



---

# Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

Презентация проекта

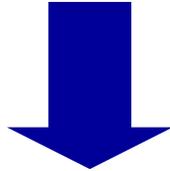
Третьяк О. А., Попов Н. И.  
21 ноября 2008 г.

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Актуальность и вопросы исследования

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

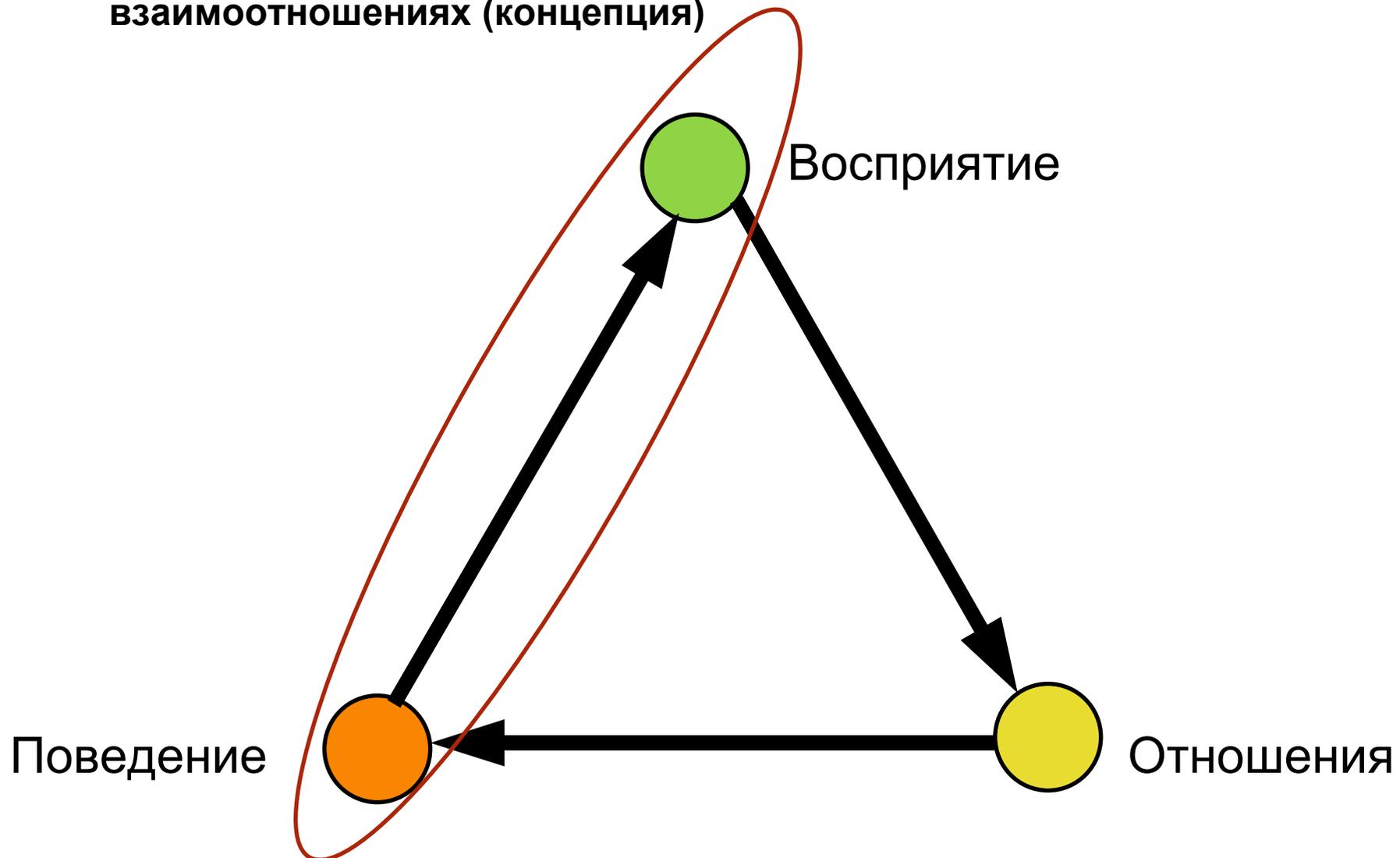


- Что способствует укреплению международных рыночных отношений?
- В чём состоит ценность хороших отношений?

## 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.

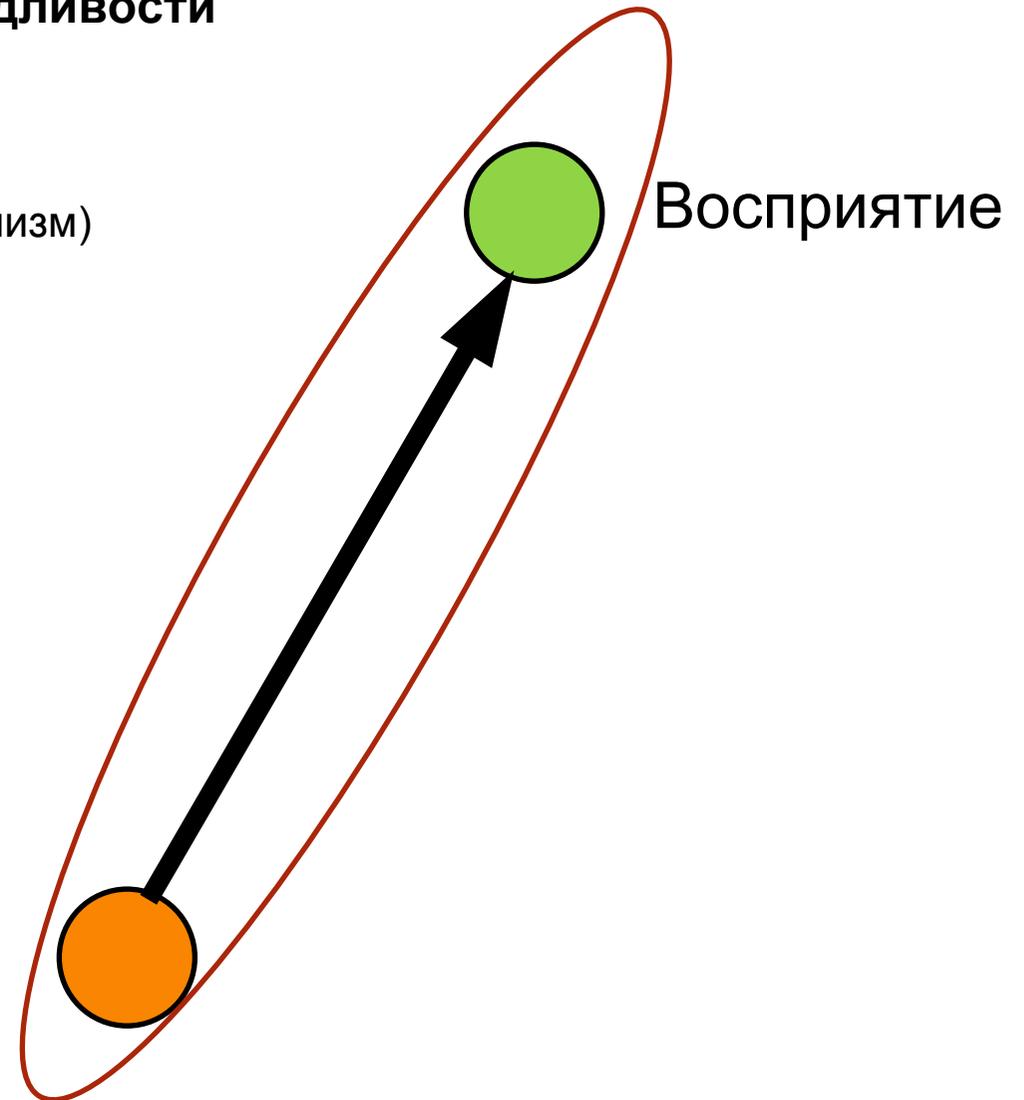
## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Факторы восприятия (не)справедливости

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

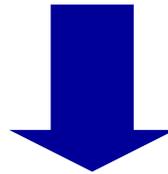
Поведение



## 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...)

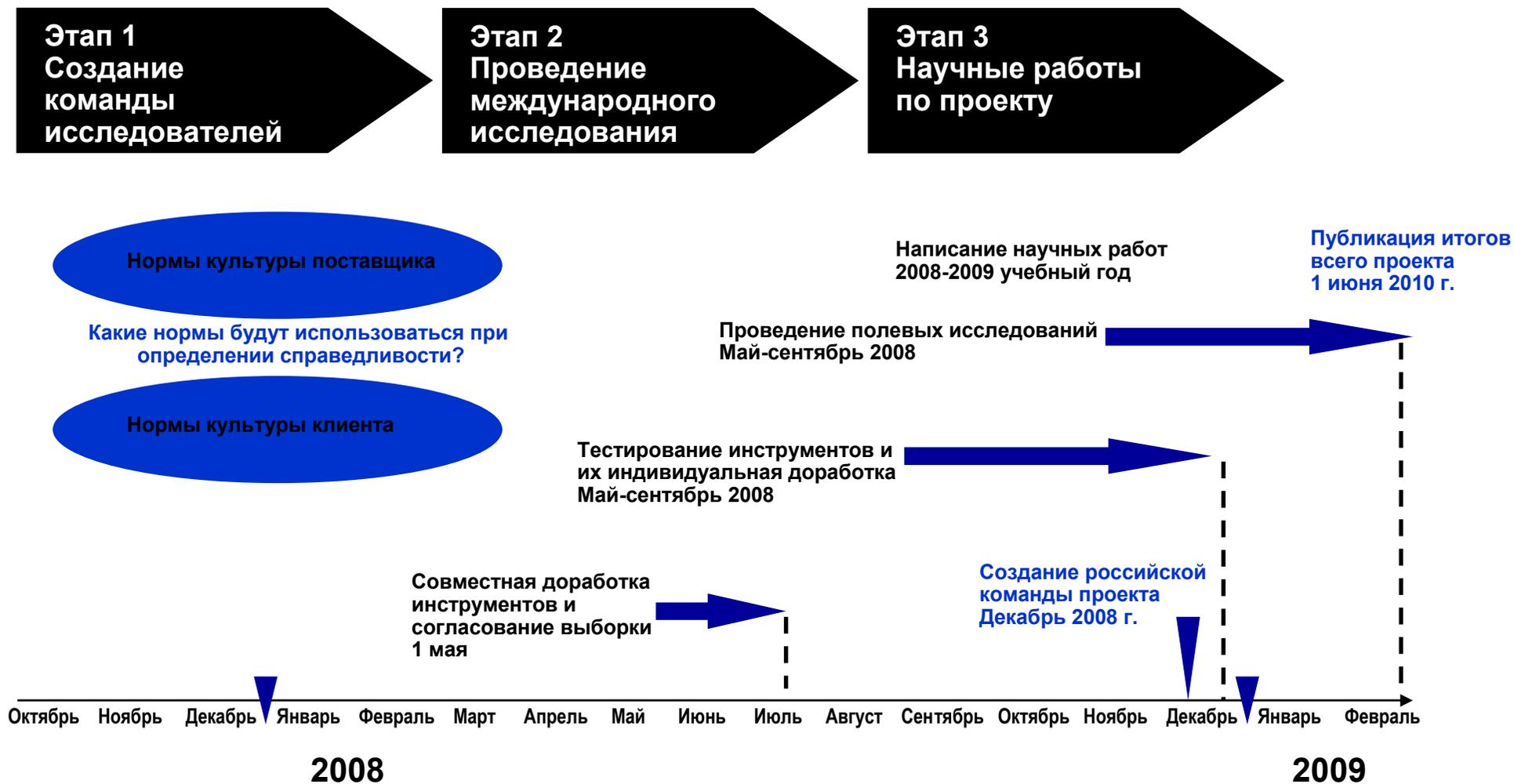
# Как формируются и изменяются нормы?



Интервьюируем ритейлеров???

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

### Этапы проекта



## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Что сделано?

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

**1)Права и обязанности**

**2)Формат дискуссий**

**3)Постановочная статья**

**4)Все инструменты**

**5)Инструкции**

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Что запланировано?

- Тестирование (II)
- Перевод (final)
- Обсуждение???

**Коллективное  
обсуждение?**



**<http://noe.virtass.ru/forum>  
e-mail: [noe@hse.ru](mailto:noe@hse.ru)**

- 
- Сбор данных
  - ... (дальнейшие этапы)



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

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

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

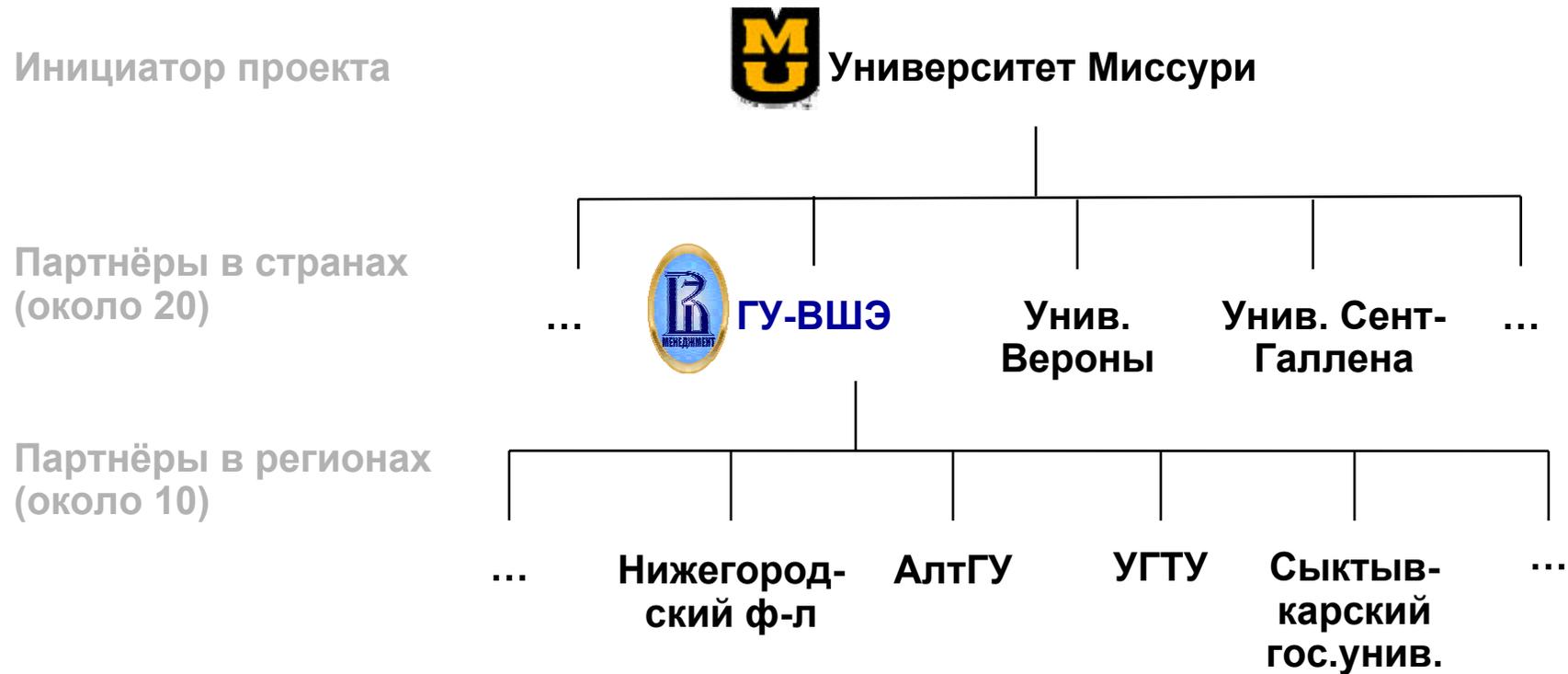
Третьяк О. А., Попов Н. И.  
21 ноября 2008 г.

**Благодарим за внимание!.. и приглашаем к  
участию!**

## Роль восприятия справедливости в межфирменных взаимоотношениях

---

### Участники проекта



## 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 Доля компании в результатах ниже её вклада				a1. Равенство с поставщиком Баланс вкладов и результатов				a2. Неравенство в пользу компании 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	