Жаворонков Павел Владимирович
аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва
dr_pasha@mail.ru

Доверие и надежность бизнеса

Доверительные отношения как фактор повышения экономических результатов предпринимательской деятельности фирмы

Аннотация

В статье подтверждается справедливость результатов исследования доверия как экономической категории. Рассмотрено влияние доверия на эффективность использования интеллектуально-креативных ресурсов фирмы и реализацию бизнес-идей.

Ключевые слова: доверие, доверительные отношения, риск, предпринимательство, инвестиции, бизнес-идеи

По признанию многих специалистов в области экономики, доверие несмотря на свою социально-психологическую природу становится самым дорогим экономическим активом. По мнению профессора Ясина Е.Г. «нефть и газ нам не помогут. Попытки построить могущество на нефти, также как и раньше – на военной силе, пахнут очередными испытаниями для нашей страны. А главные ресурсы, которые мы можем использовать – это свобода и доверие» (1).

Доверие как фактор повышения эффективности управления человеческими ресурсами

В настоящее время все большее число ученых-экономистов считают, что доверие является экономическим ресурсом, влияющим на деловую активность. При этом социально-экономическая ситуация демонстрирует производство и воспроизводство доверия через экономические структуры. А учитывая то, что любой бизнес сопряжен с целым набором рисков, учет сложившихся доверительных отношений между партнерами по бизнесу, между руководителями и сотрудниками становится необходимым для каждой без исключения фирмы.

Сегодня все более и более явно проявляется факт того, что доверие не только как социально-психологическое, но и как экономическое явление становится одним из основных факторов, влияющих на принятие решения об инвестировании в развитие фирм. Причем не только в виде вложения финансовых средств, но и в форме конфиденциальной

доверие является непременным условием повышения эффективности управления интеллектуально-креативными ресурсами инновационных предприятий

информации, времени и эмоционального капитала. Доверие с рыночных позиций ведет к тому, что клиенты, доверяя фирме, например, делятся с ней стратегической информацией о своих планах, предпочтениях и опыте.

Немаловажным является и тот факт, что управление предприятием с учетом доверия как существенного фактора, определяющего уровень самых различных видов риска (надежности), которые всегда сопровождают деятельность любой фирмы или организации, выступает необходимым условием повышения эффективности управления производственными отношениями, в частности, управления интеллектуально-креативными ресурсами. Это позволяет обеспечивать рациональность использования творческого потенциала работников, повышать устойчивость организаций в условиях неопределенностей, которые возникают при выполнении практически любых рыночных операций.

При этом нельзя забывать, что доверие во многом определяет конечную результативность организационных изменений, но изменения не обходятся без использования ограниченных материальных и «неограниченных» интеллектуальных ресурсов. В настоящее время интеллектуальные ресурсы трактуют в расширенном понимании, а именно как интеллектуально-креативные ресурсы. Этот термин впервые был введен в практику в 2004 году профессором О.Н. Мельниковым (2, 3).

Одним из наиболее ярких примеров использования интеллектуально-креативных возможностей человека, а также доверия между производителем и потребителем с целью получения дохода является корпорация, созданная под руководством Билла Гейтса – Microsoft. Рыночная стоимость которой в 2010 г. оценивалась в $247,23 млрд на NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotation – Автоматизированные котировки Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам) – американский внебиржевой рынок, специализирующийся на акциях высокотехнологичных компаний. При этом аналитики отмечают, что только 5% стоимости корпорации составляют материальные активы, 25–30% стоимость бренда, остальное – это её интеллектуально-креативные ресурсы.

Это подтверждает мысль о том, что доверие является непременным условием повышения эффективности управления интеллектуально-креативными ресурсами инновационных предприятий с целью получения максимального экономического результата от их использования.

Доверие как фактор обеспечения реализации бизнес-идей

Доверие можно определить как объективно существующий нематериальный актив каждого предприятия, независящий от форм собственности и оказывающий существенное (иногда решающее) влияние на формирование производственных отношений внутри любого коллектива. Это дает основание утверждать, что доверие

следует рассматривать как экономическую категорию, обеспечивающую эффективность функционирования предпринимательских структур, продуктом деятельности которых является выпуск товаров и/или услуг.

Любой вид предпринимательской деятельности базируется не только на бизнес-идее, но и на доверительных отношениях между производителем и потенциальными потребителями. Особенно это важно для инновационного бизнеса, когда правильный выбор идеи и поля доверительных отношений имеет принципиальное значение, фактически являясь залогом будущего успеха или неудачи проекта. Можно сказать, что постоянный поиск новых идей является «двигателем» инновационного бизнеса и в достаточно высокой степени научно-технического прогресса в целом. Но без учета влияния существующего уровня доверительных отношений между субъектами рынка как одного из решающих факторов обеспечения коммерциализации любой идеи в большинстве случаев приводит к отрицательным результатам.

Известно, что идея – это то, с чего начинается процесс инновационного предпринимательства. Генератором инновационной идеи служат опыт, знание, способности и аккумулированная творческая энергия. Но это является недостаточными условиями для возникновения идеи. Должна присутствовать атмосфера доверия, являющаяся питательной средой для возникновения идеи и ее воплощения в тот или иной экономический продукт. Образно говоря, идея развивается аналогично ребенку в плаценте матери, аналогом которой является доверие.

Но предпринимательских идей требуется множество. Отсюда следует, что в

доверие следует рассматривать как экономическую категорию, обеспечивающую эффективность функционирования предпринимательских структур

случае отсутствия доверительных отношений как питательной среды для рождения все новых и новых идей, нельзя ожидать необходимой инновационной активности не только в инновационной сфере, но и в сфере предпринимательства в целом.

При этом следует учитывать факт того, что для достижения положительного результата при высокой степени предпринимательского риска требуется присутствие высокой степени доверительных отношений между участниками рынка. А это возможно только в условиях максимально возможного доверия и предпринимательской свободы.

в случае отсутствия доверительных отношений нельзя ожидать необходимой инновационной активности специалистов фирмы

эффективное проявление творческих способностей специалистов возможно только при создании условий предпринимательской свободы и атмосферы доверия в коллективе

Это подтверждает то, что доверие является не только социально-психологической, но и экономической категорией, которую должны учитывать фирмы при разработке своих стратегических планов. Причем не только в отношении рыночных (внешних) аспектов своей деятельности, но и при организации внутренних систем управления.

Например, при заключении любого хозяйственного договора всегда учитывается социально-психологический уровень доверительных отношений, который существует между потенциальными партнерами. Именно он оказывает существенное, а иногда и решающее влияние на величину прибыли, которая закладывается в сумму договора, и может изменяться от уровня доверия между партнерами от минимального до максимального уровня, принятого в данном сегменте рынка.

Такое же явление можно наблюдать и в случае принятия управленческих решений внутри фирмы. Так, в частности, при организации внутрифирменной деятельности руководители любого уровня сталкиваются с ситуацией, когда выбор исполнителей помимо учета их квалификации требует учитывать и уровень доверительных отношений между сотрудником и руководителем.

То есть доверие в приведенных примерах является фактором, оказывающим прямое воздействие на достижение экономических результатов в работе фирмы. Это подтверждают и результаты исследований Стивена Р.Кови, который сделал следующее заключение: «всегда обращайтесь со своими сотрудниками так, как вы хотели бы, чтобы они обращались с вашими лучшими клиентами» (4).

Отсюда следует, что сегодня актуальна не столько дилемма «доверие/недоверие», сколько расчет оптимальной степени доверительных отношений, способствующей снижению рисков для эффективной деятельности в конкретных условиях. Это приобретает особую актуальность в период подготовки и проведения организационных изменений, поскольку атмосфера взаимного доверия, поддерживаемая менеджерами и подчиненными, способствует оптимальному использованию имеющегося потенциала организации.

Всегда необходимо учитывать факт того, что достижение экономических результатов зависит не только от квалификации специалистов, но и уровня доверительных отношений между руководителями любого уровня и исполнителями. При этом эффективное проявление творческих способностей специалистов возможно только при создании условий предпринимательской свободы и атмосферы доверия в коллективе.

Вывод

Доверие в настоящее время является не только социально-психологическим, но и экономическим критерием. Межфирменные и внутрифирменные доверительные отношения определя-

ют степень практически всей палитры рисков, которые сопровождают деятельность предприятий. При этом рост доверия между партнерами приводит к снижению рисков.

Создание атмосферы доверия позволяет повышать эффективность использования интеллектуальных и креативных способностей специалистов, что позволяет повышать устойчивость организаций в условиях неопределенностей, характерных для рыночной экономики.

Литература

1. Доверие в экономике: количественная оценка // научный семинар в Высшей школе экономики. – Интернет-ресурс: http://www.liberal.ru/articles/1266

2. Мельников О.Н. Детерминированная система оценки интеллектуально-творческих ресурсов личности и организации // Российское предпринимательство, 2002. – № 1(25). – С. 61–67.

3. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – М.: Машиностроение, 2004.

4. Кови С.Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности / пер. с англ. – 3-е изд. – (Текст). – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

КЭ

Pavel V. Zhavoronkov
Postgraduate Student, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow

Trust Relations as Factor of Company Business Activity Economy Results Improvement

Abstract

Article confirms the appropriateness of researching results of trust as economy category. The influence of trust on efficiency of company intellectual-creative resources utilization and on business ideas implementation is considered.

Keywords: trust, trust relations, risk, entrepreneurship, investments, business ideas