



---

# Исследование восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

Научный семинар Лаборатории  
институционального анализа  
экономических реформ

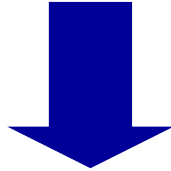
Третьяк О. А., Попов Н. И.  
19 февраля 2009 г.

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Актуальность и вопросы исследования

- Отношения между организациями становятся более ценным активом
- Отношения между организациями становятся более сложными

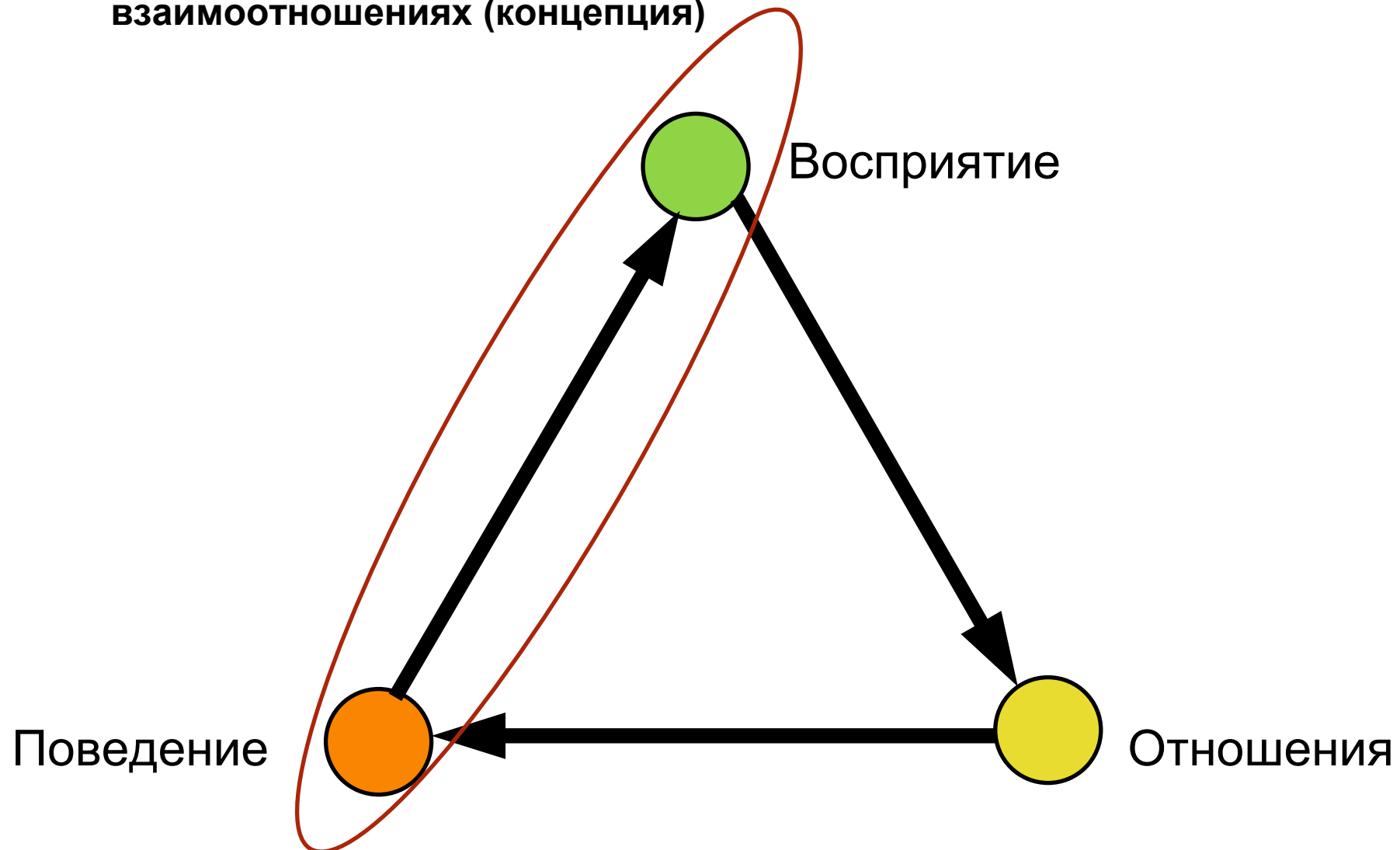


- Что способствует укреплению международных рыночных отношений?
- В чём состоит ценность хороших отношений?

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях (концепция)



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Задачи исследования

1. Изучение реальных представлений участников рынка о том, какое поведение своих контрагентов они считают (не)справедливым
2. Изучение возможных последствий «(не)справедливых» действий
3. Изучение возможных источников и механизмов формирования определённых норм и установок мышления, влияющих на представления о (не)справедливости

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

### «Принцип баланса»

- Баланс между равными участниками – это справедливо



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Альтернативные нормы

- Соотношение результатов и вкладов должно быть равным
- Результаты равны вне зависимости от вклада
- Результаты зависят **не от вклада**, а от потребностей и обязательств сторон
- ...
- Konow, J. Which Is the Fairest One of All? A Positive Analysis of Justice Theories // Journal of Economic Literature. 2003. No. XLI (December). P. 1188-1239.

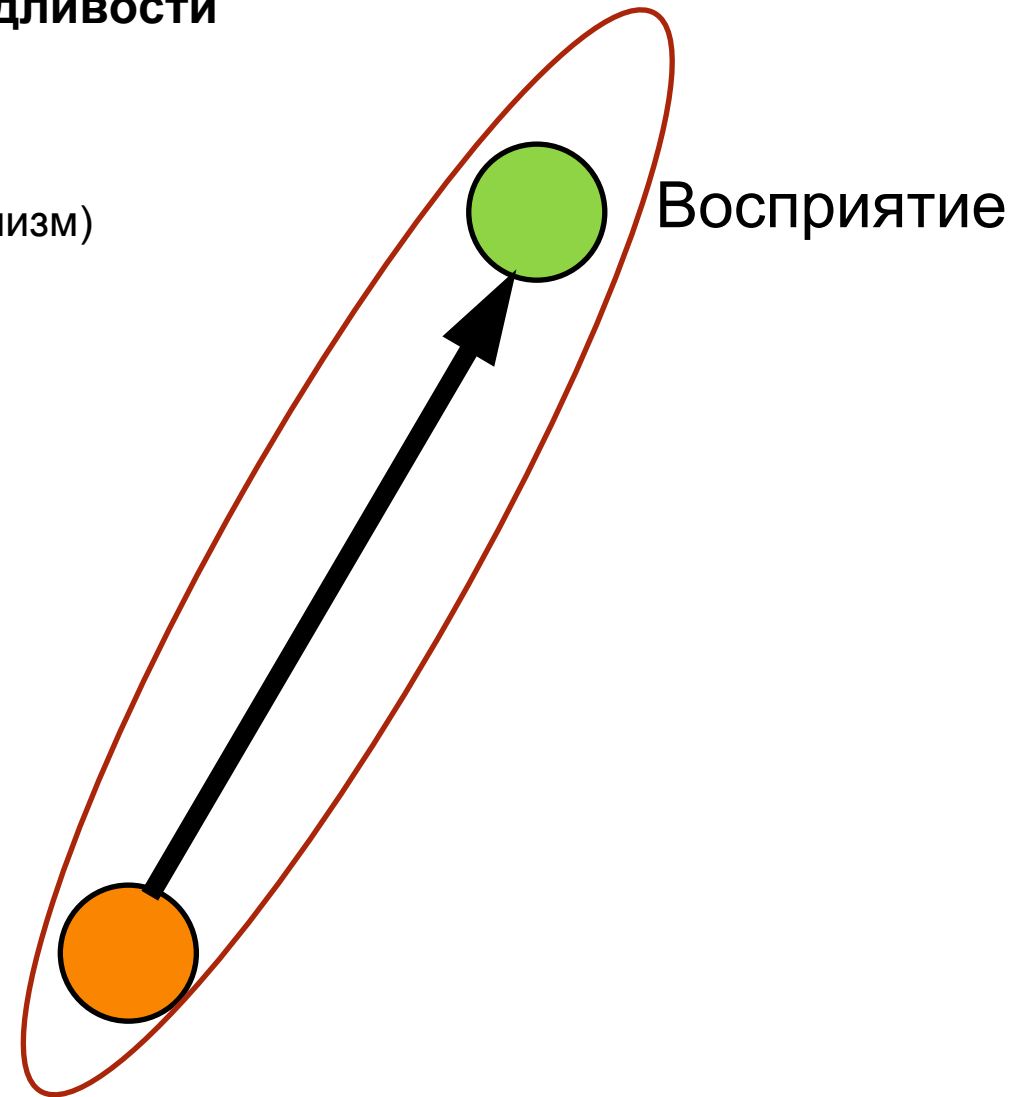
## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Факторы восприятия (не)справедливости

- Макросреда
  - Ц. достижения (индивидуализм)
- Микросреда
  - Создание модной одежды
- Отношения
  - Зависимость и власть

Поведение



## Эволюция норм

- Центральным элементом межфирменных отношений являются нормы, которые, во-первых, создают базу для установления отношений, и во-вторых, создают атмосферу, в которой они развиваются (Heide, John, 1992; Gundlach, Achrol, 1993...)

# Как формируются и изменяются нормы?



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

### Полный факториал эксперимента по методу совместного анализа

#### Полная схема эксперимента

24 ситуации: 3 x 2 x 2 (качества поставщика) X 2 (культурная дистанция МЕЖДУ компанией и поставщиком)

| D. Зависимость компании от поставщика, основанная на затратах |            | A: Относительные результаты взаимоотношений компании и поставщика                 |       |                                       |       |   |       |                                       |       |   |       |                                       |       |                     |       |                    |       |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|---|------------|---|-------|---------------------------------------|-------|---|-------|---------------------------------------|-------|---|-------|---------------------------------------|-------|---------------------|-------|--------------------|-------|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|
|   |            | a0. Неравенство в пользу поставщика<br>Доля компании в результатах ниже её вклада |       |                                       |       | a1. Равенство с поставщиком<br>Баланс вкладов и результатов |       |                                       |       | a2. Неравенство в пользу компании<br>Доля компании в результатах ниже её вклада |       |                                       |       |                     |       |                    |       |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|   |            | C: Культурная дистанция с поставщиком   |       | C: Культурная дистанция с поставщиком |       | C: Культурная дистанция с поставщиком                       |       | C: Культурная дистанция с поставщиком |       | C: Культурная дистанция с поставщиком   |       | C: Культурная дистанция с поставщиком |       |                     |       |                    |       |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|   |            | c0. Нет. российский   |       | c1. Есть. немецкий                    |       |   |       | c0. Нет. российский                   |       | c1. Есть. немецкий  |       |                                       |       | c0. Нет. российский |       | c1. Есть. немецкий |       |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
| B. Соотношение вкладов во взаимоотношения                     | b0. Меньше | 000-0   | 001-0 | 100-0                                 | 101-0 | 200-0   | 201-0 | 000-0                                 | 001-0 | 100-0   | 101-0 | 200-0                                 | 201-0 | 000-0               | 001-0 | 100-0              | 101-0 |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|   | b1. Больше | 010-0   | 011-0 | 110-0                                 | 111-0 | 210-0   | 211-0 | 000-0                                 | 001-0 | 100-0   | 101-0 | 200-0                                 | 201-0 | 000-0               | 001-0 | 100-0              | 101-0 |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|   |            | Ячейка 7  |       | Ячейка 8                              |       | Ячейка 9  |       | Ячейка 10                             |       | Ячейка 11   |       | Ячейка 12                             |       | Ячейка 13           |       | Ячейка 14          |       | Ячейка 15 |  | Ячейка 16 |  | Ячейка 17 |  | Ячейка 18 |  | Ячейка 19 |  | Ячейка 20 |  | Ячейка 21 |  | Ячейка 22 |  | Ячейка 23 |  | Ячейка 24 |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|   |            | Ячейка 1  |       | Ячейка 2                              |       | Ячейка 3  |       | Ячейка 4                              |       | Ячейка 5  |       | Ячейка 6                              |       | Ячейка 7            |       | Ячейка 8           |       | Ячейка 9  |  | Ячейка 10 |  | Ячейка 11 |  | Ячейка 12 |  | Ячейка 13 |  | Ячейка 14 |  | Ячейка 15 |  | Ячейка 16 |  | Ячейка 17 |  | Ячейка 18 |  | Ячейка 19 |  | Ячейка 20 |  | Ячейка 21 |  | Ячейка 22 |  | Ячейка 23 |  | Ячейка 24 |  |

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

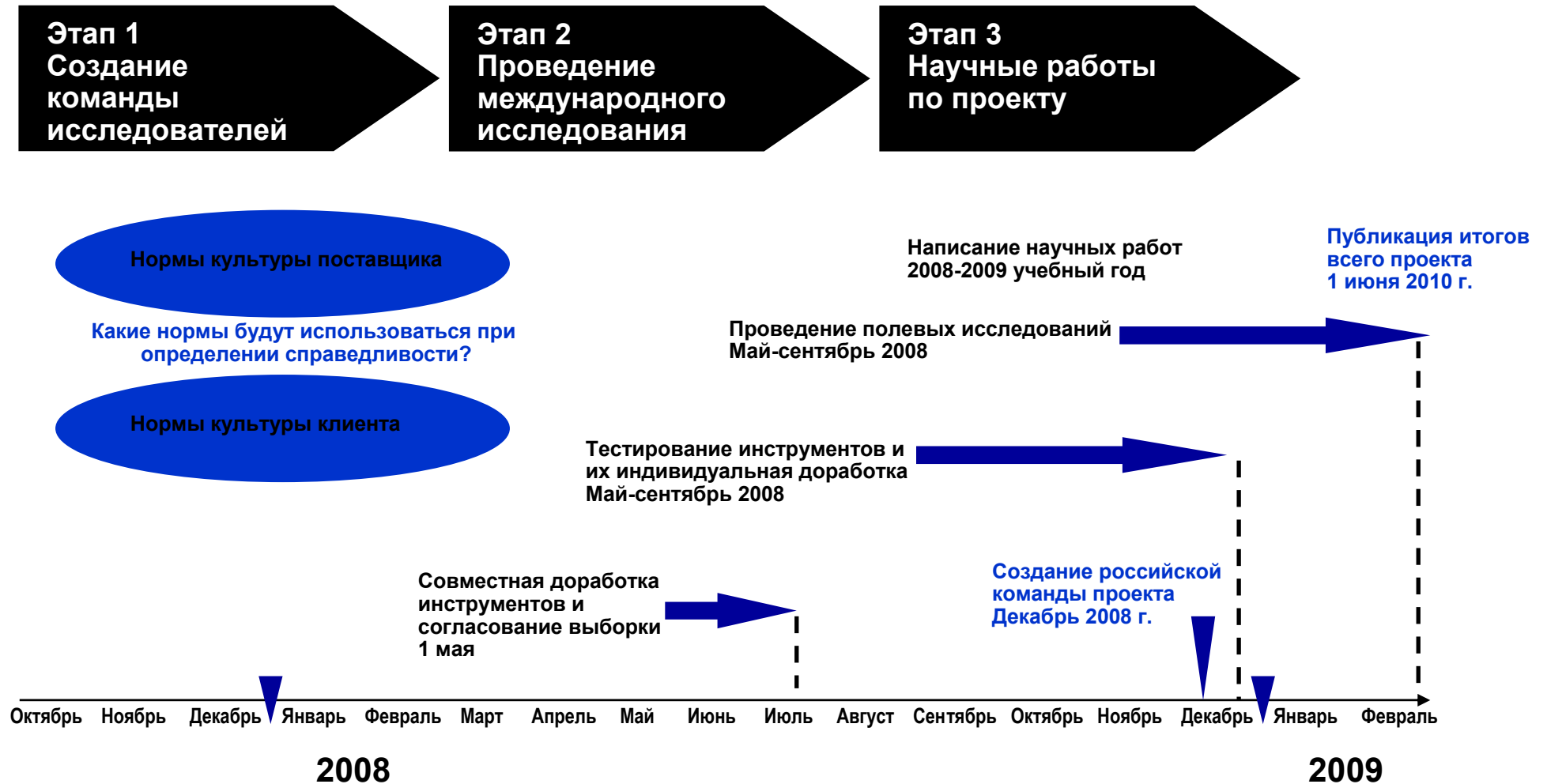
---

### Основные темы вопросов анкеты

- Вопросы о принципах и ценностях - аналогия культурных измерений Хофстеде
- Важность справедливости по сравнению с другими факторами в отношениях с основными поставщиками
- Нормы справедливости, применяемые компанией в отношениях с основными поставщиками
- Опорные ориентиры для результатов отношений с одним из основных поставщиков
- Факторы, потенциально определяющие восприятие справедливости отношений с этим поставщиком
- Относительная зависимость между торговой компанией и этим поставщиком
- **Влияние кризиса на отношения с поставщиками**

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

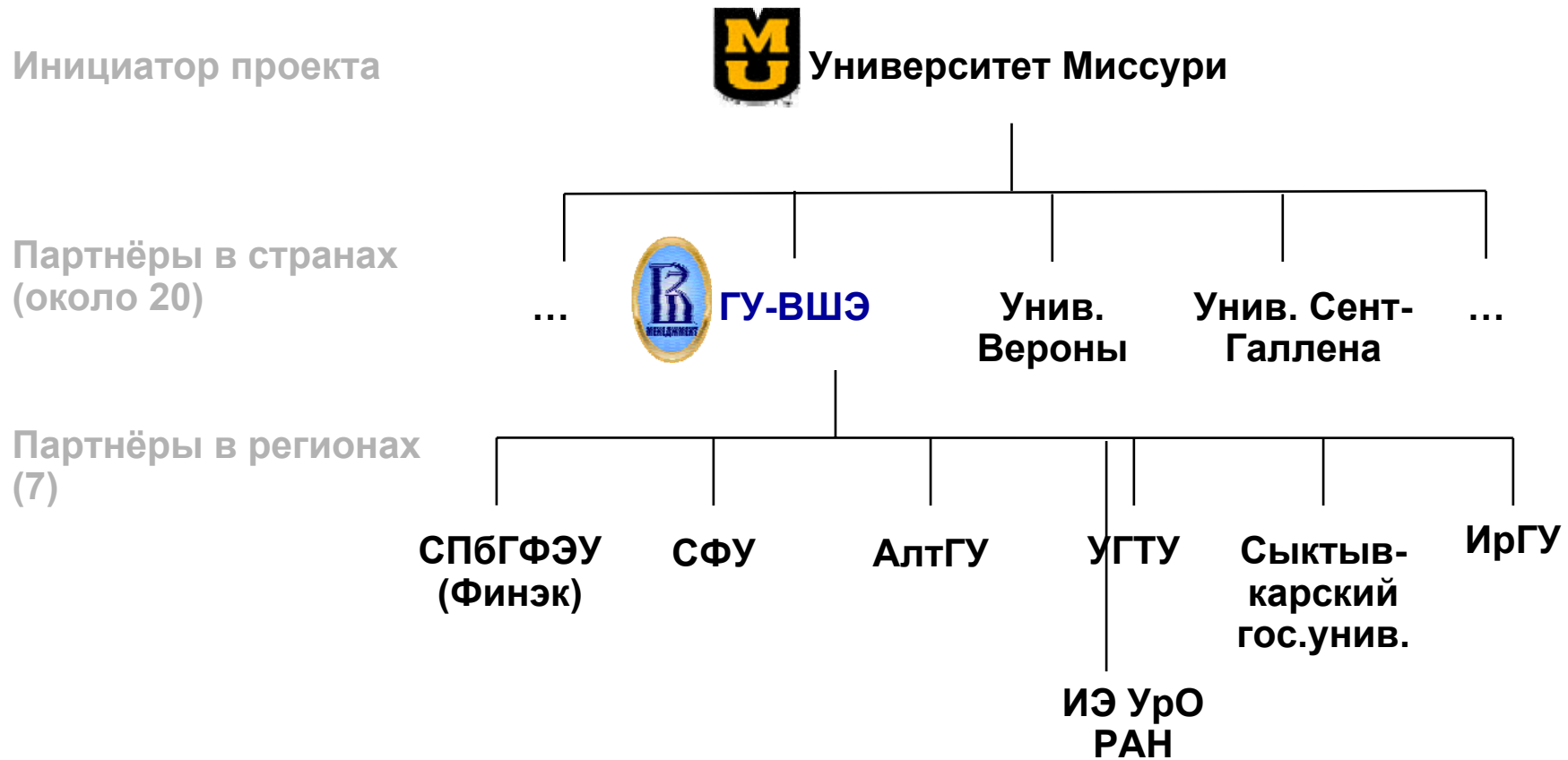
### Этапы проекта



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Участники проекта



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Что сделано?

- Разработка инструментов
- Перевод (I)
- Тестирование (I)
- Перевод (II)
- Тестирование (II)

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Что запланировано?

- Финальная версия инструментов исследования (февраль)
- Сбор данных (март)
- Обсуждение результатов на семинаре (~ 8-9 апреля)

- 
- ... (дальнейшие этапы)



Web: <http://www.hse.ru/>

Web: <http://noe.virtass.ru/>

e-mail: [noe@hse.ru](mailto:noe@hse.ru)

Третьяк О. А., Попов Н. И.  
19 февраля 2009 г.

**Благодарим за внимание!**