обращения: 17.11.2015).
- Саймон Г. А. 1993. Рациональность как процесс и продукт мышления. Пер. с англ. *THESIS* (3): 16–38.
- Сакаки М. 2014. Семейная социализация и переживание предательства: кросс-национальный анализ доверия. *Социологические исследования* (2): 10–24.
- Сафина Д. М. 2005. Доверие в организации. *Ученые записки Казанского государственного университета* 147 (кн. 3): 196–203.
- Хиггинс Р. 2005. *Отношения с инвесторами: передовой опыт. Пути создания акционерной стоимости*. Глава «Стратегическое доверие». Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер.
- Шо Р. Б. 2000. *Ключи к доверию в организации: результативность, порядочность, проявление заботы*. Пер. с англ. М.: Дело.
- Элиас Н. 2001. *Общество индивидов*. Пер. с англ. М.: Праксис.

Эрроу К. 1994. Восприятие риска в психологии и экономической науке. Пер. с англ. *THESIS* (5): 81–90.

Яхонтова Е.С. 2004. Оценка доверия в контексте управления персоналом. *Социологические исследования* (9): 117–121.

REFERENCES IN LATIN ALPHABET

- Adams M. 2014. Three ways to build customer trust. *Forbes* (April, 22). <http://www.forbes.com> (accessed: 17.11.2015).
- Bibb S., Kourdi J. 2007. *A Question of Trust: The Crucial Nature of Trust in Business, Work & Life — And How to Build It*. Cyan / Marshall Cavendish Corporation.
- Botsman R. 2015. The changing rules of trust in the digital age. *Harvard Business Review* (October). <https://hbr.org/2015/10/the-changing-rules-of-trust-in-the-digital-age> (accessed: 17.11.2015).
- Coleman J. 1990. *Foundations of Social Theory*. The Belknap Press of Harvard University Press: Cambridge, MA; London, England.
- DeSteno D. 2014. Who can you trust? *Harvard Business Review* (March). <https://hbr.org/2014/03/who-can-you-trust> (accessed: 17.11.2015).
- De Cremer D. 2015. Understanding trust, in China and the West. *Harvard Business Review* (February). <https://hbr.org/2015/02/understanding-trust-in-china-and-the-west> (accessed: 17.11.2015).
- Dietz G., Gillespie N. 2012. *The Recovery of Trust: Case Studies of Organisational Failures and Trust Repair*. The Institute of Business: London.
- Furlong D. 1996. *The Conceptualization of "Trust" In Economic Thought*. University of Sussex. Institute of Development Studies: Brighton, England.
- Galford R., Drapeau A. S. 2003. The enemies of trust. *Harvard Business Review* 81 (2): 88–95.
- Gavett G. 2014. Why a quarter of Americans don't trust their employers. *Harvard Business Review* (April). <https://hbr.org/2014/04/why-a-quarter-of-americans-dont-trust-their-employers> (accessed: 17.11.2015).
- Giddens A. 1990. *The Consequences of Modernity*. Polity Press: Cambridge.
- Glaeser E., Laibson D., Scheinkman J., Soutter Ch. 2000. Measuring trust. *The Quarterly Journal of Economics* 115 (3): 811–846.
- Granovetter M. 1985. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology* 91 (3): 481–510.
- Granovetter M. 2005. Business groups and social organization. In: Smelser N., Swedberg R. (eds). *Handbook of Economic Sociology*. 2nd ed. Russell Sage Foundation and Princeton University Press; 429–450.
- Hall C., Astrachan J. 2015. Study: customers really do trust family businesses more. *Harvard Business Review* (April). <https://hbr.org/2015/04/study-customers-really-do-trust-family-businesses-more> (accessed: 17.11.2015).
- Hope-Hailey V., Kelliher C., Farndale E. 2010. Trust in turbulent times: Organisational change and the consequences for intra-organisational trust. In: Lewicki R., Saunders M., Skinner D. (eds). *Organisational Trust: A Cultural Perspective*. Cambridge University Press.
- Humphrey J., Schmitz H. 1996. *Trust and Economic Development*. Mimeo, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Hurley R. 2012. *The Decision to Trust: How Leaders Create High-Trust Organizations*. Jossey-Bass: San Francisco.
- Kramer R.M., Pittinsky L.M. 2012. *Restoring Trust in Organizations and Leaders: Enduring Challenges and Emerging Answers*. Oxford University Press: N. Y.
- Lioukas C., Reuer J. 2015. Isolating trust outcomes from exchange relationships: So-

- cial exchange and learning benefits of priorities in alliances. *Academy of Management Journal* **58** (6): 1826–1847.
- Luhmann N. 1988. Familiarity, confidence, trust: Problems and alternatives. In: Gambetta D. (ed.). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Basil Blackwell: Oxford; N. Y.; 94–107
- Lundmark S., Gilljam M., Dahlberg S. 2015. Measuring generalized trust: An examination of question wording and the number of scale points. *Public Opinion Quarterly* (forthcoming).
- Mayer R. C., Davis J. H., Schoorman F. D. 1995. An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review* **20** (3): 709–734.
- Mises L., von. 1966. *The Human Action*. Contemporary Books: Chicago.
- Molm L. D., Takahashi N., Peterson G. 2000. Risk and trust in social exchange: An experimental test of a classical proposition. *American Journal of Sociology* **105** (5): 1396–1427.
- Schoorman F. D., Mayer R. C., Davis J. H. 2007. An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review* **32** (2): 344–354.
- Solomon R. C., Flores F. 2001. *Building Trust In Business, Politics, Relationships, and Life*. Oxford University Press: N. Y.
- Starnes B. J., Truhon S. A., McCarthy V. 2009. *Organizational Trust: Employee-Employer Relationships*. ASQ Paper.
- Stevenson B., Wolfers J. 2011. Trust in public institutions over the business cycle. *American Economic Review* **101** (3): 281–287.
- Sztompka P. 1999. *Trust: A sociological theory*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Tapp L. 2002. Building trust between managers and directors. *Ivey Business Journal* (September/October). <http://iveybusinessjournal.com/publication/building-trust-between-managers-and-directors/> (accessed: 05.09.2015).
- Uslaner E. M. 2002. *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Veselov Yu., Sinyutin M., Kapustkina E. 2016. *Trust, Morality, and Markets: Rethinking Economy and Society via the Russian Case*. Peter Lang: Frankfurt am Main.
- Williamson O. E. 1993. Calculativeness, trust and economic organization. *Journal of Law and Economics* **36** (1): 453–486.
- World Values Survey Wave 6: 2010–2014*. <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp> (accessed: 05.09.2015).

Translation of references in Russian into English

- Akerlof G. 1994. The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. Transl. from English. *THESIS* (5): 91–104.
- Aoki K., Lennerfors T. 2013. New keiretsu: business on trust. Transl. from English. *Harvard Business Review — Russia* (11): 90–95. <http://hbr-russia.ru/liderstvo/delovye-svyazi/a13023/> (accessed: 17.11.2015).
- Belyanin A. 2013. Trust is profitable. *Harvard Business Review — Russia* (7–8). <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/reputatsiya/a11624/> (accessed: 17.11.2015).
- Boudon R. 1998. *La Place du Désordre: Critique des Théories du Changement Social*. Transl. from French. M.: Aspekt Press.
- Buchanan J. 1997. *Collection of Papers*. Transl. from English. Series “Nobel laureates in economics”. Vol. 1. Foundation economic initiative. M.: Taurus Alpha.
- Veblen T. 2016. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Transl. from English. M.: Librocom.
- Veselov Yu. V. 2011. *Trust and Justice*. M.: Aspekt Press.
- Veselov Yu. V., Kashin A. L. (eds). 2012. *Economic Sociology: Theory and History*. SPb.: Nestor-Istoriya.
- Gordeeva A. A., Kletsina A. A., Koneva Yu., Orlova A. V., Chizhevskaya E. V. 2008. *Management of NGOs: A Bet on Trust*. SPb.: NGO Development Center.
- Gudkov L. 2012. “Trust” in Russia: Meaning, functions, structure. *Vestnik obshchestvennogo mneniya* (2): 8–48.
- Gunia B., Brett J., Nandkeolyar A. 2013. Negotiations: Measure the pulse of trust.

- Transl. from English. *Harvard Business Review — Russia* (1–2) <http://hbr-russia.ru/lichnaya-effektivnost/peregovory/a11449/> (accessed: 17.11.2015).
- Dementiev V.E. 2004. Trust: The factor of performance and development of a modern market economy. *Rossiiskij ekonomicheskij zhurnal* (8): 46–65.
- Yoho S. 2013. Generations link: Why family companies are more profitable. Transl. from English. *Forbes*. <http://www.forbes.ru/finansy/investitsii/241660-svyaz-pokolenii-pochemu-semeinye-kompanii-pribylnee> (accessed: 16.02.2015).
- Kachaner N., Stalk G., Block A. 2012. From family firms to big business. Transl. from English. *Harvard Business Review — Russia* (12): 81–86.
- Kornai J. 2003. Honesty and trust in the light of the post-socialist transition. Transl. from English. *Voprosy ekonomiki* (9): 4–17.
- Coleman J.S. 2004. Economic sociology from the viewpoint of the theory of rational choice. Transl. from English. In: *The Western Economic Sociology: A Reader of Modern Classics*. Ed. by V.V.Radaev. M.: ROSSPEN.
- Kupreychenko A.B., Mersyanova I.V. (eds). 2013. *The Trust and Confidence In the Development of Civil Society*. M.: Izdat. dom VSHE.
- Lipatov A.A. et al. 2015. *The Proper Society*. SPb.: Piter.
- Lyaschko A. 2003. Inter-firm trust and Schumpeterian innovation. *Voprosy ekonomiki* (11): 27–40.
- Marshall A. 1993. *Principles of Economics*. Vol. 1. Transl. from English. M.: Progress-Univers.
- Milner B.Z. 2012. *Theory of the Organization*. Chapter “Trust in the organization”. M.: INFRA-M.
- Minina V.N. 2012. Organizational trust as an intangible asset of the company: The problem of measurement. *Vestnik S.-Peterburgskogo un-ta. Seriya Menedzhment* (2): 107–130.
- Knight F. 1994. The meaning of risk and uncertainty. Transl. from English. *THESIS* (5): 12–28.
- Nayar V. 2013. Trust in generation “y”. Transl. from English. *Harvard Business Review — Russia* (10) <http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-personalom/a12552/> (accessed: 17.11.2015).
- Radaev V. 2012 On class and personal trust. *Harvard Business Review — Russia* (10). <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/obshchestvennye-instituty/a11427/> (accessed: 17.11.2015).
- Simon G.A. 1993. Rationality as process and as product of thought. Transl. from English. *THESIS* (3) 16–38.
- Sasaki M. 2014. Family socialization and the experience of betrayal: A cross-national analysis of trust. *Sotsiologicheskie issledovaniya* (2): 10–24.
- Safina D.M. 2005. Trust in the organization. *Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta* 147 (book3): 196–203.
- Higgins R. 2005. *Best Practices in Global Investor Relations: The Creation of Shareholder Value* (chapter “The Strategic Trust”). Transl. from English. M.: Alpina Publisher.
- Shaw R.B. 2000. *Trust In the Balance: Building Successful Organizations on Results, Integrity, and Concern*. Transl. from English. M.: Delo.
- Elias N. 2001. *The Society of Individuals*. Transl. from English. M.: Praxis.
- Arrow K. 1994. Risk perception in psychology and economics. Transl. from English. *THESIS* (5): 81–90.
- Yakhontova E.S. 2004. The rating of trust in the context of human resource management. *Sotsiologicheskie issledovaniya* (9): 117–121.

*Статья поступила в редакцию
18 марта 2015 г.*