

Литобзор

УДК: 351/354

DOI: 10.17323/1999-5431-2023-0-2-172-193

РЕПУТАЦИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ: ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ, КЛЮЧЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ И ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ*

Емельянова Милена Красимировна¹

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20;
mobushcharova@hse.ru; ORCID: 0000-0002-1837-6677

Аннотация. В статье представлен обзор литературы по теме репутации в государственных закупках. Репутация является одним из инструментов решения принципал-агентской проблемы, характерной для контрактных отношений. В рамках распространения теории нового государственного управления в госзакупках развиваются альтернативные способы выбора поставщика, в частности, с учетом его репутации. В отличие от частного сектора, учет репутации поставщиков по госконтрактам находится в жестких рамках регулирования. Показано, что в мировой практике госзакупок репутация поставщиков учитывается в разной степени, нет единого подхода к индикаторам, механизмам предоставления информации и процедурным аспектам. Это обуславливает актуальность анализа аргументов за и против касательно расширения возможностей учета репутации в госзакупках. Для ответа на этот вопрос отдельный блок обзора посвящен эффектам учета репутации в государственных закупках с точки зрения барьеров входа, эффективности госзакупок и формирования доверия между заказчиками и поставщиками. Выводы о положительных результатах учета репутации представляют интерес для госзаказчиков, принимающих решение о выборе критериев оценки поставщиков. Выявлены актуальные для российского регулирования аспекты учета репутации, касающиеся индикаторов репутации и механизмов предоставления информации. Статья отличается от существующих обзоров по теме репутации фокусом на специфику сферы госзакупок.

* Статья подготовлена в ходе работы по Программе фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ).

Представлена оригинальная классификация источников в соответствии со следующими параметрами: определения и индикаторы репутации, возможности и ограничения учета репутации, эффекты учета репутации в госзакупках. Определены малоизученные аспекты, представляющие интерес для дальнейших исследований.

Ключевые слова: государственные закупки, контракты и репутация, индикаторы репутации, критерий опыта в государственных закупках, эффективность государственных закупок, доверие между заказчиками и поставщиками.

Для цитирования: Емельянова М.К. Репутация в государственных закупках: особенности регулирования, ключевые индикаторы и оценки эффективности // Вопросы государственного и муниципального управления. 2023. № 2. С. 172–193. DOI: 10.17323/1999-5431-2023-0-2-172-193.

Literature Review

REPUTATION IN PUBLIC PROCUREMENT: REGULATORY FEATURES, KEY INDICATORS AND PERFORMANCE EVALUATIONS

Milena K. Emelianova¹

¹ National Research University Higher School of Economics;
20 Miasnitskaya Str., 101000 Moscow, Russia;
mobushcharova@hse.ru; ORCID: 0000-0002-1837-6677

Abstract. The article presents a literature review on reputation factor in public procurement. Reputation is one of the tools for solving the principal-agent problem, which is typical for contractual relations. In line with the spread of New Public Management theory in public procurement, alternative methods of supplier selection are being developed, in particular, based on suppliers' reputation. In contrast to the private sector, public buyers' ability to consider reputation when choosing a supplier is highly regulated. It is shown that in the world practice of public procurement the reputation of suppliers is considered to varying degrees, there is no single approach to indicators, mechanisms for providing information and procedural aspects. Therefore, it is timely to analyse the arguments for and against expanding the possibilities of reputational considerations in public procurement. To answer this question, a separate block focuses on the effects of reputational considerations in public procurement in terms of barriers to entry, public procurement efficiency, and building trust between procurers and suppliers. Conclusions about the positive effects of reputational considerations are of in-

terest to procurers who decide on the choice of supplier evaluation criteria. Relevant aspects of reputational considerations for Russian regulation concerning reputation indicators and mechanisms for providing information are identified. The article differs from existing reviews on the topic of reputation by focusing on the specificity of public procurement. An original classification of sources is presented in accordance with the following parameters: definitions and indicators of reputation, possibilities and limitations of reputational considerations and their effects in public procurement. Poorly studied aspects of interest for further research are identified.

Keywords: public procurement, contracts and reputation, reputation indicators, experience criterion in public procurement, procurement efficiency, buyer-supplier trust.

For citation: Emelianova, M. K. (2023) 'Reputation in public procurement: Regulatory features, key indicators and performance evaluations', *Public Administration Issues*, 2, pp. 172–193. (In Russian). DOI: 10.17323/1999-5431-2023-0-2-172-193.

JEL Classification: H57; L14.

Введение

Государственные закупки занимают значительную долю в экономике РФ, составив 27% ВВП в 2020 г. (закупки по 223-ФЗ и по 44-ФЗ)¹, что обуславливает актуальность вопросов их эффективности. Многие аспекты контрактных взаимоотношений и методы управления ими в частных и государственных закупках похожи, однако управление контрактными взаимоотношениями в государственном секторе сложнее (McSue и др., 2015).

Один из ключевых вопросов регулирования государственных закупок заключается в подходах к выбору поставщика. Традиционно наиболее распространенным способом был принцип наименьшей цены, что зачастую приводило к тому, что поставщики сокращали расходы и могли обеспечить лишь минимально приемлемое качество (Bergman, Lundberg, 2013). В результате заключение контрактов с поставщиками на госзакупки подвергалось критике за неэффективность (Karjalainen, 2011), чаще стали заключаться контракты, ориентированные на обеспечение качественного результата закупки (Farr, 2016). В госуправлении фокус на результат – один из главных принципов нового государственного управления (*New Public Management*, далее – NPM) (Batley, Larbi, 2004). Реформы государственных закупок, развивающие альтернативные способы выбора поставщика, в частности, на основе его репутации, рассматриваются исследователями как один из аспектов распространения подходов NPM в госуправлении (Kelman, 2002).

NPM предполагает клиентоориентированный подход и использование экономической теории в госуправлении (Bryson и др., 2014). Но если

¹ Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия «Мониторинг развития системы государственных и корпоративных закупок в Российской Федерации за 2020 год». URL: <https://ach.gov.ru/checks/12997>

в большинстве сфер госуправления с точки зрения NPM клиентом выступает гражданин, получающий госуслуги, то в госзакупках в контрактных отношениях клиентом выступает представляющий государство госзаказчик. Отношения госзаказчика и поставщика рассматриваются через призму принципал-агентских отношений (Vauhr и др., 2020), а учет репутации поставщиков выступает одним из инструментов преодоления принципал-агентской проблемы (Van Duren, Doree, 2010) и важным фактором в закупках, ориентированных на качество (Bergman, Lundberg, 2013). Тем не менее, в отличие от частных закупок, возможности учета репутации поставщиков госзаказчиками ограничены национальным регулированием госзакупок (Spagnolo, 2012).

Модернизация госуправления в соответствии с NPM в разных странах происходит по-разному (Lingard и др., 2019), и учет репутации поставщиков в госзакупках – не исключение. В мировой практике нет единого подхода к учету репутации поставщиков по госконтрактам. Например, в США еще в 90-е гг. была реализована реформа госзакупок, предполагающая широкое использование госзаказчиками индикаторов репутации поставщиков, а в ЕС регулирование предоставляет значительно меньше возможностей учета репутации (Spagnolo, 2014). В России порядок учета опыта и репутации поставщиков на этапе оценки в его сегодняшнем виде был формализован недавно – Постановлением Правительства от 31 декабря 2021 г. N 2604.

В связи с неоднозначностью подходов к учету репутации в госзакупках возникает вопрос: в чем заключаются ключевые аргументы в пользу ограничения учета репутации и, наоборот, в пользу более активного использования индикаторов репутации в государственных закупках? Цель работы – провести системный обзор исследований по теме репутации в государственных закупках, на его основе выявить перспективные направления дальнейших исследований и сделать выводы о возможных изменениях в регулировании учета репутации в госзакупках в России.

В статье предложена оригинальная классификация источников в соответствии со следующими параметрами. Первый раздел статьи рассматривает определения и индикаторы репутации. Во втором разделе освещены возможности и ограничения использования репутации в государственных закупках по трем аспектам – индикаторы репутации, этапы отбора и оценки поставщиков, механизмы предоставления информации – с акцентом на регулировании госзакупок в России. В третьем разделе проанализирована литература, посвященная эффектам учета репутации в госзакупках с точки зрения барьеров входа, влияния на эффективность закупок и формирования доверия.

Определения репутации и ключевые индикаторы

П. Робертс и Г. Даулинг (Roberts, Dowling, 2002) определяют репутацию как восприятие предшествующих действий компании и ее будущих перспектив. Репутация формируется как агрегированное мнение различных групп стейкхолдеров (Wartick, 2002).

В контексте контрактных взаимоотношений репутация поставщика заключается в восприятии заказчиком того, насколько организация поставщика известна, надежна, заслуживает доверия (Levitt, 1965). М. Барнетт и соавторы (Barnett и др., 2006) выделяют несколько кластеров определений репутации: осведомленность, оценка и актив. Осведомленность подразумевает общее представление стейкхолдеров о фирме, ее восприятие. Второй кластер определений подчеркивает в определении репутации оценки, суждения, мнения о фирме. Третий кластер определений отмечает ценность репутации фирмы, которая выступает как нематериальный актив.

В связи с комплексностью понятия репутации выделяется большое количество факторов, входящих в него, и в литературе нет однозначного подхода к формированию списка индикаторов репутации (Yakimova, 2021). Многие исследования корпоративной репутации (см., например: Martin, Burke, 2012) используют модель корпоративной репутации М. Швайгера (Schwaiger, 2004). В ней выделяются четыре группы факторов репутации – качество, производительность, ответственность, привлекательность. Также распространена модель *The RepTrak System for Measuring Corporate Reputation* (Fombrun и др., 2015), включающая несколько измерений репутации: продукты/услуги; инновации; рабочие условия; управление; гражданская позиция; лидерство; производительность.

В литературе, посвященной взаимодействию заказчиков и поставщиков в контрактных отношениях, внимание в основном сфокусировано на репутации поставщиков (Manello, Calabrese, 2019). Репутация поставщика является драйвером воспринимаемой клиентом (заказчиком) ценности, что помогает не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующих, укреплять взаимоотношения (Hansen и др., 2008).

В исследовании репутации поставщиков в контрактных взаимоотношениях (Dan и др., 2006) выделяются следующие индикаторы – размер организации, рыночная доля, общая сила (в технологии, продукте и т.д.), экспертиза (ноу-хау и экспертность в разработке новых продуктов). В другом исследовании (Zhao, Smit, 2006) предложены такие факторы, как взаимоотношения с заказчиками, качество продуктов/услуг, менеджмент, финансовые показатели, социальная ответственность. Ф. Ратинам (Rathinam, 2008) в своем опросе измеряет репутацию через количество лет на рынке, наличие контрактов с заказчиком (повторяющиеся контракты), наличие сертификатов качества.

В исследовании, посвященном критерию выбора субподрядчиков в строительных проектах (El-khalek и др., 2019), на основе опроса факторы деловой репутации были ранжированы в порядке уменьшения значимости: выполнение работ в срок, неосуществленные проекты/работы, жалобы/суды/контрактные споры. В другом исследовании того же рынка (Marzouk и др., 2013) репутация операционализируется через высокое качество работы, удовлетворительный тайм-менеджмент, разумные расценки.

В опросе менеджеров – представителей различных отраслей (Miremadi и др., 2011) используются следующие факторы репутации: качество; известность поставщика; наличие положительного опыта; эффективный менеджмент; ориентация на клиента (заказчика); успешность поставщика.

Репутация важна и для заказчиков в отношениях с поставщиками, так как сигнализирует о том, что заказчик является надежным партнером, действующим справедливо (честность проводимых процедур закупки) (De Clercq, Rangarajan, 2008). Среди индикаторов репутации заказчика предлагается упоминание в медиа в позитивном ключе, финансовая устойчивость, хорошие долгосрочные перспективы.

В исследовании на основе открытых данных (Jing и др., 2022) для измерения репутации заказчика использованы показатели прибыли, положительного освещения в СМИ, включение в профессиональные рейтинги. В другой статье (Bernstein, 2015) на основе интервью со специалистами в сфере закупок отмечается, что такие факторы, как судебные споры с поставщиком, расторжение контракта, изменение согласованных условий поставки могут негативно повлиять на репутацию заказчика.

Исследований, посвященных репутации в государственных закупках, меньше, чем для контрактных взаимоотношений в частном секторе, при этом фокус направлен на репутацию поставщиков. Проблема с измерением репутации заключается в том, что оценки и восприятие компании стейкхолдерами/рынком изменчивы и субъективны (Koronis, Ponis, 2012). Ввиду таких принципов государственных закупок, как открытость, свободная конкуренция, а также необходимости борьбы с коррупцией, субъективные или трудноизмеримые индикаторы репутации не могут применяться. В исследованиях репутации в госзакупках, как правило, индикатором репутации поставщиков выступает предшествующий опыт (Albano и др., 2006; Di Mauro и др., 2020; Gomes и др., 2022; Mamavi и др., 2015; Spagnolo, 2012).

Возможности и ограничения использования репутации в государственных закупках

Первый аспект учета репутации, рассматривающийся в данном разделе, – индикаторы репутации поставщиков в госзакупках разных стран. Как было отмечено выше, наиболее распространенным индикатором является предшествующий опыт. При этом может учитываться как сам факт наличия релевантного опыта исполнения контрактов (*past experience*), так и результаты исполнения предыдущих контрактов (*past performance*) (Snider, Walkner, 2001). Правилами госзакупок ЕС допускается ограниченный учет репутации, в формате *past experience*². В США опыт учитывается гораздо шире – используются различные показатели эффективности исполнения контрактов, например, качество и график исполнения, контроль затрат, общая удовлетворенность госзаказчиков³.

Второй важный аспект учета репутации в госзакупках – процедурный, касающийся этапов отбора и оценки поставщиков. На этапе отбора

² Guide to the EU public procurement rules. C. 22. URL: <https://cms.law/en/media/international/files/publications/guides/cms-guide-to-eu-procurement-rules>

³ Presenting Past Performance and References, FDIC OMWI Education Module: Doing Business with the FDIC- FAQs. C. 5. URL: <https://www.fdic.gov/about/diversity/sbrp/57.pdf>

можно исключить из торгов поставщика с плохой репутацией. В России подобный механизм обеспечивается реестром недобросовестных поставщиков. Также, согласно ст. 31 44-ФЗ, Правительство РФ вправе устанавливать дополнительные требования к участникам закупок отдельных видов товаров, работ, услуг. В числе этих требований – опыт работы, связанный с предметом контракта, и деловая репутация. В ЕС, например, регулирование также предусматривает возможность исключить из торгов поставщика, если его неудовлетворительная работа по предыдущим госконтрактам привела к досрочному расторжению контракта, возмещению убытков или другим сопоставимым санкциям. Критерий опыта в госзакупках ЕС может использоваться на этапе отбора, но не на этапе оценки поставщиков⁴, за исключением отдельных сфер закупок, например, при закупках научных исследований (Spagnolo, 2014).

В России на этапе оценки репутацию поставщиков можно учитывать следующим образом. В рамках оценки квалификации заказчик может выбирать критерии, в числе которых опыт, связанный с предметом контракта, и деловая репутация. Таким образом, с точки зрения законодательства, опыт и репутация – два подкритерия квалификации поставщика, хотя с точки зрения рассмотренной литературы опыт, как правило, выступает индикатором репутации.

Постановлением Правительства от 31 декабря 2021 г. N 2604 закреплены правила по учету опыта и репутации при оценке поставщиков. Детализирующими показателями опыта могут быть: общая цена, общее количество исполненных договоров, наибольшая цена одного из исполненных договоров. Деловая репутация оценивается с помощью специального индекса, который подтверждается сертификатом, выдающимся центрами стандартизации и экспертизы. В рамках сертификации оцениваются финансовые, трудовые ресурсы компании, оборудование, нарушения и судебные разбирательства, отзывы, информационная открытость, система управления.

Принятые нормы, регулирующие использование критериев опыта и репутации для оценки поставщиков, подтверждают актуальность темы в практике государственных закупок России. На данный момент критерий опыта детализируется фактической информацией об опыте (*past experience*), но не оценкой результатов и качества предыдущих поставок (*past performance*). Механизм учета репутации через индекс деловой репутации интересен для мировой практики, так как интегрирует большое количество показателей в один критерий, хотя и сопряжен с такими аспектами, как, например, дополнительные расходы поставщиков на сертификацию.

Третий аспект учета репутации в госзакупках, рассматривающийся в данном разделе, – механизмы предоставления информации о репутации поставщика. Самый распространенный вариант предполагает, что поставщик подает информацию и подтверждающие документы при участии в конкретном конкурсе на госзакупки. Такой механизм предусмотрен россий-

⁴ Guide to the EU public procurement rules. C. 22. URL: <https://cms.law/en/media/international/files/publications/guides/cms-guide-to-eu-procurement-rules>

ским регулированием. Другой вариант, реализованный, например, в США, заключается в централизованном сборе информации о результатах исполнения контрактов поставщиками в единой системе. Доступ к такой системе позволяет госзаказчикам регистрировать информацию по текущему контракту, а также получать сведения о поставщиках на этапе оценки. Положительные отзывы госзаказчиков об опыте использования такого механизма побудили европейских исследователей пилотировать аналогичный проект (Van Duren, Doree, 2010), однако на настоящий момент подобная система в ЕС не внедрена.

Эффекты учета репутации в государственных закупках

Связь репутации и экономической эффективности показана в большом количестве исследований (см., например: Fombrun, Stanley, 1990; Roberts, Dawling, 2002; Stuebs, Sun, 2009). С точки зрения экономической теории транзакционные издержки зависят от различных факторов, среди которых неопределенность и угроза оппортунистического поведения (Williamson, 1979). Для закупочных операций характерна проблема принципала-агента, в рамках которой возникают транзакционные издержки в отношениях государственного заказчика и фирмы-поставщика из-за возможности оппортунистического поведения со стороны фирмы. Учет репутации поставщиков является одним из способов преодоления принципал-агентской проблемы, так как сигнализирует о надежности контрагента в условиях неопределенности (Chiou, Pate, 2018). Также управление госконтрактами сопряжено с «риском победителя», когда тендер получает наиболее оптимистичный, а не эффективный поставщик (Saussier, Tirole, 2015). Репутация как важный инструмент обеспечения исполнения договоров (Banerjee, Duflo, 2000) является неформальной альтернативой таким инструментам, как, например, суды, так как в случае неэффективной реализации контрактных договоренностей или оппортунистического поведения ухудшение репутации приведет к ограничению возможности заключать дальнейшие контракты (MacLeod, 2007).

С другой стороны, в целях предотвращения коррупции, обеспечения подотчетности государственных заказчиков выбор поставщика осуществляется в строгих процедурных рамках, зачастую ограничивающих возможности учета их репутации (Spagnolo, 2012). Отсутствие единого подхода к учету репутации поставщиков с точки зрения регулирования госзакупок в разных странах, продемонстрированное в предыдущем разделе, подчеркивает актуальность систематизации исследований эффектов учета репутации в госзакупках.

Репутация и барьеры входа

Взаимосвязь репутации, конкуренции и барьеров входа являлась важной темой для дискуссий в регулировании государственных закупок разных стран (Kachour и др., 2016). Основным аргументом против учета репутации в госзакупках заключается в том, что критерий оценки предыдущих кон-

трактов поставщика и результатов их исполнения может рассматриваться как входной барьер для новых игроков (Albano и др., 2006; Mamavi и др., 2014). Кроме того, могут быть созданы неравные условия для малых и крупных фирм, так как репутация крупных фирм на рынке дает им больше возможностей искать государственных покупателей, выстраивать взаимоотношения, влиять на их мнение о продуктах и услугах (Flynn, 2017).

Репутация является одним из видов ресурсов, определяющих успех малых и средних предприятий в конкурсах на госзакупки (Flynn, Davis, 2017). Авторы отмечают, что такие факторы, как репутация и доверие, даже не фигурируя в формальных процедурах, влияют на принятие решений государственными заказчиками. В этом смысле субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП) важно прилагать усилия для укрепления репутации и формирования социального капитала.

Г. Гомес и соавторы (Gomes и др., 2022) в своем исследовании показывают, что предыдущий опыт поставщиков, выраженный в количестве реализованных госконтрактов, повышает вероятность заключения последующих контрактов с госзаказчиками, даже когда опыт не является формальным критерием отбора и оценки поставщика в закупочной процедуре. Авторы объясняют это тем, что поставщики, имеющие опыт работы с государственным сектором, лучше понимают потребности государственных заказчиков. Аналогичный результат был получен в более раннем исследовании государственных закупок во Франции (Mamavi и др., 2015) – выявлена связь между количеством ранее выигранных поставщиком тендеров и вероятностью успеха в новом конкурсе на госзакупки в той же сфере. Авторы делают вывод о росте тренда на проникновение практик частного сектора в сферу государственных закупок и рекомендуют формализовать учет предыдущего опыта в регулировании. М. Качур и соавторы (Kachour и др., 2016) также подтверждают взаимосвязь репутации фирмы и ее способности заключать контракты с государственными заказчиками, при этом репутация действующих в сфере фирм не являлась препятствием в получении заказа новыми поставщиками.

Проблема учета репутации как барьера входа рассматривается также в исследовании Дж. Батлера и соавторов (Butler и др., 2020). На основе эксперимента показана важность проработки механизмов учета репутации, так как от них зависит эффект учета репутации на вход новых поставщиков на рынок. Так, механизм, согласно которому новому игроку присваивается плохой рейтинг, ограничивал вход новых поставщиков на рынок государственных закупок, в то время как другие механизмы не только обеспечили качество поставок, но даже стимулировали вход новых поставщиков на рынок. Такими механизмами могут быть присвоение максимального или среднерыночного рейтинга новому игроку как стартового значения. При этом данный механизм за счет увеличения конкуренции не приводит к дополнительным затратам со стороны заказчика.

Рассмотренные эмпирические исследования показывают, что опыт поставщиков влияет на вероятность получить госзаказ, даже когда этот критерий не предусмотрен формальной процедурой. В связи с этим рекоменду-

ется формализовать учет репутации регулированием, что дает возможность влиять на эффекты учета репутации, так как определенные механизмы могут дополнительно стимулировать вход новых поставщиков на рынок государственных закупок. Для регуляторов важно учитывать существующие риски для малых и средних предприятий и развигать соответствующие меры их поддержки.

Роль репутации в повышении эффективности закупок

Существует ряд причин, по которым репутационные механизмы, основанные на оценках работы поставщиков, улучшают управление закупочными операциями (Spagnolo, 2012). Во-первых, для заказчика зачастую актуальна проблема невозможности четко описать отдельные условия в контракте, так как важные аспекты качества поставляемых товаров и услуг не всегда могут быть явно описаны в формальном документе. Вторая причина заключается в неспособности судебной системы проверить отдельные элементы закупочной операции с точки зрения практической и экономической эффективности реализации контрактных соглашений. Даже когда аспект может быть формализован в контракте и проверен судом, зачастую издержки на судебную защиту и негативные последствия контракта, исполненного не должным образом, мешают эффективности договорного управления.

В эксперименте, проведенном Ф. Декарolisом и соавторами (Decarolis и др., 2016), использование показателей эффективности исполнения предыдущих контрактов при оценке поставщиков стимулировало дополнительные усилия со стороны подрядчика и увеличило производительность исполнения контрактов. При этом общее повышение цен оценено как небольшое по сравнению с ростом производительности. В другой статье (Koning, Van De Meerendonk, 2014) также показано, что больший вес репутационного критерия приводит к улучшению качества услуг. В исследовании (Bradshaw, Chang, 2013) в результате пилотного включения в 30 контрактов критерия оценки предшествующего опыта поставщиков удовлетворенность заказчиков результатами исполнения повысилась на 20%.

Модель, представленная Н. Фиорино и соавторами (Fiorgino и др., 2018), подтверждает, что включение репутации в качестве критерия оценки поставщиков в государственных закупках эффективно для предотвращения оппортунистического поведения, подписания контракта с наиболее квалифицированной фирмой, снижения риска перерасхода средств. Отмечается, что внедрение механизмов учета репутации, его технологическая и процедурная реализация должны учитывать институциональную специфику.

Учет репутации может выступать механизмом контроля поведения поставщиков на стадии исполнения (Van Slyke, 2007). Даже в закупках стандартных товаров/услуг учет результатов исполнения предшествующих контрактов поставщиками является важным фактором при наличии высокой конкуренции (Beausoleil, 2010, стр. 25). Чем сложнее сфера закупок, тем важнее учет репутации, так как возрастает потребность в выстраивании долгосрочных отношений между поставщиком и государственным заказчи-

ком (Brunjes, 2020), чаще возникают непредвиденные ситуации, влияющие на сроки, а также на дополнительные издержки (Mamavi и др., 2015).

Учет репутации поставщиков может оказывать положительные эффекты и для самих поставщиков. В исследовании модели государственного управления закупками строительных работ (Picci, 2011, стр. 130–132) отмечается, что репутация поставщика способствует получению новых госзаказов и продвижению фирмы в частном секторе. Это одна из немногих работ, подчеркивающая важность учета не только репутации поставщиков по госконтрактам, но и репутации государственных заказчиков. Акцент на репутации госзаказчиков будет стимулировать усилия заказчика по организации эффективной работы над проектом.

Роль репутации в формировании доверия

Решением проблемы асимметрии информации может быть ориентация на репутацию или на доверие (Kachour и др., 2016). Доверие базируется на ожиданиях будущего поведения, а репутация основывается на предшествующем поведении и стимулирует заказчиков соблюдать договорные обязательства, чтобы заслужить доверие заказчика (Milgrom, Roberts, 1988). Государственные заказчики более склонны доверять поставщикам, которые известны качественным исполнением контрактов (Lamothe, Lamothe, 2012). Таким образом, помимо вышеописанных эффектов учета репутации в закупках, репутация является основанием для формирования доверия между игроками рынка. Исследования (Dan и др., 2006; Zhao, Smith, 2006) подтверждают значимую связь уровня доверия заказчиков и репутации поставщиков.

Роль доверия между игроками рынка госзакупок выражается в повышении производительности поставщика (Finne и др., 2015; Hedvall и др., 2016), уменьшении оппортунизма и обеспечении качества поставок (Gunawardane, 2012; Li, Choi, 2009; Nätti и др., 2014). В лонгитюдном исследовании (Holma, 2012) рассматривается аспект доверия в контексте формирования каналов для обмена информацией. В исследовании российских госзакупок (Яковлев и др., 2022) на базе опроса государственных заказчиков и поставщиков показано, что ориентация игроков рынка на репутацию является фактором формирования доверия новым контрагентам, которое в свою очередь влияет на оценку эффективности закупок на микроуровне. Это исследование показывает важность не только репутации поставщиков в отношениях с госзаказчиками, но также и репутации самих госзаказчиков. Выявлено, что значительная часть поставщиков считает репутацию заказчиков значимым фактором.

Особенности сектора государственных закупок могут препятствовать развитию межорганизационных отношений и доверия (Erridge, Greer, 2002), так как традиционно принятые конкурентные процедуры закупок, используемые для государственных контрактов, ограничивают наращивание социального капитала в партнерстве заказчиков и поставщиков и развитие их долгосрочных отношений (Steane, Walker, 2000). При отсутствии доверия

реализация успешного обмена осуществляется за счет формальных правил, контракты усложняются, возрастает нагрузка на контролирующие органы. В то же время институты, способствующие повышению уровня доверия, облегчают транзакции в условиях неопределенности, снижают издержки поиска контрагентов и получения достоверной информации (Мельников, Карелин, 2019). Учет репутации может выступать практическим механизмом формирования доверия.

Как показал данный блок обзора, помимо непосредственного влияния репутации на эффективность закупок существует и опосредованное влияние через формирование доверия между игроками рынка, которое играет важную роль в обеспечении эффективности контрактных взаимоотношений.

Заключение

Эффективность – одна из ключевых тем анализа государственных закупок (Karjalainen, 2011). Реформирование госзакупок в русле подходов NPM предполагает более активное использование альтернативных ценовому критерию способов выбора поставщиков, в частности, с опорой на критерий репутации поставщиков (Kelman, 2002). Репутация выступает инструментом преодоления принципал-агентской проблемы в целях повышения эффективности закупок.

В статье продемонстрировано многообразие мнений и подходов к учету репутации в госзакупках, как с точки зрения практики закупок, так и среди исследователей, что обуславливает актуальность вопроса об оптимальном регулировании. Представленная классификация источников в зависимости от эффектов учета репутации позволяет системно рассмотреть аргументы за и против касательно расширения учета репутации поставщиков в госзакупках. Потенциальный негативный эффект учета репутации – формирование барьеров для новых и малых фирм, однако вероятность получить контракт у опытных поставщиков выше даже при отсутствии соответствующего критерия в формальной процедуре (Gomes и др., 2022). При этом ряд исследований показывает, что репутация не является существенным препятствием для новых поставщиков (Kachour и др., 2016), а при выработке корректных механизмов учета репутации негативный эффект преодолевается (Butler и др., 2020). С другой стороны, учет репутации положительно влияет на эффективность госзакупок в терминах производительности поставщиков, качества, сроков, снижения рисков (Spagnolo, 2012; Decarolis и др., 2016; Fiorino и др., 2018), а также посредством формирования доверия между заказчиками и поставщиками (Яковлев и др., 2022).

Системный обзор исследований эффектов учета репутации говорит скорее в пользу широкого применения этого критерия в госзакупках. Этот вывод важен для госзаказчиков, принимающих решение о выборе критериев оценки поставщиков при подготовке проведения конкурса, в частности, об использовании критериев опыта и репутации.

Возможные рекомендации по регулированию учета репутации в госзакупках относятся, во-первых, к использованию индикаторов репутации.

В российской практике показатели качества, сроков поставок не учитываются, что может снижать эффективность показателей предыдущего опыта поставщика. И во-вторых, рекомендации относятся к задействованию механизма централизованного сбора и предоставления информации, подтверждающей опыт и деловую репутацию поставщика. Такая система снижает риски подделки документов, предоставляет госзаказчикам удобный и простой инструмент проверки репутации. Уверенность госзаказчиков в полноте и достоверности информации улучшает их взаимоотношения с поставщиками посредством формирования доверия.

Среди исследований по теме репутации представлены и обзорные статьи (см., например: Yakimova, 2021), однако систематизации источников, посвященных фактору репутации в госзакупках, ранее не проводилось, поэтому статья будет полезна исследователям в этой сфере. Обзор позволил также выявить малоизученные аспекты, которые представляют интерес для дальнейших исследований. Как было отмечено, механизмы учета репутации могут давать разные эффекты, при этом выработка механизма должна соответствовать институциональным особенностям. Это обуславливает важность анализа конкретных механизмов учета репутации и их эффективности в российских госзакупках. Кроме того, в настоящий момент фактор репутации в госзакупках в основном исследуется в контексте репутации поставщиков. Роль репутации госзаказчиков отмечается лишь немногими авторами (Pisси, 2011; Яковлев и др., 2022) и представляется перспективным направлением для дальнейшего изучения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мельников В.В., Карелин И.Н. Влияние институциональной среды на эффективность финансирования государственных и муниципальных закупок // Вестник НГУЭУ. 2019. № 3. С. 162–174.
2. Яковлев А.А., Ткаченко А.В., Емельянова М.К., Балаева О.Н. Репутация и доверие в российской системе госзакупок // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2022. Т. 14, № 1. С. 89–107.
3. Albano G.-L., Calzolari G., Dini F., Iossa E., Spagnolo G. Procurement contracting strategies, in: Handbook of Procurement (eds. Dimitri N., Piga G., Spagnolo G.). Cambridge University Press, Cambridge, 2006. P. 82–120.
4. Banerjee A.V., Duflo E. Reputation effects and the limits of contracting: A study of the Indian software industry // The Quarterly Journal of Economics. 2000. Vol. 115, no. 3. P. 989–1017.
5. Barnett M.L., Jermier J.M., Lafferty B.A. Corporate reputation: The definitional landscape // Corporate reputation review. 2006. Vol. 9. P. 26–38.

6. Batley R., Larbi G. Changing Role of Government: the Reform of Public Services in Developing Countries. Basingstoke Hampshire (UK), Palgrave Macmillan, 2004.
7. Bauhr M., Czibik Á., de Fine Licht J., Fazekas M. Lights on the shadows of public procurement: Transparency as an antidote to corruption // *Governance*. 2020. Vol. 33, no. 3. P. 495–523.
8. Beausoleil J.W. Past performance handbook: Applying commercial practices to federal procurement. Berrett-Koehler Publishers, 2010.
9. Bergman M.A., Lundberg S. Tender evaluation and supplier selection methods in public procurement // *Journal of Purchasing and Supply Management*. 2013. Vol. 19, no. 2. P. 73–83.
10. Bernstein L. Beyond relational contracts: Social capital and network governance in procurement contracts // *Journal of Legal Analysis*. 2015. Vol. 7, no. 2. P. 561–621.
11. Bradshaw J., Chang S. Past Performance as an Indicator of Future Performance: Selecting an Industry Partner to Maximize the Probability of Program Success // *Defense Acquisition Research Journal: A Publication of the Defense Acquisition University*. 2013. Vol. 20, no. 1. P. 49–70.
12. Brunjes B.M. Competition and federal contractor performance // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2020. Vol. 30, no. 2. P. 202–219.
13. Bryson J.M., Crosby B.C., Bloomberg L. Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management // *Public administration review*. 2014. Vol. 74, no. 4. P. 445–456.
14. Butler J.V., Carbone E., Conzo P., Spagnolo G. Past performance and entry in procurement: An experimental investigation // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2020. Vol. 173. P. 179–195.
15. Chiou L., Pate J. Trust, reputation and bidding behaviour in online mystery auctions // *Applied Economics Letters*. 2018. Vol. 25, no. 10. P. 702–706.
16. Dan W., Ying F., Feng W. Study on trust among supply chain companies // 2006 International Conference on Management Science and Engineering. IEEE, 2006. P. 2266–2271.
17. Decarolis F., Spagnolo G., Pacini R. Past performance and procurement outcomes // National Bureau of Economic Research. 2016. No. w22814. URL: <https://www.nber.org/papers/w22814>
18. De Clercq D., Rangarajan D. The role of perceived relational support in entrepreneur–customer dyads // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2008. Vol. 32, no. 4. P. 659–683.
19. Di Mauro C., Ancarani A., Hartley T. Unravelling SMEs' participation and success in public procurement // *Journal of Public Procurement*. 2020. Vol. 20, no. 4. P. 377–401.
20. El-khalek H.A., Aziz R.F., Morgan E.S. Identification of construction subcontractor prequalification evaluation criteria and their impact on project success // *Alexandria Engineering Journal*. 2019. Vol. 58, no. 1. P. 217–223.

21. Erridge A., Greer J. Partnerships and public procurement: building social capital through supply relations // *Public Administration*. 2002. Vol. 80, no. 3. P. 503–522.
22. Farr M. Co-production and value co-creation in outcome-based contracting in public services // *Public Management Review*. 2016. Vol. 18, no. 5. P. 654–672.
23. Finne M., Turunen T., Eloranta V. Striving for network power: The perspective of solution integrators and suppliers // *Journal of Purchasing and Supply Management*. 2015. Vol. 21, no. 1. P. 9–24.
24. Fiorino N., Galli E., Rizzo I., Valente M. Public Procurement and Reputation: An Agent-Based Model // SWPS 2018–17. 2018. URL: <https://ssrn.com/abstract=3268038>
25. Flynn A. Re-thinking SME disadvantage in public procurement // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2017. Vol. 24, no. 4. P. 991–1008.
26. Flynn A., Davis P. Investigating the effect of tendering capabilities on SME activity and performance in public contract competitions // *International Small Business Journal*. 2017. Vol. 35, no. 4. P. 449–469.
27. Fombrun C.J., Ponzi L.J., Newburry W. Stakeholder tracking and analysis: The Rep-Trak® system for measuring corporate reputation // *Corporate reputation review*. 2015. Vol. 18, no. 1. P. 3–24.
28. Fombrun C., Shanley M. What's in a name? Reputation building and corporate strategy // *Academy of management Journal*. 1990. Vol. 33, no. 2. P. 233–258.
29. Gomes G.S., Chain C.P., Sobral E.F.M. Effects of Performance History on the Contracting of Suppliers in the Brazilian Federal Public Administration // *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*. 2022. Vol. 25. P. 272–290.
30. Gunawardane G. Managing supplier to customer direct service triads in service supply chains: a case study // *Journal of Supply Chain and Operations Management*. 2012. Vol. 10, no. 2. P. 50–64.
31. Hai N.L., Watanabe T. The status quo and perspective for improvement of public works procurement performance in Vietnam // *Journal for the Advancement of Performance Information and Value*. 2014. Vol. 6, no. 1. P. 22–39.
32. Hansen H., Samuelsen B.M., Silseth P.R. Customer perceived value in BtB service relationships: Investigating the importance of corporate reputation // *Industrial Marketing Management*. 2008. Vol. 37, no. 2. P. 206–217.
33. Hedvall K., Dubois A., Lind F. Analysing an activity in context: A case study of the conditions for vehicle maintenance // *Industrial Marketing Management*. 2016. Vol. 58. P. 69–82.
34. Holma A.M., Vesalainen J., Söderman A., Sammalmaa J. Service specification in pre-tender phase of public procurement – A triadic model of meaningful involvement // *Journal of Purchasing and Supply Management*. 2020. Vol. 26, no. 1. Art. 100580.
35. Jing J., Myers L.A., Ng J., Su L. Customer referencing and capital market benefits: Evidence from the cost of equity // *Contemporary Accounting Research*. 2022. DOI: 10.1111/1911-3846.12850

36. Kachour M., Mamavi O., Nagati H. The Role Of Reputation In Market Entry: Evidence From French Public Procurement // *Journal of Applied Business Research (JABR)*. 2016. Vol. 32, no. 3. P. 805–814.
37. Karjalainen K. Estimating the cost effects of purchasing centralization – Empirical evidence from framework agreements in the public sector // *Journal of Purchasing and supply Management*. 2011. Vol. 17, no. 2. P. 87–97.
38. Kelman S. Remaking federal procurement // *Public Contracts Law Journal*. 2002. Vol. 31, no. 4. P. 581–662.
39. Koning P., Van De Meerendonk A. The impact of scoring weights on price and quality outcomes: An application to the procurement of Welfare-to-Work contracts // *European Economic Review*. 2014. Vol. 71. P. 1–14.
40. Koronis E., Ponis S.T. Introducing corporate reputation continuity to support organizational resilience against crises // *Journal of Applied Business Research*. 2012. Vol. 28, no. 2. P. 283–290.
41. Lamothe M., Lamothe S. To Trust or Not to Trust? What Matters in Local Government-Vendor Relationships? // *Journal of Public Administration Research and Theory*. 2012. Vol. 22, no. 4. P. 867–892.
42. Levitt T. *Industrial Purchasing Behaviour: A Study of Communications Effects*. Harvard Business School, Cambridge, MA, 1965.
43. Li M.E.I., Choi T.Y. Triads in services outsourcing: Bridge, bridge decay and bridge transfer // *Journal of supply chain management*. 2009. Vol. 45, no. 3. P. 27–39.
44. Lingard H., Oswald D., Le T. Embedding occupational health and safety in the procurement and management of infrastructure projects: institutional logics at play in the context of new public management // *Construction management and economics*. 2019. Vol. 37, no. 10. P. 567–583.
45. MacLeod W.B. Reputations, relationships, and contract enforcement // *Journal of economic literature*. 2007. Vol. 45, no. 3. P. 595–628.
46. Mamavi O., Nagati H., Pache G., Wehrle F.T. How does performance history impact supplier selection in public sector? // *Industrial Management & Data Systems*. 2015. Vol. 115, no. 1. P. 107–128.
47. Manello A., Calabrese G. The influence of reputation on supplier selection: An empirical study of the European automotive industry // *Journal of Purchasing and Supply Management*. 2019. Vol. 25, no. 1. P. 69–77.
48. Martin G., Burke R.J. (eds.) *Corporate reputation: Managing opportunities and threats*. Gower Publishing, Ltd., 2012.
49. Marzouk M.M., El Kherbawy A.A., Khalifa M. Factors influencing sub-contractors selection in construction projects // *HBRC Journal*. 2013. Vol. 9, no. 2. P. 150–158.
50. McCue C.P., Prier E., Swanson D. Five dilemmas in public procurement // *Journal of Public Procurement*. 2015. Vol. 15, no. 2. P. 177–207. URL: <https://doi.org/10.1108/JOPP-15-02-2015-B003>

51. Milgrom P., Roberts J. Economic theories of the firm: Past, present, and future // *The Canadian Journal of Economics*. 1988. Vol. 21. P. 444–458.
52. Miremadi A., Babakhani N., Yousefian M., Fotoohi H. Importance of the corporate reputation in B2B context in Iran: An empirical study // *International Journal of Marketing Studies*. 2011. Vol. 3, no. 4. P. 146–157.
53. Nätti S., Pekkarinen S., Hartikka A., Holappa T. The intermediary role in value co-creation within a triadic business service relationship // *Industrial Marketing Management*. 2014. Vol. 43, no. 6. P. 977–984.
54. Picci L. Reputation-based governance. Stanford University Press, 2011.
55. Popa M. Uncovering the structure of public procurement transactions // *Business and Politics*. 2019. Vol. 21, no. 3. P. 351–384.
56. Rathinam F.X. Determinants of Inter-Firm Contractual Relations: A Case of Indian Software Industry // *ICFAI Journal of Financial Economics*. 2008. Vol. 6, no. 4. P. 73–85.
57. Roberts P.W., Dowling G.R. Corporate reputation and sustained superior financial performance // *Strategic Management Journal*. 2002. Vol. 23, no. 12. P. 1077–1093.
58. Saussier S., Tirole J. Strengthening the efficiency of public procurement // *Notes du conseil danalyse economique*. 2015. Vol. 22, no. 3. P. 1–12.
59. Schwaiger M. Components and parameters of corporate reputation – An empirical study // *Schmalenbach business review*. 2004. Vol. 56, no. 1. P. 46–71.
60. Snider K., Walkner M. Best practices and protests: Toward effective use of past performance as a criterion in source selections // *Journal of Public Procurement*. 2001. Vol. 1, no. 1. P. 96–122.
61. Spagnolo G. Reputation, competition, and entry in procurement // *International Journal of Industrial Organization*. 2012. Vol. 30, no. 3. P. 291–296.
62. Spagnolo G. Reputation for Quality and Entry in Procurement: Is there a Trade-Off? // *Free Policy Brief Series*. 2014. URL: <https://freepolicybriefs.org/2014/02/24/reputation-for-quality-and-entry-in-procurement-is-there-a-trade-off/>
63. Steane P.D., Walker D.H.T. Competitive tendering and contracting public sector services in Australia – a facilities management issue // *Facilities*. 2000. Vol. 18, no. 5/6. P. 245–255. URL: <https://doi.org/10.1108/02632770010328144>
64. Stuebs M., Sun L. Corporate reputation and technical efficiency: Evidence from the chemical and business services industries // *Journal of Applied Business Research*. 2009. Vol. 25, no. 5. P. 21–30.
65. Van Duren J., Dorée A. An evaluation of the performance information procurement system (PiPS) // *Journal of Public Procurement*. 2010. Vol. 10, no. 2. P. 187–210.
66. Van Slyke D.M. The mythology of privatization in contracting for social services // *Public Administration Review*. 2003. Vol. 63. P. 296–315.
67. Wartick S.L. Measuring corporate reputation: Definition and data // *Business & Society*. 2002. Vol. 41, no. 4. P. 371–393.

68. Williamson O.E. Transaction-cost economics: the governance of contractual relations // *The Journal of Law and Economics*. 1979. Vol. 22, no. 2. P. 233–261.
69. Yakimova V.A. Formation and assessment of the investment and reputation capital of the enterprise // *Finance: Theory and Practice*. 2021. Vol. 25, no. 4. P. 64–81. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81
70. Zhao Y., Smith L. How supplier involvement influences buyer satisfaction and trust: a study of industrial markets // *Innovative Marketing*. 2006. Vol. 2, no. 2. P. 110–121.

REFERENCES

1. Albano, G., Calzolari, G., Dini, F., Iossa, E. and Spagnolo, G. (2006) 'Procurement contracting strategies', In: N. Dimitri, G. Piga and G. Spagnolo (Eds.) *Handbook of Procurement*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 82–120. DOI: 10.1017/CBO9780511492556.005
2. Banerjee, A.V. and Duflo, E. (2000) 'Reputation effects and the limits of contracting: A study of the Indian software industry', *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), pp. 989–1017.
3. Barnett, M.L., Jermier, J.M. and Lafferty, B.A. (2006) 'Corporate reputation: The definitional landscape', *Corporate Reputation Review*, 9, pp. 26–38.
4. Batley, R. and Larbi, G. (2004) *Changing Role of Government: the Reform of Public Services in Developing Countries*. Basingstoke Hampshire (UK): Palgrave Macmillan.
5. Bauhr, M., Czibik, Á., de Fine Licht, J. and Fazekas, M. (2020) 'Lights on the shadows of public procurement: Transparency as an antidote to corruption', *Governance*, 33(3), pp. 495–523.
6. Beausoleil, J.W. (2010) *Past performance handbook: Applying commercial practices to federal procurement*. Berrett-Koehler Publishers.
7. Bergman, M.A. and Lundberg, S. (2013) 'Tender evaluation and supplier selection methods in public procurement', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 19(2), pp. 73–83.
8. Bernstein, L. (2015) 'Beyond relational contracts: Social capital and network governance in procurement contracts', *Journal of Legal Analysis*, 7(2), pp. 561–621.
9. Bradshaw, J. and Chang, S. (2013) 'Past Performance as an Indicator of Future Performance: Selecting an Industry Partner to Maximize the Probability of Program Success', *Defense Acquisition Research Journal: A Publication of the Defense Acquisition University*, 20(1), pp. 49–70.
10. Brunjes, B.M. (2020) 'Competition and federal contractor performance', *Journal of Public Administration Research and Theory*, 30(2), pp. 202–219.

11. Bryson, J.M., Crosby, B.C. and Bloomberg, L. (2014) 'Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management', *Public Administration Review*, 74(4), pp. 445–456.
12. Butler, J.V., Carbone, E., Conzo, P. and Spagnolo, G. (2020) 'Past performance and entry in procurement: An experimental investigation', *Journal of Economic Behavior & Organization*, 173, pp. 179–195.
13. Chiou, L. and Pate, J. (2018) 'Trust, reputation and bidding behavior in online mystery auctions', *Applied Economics Letters*, 25(10), pp. 702–706.
14. Dan, W., Ying, F. and Feng, W. (2006) 'Study on trust among supply chain companies', *2006 International Conference on Management Science and Engineering, IEEE*, pp. 2266–2271.
15. Decarolis, F., Spagnolo, G. and Pacini, R. (2016) 'Past performance and procurement outcomes', *National Bureau of Economic Research*, w22814. Available at: <https://www.nber.org/papers/w22814> (accessed 26 May 2023).
16. De Clercq, D. and Rangarajan, D. (2008) 'The role of perceived relational support in entrepreneur–customer dyads', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), pp. 659–683.
17. Di Mauro, C., Ancarani, A. and Hartley, T. (2020) 'Unravelling SMEs' participation and success in public procurement', *Journal of public procurement*, 20(4), pp. 377–401.
18. El-khalek, H.A., Aziz, R.F. and Morgan, E.S. (2019) 'Identification of construction subcontractor prequalification evaluation criteria and their impact on project success', *Alexandria Engineering Journal*, 58(1), pp. 217–223.
19. Erridge, A. and Greer, J. (2002) 'Partnerships and public procurement: building social capital through supply relations', *Public Administration*, 80(3), pp. 503–522.
20. Farr, M. (2016) 'Co-production and value co-creation in outcome-based contracting in public services', *Public Management Review*, 18(5), pp. 654–672.
21. Finne, M., Turunen, T. and Eloranta, V. (2015) 'Striving for network power: The perspective of solution integrators and suppliers', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 21(1), pp. 9–24.
22. Fiorino, N., Galli, E., Rizzo, I. and Valente, M. (2018) 'Public procurement and reputation: An agent-based model', *SWPS 2018-17*. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3268038> (accessed 26 May 2023).
23. Flynn, A. (2017) 'Re-thinking SME disadvantage in public procurement', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), pp. 991–1008.
24. Flynn, A. and Davis, P. (2017) 'Investigating the effect of tendering capabilities on SME activity and performance in public contract competitions', *International Small Business Journal*, 35(4), pp. 449–469.
25. Fombrun, C.J., Ponzi, L.J. and Newburry, W. (2015) 'Stakeholder tracking and analysis: The RepTrak® system for measuring corporate reputation', *Corporate Reputation Review*, 18, pp. 3–24.
26. Fombrun, C. and Shanley, M. (1990) 'What's in a name? Reputation building and corporate strategy', *Academy of management Journal*, 33(2), pp. 233–258.

27. Gomes, G.S., Chain, C.P. and Sobral, E.F.M. (2022) 'Effects of performance history on the contracting of suppliers in the Brazilian federal public administration', *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 25, pp. 272–290.
28. Gunawardane, G. (2012) 'Managing supplier to customer direct service triads in service supply chains: A case study', *Journal of Supply Chain and Operations Management*, 10(2), pp. 50–64.
29. Hai, N.L. and Watanabe, T. (2014) 'The status quo and perspective for improvement of public works procurement performance in Vietnam', *Journal for the Advancement of Performance Information and Value*, 6(1), pp. 22–39.
30. Hansen, H., Samuelsen, B.M. and Silseth, P.R. (2008) 'Customer perceived value in BtB service relationships: Investigating the importance of corporate reputation', *Industrial Marketing Management*, 37(2), pp. 206–217.
31. Hedvall, K., Dubois, A. and Lind, F. (2016) 'Analysing an activity in context: A case study of the conditions for vehicle maintenance', *Industrial Marketing Management*, 58, pp. 69–82.
32. Holma, A.M., Vesalainen, J., Söderman, A. and Sammalmaa, J. (2020) 'Service specification in pre-tender phase of public procurement – A triadic model of meaningful involvement', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(1), 100580.
33. Jing, J., Myers, L.A., Ng, J. and Su, L. (2022) 'Customer referencing and capital market benefits: Evidence from the cost of equity', *Contemporary Accounting Research*. DOI: 10.1111/1911-3846.12850
34. Kachour, M., Mamavi, O. and Nagati, H. (2016) 'The role of reputation in market entry: evidence from French public procurement', *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 32(3), pp. 805–814.
35. Karjalainen, K. (2011) 'Estimating the cost effects of purchasing centralization – Empirical evidence from framework agreements in the public sector', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 17(2), pp. 87–97.
36. Koning, P. and Van De Meerendonk, A. (2014) 'The impact of scoring weights on price and quality outcomes: An application to the procurement of Welfare-to-Work contracts', *European Economic Review*, 71, pp. 1–14.
37. Koronis, E. and Ponis, S.T. (2012) 'Introducing corporate reputation continuity to support organizational resilience against crises', *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 28(2), pp. 283–290.
38. Kelman, S. (2002) 'Remaking federal procurement', *Public Contracts Law Journal*, 31(4), pp. 581–662.
39. Lamothe, M. and Lamothe, S. (2012) 'To trust or not to trust? What matters in local government-vendor relationships?', *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(4), pp. 867–892.
40. Levitt, T. (1965) *Industrial Purchasing Behavior: A Study of Communications Effects*. Harvard Business School: Cambridge, MA.

41. Li, M.E.I. and Choi, T.Y. (2009) 'Triads in services outsourcing: bridge, bridge decay and bridge transfer', *Journal of Supply Chain Management*, 45(3), pp. 27–39.
42. Lingard, H., Oswald, D. and Le, T. (2019) 'Embedding occupational health and safety in the procurement and management of infrastructure projects: institutional logics at play in the context of new public management', *Construction Management and Economics*, 37(10), pp. 567–583.
43. MacLeod, W.B. (2007) 'Reputations, relationships, and contract enforcement', *Journal of economic literature*, 45(3), pp. 595–628.
44. Mamavi, O., Nagati, H., Pache, G. and Wehrle, F.T. (2015) 'How does performance history impact supplier selection in public sector?', *Industrial Management & Data Systems*, 115(1), pp. 107–128.
45. Manello, A. and Calabrese, G. (2019) 'The influence of reputation on supplier selection: An empirical study of the European automotive industry', *Journal of Purchasing and Supply Management*, 25(1), pp. 69–77.
46. Martin, M.G. and Burke, R.J. (Eds.) (2012) *Corporate reputation: Managing opportunities and threats*. Gower Publishing, Ltd.
47. Marzouk, M.M., El Kherbawy, A.A. and Khalifa, M. (2013) 'Factors influencing subcontractors selection in construction projects', *Hbrc Journal*, 9(2), pp. 150–158.
48. McCue, C.P., Prier, E. and Swanson, D. (2015) 'Five dilemmas in public procurement', *Journal of public procurement*, 15(2), pp. 177–207. Available at: <https://doi.org/10.1108/JOPP-15-02-2015-B003> (accessed 26 May 2023).
49. Melnikov, V.V. and Karelin, I.N. 'Impact of institutional environment upon efficiency of financing public and municipal procurement', *Vestnik NSUEM*, 3, pp. 162–174. (In Russian).
50. Milgrom, P. and Roberts, J. (1988) 'Economic theories of the firm: past, present, and future', *Canadian Journal of Economics*, 21, pp. 444–458.
51. Miremadi, A., Babakhani, N., Yousefian, M. and Fotoohi, H. (2011) 'Importance of the corporate reputation in B2B context in Iran: An empirical study', *International Journal of Marketing Studies*, 3(4), pp. 146–157.
52. Nätti, S., Pekkarinen, S., Hartikka, A. and Holappa, T. (2014) 'The intermediary role in value co-creation within a triadic business service relationship', *Industrial Marketing Management*, 43(6), pp. 977–984.
53. Picci, L. (2011) *Reputation-based governance*. Stanford University Press.
54. Popa, M. (2019) 'Uncovering the structure of public procurement transactions', *Business and Politics*, 21(3), pp. 351–384.
55. Rathinam, F. (2008) 'Determinants of Inter Firm Contractual Relations: A Case of Indian Software Industry', *ICFAI Journal of Financial Economics*, 6(4), pp. 73–85.
56. Roberts, P.W. and Dowling, G.R. (2002) 'Corporate reputation and sustained superior financial performance', *Strategic Management Journal*, 23(12), pp. 1077–1093.

57. Saussier, S. and Tirole, J. (2015) 'Strengthening the efficiency of public procurement', *Notes du Conseil Danalyse Economique*, 22(3), pp. 1–12.
58. Schwaiger, M. (2004) 'Components and parameters of corporate reputation – An empirical study', *Schmalenbach Business Review*, 56(1), pp. 46–71.
59. Snider, K. and Walkner, M. (2001) 'Best practices and protests: Toward effective use of past performance as a criterion in source selections', *Journal of Public Procurement*, 1(1), pp. 96–122.
60. Spagnolo, G. (2012) 'Reputation, competition, and entry in procurement', *International Journal of Industrial Organization*, 30(3), pp. 291–296.
61. Spagnolo, G. (2014) 'Reputation for Quality and Entry in Procurement: Is there a Trade-Off?', *Free Policy Brief Series*. Available at: <https://freepolicybriefs.org/2014/02/24/reputation-for-quality-and-entry-in-procurement-is-there-a-trade-off/> (accessed 26 May 2023).
62. Steane, P.D. and Walker, D.H.T. (2000) 'Competitive tendering and contracting public sector services in Australia—a facilities management issue', *Facilities*, 18(5/6), pp. 245–255. Available at: <https://doi.org/10.1108/02632770010328144> (accessed 26 May 2023).
63. Stuebs, M. and Sun, L. (2009) 'Corporate reputation and technical efficiency: Evidence from the chemical and business services industries', *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 25(5), pp. 21–30.
64. Van Duren, J. and Dorée, A. (2010) 'An evaluation of the performance information procurement system (PiPS)', *Journal of Public Procurement*, 10(2), pp. 187–210.
65. Van Slyke, D.M. (2003) 'The mythology of privatization in contracting for social services', *Public Administration Review*, 63(3), pp. 296–315.
66. Wartick, S.L. (2002) 'Measuring corporate reputation: Definition and data', *Business & Society*, 41(4), pp. 371–392.
67. Williamson, O.E. (1979) 'Transaction-cost economics: the governance of contractual relations', *The Journal of Law and Economics*, 22(2), pp. 233–261.
68. Yakimova, V.A. (2021) 'Formation and Assessment of the Investment and Reputation Capital of the Enterprise', *Finance: Theory and Practice*, 25(4), pp. 64–81. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-4-64-81
69. Yakovlev, A.A., Tkachenko, A.V., Emelianova, M.K. and Balaeva, O.N. (2022) 'Reputation and trust in the Russian public procurement system', *Journal of Institutional Studies*, 14(1), pp. 86–99. DOI: 10.17835/2076-6297.2022.14.1.086-099. (In Russian).
70. Zhao, Y. and Smith, L. (2006) 'How supplier involvement influences buyer satisfaction and trust: a study of industrial markets', *Innovative Marketing*, 2(2), pp. 110–121.

Статья поступила в редакцию 10.03.2023;
одобрена после рецензирования 10.05.2023;
принята к публикации 11.05.2023.