

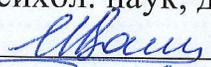
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКИ
Кафедра общей и социальной психологии

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Заведующий кафедрой

д-р. психол. наук, доцент

 И.В. Васильева
26 июня 2023 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
магистерская диссертация

**ВЗАИМОСВЯЗЬ ДОВЕРИЯ И УСТОЙЧИВОСТИ В СЕМЕЙНОМ
БИЗНЕСЕ**

37.04.01 Психология

Магистерская программа «Психология: личностное и организационное
консультирование»

Выполнил работу
студентка 2 курса
очной
формы обучения



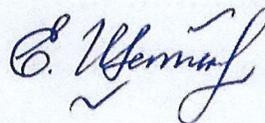
Захватова Снежана
Александровна

Руководитель
канд. психол. наук



Мурзина Юлия
Сергеевна

Рецензент
канд. психол. наук, доцент кафедры
общей психологии и социальных
коммуникаций ФГБОУ ВО «Сочинский
Государственный Университет»



Щетинина Елена
Васильевна

Тюмень
2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ДОВЕРИЕ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА.....	7
1.1. ДОВЕРИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В БИЗНЕСЕ	7
1.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОВЕРИЯ КАК НАУЧНОГО КОНЦЕПТА.....	15
1.3 ПОСТАНОВКА ГИПОТЕЗ	23
ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.....	24
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ И ЕГО УСТОЙЧИВОСТИ.....	26
2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	26
2.2. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ.....	33
2.2.1. ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА	33
2.2.2. ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИЧНОСТНОГО ДОВЕРИЯ.....	40
2.2.2 ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ДОВЕРИЯ	42
2.2.3. СТАТИСТИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗ	43
2.2.4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДДЕРЖАНИЮ ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ	47
ВЫВОДЫ.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	52
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	55
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	62
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	67

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Семейный бизнес является сегментом малого и среднего предпринимательства, но может выступать и крупной корпорацией. В связи с этим в семейном бизнесе встречаются определенные закономерности, такие как: 1) расширение семьи и бизнеса, что в будущем неизбежно приводит к внутренним конфликтам; 2) наличие неформальных отношений, которые складываются из симпатий или антипатий, взаимных оценках, авторитете и т.д., создавая тем самым как устойчивое развитие, так и определенные угрозы для производительности фирмы; 3) дисциплина среди партнеров, которая может привести к изменению важных стратегических и поведенческих паттернов и взаимодействию между ними. Вместе с тем на сегодняшний день в семейном бизнесе увеличивается актуальность модели доверия, как безопасности ведения бизнеса в современном мире [Волков, 2017]. Стоит отметить, что в России исследования в области семейного бизнеса представлены прежде всего с точки зрения экономики и права. Психологическое изучение субъектов семейного бизнеса – это новое направление, которое начинается с 2015 года (по материалам анализа библиографической базы E-library). Поэтому «Изучение отношений внутри семей предпринимателей способно стать еще одним направлением для развития малого бизнеса в нашей стране» [Мурзина, Русяева, с. 30], которые необходимо рассматривать с точки зрения доверительных отношений, ценностной ориентации честности, порядочности, открытости и здоровой коммуникации среди родственников-партнеров по бизнесу.

Проблема. Для того чтобы избежать социальных коллизий внутри государства и увеличить экономический рост в стране необходимо накапливать уровень доверия среди населения в целом, в том числе и в бизнесе. Как пишет декан экономического факультета МГУ, д.э.н. А. А. Аузан, рост социального доверия способствует экономическому росту: «доверие в России почти в два раза ниже, чем в Швейцарии <...> Южная Корея, Германия. При этом в Китае и Японии структура доверия больше выстроена в родственных кругах. В России всего лишь 25% респондентов положительно отвечают на вопрос о том, можно

ли доверять большинству людей» [Аузан, с. 148]. Следовательно, для ускорения экономического роста в стране нужно формировать доверие как базовую стратегию партнерских отношений в обществе и бизнесе.

Продолжительность существования на рынке семейных компаний дольше, несмотря на экономические и политические риски и угрозы. Поэтому субъекты семейного бизнеса пользуются большим доверием среди потребителей и меньше подвержены мошенничеству внутри организации [Гергерт]. Все это создает основу для доверия в партнерских отношениях между родственниками - партнерами по бизнесу [Штроо]. В то же время, в семейных компаниях могут возникать частые внутрисемейные конфликты из-за наложения/пересечения ролей, ссоры из-за распределения времени и вложенного труда в общее дело [Малышева].

Таким образом, можно заключить, что семейный бизнес испытывает сложности из-за совмещения организационных и семейных ролей его участниками. На сегодняшний день не хватает корреляционных исследований о взаимосвязи экономических характеристик бизнеса и социально-психологических характеристик отношений участников совместного предприятия. Наше исследование создаст прецедент в поиске таких междисциплинарных взаимосвязей, формирующих социальный капитал для экономического роста предприятия.

Объект исследования: социально-психологический эффект доверия в экономических отношениях.

Предмет исследования: взаимосвязь доверия и устойчивости в семейном бизнесе.

Цель: выявить взаимосвязь доверия и устойчивости в семейном бизнесе.

Задачами исследования являются:

1. определить феноменологию доверия как социально-психологический феномен в бизнесе и трудности психолога-консультанта при работе с доверием в семейном бизнесе;

2. изучить концепт доверия с точки зрения социального и психологического подходов;
3. на основе теоретических подходов выдвинуть гипотезу о взаимосвязи доверия и устойчивости в семейном бизнесе;
4. спланировать эмпирическое исследование доверия у владельцев малого семейного бизнеса;
5. собрать эмпирические данные через онлайн-опросы собственников малого бизнеса;
6. математически и статистически обработать результаты онлайн-исследования в программе Excel и STATISTICA 8.0;
7. сделать выводы о характере взаимосвязи доверия и устойчивости семейного бизнеса;

Эмпирические гипотезы:

H1: Чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в бизнесе), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.

H0: Чем НИЖЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в бизнесе) доверие, тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.

Теоретическая база исследования:

1. социологические подходы: Дюркгейм Э., Зиммель Г., Теннис Ф., Луман Н., Штомпка П., Гарфинкель Г., Шихарев П.Н., Бенвенист Э., Селигмен А., Фукуяма Ф., Грановеттер А.М., Гидденс Э.
2. психологический подход: Купрейченко А.Б., Шо Р.Б, Ромек В.Г., Скрипкина Т.П.

Методическая базы исследования:

1. Авторская анкета «Оценка устойчивости бизнеса»;
2. Методика оценки доверия/недоверия личности другим людям А. Б. Купрейченко;
3. Методика оценки уровня доверия в организации Р. Б. Шо.

Фактологическую базу исследования составили 40 собственников семейных компаний, которые владеют бизнесом от 1 – 23 года, в возрасте 20 - 60 лет.

Практическая значимость работы: полученные результаты будут полезны:

1. предпринимателям, планирующим открывать новый бизнес или включать уже в существующий своих родственников;
2. консультантами-психологами, которые могут помогать в коммуникации и выстраивании доверия в семейном бизнесе как на начальном этапе, так и в текущей деятельности организации;
3. предпринимателям крупного бизнеса, чтобы до начала работы иметь представление о стабильности потенциального партнера из малого бизнеса;
4. новым сотрудникам в организации, которым во время адаптации будет полезно диагностировать уровень доверия между родственниками в семейном бизнесе, так как высокий уровень доверия будет способствовать процветанию компании, создавать стабильность рабочих мест и оплаты труда для наемного персонала;
5. предприятиям-партнерам в области малого предпринимательства, чтобы минимизировать риски при начале взаимодействия и в течение сотрудничества.

ГЛАВА 1. ДОВЕРИЕ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

1.1. ДОВЕРИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В БИЗНЕСЕ

Культура доверия в ведении бизнеса – это результат длительного формирования экономических изменений на протяжении многих столетий. На сегодняшний день доверие – это открытые взаимоотношения между людьми, содержащие уверенность в порядочности другого человека (субъекта). Доверительные отношения между партнерами в семейном бизнесе создают определенную безопасность и защищённость от внешних (политические, финансовые, экономические) и внутренних угроз (ссоры, конфликты, взгляды и пр.), с которыми сталкиваются предприниматели. Высокий уровень доверия помогает облегчить сложные коммуникации, сделать команды более интегрированными, а сотрудников более вовлеченными.

1.1.1. ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ПРОБЛЕМЫ ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

В течение разных исторических периодов представления о предпринимательской деятельности изменялись и дополнялись не только от степени неопределенности и уровня контроля, но и в зависимости от распространенности различных форм собственности, уровня развития производственных сил, научно-технологического прогресса, денежного обращения и развития рыночных отношений в целом [Важенин, Сухих, 2015]. Например, существенный вклад семейного бизнеса в экономику страны обусловлен тем, что данная форма хозяйствования выполняет ряд важнейших функций. Следовательно, семейное предпринимательство ориентированно на повышение экономического роста и развитие инновационного сектора в стране. Оно помогает становлению здоровой конкуренции, расширению ассортимента товаров, услуг.

По структуре, управлению фирмами, их величине и рассредоточению капитала семейный бизнес условно подразделяется на две группы [Ужахова, Павлов]: *первая группа* – небольшое предприятие с персоналом не более 10 человек, на котором работают члены одной семьи и их близкие родственники. Для таких фирм характерно отсутствие структуры подчинения, четкого должностного разделения полномочий, присвоение главе семейства статуса лидера, функциональная взаимозаменяемость, заинтересованность в развитии семейного дела. Зачастую по данному принципу работают кадровые агентства, консалтинговые фирмы, семейные издательства и небольшие магазинчики; *вторая группа* – включает в себя компании, наследуемые из поколения в поколение, собственниками которых являются не просто члены одной семьи, а целые семейные кланы.

Сильной стороной семейных предприятий является их высокая репутация и тесная связь имени и репутации таких компаний обуславливает руководство постоянно следить за качеством изготавливаемых товаров (оказываемых услуг) и поддерживать хорошие отношения со своими клиентами, поставщиками, бизнес-сообществом и т.д. Вместе с тем семейное предпринимательство подразумевает передачу общего дела последующим поколениям, что влечет за собой преемственность знаний, традиций и заслуг [Литошенко]. К ключевым преимуществам семейного предпринимательства, основанному внутри бизнеса на доверии, можно отнести: *во-первых*, объединение семейных ценностей и ценностей компании, в частности их защиту; *во-вторых*, общие семейные интересы с интересами фирмы, что способствует повышению их трудоспособности, инвестированию части прибыли в бизнес с целью обеспечения дальнейшего роста и эффективности предприятия в долгосрочной перспективе; *в-третьих*, участие членов семьи в деятельности фирмы с раннего возраста, что помогает им освоить необходимые навыки и умения, в частности тонкости управления, и повысить уровень их приверженности [Черемных]. Следовательно, доверительные отношения между родственниками вносящие вклад в общее дело, имеют стабильный состав сотрудников, высокую

лояльностью к семейному делу, сходства ценностей и целей в развитии семейного предпринимательства.

Семейное предпринимательство включает в себя уникальное сочетание семейной собственности, устойчивой системы ценностей как ориентиров для принятия стратегических решений, династической воли и профессионального управления. Данные особенности создают ряд конкурентных преимуществ, но и предполагают определенные потенциальные риски. В связи с этим партнерам в семейном бизнесе нужно балансировать между решением вопросов, касающихся дома и семьи, и в то же время выстраивать деловые отношения в рабочее время, особенно при наличии наемных сотрудников в организации. И не всегда можно выделить барьеры, которые нарушают устойчивость в деятельности развития предприятия. Практика таких субъектов бизнеса усложняется в связи с привнесением в деятельность организации семейных отношений, проблем и эмоций, которые играют важную роль в принятии рациональных управленческих решений в достижении успеха и в разграничении деловых и родственных отношений, что непременно влияет на ее функционирование процесса. И эти барьеры можно отнести к социально-психологическому феномену малого бизнеса.

Круг феноменов, с которыми имеет дело данное исследование, определим через описание типичных случаев, которые взяты из реальной жизни.

Пример 1. Анастасия А. находилась в браке 5 лет. За этот период супругами были приобретены: земельный участок, квартира, гостиница в районе Адлера, Краснодарского края. Гостиницей супруги управляли совместно. В период брака между супругами были доверительные отношения. Муж просил Анастасию А. дать нотариальное согласие на продажу объектов недвижимости с целью купить большой земельный участок в г. Сочи. Анастасия подписала все необходимые документы. После этого муж продал совместно нажитое имущество и деньги присвоил себе. Анастасия подала на развод и в течение 3 лет в судебном порядке оспаривала сделки мужа. Она получила не 50%, а 30% от нажитого в браке имущества.

Пример 2. Пожилая семейная пара владела паями земли для выращивания пшеницы. Каждый год урожай сдавали государству и получали прибыль. Паи приобретались парой в течение всей жизни. У вышеуказанной пары было трое детей. Один из них - Василий чаще других навещал родителей, так как имел автомобиль. После смерти родителей дети обратились к нотариусу по вопросу вступления в наследство. Оказалось, что земельные паи длительное время находятся в собственности Василия. Родители при жизни выдали ему доверенность на распоряжение земельными участками, с помощью которой он переоформил их на себя. С тех пор двое детей не поддерживают никаких отношений со своим родным братом - Василием.

Пример 3. Два родных брата решили построить магазин для продажи автозапчастей. Земельный участок принадлежал Николаю С. Он был рад, что построит магазин и понесет 50% затрат на строительство. Николай пообещал подарить $\frac{1}{2}$ доли земельного участка брату после строительства магазина, так он приобрел ее очень дешево. Когда магазин построили, то Николай предложил купить брату $\frac{1}{2}$ доли земельного участка по рыночной стоимости или вообще его не переоформлять. Брат Николая обратился к юристу и выяснил, что при 100 % собственности земельного участка Николая, он не сможет распорядиться своей $\frac{1}{2}$ долей на стоящее на этом земельном участке здании. Брат Николая был вынужден купить $\frac{1}{2}$ долю земельного участка у брата на его условиях, отношения уже были испорчены. В настоящее время в магазине не ведется совместный бизнес братьев как планировалось изначально, он сдан в аренду.

Таким образом, семейный бизнес включает в себя сочетание семейной собственности, устойчивой системы ценностей как ориентиров для принятия стратегических решений, профессионального управления, что основано на доверии и нравственно-моральных качествах. Данные особенности создают ряд конкурентных преимуществ, но и предполагают определенные потенциальные риски. В связи с этим руководство такой сложной системой подразумевает установление баланса между решением семейных вопросов и деловыми

взаимоотношениями на предприятии. В этом и заключается суть семейного бизнеса.

1.1.2. СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

Семейное предпринимательство направлено на решение вопросов экономического роста страны и перехода к инновационному развитию. Благодаря малому бизнесу сглаживается проблема, связанная с восстановлением после кризисных явлений. С одной стороны, люди, имеющие малый бизнес, довольно мобильны по сравнению с крупным бизнесом и готовы подстраиваться под изменения экономики, но с другой – достаточно устойчивы в силу наличия особых семейно-правовых связей между членами семьи [Левушкин].

Семейные предприятия составляют значительную, экономически активную часть малых предприятий в целом [Рябинин]. Чаще всего такие организации выстраивают свои взаимоотношения внутри коллектива на доверии, убежденности в честности, порядочности, веры в искренность и добросовестность между партнерами. Благодаря семейным компаниям нивелируются проблемы, возникшие после кризисных явлений, так как они наиболее мобильны по сравнению с крупным предпринимательством и достаточно устойчивы так как имеют семейно-правовые связи. Именно поэтому в настоящее время семейное предпринимательство является наиболее распространенным видом бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой [Солнцев]. Это связано с тем, что на протяжении многих лет торговые отношения, как естественный атрибут в деловом мире, строились именно на доверии. Покупатели и торговцы имели убежденность в порядочности и высоких моральных ценностях своих партнеров, что является отражением развития доверительных взаимоотношений [Гайдук].

В сегодняшнем быстроизменяющемся мире средний и малый бизнес сталкивается с проблемами, которые непосредственно связаны с доверием.

Во-первых, малый бизнес стоит на пороге создания новых семейных кланов, их «ветви» непрерывно разрастаются, при этом экономические, деловые и семейные отношения смешиваются и переплетаются. А это, в свою очередь, подрывает кредит доверия в деловой сфере [Гайдук].

Во-вторых, инновационное развитие, прорывные технологии и преимущества цифровизации изменяют привычные стратегии планирования и развития семейного бизнеса, происходит смена смыслов (миссии) компании, которые были заложены первоначально, что снижает «кредит доверия» между партнерами [Воротилкина].

В-третьих, в семейных компаниях, в которых работают супруги, близкие и дальние родственники более 50% уставного капитала чаще всего принадлежит членам одной семьи или находится в «одних руках», что повышает уровень недоверия к всему семейному бизнесу, в целом [Кулыняк, Кошук].

В-четвертых, многие семейные компании не доживают даже до второго поколения, период которого можно обозначить в течение 20-25 лет. Это свидетельствует о том, что доверие в последующих поколениях приемников не успевает сформироваться как базовая основа развития семейного бизнеса.

В-пятых, определенное место занимает и сам предприниматель, а точнее его личные качества и интересы, готовность к риску, знание и понимание рыночной реальности [Штроо]. И не всегда, ценностные ориентации и смыслы одного человека понятны другим членам семьи, занятым одним делом.

Таким образом, доверие в семейном бизнесе, это формальный способ укреплять взаимоотношения, создавать эффективные формы управления и регулирования, а также способ повышать личностный потенциал партнеров в семейном кругу. Повышая уровень доверия в малом бизнес-сообществе, происходит формирование нового сознания среди родственников, что помогает противостоять угрозам в бизнесе и высокой конкуренции.

1.1.3. ТРУДНОСТИ ПСИХОЛОГА-КОНСУЛЬТАНТА ПРИ РАБОТЕ С ДОВЕРИЕМ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

В последнее время нестабильность в экономическом секторе привлекает социальных психологов для решения разных вопросов связанных с межличностными отношениями среди близкого круга людей и внутриличностными конфликтами людей, создавших свой бизнес. С социальной точки зрения в семейном бизнесе выделяют следующие проблемы: *во-первых*, сложности взаимоотношений в семье, которые переходят в конфликты и противоречия; *во-вторых*, нестабильность вариантов ведения дела между супругами (кто в доме главный, кто больше пользы принес делу в бизнесе, а с началом подобных разборок в бизнесе наступает конец его успешному развитию).

Пример 1. Если один (или оба) среди партнеров семейного бизнеса обладают чрезвычайно ярким психологическим своеобразием. В психологии это называется акцентуацией характера личности – человек, обладающий «милыми чудачествами», сильно выделяющиеся в ряду психически нормальных людей, но, как следствие, эти «милые чудачества» вовсе еще не являются симптомами психического расстройства данного индивида.

В данном случае сложность работы психолога заключается в том, что чрезвычайно трудно гармонизировать отношения между партнерами семейного бизнеса. Даже если психолог провел консультацию и нашел способы помочь партнерам семейного бизнеса, даже если они выслушали и приняли к сведению рекомендации психолога, то все равно человек не в состоянии выполнить эти рекомендации, т.к. его психологическая жизнь не подчиняется здравому смыслу. В этом случае психологу для работы с партнерами семейного бизнеса нужна помощь психотерапевта и психолога, ведущего тренинги. Психолог-психотерапевт осуществляет курс психологической помощи клиенту, а психолог, ведущий тренинги изменяет поведение среди партнеров семейного бизнеса так, чтобы они могли хорошо ладить друг с другом. В любом случае и

для психолога, и для партнеров семейного бизнеса – это долгая и трудная работа над гармонизацией отношений.

Пример 2. Если между партнерами семейного бизнеса накоплено такое большое количество взаимных обид (реальных или надуманных), что один (или оба) среди партнеров семейного бизнеса твердо убежден и верит: лучше не тратить время, силы, деньги на попытки наладить отношения, а перспективнее начать новую личную жизнь. То есть индивид имеет осознанную позицию: обиды настолько велики, что простить слишком трудно и перспективнее начать отношения «с чистого листа» без тяжелого груза прошлого.

В этом случае, психологу приходится решать целый ряд достаточно серьезных задач. *Во-первых*, нужно четко определить, все сказанное клиентом – это его твердая позиция или же это определенная эмоциональная реакция на его же обиды. Но стоит отметить, что на самом деле даже сам клиент точно этого не знает. *Во-вторых*, необходимо пояснить, существуют ли некие психологические компенсации, спрятанные или уменьшенные обиды клиента, в том числе и на своих партнеров. *В-третьих*, психологу приходится учитывать, что обиды среди партнеров семейного бизнеса взаимны и необходимо соблюсти баланс интересов.

В работе психолога с партнерами по семейному бизнесу необходимо верно оценить реальную перспективность в отношениях, объяснить и аргументировать клиентам психологический диагноз, изменить мотивацию обиженного среди клиентов, добиться взаимного прощения обид и т.п. Успех работы психолога в этом случае зависит от психологической помощи среди партнеров семейного бизнеса и от мотивации самих партнеров к совместному ведению бизнеса, основанного на доверии.

Пример 3. Если среди партнеров семейного бизнеса существует конфликт основных ценностей и ориентаций, духовности, культуры, морально-этических принципов.

В этом случае, если партнеры семейного бизнеса хотят продолжать вести семейный бизнес вместе, то психологу нужно найти определенные формы

взаимного сосуществования партнеров, в этом случае, человеческие ценности не должны пересекаться и не должны конфликтовать друг с другом. Поскольку в жизни возникают определенные ситуации, в которых ценностные ориентации постоянно находятся в пересечении и конфликте друг с другом, то задача для психолога становится чрезвычайно трудной. Чтобы избежать этого, психологу (с помощью партнеров семейного бизнеса) приходится разрабатывать своеобразный регламент межличностных отношений (новые правила общения и взаимодействия в бизнесе), чтобы партнеры семейного бизнеса не попадали в провокационные ситуации, когда их человеческие ценности конфликтуют друг с другом.

Таким образом, основными сложностями в работе практического психолога при консультировании родственников в семейном бизнесе являются отсутствие взаимного доверия, непонимания общих целей на будущее. Конечно это не единственные трудности в работе психолога с партнерами семейного бизнеса. Все эти проблемы являются, наиболее конкретными сложностями в работе с участниками общего семейного дела. Даже в случае непримиримых противоречий среди партнеров, психолог может выступать тем «регулятором», сглаживающим многие противоречия и постепенно адаптируя партнеров друг к другу, нацеливая на доверие в будущем. Все это требует от психолога аналитического склада ума и определенные компетенции, а от партнеров семейного бизнеса самодисциплины и преимущественной мотивации вместе продолжать семейный бизнес. И тогда успех семейного бизнеса будет зависеть не только от процветания общего дела, но и от уровня доверительных отношений внутри родственного коллектива.

1.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОВЕРИЯ КАК НАУЧНОГО КОНЦЕПТА

До недавнего времени доверию было отведено второстепенное место в развитии семейного бизнеса. Его психологический смысл был минимизирован и доверие долгие годы не было представлено самостоятельным социально-

психологическим феноменом в отечественной психологии. В современном представлении определение статуса доверия как самостоятельного социально-психологического феномена помогает выделить систему понятий и категорий, характеристики и функции изучаемого феномена.

1.2.1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ДОВЕРИЯ

Проблема влияния доверия на фактор устойчивости имеет глубокие теоретические обоснования. Но как целостное, социально-психологическое явление доверие остается не до конца изученным до настоящего времени, несмотря на высокую значимость в современной действительности. На сегодняшний день вопрос доверия стал актуальным в семейном бизнесе, затрагивая развитие современного общества. Именно доверие является одним из необходимых звеньев между обществом и его институтами. Поэтому, чтобы понять, как формировалось доверие в XIX-XXI веках необходимо обратиться к научной литературе.

О существовании взаимосвязи между степенью «общественной солидарности» и уровнем доверием, о консолидации всего общества в конце XIX века писал французский социолог Э. Дюркгейм [Дюркгейм].

В начале XX века в работах Г. Зиммеля и Ф. Тенниса особое место отводилось когнитивному компоненту феномена доверия, где предполагалась возможность установления взаимодействий в условиях отсутствия опыта непосредственного общения. Однако продолжительность и стабильность взаимодействия с конкретным индивидом оставалась главным условием, усиливающим степень доверия между его участниками, в противном случае, обуславливающим прекращение этой коммуникации. Г. Зиммель (1906 г.) утверждал, что контекст социального обмена позволяет сохранить значение личностных компонентов в безличной форме доверия. Он подчёркивал различие двух относительно самостоятельных форм: «веру, уверенность» и собственно «доверие», и считал доверие, как форму контроля над участниками социального взаимодействия, особенно в обменах, которые осуществляют в экономической сфере [Зиммель]. При этом Ф. Теннис (1920 г.) выделял два

состояния общества. В одном из них доверие является побочным продуктом отношений личной дружбы или знакомства, то есть личным доверием. В другом случае, речь идет о безличном доверии, которое складывается в результате растущей экономической взаимозависимости и профессионализации людей [Теннис].

В середине XX века сторонники рационального направления Н. Луман, П. Штомпка определяли, что в основе доверия лежит рациональный расчет, позволяющий снизить уровень неопределенности и рисков, существующие в обществе. Для того, чтобы создать доверительные отношения, участники должны выработать общие нормы, культуру, ценности, взаимно адаптировать области своей компетенции, а также поддерживать баланс интересов, возможностей и относительной переговорной силы каждой из сторон. Н. Луман и П. Штомпка считали, что доверие понижает уровень неопределенности в отношениях между индивидами и является механизмом, способствующим издержкам ненадежности и риска в сложном жизненном мире. Так, Н. Луман писал: «существование доверия продиктовано тем, что оно снижает уровень неопределенности во взаимодействии индивидов и упрощает этот процесс за счет того, что создает у обладателя доверия определенные ожидания по отношению к чему или кому-либо: другим людям, организациям, социальным институтам» [Луман, с. 16]. По мнению П. Штомпки, доверие всегда становится необходимым условием общественного развития в силу нарастания неуверенности людей в будущем, которое делает определенный акцент на рациональном начале в доверии и осознание выгод, которые находятся далеко от чувств симпатии или единства ценностей. Неуверенность связывается с непрозрачностью современных обществ и возрастанием сложности взаимодействия в них [Штомпка].

Г. Гарфинкель (1963) озвучивает предположение о том, что доверие является лишь основой для институциональных отношений и всех социальных институтов в принципе [Гарфинкель].

В конце XX века П.Н. Шихирев высказывался о том, что, психологическая наука еще очень долго не будет в состоянии полноценно решать определенные проблемы личности, если и дальше будет продолжать отказываться от исследования таких феноменов, как вера, моральные переживания и доверие. Развитие этой самой психологической науки обуславливает поиск ответа на вопросы, что такое доверие, каковы его механизмы, закономерности формирования и какие функции оно выполняет в жизни человека. Каждая личность, делая свой выбор, исходит из оснований собственной веры и доверия [Бенвенист; Шихирев].

В начале XXI века А. Селигмен рассматривал доверие как ключевой фактор снижения неопределенности в условиях постоянно продолжающейся сегментации и усложнения современного общества, обеспечивающим самосохранение социума и государства. Он пишет, что «доверие как социальный капитал означает наличие между людьми тесных ассоциативных связей» [Селигмен, с. 28]. Эти связи, проявляющиеся в виде уверенности в том, что другой будет придерживаться «правил игры», являются комбинацией, с одной стороны, доверия к системе, а с другой, способности приписывать намерениям другого собственные оценки. А. Селигмен подчеркивает необходимость наличия между людьми определенных связей, если речь идет о социальном капитале доверия, выделяя при этом два типа социального капитала. Под социальным капиталом первого типа понимаются нормы, правила поведения, общие для всех хозяйствующих субъектов, позволяющих индивиду принимать рациональные экономические решения, снижающие риски недобросовестной конкуренции. Под социальным капиталом второго типа понимают капитал, который может проявляться в форме локальных групповых норм и правил, как персонифицированное доверие – в форме личных связей субъекта. Капитал второго типа представляет собой запас контактов, позволяющих за счет взаимодействия обеспечивать устойчивость экономических агентов, повышать их конкурентоспособность за счет исключительного доступа к определенным видам экономических ресурсов

[Селигмен]. В этот же период Ф. Фукуяма в своей концепции «радиус доверия», показал, что эффективность экономики страны зависит от радиуса доверия, присущего тому или иному обществу: если радиус небольшой (ограничен родственными и дружескими связями), то экономические отношения не столь эффективны, как могли бы быть в принципе. Ф. Фукуяма определял социальный капитал как «свод неформальных правил и норм, разделяемых членами группы и позволяющих им взаимодействовать друг с другом. Если члены группы ожидают, что их сотоварищи будут вести себя надежно и честно, значит, они доверяют друг другу» [Фукуяма, с. 32].

А. М. Грановеттер (2011) связывал доверие в первую очередь с социальными отношениями и полагали, что процесс возникновения доверия не в понятиях об обобщенной морали или институциональных образованиях, а в социальных отношениях. [Грановеттер]. Вместе с тем Э. Гидденс (2011) так же рассматривает доверие, как уверенность в других людях, но основанную на чувствах, которые вызывает объект доверия, а не на рациональном анализе субъекта. Он уделял большое внимание доверию к системам в современном мире, представляя собой довольно сложную определенную структуру. [Гидденс]. Для ее понимания уже может быть недостаточно своих собственных знаний, поэтому люди и вынуждены доверяться психологам для разрешения своих проблем. А. Алексеева полагает, что доверие – наряду с репутацией, материальными ресурсами являются разновидность социального капитала, который служит поддержанию стабильности и групповой солидарности. Проблему дефицита социального капитала влечет дефицит доверия. Как показатель социального капитала отражает интенсивность социальных связей в обществе отражает радиус доверия [Алексеева].

Таким образом, доверие является определенной установкой на отношения к социальному миру в целом и отдельно к самому себе. Но такой подход не позволял в XIX и XX веке «охватить» смысл феномена, как доверия, поскольку он является необходимым, но и не является достаточным. При этом доверие зависит от социальной организации и структуры, что является важным

следствием, происходящего между конкретным индивидом по отношению к которому это изменение доверия и произошло.

Доверие как ресурс, играет роль связующего звена, позволяющего группе, в том числе предпринимателям малого бизнеса, функционировать более эффективно, являясь одним из составных компонентов социального капитала. Особенно этот ресурс востребован в предпринимательской деятельности, в частности – в семейном бизнесе. Следовательно, доверие в семейном бизнесе способствует воспроизведению социального капитала и является неотъемлемой частью социального капитала. Поэтому доверие можно назвать «центральным ядром» успешной деятельности в бизнесе.

Следует отметить значимость доверия в развитии как личных отношений, так и в сфере бизнеса. Когда в ходе совместных действий люди пытаются достичь общую цель, которая не может быть достигнута каждым из них индивидуально, то доверие является условием и результатом предварительной успешности сотрудничества. При этом именно личное доверие является одним из главных элементов в развитии стабилизационных и интеграционных процессов, необходимые трансформирующемуся обществу [Мальшева].

1.2.2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ДОВЕРИЯ

Существует множество различных направлений в изучении и определении доверия между представителями семейного бизнеса, как психологического феномена. Природа доверия, в целом, психологически понимается различно. Тем не менее, доверие важно рассматривать с разных точек зрения [Купрейченко].

1. Доверие и недоверие. Доверие не может возникнуть на пустом месте между взаимодействующими сторонами. Для того чтобы бизнес расширялся, необходим постоянный рост доверия, так как именно доверие делает бизнес рентабельным. Основные процессы доверия: формирование; оправдание; снижение, угасание, а также усиление и углубление доверия и недоверия; поддержание доверительных отношений; преодоление недоверия; потеря доверия и др. [Купрейченко]. Еще одна общая характеристика доверия и

недоверия – отсутствие однозначной связи с ожиданием выигрыша или ущерба от данного взаимодействия. Кроме того, доверие и недоверие в равной степени могут охарактеризоваться ожиданием справедливого и честного отношения со стороны одного партнера по отношению к другому. Основная функция доверия – это развитие субъекта и обеспечение взаимодействия его с миром. Основная функция недоверия – это самосохранение. Следовательно, доверие и недоверие выполняют широкий спектр значимых позитивных и негативных функций в регуляции жизнедеятельности общества, социальных групп и отдельных людей. Их позитивная роль в наиболее общем виде состоит в том, что доверие и недоверие способствуют интеграции и гармонизации отношений человека с самим собой, в первую очередь, окружающими людьми и миром в целом, обеспечивают сосуществование и взаимодействие с ними, регулируют межличностные, внутригрупповые и межгрупповые отношения.

2. *Доверие и контроль.* С одной стороны, это разные процессы, с другой – взаимодействующие между собой. Например, доверие и недоверие возникают в ситуации открытости, неопределенности, уязвимости субъекта и при невозможности контроля. Они выполняют взаимосвязанные функции в регуляции жизнедеятельности субъекта.

3. *Доверие и уверенность.* Социально-психологическую характеристику личности «уверенность в себе» и ее соотношение с доверием изучал В.Г. Ромек [Ромек]. Автор отмечает, что уверенность является предпосылкой и составной частью социальной компетентности. Т.П. Скрипкина предполагает, что «доверие к себе является обобщенным внутриличностным коррелятом уверенного поведения» [Скрипкина]. В других исследованиях доверие рассматривается как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена и передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство и т.д.

Важно отметить, что вера, расчет, контроль и уверенность – явления, которые в определенных условиях заменяют подлинное доверие. Можно предположить, что вера, расчет, контроль и уверенность предшествуют

формированию изначального доверия на начальном этапе взаимодействия. По какому пути пойдет личность в ситуации, когда доверие еще не сформировано: по пути веры, основанной на эмоциональном принятии, или по пути трезвого расчета и контроля, зависит, конечно, от множества факторов. В частности, это во многом зависит от индивидуально-психологических и социально-психологических свойств личности, от особенностей ситуации и, конечно, от характеристик партнера по взаимодействию [Купрейченко].

Не менее важной по сравнению с задачей разграничения синонимичных понятий является задача анализа места доверия в семейном бизнесе в системе более общих социально-психологических феноменов [Купрейченко]. Получается, что семейные компании легче выживают, но труднее развиваются, чем их несемейные конкуренты. Следует отметить, что семейные предприятия более склонны к авторитарному управлению, а текучесть кадров в них ниже, чем в несемейных предприятиях. Взаимодействие таких субъектов нередко проходит в условиях высокой неопределенности, при отсутствии регламентации и возможности контроля, все более перспективной формой взаимоотношений становится баланс оптимальных уровней доверия и недоверия. Подобные тенденции общественной жизни определяют высокую актуальность совместного анализа доверия и недоверия, как относительно независимых феноменов, которые выполняют специфичные функции в регуляции жизнедеятельности личности и группы.

Таким образом, семейные компании легче выживают, но труднее развиваются, чем их несемейные конкуренты. Они склонны к авторитарному управлению, но при этом текучесть кадров в них ниже, чем в несемейных предприятиях. Содержание и степень опасений (недоверия) в семейном бизнесе, как правило, не эквивалентны содержанию и уровню надежд (доверия). Приобретения от оправдания доверия и потери в результате подтверждения недоверия в большинстве случаев ни качественно, ни количественно, ни тем более, психологически не являются эквивалентными. Если ожидания доверия не оправдаются, то ничего страшного не произойдет:

индивид просто не получит «выигрыш». Если же подтвердятся ожидания недоверия, то, впустив на свою «территорию» опасного партнера, индивид может потерять нечто высоко значимое для него [Купрейченко].

1.3 ПОСТАНОВКА ГИПОТЕЗ

В результаты теоретического анализа отечественных и зарубежных научных исследований, посвященных проблеме семейного предпринимательства в России, становится отчетливо ясно, что семейные предприятия вносят существенный вклад в стабильность экономики страны. Роль малого семейного бизнеса особенно возрастает в условиях кризисных ситуаций, когда наблюдаются тенденции сокращения объемов производства [Левушкин]. В связи с этим близкие родственники с еще большим энтузиазмом пытаются развивать бизнес несмотря на трудности экономического и политического плана. Но если не учитывать доверительные отношения между партнерами внутри бизнеса, то невозможно быстро принимать решение, делать рискованный выбор, определять новые стратегии развития с учетом новых знаний и тенденций современного рынка. Поэтому тема доверия в семейном бизнесе становится ключевой и из этого формулируется гипотеза, что *чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.*

Если же уровень доверия находится на предельно максимальном уровне, то возможна вероятность возникновения обмана между партнерами. В связи с этим у собственников семейного бизнеса возникают действия, которые направлены на: 1) повышения уровня контроля за всеми процессами работы компании; 2) контроля за работой сотрудников; 3) контроля между партнерами. Если же между партнерами наблюдается низкий уровень доверия, то возрастает контроль за деятельностью всех участников семейного бизнеса. Этот факт может иметь и положительную тенденцию, так как жёсткий регламент всех документов, деятельности и качества продукта (услуги, товар и пр.) приводит к повышению ответственности между партнерами и продумыванию дальнейшей

стратегии развития семейного бизнеса. Из этого следует вторая гипотеза, *что чем НИЖЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе) доверие, тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.*

Таким образом к основным гипотезам исследования относятся следующие предположения:

1) Чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.

2) Чем НИЖЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе) доверие, тем ВЫШЕ устойчивость предприятия.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

1. Доверие можно рассматривать, как относительно устойчивую и в то же время избирательную связь между определенными группами людей, в конечном счете, зависящее от конкретных третьих лиц и, соответственно, изменения в этих отношениях доверия могут создавать цепную реакцию во всей сети взаимоотношений, в которые включен конкретный индивид, по отношению к которому это изменение доверия и произошло.

2. В последнее время роль психолога в решении проблем семейного бизнеса увеличилась. Одних клиентов более интересует успешная бизнес-модель самореализации, других – поиски целей и смыслов, которые были утрачены, третьих – решение сложных семейных проблем и конфликтов, четвертых – личностное саморазвитие.

3. Стабильность семейного бизнеса и его устойчивость акцентируется на том, что при наличии всех необходимых профессиональных компетенций членов семейного бизнеса им проще договориться, они лучше понимают друг друга, у них есть взаимное доверие, общая цель/мотивация, похожее понимание жизни и общечеловеческих ценностей. Да, в семье все разные, но в семейном бизнесе они мыслят одинаково, их мысли идут в одно русло, в направлении непрерывного развития своего дела.

4. Семейный бизнес – это всегда личная ответственность, даже если этот бизнес не носит имени своего владельца. Глава семейного бизнеса отвечает за благополучие ее членов и наемных сотрудников, все вместе они несут ответственность за взятые обязательства перед партнерами и покупателями, а также обязательства перед самим собой, перед своими родственниками-сотрудниками.

ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ И ЕГО УСТОЙЧИВОСТИ

Целью исследования является изучение взаимосвязи доверия в семейном бизнесе и его устойчивости.

Задачи:

1. Спланировать эмпирическое исследование взаимосвязи доверия и устойчивости в семейном бизнесе.
2. Подобрать методику, подходящую для изучения доверия.
3. Разработать авторскую анкету, направленную на изучение устойчивости в семейном бизнесе, взяв за основу анкеты ведущих банков РФ.
4. Подобрать выборку испытуемых – владельцев семейного бизнеса, работающих на рынке г. Тюмени, юга Тюменской области не менее года в количестве не менее 40 чел.
5. Разработать GOOGLE-форму для сбора эмпирических данных и провести онлайн исследование через мессенджеры «В контакте», «Viber», «WhatsApp».
6. Обработать полученные данные в программе Microsoft Excel, затем провести корреляционное исследование в программе STATISTICA 8.0 методом ранговой корреляции Спирмена.
7. Проинтерпретировать результаты и сделать выводы о том, имеется ли взаимосвязь доверия в семейном бизнесе и его устойчивости.
8. Сделать рекомендации по сохранению доверия в семейном бизнесе для заинтересованных лиц.

2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирические гипотезы:

H1: Чем **ВЫШЕ** уровень доверия между родственниками (партнерами в бизнесе), тем **ВЫШЕ** устойчивость предприятия.

H0: Чем **НИЖЕ** уровень доверия между родственниками (партнерами в бизнесе) доверие, тем **ВЫШЕ** устойчивость предприятия.

Для проверки выдвинутых гипотез нами было спланировано исследование, в котором выделены следующие виды экспериментальных переменных:

Зависимая переменная: доверие в семейном бизнесе.

Независимая переменная: устойчивость бизнеса.

Контролируемые переменные: возраст, пол, семейное положение, количество детей, образование, время существования бизнеса.

Данное исследование проводилось в период с сентября 2021 по апрель 2023 года. В исследовании участвовало 40 собственников семейных компаний, которые владеют бизнесом от 1 – 23 года, в возрасте 20-60 лет. Онлайн-исследование проводилось через мессенджеры «В контакте», «Viber», «WhatsApp».

Характеристика выборки: В исследовании приняли участие 40 человек – владельцев малого семейного бизнеса.

Выборка структурирована следующим образом:

Таблица 1

Характеристики выборки по возрасту

Возраст	Абсолютное число, чел.	%
до 20 лет	1	2,50%
от 31 года до 40 лет	15	37,50%
от 41 года до 50 лет	18	45%
старше 50 лет	6	15%

Таблица 2

Характеристика выборки по полу

Пол	Количество человек	%
Мужской	15	37,50%
Женский	25	62,50%
Итого	40	100%

Таблица 3

Характеристика выборки по семейному положению

Семейное положение	Количество человек	%
В браке	32	80%
В разводе	2	5%
Холост	6	15%
Итого	40	100%

Таблица 4

Характеристика выборки по наличию детей

Наличие детей	Количество человек	%
Не имеют	6	15%
1 ребенок	5	12,50%
2 ребенка	17	42,50%
3 ребенка	8	20%
Более 3 детей	4	10%
Итого	40	100%

Таблица 5

Характеристика выборки по образованию

Образование	Количество человек	%
Средне-специальное	5	12,50%
Высшее	34	85%
Ученая степень	1	2,50%
Итого	20	100%

Из того следует, что основной возраст участников семейного бизнеса от 31 года до 50 лет. Из них высшее образование имеют 85% предпринимателей. Согласно полученным данным количество женщин в 1,6 раза больше чем мужчин. При этом в браке состоят 80% семейных предпринимателей и большинство из них имеют детей.

В исследовании были использованы следующие методики:

1. Авторская анкета «Оценка устойчивости бизнеса»

Для изучения устойчивости семейного бизнеса нами была разработана авторская анкета (Приложение 1).

Для разработки анкеты «Оценка устойчивости бизнеса» нами были проанализированы анкеты для оценки финансовой устойчивости 5 коммерческих банков (ПАО «Сбербанк» http://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/onlinecredit, ПАО «Открытие» <https://www.open.ru/sme/crediting>, ПАО «ВТБ» <https://www.vtb.ru/malyj-biznes/kredity-i-garantii/>, ПАО «Абсолют банк» <https://absolutbank.ru/msb/funding/#>, ПАО «Металлинвестбанк» <https://metallinvestbank.ru/commerce/credit/>), которые предлагается заполнить Заемщику для получения кредита на развитие бизнеса. Таким образом была сформирована анкета, которая позволила выявить осознаваемые представления об устойчивости в организации у испытуемых.

В качестве стимульного материала выступали восемь критериев, касающихся темы семейного бизнеса испытуемых:

1. Время: продолжительность существования бизнеса на рынке.
2. Доходность: вариативность поступления денежных средств.
3. Источник привлечения инвестиций для развития: кредиты и займы или собственные средства.
4. Качество работы компании: отсутствие судебных процессов.
5. Кадровый состав организации: постоянный или изменяющийся.
6. Гибкость компании: возможность использовать новые направления деятельности.
7. Материально-техническая база: наличие в собственности необходимого имущества для выполнения работ.
8. Вид деятельности организации.

Анкета устойчивости бизнеса состоит из 11 вопросов, из них 10 вопросов направлены на сбор данных об устойчивости бизнеса, а 1 вопрос о виде деятельности организации.

Испытуемые выражали свою точку зрения по отношению к каждому из 10 вопросов по 5-балльной шкале относительно имеющегося у них семейного бизнеса. В данной анкете баллы за ответы начислялись от 1 до 5 в зависимости от ответа собственника бизнеса. Таким образом, по сумме баллов мы определяли устойчивый ли бизнес у испытуемых. Количество баллов мы переводили в проценты для измерения уровня устойчивости организации: низкий, средний, высокий.

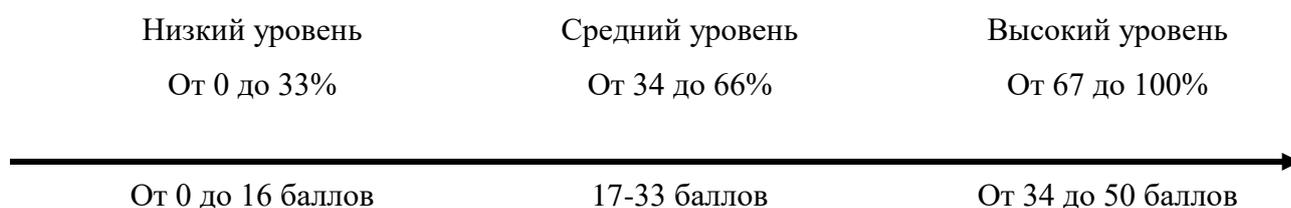


Рис. 1. Уровни оценки устойчивости бизнеса

Обработка результатов

Для обработки полученных результатов был использован метод ранговой корреляции Спирмена. Для этого все данные сначала заносились в программу Microsoft Excel, а затем были транспортированы в программу STATISTICA 8.0.

Метод ранговой корреляции Спирмена призван установить, насколько тесно располагаются элементы, как они связаны между собой, а также позволяет уточнить их «направление взаимодействия». Если один изучаемый параметр увеличивается (например, x), а вместе с ним растет и второй (например, y), то такая корреляция является положительной. Если при увеличении одного критерия происходит уменьшение второго, то такая корреляция является отрицательной. Следовательно, валидность проведенного исследования будет обеспечиваться следующими факторами:

- методологической обоснованностью исходных теоретических положений;

- использование двух методик, изучающих доверие в семейном бизнесе с разных сторон: организационное и личностное;
- разработка авторской анкеты с опорой на показавшие свою эффективность в оценке заемщиков анкеты банков;
- внутренней непротиворечивостью результатов исследования.

2. Методика оценки доверия/недоверия личности другим людям А. Б.

Купрейченко

Для изучения доверия личности к другим людям, в т.ч. партнерам в семейном бизнесе, нами была выбрана методика А. Б. Купрейченко (2008) (Приложение 2). Методика направлена на определение структуры межличностного доверия. Учитывая разночтения в понимании доверия, автором был проведен теоретический и эмпирический анализ структуры этого феномена с целью выявления основных компонентов – слагаемых доверия [Купрейченко]. А. Б. Купрейченко выделила «основные компоненты доверия, которые легли в основу авторской методики:

1. предсказуемость или Знание, под которым мы понимаем представление субъекта о том, насколько хорошо он знает человека, по отношению к которому оценивается уровень доверия, и насколько он способен предсказывать его поведение в ситуации неопределенности;

2. Надежность – представление субъекта о том, способен или нет, другой человек оказать помощь, поддержать в трудной ситуации.

3. Единство (тождественность) – представление субъекта о наличии у него с другим человеком общих целей, принципов или мировоззрения.

4. Приязнь и Расчет позволяют определить склонность личности заменять подлинное доверие в своих отношениях с другими людьми верой или расчетом.

5. Недостатки подтверждают распространенность амбивалентного отношения личности к другим людям. Так, высоко доверяя человеку, некоторые люди сохраняют способность реалистично оценивать его слабые стороны и настороженно относиться к их возможным проявлениям» [Купрейченко, с. 242].

Респонденты оценивают степень своего согласия с каждым из 20 утверждений по 5-балльной шкале. В качестве объектов оценивания выступают три позиции:

- 1) человек, которому Вы доверяете больше всего;
- 2) человек, который утратил Ваше доверие;
- 3) родственник – партнер по бизнесу.

Последний объект был включен в методику согласно целям нашего исследования. Добавление третьего варианта в методику А. Б. Купрейченко дало возможность исследовать своего партнера по бизнесу. Как именно партнеры относятся к друг другу? Доверяют ли? Что лежит в основе их взаимоотношений?

3. Методика оценки уровня доверия в организации Р. Б. Шо

Для изучения организационного доверия была выбрана методика американского психолога, занимающегося в течение многих лет исследованием проблем доверия, автор книги «Ключи к доверию в организации» Р.Б. Шо. Данная методика направлена на измерение субъективной оценки общего уровня организационного доверия (Приложение 2).

Методика включает в себя 4 шкалы («доверие», «последовательность», «результативность», «забота»), в каждой из которых находится 8 противоположных утверждений, и респонденту предлагается провести субъективное шкалирование близости к тому или иному утверждению в соответствии с оценкой своей организации.

«Данная методика оценки организационного доверия была выбрана, так как она была использована во множестве исследований, описанных в монографии А. Б. Купрейченко, и суммарная численность русскоязычной выборки по данной методике - 557 человек. Результаты, полученные по данной методике, не вступают в противоречие с результатами оценки доверия при помощи множества других методик [Купрейченко], что позволяет нам утверждать, что на настоящий момент данная методика является максимально апробированной на русскоязычных респондентах» [Заварцева, с. 36].

Главный компонент «доверия» - *результат*, необходимый для роста и процветания организации. Под порядочностью Роберт Шо понимает искренность человека в словах и «*последовательность*» в поступках и действиях. Порядочность является критерием согласованности, организованности деятельности и последовательности в поведении. Третьим императивом доверия является «*проявление заботы* о других людях, под которым Р. Шо понимает не только заботу об одном человеке, а заботу о группах, членами которых являемся мы. Мы больше склонны доверять тем людям, кто заботиться о нас, понимает нас и действует соответственно нашим потребностям и интересам [Заварцева].

2.2. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

2.2.1. ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА

По разработанной анкете «Оценке устойчивости бизнеса» были получены следующие результаты, которые позволяют нам описывать тенденции современных реалий в малом бизнесе. Так, по времени существования (табл. 6) показано, что семейный бизнес, который существует около пяти лет составляет большую часть (42%) от общей выборки, а бизнес, который существует более 21 года, составляет всего лишь 7,5%.

Таблица 6

Характеристика выборки по времени существования бизнеса

Варианты ответов	Количество человек	%
1-5 лет	17	42,50%
6-10 лет	5	12,50%
11-15 лет	11	27,50%
16-20 лет	4	10%
Свыше 21 года	3	7,50%
Итого	40	100%

По стабильности бизнеса со слов владельцев малых предприятий 67,5% считают, что их бизнес находится в равновесии и способен конкурировать на

рынке, а в финансовом плане эффективно распределять ресурсы, оценивать и управлять финансовыми рисками, поддерживать естественный уровень занятости (табл. 7).

Таблица 7

Характеристика выборки по стабильности бизнеса

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
Полностью не согласен	0	0%
скорее не согласен	3	7,50%
время от времени	5	12,50%
скорее согласен	27	67,50%
полностью согласен	5	12,50%
Итого	40	100%

Чаще всего предприниматели вкладывают собственные средства для развития своего бизнеса и лишь только 7,5% используют долгосрочные кредиты и займы (табл. 8). Такая ситуация может говорить о том, что участники семейного бизнеса стараются самостоятельно решать свои финансовые проблемы и не привлекать дополнительные финансы из кредитных организаций, инвесторских компаний, банков и пр.

Таблица 8

Характеристика выборки по использованию кредитов и займов

варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
да, использую постоянно	3	7,50%
использую часто	1	2,50%
использую периодически	5	12,50%
использую редко	9	22,50%
нет, стараюсь не использовать	22	55%
Итого	40	100%

При оценке участников бизнеса, отмечается, что 82,5% предпринимателей не участвовали в судебных процессах, как ответчики (табл.

9). То есть они не нарушали прав потребителей и законных интересов партнеров.

Таблица 9

Характеристика выборки по участию в судебных процессах

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
да, участвовал довольно часто	1	2,50%
участвовал часто	0	0%
участвовал периодически	0	0%
участвовал редко	5	12,50%
не участвовал	33	82,50%
Итого	40	100%

Штат организации собственников семейного бизнеса за последние несколько лет несмотря сложность политической (СВО), эпидемиологической (пандемия COVID-19), экономической ситуации не изменялся особенно в микропредприятиях, где количество сотрудников не превышает 5 человек (табл. 10; 11)

Таблица 10

Характеристика выборки по штату сотрудников

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
до 5 человек	31	77,50%
от 5 до 10 человек	7	17,50%
от 11 до 20 человек	0	0%
от 21 человек до 30 человек	0	0%
от 31 человека и более	2	5%
Итого	40	100%

Таблица 11

Характеристика выборки по уменьшению кадрового состава организации

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
------------------	--------------------	--------------------

сократилось более 50 %	0	0%
сократилось от 25 до 50%	4	10%
сократилось от 11 до 25%	1	2,50%
сократилось на 10%	6	15%
нет, изменений не произошло	29	72,50%
Итого	40	100%

Ежегодная чистая прибыль у большинства участников семейного бизнеса, составляет от 1100 000 до 2000 000 рублей (табл. 12). Исходя из таблицы 13 видно, что основной вид деятельности составляет рента (20%), как доход, получаемых с капитала (вклады, доходы от недвижимости, ценных бумаг, земли), строительство/проектирование (20%) и юридические услуги (15%). Следовательно, можно предположить, что малый бизнес строится на тех имеющихся ресурсах и/или там, где бизнес сталкивается с высокой конкуренцией.

Таблица 12

Характеристика выборки по ежегодной чистой прибыли

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
до 1000 000	16	40%
от 1100 000 до 2000 000	11	27,50%
от 2100 000 до 3000 000	8	20%
от 3100 000 до 4000 000	2	5%
от 4100 000 и более	3	7,50%
Итого	40	100%

Таблица 13

Характеристика выборки по направлению бизнеса

основной вид деятельности организации	Количество человек	%
рантье	8	20%
строительство/проектирование	8	20%

юридические услуги	6	15%
розничная торговля одеждой, обувью, галантереей	4	10%
бухгалтерские услуги	2	5%
медицинские услуги	2	5%
фармацевтическая деятельность	2	5%
жилищно-коммунальное хозяйство	2	5%
деятельность салонов красоты	2	5%
фото и видео услуги	2	5%
Итого	40	100%

Считается, что для развития бизнеса необходимы не только стандартные и привычные инструменты достижения основных целей, но внедрение и использование новых эффективных стратегий. Из исследуемой выборки установлено, что 30% не внедряют новые направления в своей деятельности, 32% предпринимателей пытаются соответствовать тем стремительным изменениям рынка и используют в своей практике новые стратегии, то есть они могут быстро принимать решения в неопределенности.

Таблица 14

Характеристика выборки по новым направлениям деятельности

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
точно нет (1 балл)	12	30%
скорее нет (2 балла)	10	25%
не уверен (3 баллов)	2	5%
скорее да (4 балла)	13	32,50
точно да (5 баллов)	3	7,50%
Итого	40	100%

Большинство предпринимателей (55%) имеют возможность прогнозировать поступления денежных средств благодаря наличию постоянных

клиентов, и тем самым определяют свою устойчивость в своем бизнесе и повышают уровень своего профессионализма для того чтобы удержать своих постоянных клиентов (табл. 15).

Таблица 15

Характеристика выборки по вариативности поступления денежных средств

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
точно нет	2	5%
скорее нет	6	15%
не уверен	4	10%
скорее да	22	55%
точно да	6	15%
Итого	40	100%

Наличие в собственности необходимого имущества для выполнения работ имеют 42,50%, практически половина участников семейного бизнеса. Это определяет их стабильность и уверенность в будущее, так как исключает ежемесячные расходы, что способствует дальнейшему развитию в новых направлениях деятельности.

Таблица 16

Характеристика выборки по наличию в собственности имущества

Варианты ответов	Количество человек	Данные в процентах
точно нет	2	5%
скорее нет	5	12,50%
не уверен	3	7,50%
скорее да	15	37,50%
точно да	17	42,50%
Итого	40	100%

Таким образом, анкета «Оценка устойчивости бизнеса» позволила выявить основные тенденции развития семейного бизнеса. Основная часть предпринимателей имеет в штате до 5 человек, при этом их чистая прибыль

составляет от 1000 000 рублей до 2000 000 рублей в год. Они не участвуют в судебных процессах, не берут кредиты и займы, а также могут прогнозировать поступление денежных средств в следующем месяце, а значит, имеют постоянных клиентов, пользующихся их качественными услугами и товарами. Все это влияет на устойчивость предприятия и время существования бизнеса. Вместе с тем, новые стратегии деятельности используют 1/3 часть от общей выборки испытуемых. Это говорит о том, что организации постепенно предлагают новые услуги или довольствуются хорошо отработанными и востребованными предложениями на рынке. При этом мы пришли к следующим выводам, которые отражены в таблице 17 и на рисунке 2. Полученные результаты, свидетельствуют о том, что у 52,50% испытуемых преобладает средняя устойчивость семейного бизнеса, а у 47,50% высокая устойчивость. Дальнейшее исследование будет проведено в логике сравнения двух групп предпринимателей, имеющих среднюю и высокую устойчивость бизнеса.

Таблица 17

Результаты исследования по анкете «Оценка устойчивости бизнеса»

Уровень устойчивости	Кол-во, человек	Средние баллы	Количество, чел., %
Низкая устойчивость от 0 до 33%	0	0	0
Средняя устойчивость от 34 до 66%	21	32	52,50
Высокая устойчивость от 67 до 100%	19	37	47,50



Рис. 2. Количество предпринимателей с разной устойчивостью бизнеса, %

2.2.2. ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИЧНОСТНОГО ДОВЕРИЯ

Для исследования личностного доверия испытуемые отвечали на 60 вопросов по «Методике оценке доверия/недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко», которая была представлена в GOOGLE-форме. За каждый ответ начислялись баллы от 1 до 5. Далее согласно ключу методики (Приложение 2), баллы суммировались по схеме, где максимальный балл – 5, минимальный – 1.

На рисунках 3-5 приведены результаты расчета средних значений для 6 шкал относительно двух групп семейного бизнеса: 1 группа «с высоким уровнем устойчивости»; 2 группа «со средним уровнем устойчивости». Из представленных рисунков отмечается тенденция к увеличению по шкалам «надежность» и «приязнь» в группе «с высоким уровнем устойчивости». Можно предположить, что для предпринимателей этой группы важны такие качества личности как верность и ответственность и в тоже время они умеют оказать помощь в трудной ситуации [Купрейченко]. При этом в обеих группах средний балл по отношению к человеку, который утратил доверие практически не изменяется. Значит, к этим людям выработался определенный поведенческий паттерн, который помогает выстраивать взаимодействия с учетом их недостатков и особенности личности.

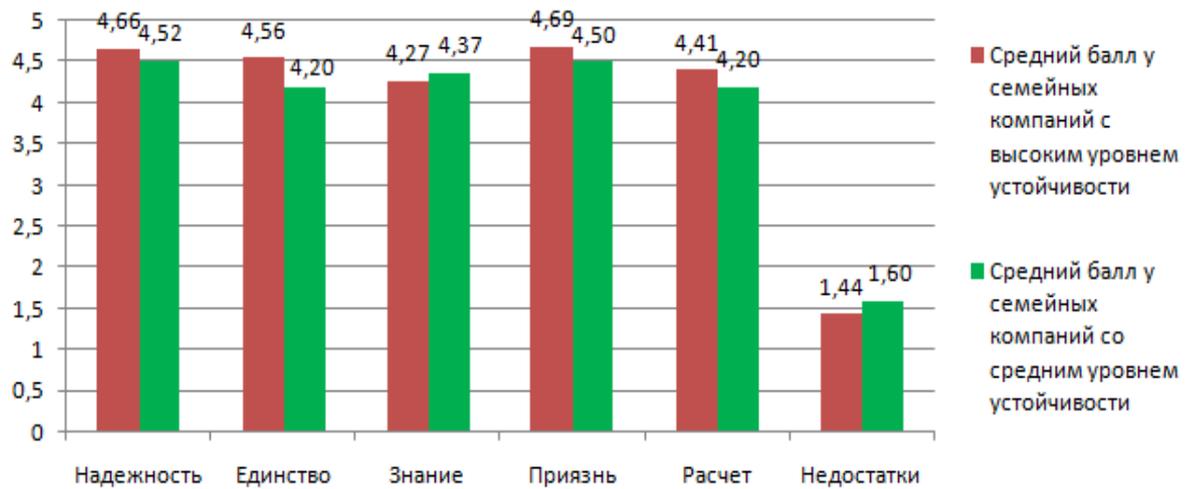


Рис. 3. Средний балл по отношению к человеку, которому я доверяю больше всего

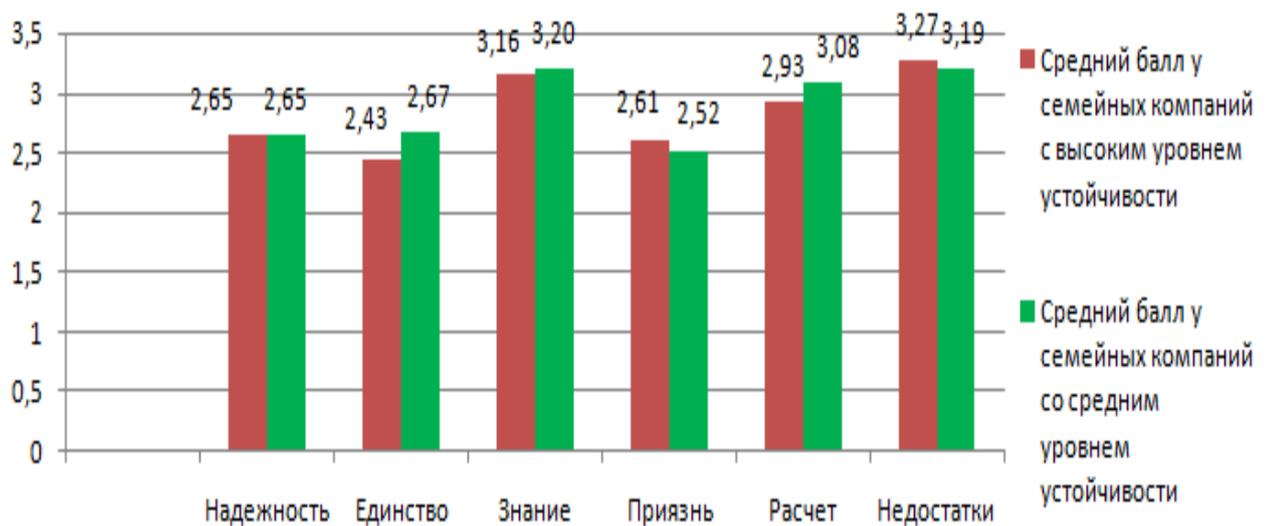


Рис. 4. Средний балл по отношению к человеку, который утратил мое доверие

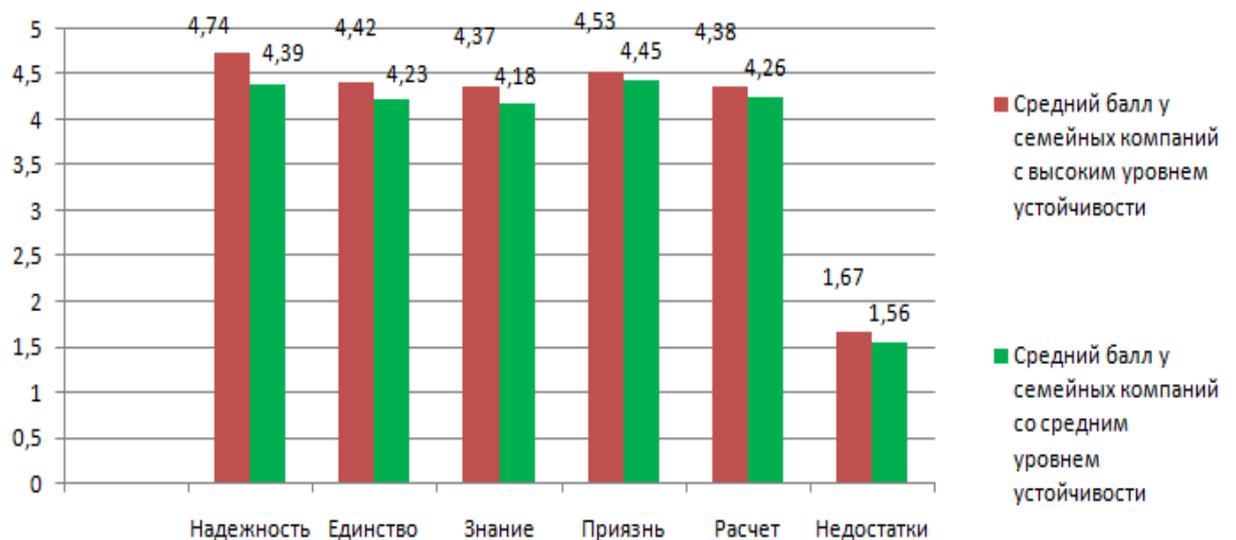


Рис. 5. Средний балл по отношению к родственнику-партнеру по бизнесу

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее важной шкалой по отношению к родственнику-партнёру по бизнесу, является шкала «надежность», так как именно надежность важна по отношению к родственнику-партнеру по бизнесу – знать, что родственник «подставит свое плечо» и будет рядом и это даст уверенность, что с трудностями мы справимся. Это согласуется с мнением С.И. Ожегова, «надежный – это внушающий доверие, верный» [Ожегов, Шведова, с. 263]. Нам важно верить, что мы сами важны для родственника-партнера по бизнесу. Мы считаем, что по отношению к родственнику-партнеру по бизнесу безусловно важно такое качество как надежность, так как оно дает собственникам малого бизнеса стабильность и уверенность в завтрашнем дне.

2.2.2 ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ДОВЕРИЯ

Для исследования организационного доверия испытуемые отвечали на 32 вопроса анкеты Р.Б. Шо в GOOGLE-форме. За каждый ответ начислялись баллы от 1 до 5. Далее согласно ключу методики (Приложение 3), баллы суммировались по схеме, где максимальный балл – 5, минимальный – 1. Первичная обработка проводилась по соответствующим ключам к методике Р.Б. Шо и позволила выделить в полученных данных различия в уровнях показателей.

Испытуемые отвечали на вопросы анкеты, разделенной на 4 блока. В каждом блоке 8 утверждений, за которые начислялось от 1 до 5 баллов. По каждому блоку ответы суммировались и интерпретировались нами по уровням: низкий, средний и высокий согласно методике. В соответствии с полученными данными по «Методике оценке уровня доверия в организации Р.Б. Шо» было установлено, что умеренное доверие наблюдается в семейных компаниях с высоким и средним уровнем устойчивости. По показателям «Последовательность» и «Результативность» и «Забота» отмечается баллы в группах с высоким уровнем устойчивости по отношению к группе со средним уровнем устойчивости.

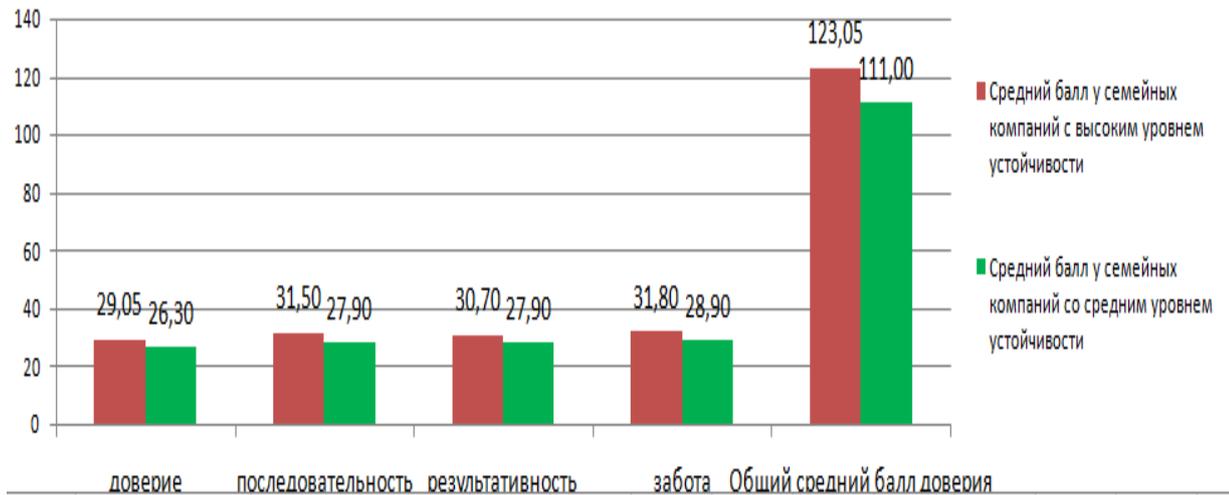


Рис. 6. Средние баллы по 2-м группам сравнения, баллы

Таким образом, можно сделать вывод, что собственники бизнеса последовательны в своих словах и действиях, выполняют обязательства и обещания, заботятся о подчиненных и партнерах, доступны и открыты к контактам с сотрудниками и выполняют обязательства перед ними. Обращает на себя внимание 1 группа, так как у них показатель «Общий средний балл доверия», составляет 123 баллов, что относится к высокому уровню доверия, диапазон которого согласно методике, находится от 118 до 160 баллов. Во 2 группе наблюдается умеренный уровень доверия (111 баллов).

2.2.3. СТАТИСТИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗ

Для проверки гипотезы H_1 : чем **ВЫШЕ** уровень доверия между родственниками (партнерами в бизнесе), тем **ВЫШЕ** устойчивость предприятия мы провели ранговую корреляция Спирмена между шкалами по методике А.Б. Купрейченко, шкалами Методики Р.Б. Шо и итоговым баллом по анкете «Оценка устойчивости бизнеса», так как оценка распределения показала отличие от нормального.

Ранговый коэффициент корреляции Спирмена является мерой связи между двумя переменными. Он основывается на ранговой шкале, что позволяет учесть не только количественные, но и качественные характеристики данных. В исследовании на тему: «Взаимосвязь доверия и устойчивости в семейном бизнесе» нами были получены различные суждения и взгляды, ранговый

коэффициент корреляции Спирмена применен для определения взаимосвязи между представлениями о личностном и организационном доверии и устойчивости бизнеса.

Данный метод позволяет учитывать не только числовые характеристики, но и порядок значений, а это, в свою очередь, является важным условием в контексте нашего исследования. Именно это свойство является главной причиной использования рангового коэффициента корреляции Спирмена. Кроме того, этот коэффициент является непараметрическим, что делает его устойчивым к выбросам и не требует соблюдения условия распределения данных.

Следовательно, применение рангового коэффициента корреляции Спирмена является обоснованным для нашего исследования.

Расчеты были проведены в программе STATISTICA 8.0. Нами были получены коэффициенты корреляции, которые отражены в таблице 18.

Таблица 18

Коэффициенты ранговой корреляции Спирмена

	УСТОЙЧИВОСТЬ БИЗНЕСА	p-level
ЛИЧНОСТНОЕ ДОВЕРИЕ		
А) Доверяю больше всего		
Надежность	0,275	0,086
Единство	0,365*	0,020
Знание	0,017	0,919
Приязнь	0,191	0,237
Расчет	0,118	0,469
Недостатки	-0,310	0,052
Б) Утративший доверие		
Надежность	-0,008	0,962
Единство	-0,074	0,650

Знание	0,044	0,787
Приязнь	-0,072	0,660
Расчет	0,009	0,958
Недостатки	0,067	0,680
В) Родственник- партнер по бизнесу		
Надежность	0,360*	0,023
Единство	0,176	0,276
Знание	0,210	0,194
Приязнь	0,112	0,493
Расчет	0,105	0,521
Недостатки	-0,053	0,743
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ДОВЕРИЕ		
Доверие	0,397*	0,011
Последовательность	0,457**	0,003
Результативность	0,435**	0,005
Забота	0,421**	0,007
Общий балл доверия	0,443**	0,004

Примечание:

* - значимость коэффициентов корреляции на уровне $p < 0.05$

** значимость коэффициентов корреляции на уровне $p < 0.001$

Полученные данные свидетельствуют, что по методике Купрейченко А.Б. (по отношению к человеку, которому я доверяю больше всего – строка «А» в Табл. 18) из 6 критериев оценки доверия единственный параметр «Единство» оказался значимо взаимосвязан с показателем «Устойчивость» бизнеса. Для пары шкал «Устойчивость» и «Единство» (по отношению к человеку, которому я доверяю больше всего) коэффициент корреляции $r_s = 0,365$ уровень значимости (p) 0,020 ($p < 0,05$). Можно предположить, что «Единство»

подразумевает единство мыслей и действий. Людям проще понимать друг друга, когда они объединены едиными целями и ценностями, имеют общий вектор развития.

Согласно полученным данным (по отношению к родственнику-партнеру по бизнесу – строка «В» в Табл. 18) из 6 критериев оценки доверия единственный параметр «Надежность» оказался значимо взаимосвязан с показателем «Устойчивость» бизнеса. Для пары «Устойчивость» и «Надежность» (по отношению к родственнику - партнеру по бизнесу) коэффициент корреляции $r_s = 0,360$ уровень значимости (p) 0,023 ($p < 0,05$). Уровень значимости (p) 0,023 показывает на слабую прямую связь между показателями. Мы можем предположить, что при увеличении выборки испытуемых связь может быть проявлена ярче.

Следовательно, в развитии семейного бизнеса устойчивость предприятия повышается с уровнем надежности и это определяет эффективность взаимодействия между партнерами, увеличивая их интерес к совместной деятельности. Важно отметить, что ни один из 6 критериев оценки доверия (по отношению к человеку, который утратил доверие – строка «Б» в Табл. 18) не оказался значимо взаимосвязан с показателем «Устойчивость». Это говорит о том, что собственники бизнеса четко понимают, что они не могут рассчитывать на человека, который утратил их доверие.

При корреляции данных по анкете Р.Б. Шо (организационное доверие) и анкетой «Оценка устойчивости бизнеса» появились 4 значимые переменные: «Доверие», «Последовательность», «Результативность» и «Забота». Для пары «Устойчивость» и «Доверие» (организационное) коэффициент корреляции $r_s = 0,397$ уровень значимости (p) 0,011 ($p < 0,05$); «Последовательность» $r_s = 0,457$ уровень значимости (p) 0,003 ($p < 0,001$); «Результативность» $r_s = 0,435$ уровень значимости (p) 0,005 ($p < 0,001$); «Забота» $r_s = 0,421$ уровень значимости (p) 0,007 ($p < 0,001$). Таким образом, мы можем наблюдать более сильные связи у шкалы «Устойчивость» с такими шкалами организационного доверия, как «Последовательность», «Результативность» и «Забота». Это говорит о том, что

именно доверие важно в поддержании комфортного микроклимата в семейном бизнесе. Сотрудники чувствуют себя свободными в выражении своих взглядов, даже если они отличаются от взглядов большинства. Они получают признание за свой личный вклад в дело организации. Доверие увеличивает веру сотрудников в поведение компании, принятие тех целей и убеждений, которые близки руководству и членам команды. Так как имеется последовательная стратегия развития, идет постоянная работа над повышением конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Мне кажется, мы можем говорить о доминировании отношений в организации над личными взаимоотношениями в семейном бизнесе, так как функциональные роли доминируют над межличностными. Для развития семейного бизнеса его владельцам нужно научиться разделять роли. И для устойчивости предприятия, прежде всего, нужно научиться взаимодействовать в деловых (организационных) ролях. Тем самым, наше исследование помогло зафиксировать приоритетность деловых отношений над семейными: именно доверие внутри организации, а не к родственнику (партнеру) по бизнесу позволяет сохранять устойчивость компании.

2.2.4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДДЕРЖАНИЮ ДОВЕРИЯ В СЕМЕЙНОМ БИЗНЕСЕ

Проведя эмпирическое исследование и выяснив, что доверие помогает устойчивости предприятия, мы предлагаем для владельцев семейных компаний и для бизнес-психологов ряд рекомендаций по поддержанию и сохранению доверия в семейном бизнесе (Рис. 7).

1. Диалог между всеми участниками семейного бизнеса. Необходимо создавать и практиковать формальные встречи в определенные дни и сводить к минимуму возможность перерывов в общении. В случае проживания участников семейного дела в разных городах, предлагаем установить средства видеоконференцсвязи в своих домах, тем самым создав единую виртуальную

гостиную. Это позволит видеть членов своей семьи в неформальной обстановке и «разбавит» дневные рабочие вопросы разговорами о домашних делах.

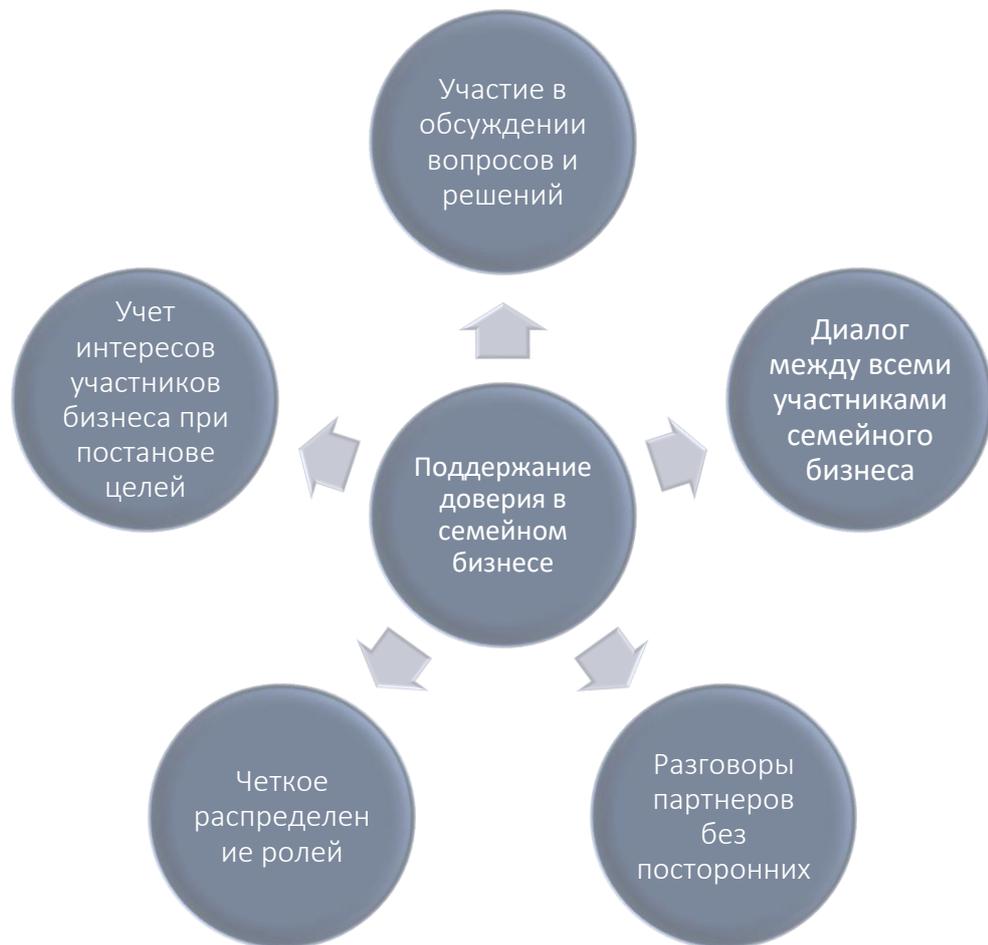


Рис. 7. Рекомендаций по поддержанию и сохранению доверия в семейном бизнесе

2. *Участие в обсуждении вопросов и принятии решений в семейном бизнесе всем его участникам.* Это означает, что каждый член семьи должен знать, что нужно обсудить и решить коллективно. Важно делиться новой информацией своевременно, чтобы иметь возможность изменить привычный ход вещей. Предлагаем членам семейного бизнеса делиться информацией, чтобы внедрять свежие идеи в жизнь и тем самым развивать свой бизнес. Так же необходимо периодически проверять, смогли ли все участники высказаться, чтобы убедиться, что последствия изменений в бизнесе и участие членов семьи

регулярно учитываются. Важно также решить, кто несет ответственность за какую-либо конкретную часть коммуникации. Можно предложить использовать внешнего фасилитатора, чтобы упорядочить обсуждение и уточнить роли на начальных этапах становления семейного дела.

3. Разговоры партнеров без посторонних

Важно быть вежливым и корректным во время деловых разговоров со своими семейными партнерами. Обсуждать ошибки и «отчитывать» членов своей семьи в присутствии посторонних недопустимо. Партнер будет открыто и охотно делиться информацией, зная, что его репутации ничего не угрожает.

4. Четкое распределение ролей

Для того, чтобы работа в семейном бизнесе была слаженной и гармоничной, нужно, чтобы каждый сотрудник организации знал «кому» и «о чем» он должен сообщать. То есть каждый работник сообщал информацию руководителю своего звена. Не нужно сообщать всем и обо всем, предоставлять информацию выборочно или сразу обращаться к руководителю организации.

Подобная двусмысленность может вызвать недопонимание и замешательство среди членов семьи.

5. Учет интересов участников бизнеса при постанове целей

Важно учитывать цели каждого участника семейного бизнеса, чтобы сделать общую цель более понятной и значимой. В семье могут возникнуть вопросы при распределении прибыли, а именно: сколько нужно вложить средств для развития, сколько разделить между членами семьи.

Исходя из рекомендаций, можно сказать, что участники семейного бизнеса смогут осознать насущную потребность в открытом и активном общении в структурированном виде. Это поможет им коллективно согласовать встречи для хорошего общения и ответить на вопросы:

- Для каких целей мы должны общаться?
- Когда мы должны общаться?
- Как мы должны общаться?

- Кто должен участвовать в общении?
- Где мы должны общаться?

С уверенностью можно сказать, что лучший способ устранить любой существующий или возникающий пробел в общении — заранее попросить о встрече для личного обсуждения какого-либо вопроса. Члены семьи должны поощрять друг друга открываться, сохранять доверие между друг другом, не думать за себя и за своего партнера по бизнесу, так как проще и быстрее решать вопросы, когда они находятся на начальной стадии [Ramachandran].

ВЫВОДЫ

1. Установлено, что основной возраст участников семейного бизнеса от 31 года до 50 лет. В браке состоят 80% семейных предпринимателей и большинство из них имеют детей, при этом количество женщин в семейном бизнесе в 1,6 раза больше чем мужчин.

2. Показано, что используют новые направления деятельности 1/3 часть от общего числа представителей семейного бизнеса, предлагая качественно отработанные и востребованные услуги и товары на рынке.

3. Установлено, что практически половина участников семейного бизнеса имеет в собственности имущество, необходимое для выполнения работ. Благодаря этому мы можем говорить об их стабильности и надежности в работе, так как исключаются ежемесячные расходы на аренду, что способствует предложению для развития новых направлениях деятельности, востребованных у населения.

4. Для устойчивых семейных компаний характерно длительное время существования бизнеса, отсутствие судебных процессов, а также кредитов и займов, прогнозирование поступления денежных средств.

5. Выявлено, что устойчивость предприятия повышается с уровнем личностного доверия по критерию «Надежность».

6. Показано, что устойчивость предприятия повышается с уровнем организационного доверия по критериям «Последовательность», «Результативность» и «Забота».

7. Гипотеза: *чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия подтвердилась.*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для России семейный бизнес - достаточно молодое и почти не изученное явление. Современному российскому бизнесу в целом сегодня около 30 лет. В рамках системы малого и среднего предпринимательства принято выделять отдельную организационную форму – семейный бизнес, который уже давно занял особое место в экономике многих мировых держав. Семейное предпринимательство характеризуется тем, что члены одной семьи и их родственники являются одновременно собственниками и работниками своих предприятий. Семейный бизнес включает в себя сочетание семейной собственности, устойчивой системы ценностей как ориентиров для принятия стратегических решений, профессионального управления. Данные особенности создают ряд конкурентных преимуществ, но и предполагают определенные потенциальные риски [Жук, Потий]. В связи с этим руководство такой сложной системой подразумевает установление баланса между семейными вопросами и деловыми отношениями, а также эффективное управление бизнесом между семьей и рабочими отношениями на рынке. В этом и заключается суть семейного бизнеса.

В психологии существует утверждение, что основной особенной чертой семейного бизнеса является перспектива на долгосрочность – по типу как большинство девушек «мечтают выйти замуж один раз и на всю жизнь», вот так и семейные фирмы приходят на рынок «здесь, сейчас и навсегда». Семейный бизнес – образец «терпеливого» капитала: данный бизнес всегда готов к долгосрочному инвестированию [Волков, 2012]. И чем дольше живут вместе, тем меньше готовы к расставанию (как друг с другом, так и с бизнесом). А личные отношения, основанные на доверии, играют важную роль в бизнесе. Следовательно, семейный бизнес – это уверенность в завтрашнем дне, где успех зависит не только от процветания общего дела, но и от отношений внутри коллектива.

В результате проведенного теоретического анализа нами была выдвинута гипотеза: *чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнес), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия* подтвердилась.

Для ее эмпирической проверки мы организовали исследование, в котором приняло участие 40 собственников семейных компаний, владеющих бизнесом от 1 – 23 года, в возрасте 20 – 60 лет. Онлайн-исследование проводилось через мессенджеры «В контакте», «Viber», «WhatsApp».

Для сбора данных мы использовали следующие методики:

1. Авторская анкета «Оценка устойчивости бизнеса»;
2. Методика оценки доверия/недоверия личности другим людям А. Б. Купрейченко;
3. Методика оценки уровня доверия в организации Р. Б. Шо.

Обработка полученных данных онлайн-исследования в программе Excel и STATISTICA 8.0 позволила нам подтвердить гипотезу о том, что *чем ВЫШЕ уровень доверия между родственниками (партнерами в семейном бизнесе), тем ВЫШЕ устойчивость предприятия*.

Это означает, что для владельцев семейного бизнеса необходимо устанавливать доверительные отношения внутри бизнеса, для того, чтобы быстро принимать решения, осуществлять рискованный выбор, исследовать новые стратегии развития с учетом свежих знаний и тенденций современного рынка.

Таким образом, данное исследование показывает, что доверие можно рассматривать, как относительно устойчивую и в то же время избирательную связь между определенными группами людей основанную на межличностных взаимодействиях. Поэтому роль психолога в решении проблем и конфликтов, а также личностного саморазвития участников семейного бизнеса повышается. Это влияет на устойчивость и стабильность в развитии малого и среднего предпринимательства. Благодаря доверию между членами семейного бизнеса появляется психологическая безопасность. То есть благоприятная остановка в кругу семьи позволяет ее членам действовать, не опасаясь неблагоприятных

последствий, связанных с неверно принятыми решениями, самооценкой и своим статусом. При психологической безопасности члены семьи чувствуют себя уважаемыми и оцененными по достоинству. Именно доверие является опорой для формирования психологической безопасности, что, в свою очередь, является наиболее важным условием для развития групповой динамики и основой для успешных взаимоотношений. Можно с уверенностью говорить, что психологическая поддержка помогает создать успешную бизнес-модель в условиях современных реалий и заложить фундамент для процветания семейного бизнеса. При появлении различных противоречий среди участников семейного бизнеса, именно психолог может выступать тем «связующим звеном», регулирующим многие противоречия и планомерно адаптируя партнеров друг к другу, ориентируя на доверие в будущем. Доверительные отношений внутри семейного предприятия взаимосвязаны с устойчивостью и процветанием общего дела.

В целом, проделанную работу можно оценить положительно. Поставленная цель: *выявить взаимосвязь доверия и устойчивости в семейном бизнесе* - достигнута, задачи выполнены. Перспективой для дальнейших исследований может быть изучение взаимосвязи типа семейных отношений и устойчивости бизнеса, а также расширение выборки и проведение исследования в других регионах РФ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Luhman N. Trust and power. N. Y.: J. Wiley, 1979. 208 p.
2. Ramachandran K. The 10 Commandments for Family Business // Journal of family and economic issues. № 37 (3). 2015. 21 p.
3. Антоненко И.В. Психология личности: генезис доверия // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 1 (106). С. 112-121.
4. Антоненко И.В. Социальная психология доверия // Приволжский научный вестник. 2014. № 11-2 (39). С. 99-104.
5. Алексеева А.Ю. Концептуальные основы исследования феномена доверия: обзор основных подходов // Мир экономики и управления. 2004. № 1. С. 136-148
6. Аузан А. Культурные коды экономики. Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа М.: АСТ, 2022. 160 с.
7. Ахмадеева Е.В. Доверие в супружеских отношениях как условие психологической безопасности семьи // European science. 2017. № 9 (31). С. 57-59.
8. Бенвенист Э. Доверие и вера. Словарь индоевропейских социальных терминов. М., 1995. С. 124–129
9. Вавакина Т.С., Поздняков В.П. Мотивационно-ценностная сфера личности предпринимателя как фактор эффективности делового партнерства // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 1 (106). С. 106-111.
10. Вавакина Т.С., Поздняков В.П. Психологические факторы эффективности делового партнерства // Прикладная юридическая психология. 2014. № 2. С. 113-124.
11. Важенин С.Г., Сухих В.В. Семейный бизнес в России: Обновление на доверии // Шумпетеровские чтения. 2013. № 1. С. 222-226.
12. Важенин С.Г., Сухих В.В. Семейный бизнес: уроки из российской истории // Экономика образования. 2015. № 2. С.112-117.

13. Волков Д.А., Ильин А.Б. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций // Российское предпринимательство. 2017. № 3. С. 439-450.
14. Волков Д.А. Семейный бизнес: владение, управление и семейные ценности // Российское предпринимательство. 2012. № 13 (211). С. 38-43.
15. Воротилкина А.М. Анализ особенностей развития семейного бизнеса в России и за рубежом // Российское предпринимательство. 2018. № 4. С. 933-944.
16. Гаджимурадова Л.А. Проблемы и перспективы развития семейного бизнеса // Вопросы структуризации экономики. 2013. № 4. С. 350-351.
17. Гайдук А.Б. Доверие в бизнесе: восприятие общественностью / А.Б. Гайдук // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. № 6. С. 95-98.
18. Гарфинкель Г., Корбут А. Концепция и экспериментальные исследования «Доверия» как условия стабильных согласованных действий // Социологическое обозрение. 2009. Том 8. № 1. С. 10-50
19. Гергерт Д.В., Пономарева Т.В. Семейный бизнес как объект междисциплинарного исследования: обзор методологических подходов // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2018. № 1. С. 90-105.
20. Гидденс, Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации. Москва: Академический Проект, 2005. 528 с.
21. Глушко И.В. Социальное доверие как неформальный ресурс организации // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 3 (25). С. 261-266.
22. Грановеттер М. Социологические и экономические подходы к анализу рынка труда: социоструктурный взгляд // Экономическая социология. 2011. № 2. С. 49-78.
23. Гуриева С.Д., Борисова М.М. Доверие как социально-психологическое явление // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2014. № 4. С. 126-136.

24. Гущин В.В., Добровинская А.В. Наследственное планирование семейного бизнеса // Образование и право. 2021. № 7. С. 106-110.
25. Дударев Г.С-Х. Анализ отечественных и зарубежных теоретических подходов к пониманию феномена доверия // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 6(91). С. 228-229.
26. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии: перевод с французского. М.: Наука, 1991. 572 с.
27. Жиляева С.К., Юзефович Ж.Ю., Максимова А.А. Анализ статистики браков и разводов в Российской Федерации на современном этапе // Вестник экономической безопасности. 2019. № 4. С. 70-77.
28. Жук А.А., Потий К.М. Феномен семейного предпринимательства в современной экономической теории // Российское предпринимательство. 2017. № 19. С. 2891-2907.
29. Заварцева М.М. Роль организационного доверия в регулировании деятельности персонала государственных и коммерческих предприятий: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук: 19.00.03 / Марина Михайловна Заварцева; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 2017. 231 с.
30. Зиммель Г. Философия денег (фрагмент): под редакцией А. Филиппова // Теория общества. М.: Канон-Пресс, 1999. С. 309-383.
31. Канашина М.А. Перспективы развития семейного бизнеса в России // Студенческая наука и XXI век. 2018. № 16-1. С. 361-363.
32. Касьяненко Т.Г., Воротилкина А.М. Семейный бизнес: определение понятия и классификации // Культура. Наука. Образование: современные тренды. 2020. С. 175-188.
33. Климонтова Т.А., Кожевина А.П. Доверие как показатель открытости внутреннего мира человека // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 6. С. 192-195.

34. Корнейко Л.В. Ценностные ориентации современного предпринимательства в России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. № 6. С. 350-156.
35. Корчагина Е.В. Исследования семейного бизнеса в России: подходы к определению и концептуальные особенности // Вопросы регулирования экономики. 2015. № 4. С. 37-45.
36. Крючкова И.М. Социально-психологические характеристики феномена «Доверия» в работах отечественных психологов // Современные исследования социальных проблем. 2017. № 8. С. 112-124.
37. Кулман Джеймс. Перспектива рационального выбора в экономической социологии // Экономическая социология. 2004. № 5(3). С. 35-44.
38. Кулыняк И.Я., Кошук О.В. Преимущества и недостатки семейного бизнеса // Проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 12. С. 549-551.
39. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Ин-т психологии РАН, 2008. 571 с.
40. Лебедева П.А. Доверие как фактор, определяющий принятия решения в рискованной ситуации // Психология в экономике и управлении. 2017. № 2. С. 82-89.
41. Левушкин А.Н. Семейное предпринимательство и семейный бизнес: понятие, правовая природа и перспективы развития // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2018. № 3 (43). С. 206-211.
42. Леонова И.Ю. Доверие: понятие, виды, функции // Вестник Удмуртского университета. 2015. № 2. С. 34-41.
43. Литвин В.В. Механизм формирования доверия как фактора устойчивости национальных сберегательных систем // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. № 5. С. 139-157.
44. Литошенко И.Ф. Значение семейного бизнеса в структуре домохозяйств в миросистемном подходе // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности: сборник материалов II

Международной научно-практической конференции. Москва, 23 марта 2021 года. С. 315-319.

45. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории: под ред. Н. А. Головина. СПб.: Наука, 2007. 648 с.

46. Малышева О.Л. Семейный бизнес как фактор устойчивого развития России: традиция и современные вызовы // Управление устойчивым развитием. 2017. № 1 (08). С. 49-56.

47. Мокина М.И. Факторы роста семейного бизнеса в России: обзор литературы и направления будущих исследований // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2019. № 10 (1). С. 88-97.

48. Мурзина Ю.С., Русяева И.А. Тип семейных отношений у предпринимателей сферы малого семейного бизнеса // Национальный психологический журнал. 2022. № 1 (45). С. 30–41.

49. Мурзина Ю.С., Поздняков В.П. Основатели бизнес-династий в России признают значимое влияние семейных отношений на бизнес. 2017. № 7. С. 1216-1232.

50. Мурзина Ю.С. Факторы, препятствующие развитию семейного бизнеса в России и эффективные инструменты их регулирования // Российское предпринимательство. 2015. №16 (15). С. 2335-2354.

51. Мурзина Ю.С., Поздняков В.П. Ценностные ориентации предпринимателей сферы семейного бизнеса // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 6 (111). С. 101-108.

52. Мурзина Ю.С., Шитиков П.М., Иброгимов М.А. Ценность богатства в экономическом поведении предпринимателей: сравнительный анализ религиозных текстов христианства и ислама // Психология труда, организации и управления в условиях современных технологий: состояние и перспективы развития. 2020. С. 210-215.

53. Мурзина Ю.С., Поздняков В.П., Дьяченко С.М. Черная кошка в темной комнате: отличаются ли ценностные ориентации владельцев семейного и несемейного бизнеса? // Организационная психология. 2020. № 4. С. 88-108.

54. Ожегов С. И., Шведова Н.Ю. Словарь русского языка: 70 000 слов. 23-е изд., испр. М.: Рус. яз., 1990. 917 с.
55. Поздняков В.П., Вавакина Т.С. Доверие и ответственность как ключевые психологические факторы эффективности делового партнерства // Образование и саморазвитие. 2015. № 3 (45). С. 109-116.
56. Потий К.М. Отечественный опыт определения понятия «семейное предпринимательство» // ЭНСР. 2018. № 2 (81). С. 20-27.
57. Ромек В.Г. Уверенность в себе как социально-психологическая характеристика личности: автореферат диссертации кандидата психологических наук: 19.00.05 / Владимир Гергиевич Ромек; Ростовский государственный университет, 1997. 242 с.
58. Рябинин А.В. Проблемы развития семейного бизнеса в современной экономике // Человек. Социум. Общество. 2023. № 2. С. 184-202.
59. Селигмен А. Проблема доверия: перевод с англ. И. И. Мюрберг, Л.В. Соболевой. М.: Идея-Пресс. 2002. 256 с.
60. Солнцев И.В. Доверие в предпринимательской среде как фактор экономического роста // Креативная экономика. 2021. № 6. С. 2347-2364.
61. Сумарокова В.А., Журавлева Л.А. Некоторые виды доверия личности во взаимодействии с окружающими // Наука и мир. 2014. № 10 (14). С.141-143.
62. Сунцова Я.С. Психологическое благополучие личности в связи с доверием к себе и людям // Вестник Удмуртского Университета. 2020. № 1. С. 33-47.
63. Скрипкина Т.П. Психология доверия. М., 2000. 264 с.
64. Теннис Ф. Общность и общество // Социологический журнал. 1998. № 3/4. С. 207 – 229.
65. Толковый словарь русского языка: в 4 т. М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935—1940. 1040 с.

66. Ужахова Л.М., Павлов М.А. Исследование структуры и особенностей мотивации персонала торговой компании малого семейного бизнеса // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 2. С. 109.

67. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: Издательство АСТ, 2004. 730 с.

68. Черемных Е.А. Семейное предпринимательство как новый вид предпринимательской деятельности // Передовое развитие современной науки как драйвер роста экономики и социальной сферы: сборник статей V Международной научно-практической конференции. Петрозаводск, 2021. С. 158-163.

69. Шихирев П.Н. Современная социальная психология: учебное пособие для студентов ВУЗов. М: Ин-т психологии РАН, 2000. 447 с.

70. Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272 с.

71. Штомпка П. Доверие в эпоху глобализации // Социальная политика и социология. 2006. № 4. С. 8-15.

72. Штроо В.А., Балакшин М.Е. Роль доверия в становлении и развитии успешных деловых партнерских отношений // Известия Иркутского государственного Университета. 2015. № 12. С. 70-93.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анкета «Оценка устойчивости бизнеса»

1. Сколько времени существует Ваш бизнес?

- А) от 1 года до 5 лет (1 балла)
- Б) от 6 лет до 10 лет (2 балла)
- В) от 11 лет до 15 лет (3 балла)
- Г) от 16 года до 20 лет (4 балла)
- Д) от 21 года и выше (5 балла)

2. Как Вы считаете, в финансовом плане у Вас стабильное предприятие?

- А) полностью не согласен (1 балл)
- Б) скорее не согласен (2 балла)
- В) время от времени (3 балла)
- Г) скорее согласен (4 балла)
- Д) полностью согласен (5 баллов)

3. Использовали ли Вы долгосрочные кредиты или займы для развития бизнеса за весь период деятельности?

- А) да, использую постоянно (1 балл)
- Б) использую часто (2 балла)
- В) использую периодически (3 балла)
- Г) использую редко (4 балла)
- Д) нет, стараюсь не использовать (1 балл)

4. Имелись ли у Вас судебные процессы за весь период деятельности, в которых Ваша организация участвовала как ответчик?

- А) да, участвовал довольно часто (1 балл)
- Б) участвовал часто (2 балла)
- В) участвовал периодически (3 балла)
- Г) участвовал редко (4 балла)
- Д) не участвовал (5 баллов)

5. Укажите, пожалуйста, штат Вашей организации в настоящее время.

- А) до 5 человек (1 балл)
- Б) от 5 до 10 человек (2 балла)
- В) от 11 до 20 человек (3 балла)
- Г) от 21 человек до 30 человек (4 балла)
- Д) от 31 человека и более (5 баллов)

6. За последнее время произошло ли уменьшение кадрового состава Вашей организации?

- А) сократилось более 50 % (1 балл)
- Б) сократилось от 25 до 50% (4 балла)

- В) сократилось от 11 до 25% (3 балла)
 Г) сократилось на 10% (4 балла)
 Д) нет, изменений не произошло (5 баллов)

7. Укажите, пожалуйста, Вашу ежегодную чистую прибыль.

- А) до 1000 000 рублей (1 балл)
 Б) от 1100 000 до 2000 000 рублей (2 балла)
 В) от 2100 000 до 3000 000 (3 балла)
 Г) от 3100 000 до 4000 000 (4 балла)
 Д) от 4100 000 и более (5 баллов)

8. Укажите, пожалуйста, за последнее время появились ли новые направления деятельности в Вашей организации?

- А) точно нет (1 балл)
 Б) скорее нет (2 балла)
 В) не уверен (3 баллов)
 Г) скорее да (4 балла)
 Д) точно да (5 баллов)

9. Имеете ли Вы возможность прогнозировать ежемесячный доход, благодаря наличию постоянных клиентов у Вашей организации?

- А) точно нет (1 балл)
 Б) скорее нет (2 балла)
 В) не уверен (3 балла)
 Г) скорее да (4 балла)
 Д) точно да (5 баллов)

10. Укажите, пожалуйста, имеются ли в собственности Вашей организации материально-техническая база, необходимая для выполнения работ или предоставления услуг?

- А) точно нет (1 балл)
 Б) скорее нет (2 балла)
 В) не уверен (3 балла)
 Г) скорее да (4 балла)
 Д) точно да (5 баллов)

11. Укажите, пожалуйста, какой вид деятельности Вашей организации?

А) юридические услуги	З) медицинские услуги
Б) строительство / проектирование	И) фармацевтическая деятельность
В) деятельность автомобильного транспорта	К) розничная торговля продуктами питания
Г) посредническая деятельность	И) розничная торговля одеждой, обувью, галантереей
Д) рантье	К) деятельность спортивных клубов
Е) нотариальные услуги	Л) другое
Ж) деятельность салонов красоты	

Общая сумма баллов _____

Ключ к анкете

Низкий уровень устойчивости	Средний уровень устойчивости	Высокий уровень устойчивости
От 0 до 33%	От 34 до 66%	От 67 до 100%
От 0 до 16 баллов	17-33 баллов	От 34 до 50 баллов

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Методика оценки доверия/недоверия личности другим людям А. Б. Купрейченко

Уважаемы господа, Вашему вниманию предлагается методика оценки доверия/недоверия личности другим людям.

Оцените, пожалуйста, степень согласия с приведенными ниже высказываниями

- 1) по отношению к человеку, которому Вы доверяете больше всего (Д)
- 2) по отношению к человеку, который утратил Ваше доверие (НД)
- 3) по отношению к родственнику – партнеру по бизнесу (РП)

по 5-балльной шкале, где:

- 1 балл - полностью согласен
- 2 балла - скорее не согласен
- 3 балла - затрудняюсь ответить
- 4 балла – скорее согласен
- 5 баллов - полностью согласен

Поставьте в таблице нужные цифры:

№ п/п	Наименование вопроса	Человек, которому доверяю больше всего (Д)	Человек, который утратил мое доверие (НД)	Мой родственник-партнер по бизнесу (РП)
1	Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня			
2	У нас одинаковое восприятие мира			
3	Мне кажется, я хорошо знаю его			
4	По отношению к нему я испытываю приязнь			
5	Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания			
6	К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной			
7	Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает			
8	Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы			
9	Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение			
10	Он мне очень нравится			
11	Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его			
12	По отношению к нему я чувствую неприязнь			
13	Он всегда готов предложить мне поддержку			
14	У нас с ним общие интересы			
15	Я обычно знаю, как он поступит в определенной ситуации			
16	Я люблю этого человека			
17	Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет			
18	Он не надежен			
19	Я плохо знаю этого человека			
20	Он непредсказуем			

Укажите, пожалуйста:

Ваш пол: М, Ж. Возраст: до 20 л., 21-30 л., 31-40 л., 41-50 л., св. 50 л.

Образование: Среднее, Незак. высшее, Высшее

Профессия:

Спасибо за помощь в исследовании!

Ключ к методике

Баллы суммировались по определенным вопросам, согласно методике, и были разделены на количество утверждений в этом критерии. Таким образом, мы получили среднее значение по 6 категориям в отношении трех объектов оценивания.

Шкала	№ вопросов					
Надежность Д и НД	1	7	13			
Единство Д и НД	2	8	14			
Знание Д и НД	3	9	15			
Приязнь Д и НД	4	10	16			
Расчет Д и НД	5	11	17			
Недостатки Д и НД	6	12	18	19	20	

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Методика оценки уровня доверия в организации Р.Б. Шо

«В этой организации...»

ДОВЕРИЕ

Власть и контроль находятся в руках лишь нескольких людей или групп	1 2 3 4 5	Люди на всех уровнях чувствуют себя и действуют как хозяева в бизнесе
«Война» между различными группами – обычное дело	1 2 3 4 5	Различные группы (главное руководство, подразделения) сотрудничают друг с другом
Сотрудники осторожничают и стараются убедиться в том, что не потерпят неудачу	1 2 3 4 5	Сотрудники готовы рисковать лично для того, чтобы способствовать росту бизнеса
Сотрудники поддерживают существующее положение дел и сопротивляются изменениям	1 2 3 4 5	Сотрудники восприимчивы к изменениям и новым методам работы
Сотрудники не будут выражать свои истинные мысли и чувства	1 2 3 4 5	Сотрудники чувствуют себя свободным в выражении своих взглядов, даже если они отличаются от взглядов большинства
Никто не берет на себя ответственность за ошибки, и со временем они повторяются	1 2 3 4 5	Сотрудники признают свои ошибки и учимся на них
Много контроля и ограничений в отношении того, что можно делать	1 2 3 4 5	Сотрудникам дана необходимая свобода действий для выполнения работы
В целом в организации низкий уровень доверия	1 2 3 4 5	В целом в организации очень высокий уровень доверия

Общая сумма _____

Низкое доверие: 8-18; умеренное доверие: 19-29; высокое доверие: 30-40

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

Стратегия и приоритеты деятельности постоянно меняются	1 2 3 4 5	Имеется последовательная стратегия развития и четкий набор приоритетов
В отношении принципов и ценностей руководители говорят одно, а делают другое	1 2 3 4 5	В отношении принципов и ценностей у руководителей слово не расходится с делом
Слухи более надежны, чем то, что работники слышат от руководства	1 2 3 4 5	Тому, что работники слышат от руководства, можно доверять
Люди или отвергают негативную информацию, или представляют ее в «выгодном свете»	1 2 3 4 5	Люди по-деловому относятся к информации, даже если она негативная
Проблемы решаются так, что люди чувствуют себя оскорбленным	1 2 3 4 5	При решении проблем или в трудной ситуации с людьми поступают справедливо
Обязательства и обещания постоянно нарушаются	1 2 3 4 5	Люди выполняют свои обязательства и обещания
Работники думают, прежде всего, о том, что лучше для них, а потом – о фирме	1 2 3 4 5	Работники делают то, что нужно для фирмы, даже если это во вред лично им
В целом в организации очень	1 2 3 4 5	В целом в организации высокий

низкий уровень последовательности		уровень последовательности
-----------------------------------	--	----------------------------

Общая сумма _____

Низкая последовательность: 8-18; умеренная последовательность: 19-29; высокая последовательность: 30-40

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Сотрудники сосредоточены на внутренних проблемах и личных планах	1 2 3 4 5	Все усилия персонала сосредоточены на том, чтобы победить конкурентов на рынке
Сотрудники не хотят устанавливать более высокие цели, так как боятся потерпеть неудачу	1 2 3 4 5	Сотрудники стремятся ставить перед собой амбициозные, труднодостижимые цели
По основным целям и показателям деятельности фирмы согласие не достигнуто	1 2 3 4 5	Все понимают и принимают ключевые показатели эффективности и цели деятельности
Бизнес-стратегию реализовать не удается	1 2 3 4 5	Бизнес-стратегия осуществляется успешно
Сотрудников интересует лишь текущая деятельность и они не уделяют внимание планированию будущего	1 2 3 4 5	Идет постоянная работа над повышением конкурентоспособности в долгосрочной перспективе
Сотрудники часто не могут добиться обещанных ими результатов	1 2 3 4 5	Сотрудники почти всегда добиваются обещанных ими результатов
Существует слабая связь между работой, вознаграждением и признанием	1 2 3 4 5	Вознаграждение и признание прямо пропорциональны эффективности работы
В целом плохо отслеживается уровень достижения целей	1 2 3 4 5	В целом хорошо отслеживается уровень достижения целей

Общая сумма _____

Низкая результативность: 8-18; умеренная результативность: 19-29; высокая результативность: 30-40

ЗАБОТА

Сотрудники чувствуют себя вовлеченными в постоянные межгрупповые конфликты	1 2 3 4 5	Сотрудники чувствуют, что они являются частью единой организации и разделяем общее видение
То, как относится к сотрудникам, может навести на мысль, что они некомпетентны	1 2 3 4 5	Существует вера в способность сотрудников на всех уровнях к высоким достижениям
Сотрудники ограничены в своих действиях различными методами контроля	1 2 3 4 5	Сотрудники обладают самостоятельностью и полномочиями, достаточными для реализации их целей в работе
Сотрудники редко получают признание за свой личный вклад в дело организации	1 2 3 4 5	Сотрудники регулярно получают признание за свой личный вклад в дело организации
Только высшее руководство выигрывает в финансовом отношении, если организация добивается своих целей деятельности	1 2 3 4 5	Каждый выигрывает в финансовом отношении, если организация добивается своих целей деятельности
Сотрудники «себе на уме» и не	1 2 3 4 5	Сотрудники восприимчивы к

ведут себя честно в отношениях с другими		информации и честны в мотивах своего поведения
Сотрудники практически не общаются с высшим руководством	1 2 3 4 5	Руководство доступно и открыто к контактам со всеми сотрудниками
Руководители заботятся главным образом о себе	1 2 3 4 5	Руководители заботятся о сотрудниках и поддерживают их на всех уровнях

Общая сумма _____

Низкая забота: 8-18; умеренная забота: 19-29; высокая забота: 30-40

Суммарная таблица оценки доверия

В Вашей компании (или группе):

Проявляют доверие друг к другу Оценка: _____

Добиваются результатов Оценка: _____

Поступают порядочно Оценка: _____

Проявляют заботу о других Оценка: _____

Общая оценка доверия Оценка: _____

После этого полученные данные по 4 шкалам суммировались и можно было сделать вывод об уровне доверия в организации согласно методике, где:

- Низкий уровень доверия: 32-72;
- Умеренный уровень доверия: 75-117;
- Высокий уровень доверия: 118-160;