

УДК 372.881.1

DOI: 10.26140/anie-2020-0902-0090

ФОРМИРОВАНИЕ АНКЕТЫ КАК ЭЛЕМЕНТА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ МЕЖФИРМЕННОГО ДОВЕРИЯ

© 2020

AuthorID: 940372

SPIN: 8470-3619

ORCID: 0000-0002-2538-9206

Пашук Наталья Руслановна, аспирант, ассистент кафедры
экономики и управления

Чугуевская Виктория Петровна, студент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, д.41, e-mail: vip.chuguevskaja@mail.ru)*

Аннотация. Доверие в системе взаимоотношений субъектов экономики является ключевым фактором их прочности и результативности. Степень доверия к предпрятию со стороны бизнес-партнеров формируется исходя из совокупности факторов и критериев, в состав которых входит: финансовая надежность, информационная открытость, репутация компании на рынке и другие. Не смотря на социологическое происхождение понятия «доверие», данное явление можно измерить посредством перевода качественных характеристик в количественные показатели, для чего необходимо провести экспертный опрос. Качество достигаемых проведением опроса результатов напрямую зависит от качества разработанной анкеты, предоставляемой респондентам, поэтому, основной целью данной работы является составление рабочего шаблона анкеты, применимого для оценки уровня межфирменного доверия. Для достижения поставленной цели в статье определяется значимость проявления доверия в экономике, влияние на ведение деятельности, проводятся результаты анализа литературы на предмет определения основных критериев доверия в экономике, а также проводится критический анализ некоторых из опросников. В основной части статьи описывается описание разделов опросника, а в выводе авторами определена практическая значимость использования предлагаемой анкеты участниками экономических отношений.

Ключевые слова: доверие в экономике, межфирменное доверие, репутация организации, партнерство, бизнес-сотрудничество, анкета, оценка уровня доверия, методика оценки доверия.

FORMING A QUESTIONNAIRE AS AN ELEMENT OF AN APPROACH OF ASSESSING THE LEVEL OF INTERFIRM TRUST

© 2020

Pashuk Natalya Ruslanovna, graduate student, assistant of the Department
“Economics and Management”

Chuguevskaya Victoria Petrovna, student

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, 41 Gogol St., e-mail: vip.chuguevskaja@mail.ru)*

Abstract. Trust in the system of relations between economic entities is a key factor in their strength and effectiveness. The degree of trust in the enterprise from the side of business partners is formed on the basis of a combination of factors and criteria, including: financial reliability, information transparency, the company’s reputation in the market, and others. Despite the sociological origin of the concept of “trust,” this phenomenon can be measured by translating qualitative characteristics into quantitative indicators, for which it is necessary to conduct an expert survey. The quality of the results achieved by the survey directly depends on the quality of the developed questionnaire provided to the respondents, therefore, the main goal of this work is to compile a working questionnaire template that is applicable to assess the level of intercompany trust. To achieve this goal, the article determines the significance of the manifestation of trust in the economy, the impact on the conduct of activities, analyzes the literature to determine the main criteria for trust in the economy, and also conducts a critical analysis of some of the questionnaires. The main part of the article describes the sections of the questionnaire, and in conclusion, the authors determined the practical significance of the use of the proposed questionnaire by participants in economic relations.

Keywords: trust in the economy, intercompany trust, reputation of the organization, partnership, business cooperation, questionnaire, assessment of the level of trust, confidence assessment methodology.

ВВЕДЕНИЕ

Успех и эффективность деятельности компании напрямую зависят от её репутации на рынке и от степени надёжности её партнеров. Готовность сотрудничества с предприятием во многом определяется сформированным о данной организации мнением на рынке на основе качества производимой продукции, профессионализма персонала, и порядочностью ведения деловых отношений. Процесс принятия управленческих решений руководством о выборе потенциального партнера при наличии нескольких альтернатив во многом может быть облегчен проведением количественной оценкой доверия к «претендентам», в связи с чем, возникает необходимость оценки степени доверия рынка к организации, что позволит предпринимателю снизить свои риски при заключении договора с новым партнером.

В данной работе несомненный интерес представляет изучение вышеупомянутого феномена, традиционно «доверие» связывают с морально-этической составляющей жизнедеятельности человека и под ним понимают открытые, положительные взаимоотношения между людьми, содержащие уверенность в порядочности и до-

брожелательности другого человека, с которым доверяющий находится в тех или иных отношениях [1].

Но последние десятилетия понятие доверия активно отождествляется и с экономической средой, что подтверждается исследованиями Жернова Е.Е., Жерновой Н.А. [2], Доржиевой Э.Л. [3], Шабуневой А.А., Гужавиной Т.А., Кожинной Т.П. [4], Шмелевой С.А., Щербак А.Н. [5] и мн. др.

В рамках данной работы под доверием понимается – характеристика отношений между экономическими субъектами, основанная на ожидании и уверенности в честном, компетентном, лояльном поведении друг друга.

Высокий уровень доверия в экономике обеспечивает возникновение таких преимуществ для взаимодействующих партнеров как:

- снижение инвестиционных рисков [6];
- создание устойчивой клиентской базы;
- снижение транзакционных издержек [6,7];
- адаптивность к меняющимся условиям;
- стабильность развития бизнеса [7];
- возможность длительного сотрудничества;

- формирование положительной репутации компании на рынке.

Анализ литературы в сфере содержания доверия, его характерных признаков, источников формирования способствовал формулировке критериев доверия в системе межфирменных отношений, к которым относятся:

- доступность и открытость информации;
- профессионализм сотрудников организации;
- имидж и репутация организации на рынке;
- точность и полнота исполнения договорных обязательств;
- отсутствие судебных разбирательств и сорванных контрактов;
- платежеспособность организации;
- наличие стабильной клиентской базы;
- качество предоставляемого продукта (оказываемой услуги).

Одним из эффективных, простых в использовании и распространенных инструментов, используемых в оценке межфирменного доверия, является применение анкеты.

Исследованием и совершенствованием инструментария оценки доверия в экономике занимались такие ученые-экономисты, как: Мерсиянова И.В., Якимец В.Н., Пахомова Е.И. [8], Хамалинский И.В., Завгородняя В.В. [9], Устинова Л.Н., Рожков В.Л. [10], Воронов А.Н., Воронова Е.А., Жукова Н.В. [11], Лутфуллин Ю.Р., Фазлаев И.Т. [12] и др. [13-18]. Результаты проведенного анализа методик оценки уровня доверия, предлагаемые данными авторами, представлены в таблице 1. Стоит отметить, что в перечень анализируемых методик, были включены те, что и наиболее комплексно позволяют произвести оценку уровня доверия посредством проведения опроса.

Таблица 1. - Анализ методик оценки уровня доверия по критериям межфирменного доверия

Критерии	Мерсиянова И.В. Якимец В.Н. Пахомова Е.И.	Хамалинский И.В., Завгородняя В.В.	Устинова Л.Н., Рожков В.Л.	НАФИ	Воронов А.Н., Воронова Е.А., Жукова Н.В.	Лутфуллин Ю.Р., Фазлаев И.Т.
Доступность и открытость информации о деятельности	+	-	-	+	-	-
Профессионализм сотрудников организации	-	-	-	-	+	+
Имидж и репутация организации на рынке	-	+	+	-	+	-
Отсутствие судебных разбирательств и срывов контрактов у организации	-	+	-	-	+	+
Платежеспособность организации	-	+	+	+	-	+
Наличие стабильной клиентской базы	-	+	+	-	-	-
Качество предоставляемого продукта/услуг	-	-	-	-	+	-
Точность и полнота исполнения договорных обязательств	+	-	-	+	+	+

МЕТОДОЛОГИЯ

Исходя из представленных выше данных, можно сформулировать вывод о том, что существующие в настоящее время методики оценки уровня доверия не позволяют произвести оценку по всей совокупности критериев, в связи, с чем основной целью данной работы является формирование анкеты как элемента методики оценки уровня межфирменного доверия.

Объект исследования – существующие методики оценивания уровня межфирменного доверия, предмет - структура, динамика изменений и современное состояние системы оценивания уровня межфирменного доверия.

Методологическая база работы включает комплекс взаимосвязанных методов научного исследования: теоретический и компаративный анализ, синтез, дедукцию, индукцию, моделирование.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Составление анкеты является неотъемлемой частью формирования анкеты является неотъемлемой частью

методики оценки уровня межфирменного доверия, поскольку позволяет трансформировать качественные показатели в количественные значения (баллы), а также определить значимость критериев доверия для респондентов.

Респондентами в рамках планируемой методики являются руководители организаций, филиалов и структурных подразделений предприятий, осуществляющими совместную деятельность с объектом оценки. Также руководители могут являться и пользователями данной анкеты.

Под объектом оценки понимается субъект предпринимательства, деятельность которого подлежит оценке на предмет уровня доверия со стороны бизнес-среды.

Структурно предлагаемая анкета состоит из трех блоков. Первый – обладает универсальностью и включает в себя вопросы, направленные на изучение респондента, его сферы деятельности, опыта сотрудничества с оцениваемым предприятием и источников, из которых респондент узнал о деятельности компании-партнёра.

Второй блок предполагает оценивание деятельности объекта по всем критериям посредством присуждения баллов по шкале от 1 до 5, где 1 балл означает «очень низкий уровень», а 5 баллов – «высокий уровень».

И наконец, третий блок включает вопросы, направленные на присуждение респондентами значимости для каждого из критериев, так же с использованием 5-балльной шкалы оценивания, где 1 балл соответствует показателю «совсем не важен», а 5 баллов – «очень важен».

В таблице 2 представлены основные вопросы анкеты и возможные варианты ответов.

Таблица 2. – Структура анкеты оценки уровня доверия.

№ п/п	Вопрос	Ответы
Первый раздел «Общая информация»		
1	Сфера деятельности вашей компании	*открытый вопрос
2	Были ли у Вас опыт сотрудничества с компанией «Название организации»?	-Да -Нет
3	Если был опыт, то какого вида было это сотрудничество?	-купля-продажа результатов материальной деятельности; -производственная и техническая кооперация; -оказание банковских, страховых услуг; -торгово-посредническая деятельность; -предоставление транспортных услуг; -другое
4	Готовы ли вы сотрудничать с «Название организации» в будущем?	-Да -Нет
5	Из каких источников вы узнали о деятельности компании «Название организации»?	-печатные СМИ; -реклама на ТВ; -сеть Интернет, социальные сети; -рекомендации знакомых/друзей; -реклама на радио; -другое
Второй раздел «Критериальная оценка доверия»		
6	Оцените по шкале от 1 до 5 качество исполнения договорных обязательств компанией «Название организации», 1 балл соответствует показателю «очень низкий уровень», а 5 баллов – «высокий уровень»	1 2 3 4 5
7	Оцените по шкале от 1 до 5 качество предоставляемого продукта/оказываемых услуг «Название организации»	1 2 3 4 5
8	Оцените по шкале от 1 до 5 доступность и полноту предоставленной информации о деятельности «Название организации» и ее услугах на официальном сайте	1 2 3 4 5
9	Оцените по шкале от 1 до 5 профессиональный уровень сотрудников компании «Название организации» (быстрая реакция на запросы, выделительность и пожелания клиента, работа с жалобами и претензиями заказчика)	1 2 3 4 5
10	Оцените по шкале от 1 до 5 репутацию и имидж «Название организации» на рынке	1 2 3 4 5
11	Оцените по шкале от 1 до 5 безопасность сотрудничества с данной компанией (отсутствие судебных разбирательств и срывов контрактов с компанией)	1 2 3 4 5
12	Оцените по шкале от 1 до 5 уровень платежеспособности (способность полностью в срок погашать кредитную задолженность) данной компании	1 2 3 4 5
13	Оцените по шкале от 1 до 5 насколько Вы удовлетворены результатами сотрудничества с компанией «Название организации»	1 2 3 4 5
Третий раздел «Оценка значимости критериев»		
14	Оцените по шкале от 1 до 3 важность критериев формирования Вашего доверия к организациям на рынке (потенциальным партнерам): 1 балл соответствует показателю «совсем не важен», а 3 баллов – «очень важен»	1 2 3 4 5 *по каждому критерию

Анкета предоставляется респондентам в бумажном или электронном виде. Результаты опроса переводятся в сводный индекс доверия, который рассчитывается как сумма произведений средних значений критериев оценки на весовые коэффициенты, полученные расчетным путем на основании ранжирования значимости критериев.

ВЫВОДЫ

Применение анкеты, как инструмента оценки уровня межфирменного доверия, способствует принятию

управленческих решений, как для пользователя, так и для объекта оценки. Дальнейшее ее использование индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами в перспективе будет оказывать эффективную поддержку в развитии и консолидации доверительных отношений между компаниями, следовательно, в первую очередь, будут сокращаться транзакционные издержки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гарфинкель Г. Концепция и экспериментальные исследования «доверия» как условия стабильных согласованных действий / Пер. с англ. А.М. Корбута. — Социологическое обозрение, 2009. — Т. 8. — № 1. — С. 3—25. Архивная копия от 31 января 2012 на Wayback Machine
2. Жернов Е.Е., Жернова Н.А. “О двух компонентах феномена доверия при формировании экономики, основанной на знании” // Экономические науки С. 146-150
3. Доржиева Э.Л. Этика и доверие как инструменты минимизации транзакционных издержек в инновационной деятельности // Экономика и экологический менеджмент. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etika-i-doverie-kak-instrumenty-minimizatsii-transaktsionnyh-izderzhok-v-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 18.02.2020).
4. Шабунцова А.А., Гужавина Т.А., Кожина Т.П. Доверие и общественное развитие в России. // Журнал проблемы развития территорий. 2015
5. Шмелева С.А., Щербак А.Н. Доверие, экономическое развитие, политический режим: статистический анализ взаимосвязей. Международный журнал исследования и культуры. 2014
6. Журавлев П.А. К вопросу о роли доверия в развитии институциональной среды национальной экономики. Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. 2011. № 1 (16). С. 213-220.
7. Гурова И.П., Корчагина Н.А. Понятие доверия в экономических отношениях // Власть. 2011. №5.
8. Мерсиянова И.В., Якимец В.Н., Пахомова Е.И. Доверие граждан к деятельности государственных служащих // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doverie-grazhdan-k-deyatelnosti-gosudarstvennyh-služhaschih> (дата обращения: 29.02.2020).
9. Хамалинский И.В., Завгородняя В.В. Методы оценки степени доверия предприятию // Региональная экономика: теория и практика. 2014. №27. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-stepeni-doveriya-predpriyatiju> (дата обращения: 29.02.2020).
10. Устинова Л.Н., Рожков В.Л. Оценка деловой репутации компании // Российское предпринимательство. 2017. №23. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-delovoy-reputatsii-kompanii> (дата обращения: 29.02.2020).
11. Воронов А.Н., Воронова Е.А., Жукова Н.В. Доверие как фактор формирования имиджа учреждений социальной сферы (по данным социологических исследований в Санкт-Петербурге) // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doverie-kak-faktor-formirovaniya-imidzha-uchrezhdeniy-sotsialnoy-sfery-po-dannym-sotsiologicheskikh-issledovaniy-v-sankt-peterburge> (дата обращения: 29.02.2020).
12. Лутфуллин Ю.Р., Фазлаев И.Т. Количественная оценка доверия при анализе инвестиционной привлекательности сельскохозяйственного предприятия // АВУ. 2010. №2 (68).
13. Григорян Е.С. Деловая репутация как фактор устойчивого развития предприятия // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2015. Т. 2. № 1 (23). С. 251-256.
14. Майорова Е.А. Деловая репутация и социальная ответственность торговых организаций // Карельский научный журнал. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 45-48.
15. Боровицкая М.В. К вопросу определения и учета деловой репутации организации // Балканско научно обозрение. 2019. Т. 3. № 4 (6). С. 84-88.
16. Руденко А.А., Трифонов Ю.В. Стратегическое управление материальными ресурсами: методология исследования, теоретическое и статистическое обоснование // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2007. № 1 (27). С. 107-110.
17. Дорощев В.А. Системный взгляд на проблему доверия руководителю в организации // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 113-116.
18. Григорьев Р.А., Селиверстова Н.С., Тимирясова А.В., Шабанова Л.Б. Влияние институциональных факторов на формирование социального капитала коммерческих, государственных и муниципальных организаций // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 4 (52). С. 1753-1766.

Статья поступила в редакцию 05.03.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020