

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНТРАКТОВ

Учебные вопросы:

- 1. Понятие контракта.
Классификация контрактов**
- 2. Асимметрия информации.
Моральный риск.**
- 3. Специфичность ресурсов и
опасность вымогательства.**

Юридический и экономический подходы к понятию «контракт»

- **Контракт в юридическом смысле – это соглашение, договор, устанавливающий гражданские права и обязанности сторон и оговаривающий сроки действия соглашения.**

- Центральное значение имеет принцип **свободы** контракта, который означает в том числе и право не заключать контракт: никто не может заставить индивида взять на себя какое-либо обязательство. Эта свобода заключения контракта позволяет частному собственнику передавать правомочие тому лицу, которое ценит его наиболее высоко.

- **Институциональная экономика пытается объяснить многообразие контрактных форм и видов деловой практики стремлением экономических агентов экономить трансакционные издержки.**

Что такое «полный контракт»?

- Требования к полному контракту очень строгие. Что должно быть, к примеру, предусмотрено в полном контракте между РАНХиГС и студентом, обучающимся на коммерческой основе?

- **Прежде всего и студент, и администрация должны четко зафиксировать в договоре все обстоятельства, которые могут возникнуть в процессе исполнения договора:**

- – предметы, которые будут изучаться на протяжении всего обучения, а также кафедра и преподаватели, которые будут их читать, место проведения занятий, т. е. детальное расписание занятий на все годы обучения студента;
- – состояние рынка труда для выпускников с соответствующим дипломом, ведь может возникнуть перепроизводство этих специалистов и выпускник не сможет найти работу;

- политические события, которые могут повлиять на ценность диплома или на возможность продолжения обучения;
- – стихийные бедствия, которые могут помешать сторонам исполнить условия договора (пожар, наводнение и т. д.).
- Этот список возможных случайностей может быть продолжен до бесконечности.

- Далее, следует договориться о распределении ответственности сторон в случае возникновения каждой из предусмотренных в договоре ситуаций и соответствующем изменении платы за обучение, т. е. о распределении издержек и выгод. Должна ли уменьшиться плата за обучение, если обнаружилось перепроизводство этих специалистов на рынке труда?

- Должна ли измениться плата за обучение, если лекции стал читать выдающийся ученый, приглашенный вскоре после начала обучения? На какую из сторон должен быть возложен риск пожара или любого другого стихийного бедствия? Какая из сторон должна нести риск в случае болезни преподавателя, которому не нашли замену?

Почему реальные контракты всегда остаются неполными?

- **Во-первых**, это ограниченность предвидения человека, который не может предусмотреть все обстоятельства. Всегда могут произойти события, которые стороны даже не могут представить в момент заключения контракта.

Пример

- В 1980 году из-за ввода Советским Союзом войск в Афганистан команда США бойкотировала Олимпийские игры в Москве. Американские компании, которые купили телевизионное время для размещения своей рекламы, не предусмотрели подобную возможность в своих договорах.

- **Во-вторых**, это издержки осуществления расчетов и переговоров при заключении договоров. Даже если изменение обстоятельств можно предусмотреть, но они представляются маловероятными то стороны, скорее всего, откажутся от детального описания в договорах этих обстоятельств и дорогостоящих усилий по распределению риска.

- **В-третьих**, это неточность и сложность языка, которым написаны договоры. Как писал американский судья Лернд Хэнд, «существует предел <...> за которым язык не может более выдерживать нагрузки»

Пример

- Дело, в котором в договоре между американским экспортером и швейцарским импортером фигурировало слово «цыпленок» (chicken). После того как продавец отправил морем кур, годных для тушения, швейцарец, получив их, обратился в суд, утверждая, что покупал молодых цыплят, подходящих для варки или для жаркого.

Пример

- Продавец утверждал, что название товара употреблено в широком смысле, охватывающем кур. Суд предположил, что во время заключения договора каждая сторона вкладывала в это название свой смысл, в результате чего и возникло непонимание. Суд разрешил спор в пользу продавца. Хотя покупатель придавал более узкое значение слову «цыпленок», не было доказано, что у продавца были основания знать об этом

Неполные контракты

- Неполные контракты позволяют сторонам гибко реагировать на непредвиденные обстоятельства, но одновременно они таят в себе проблему несовершенства обязательств договаривающихся сторон и опасность постконтрактного оппортунизма.

Причины неполноты контракта
ограниченность предвидения человека,
невозможность предусмотреть все
возможные случайности, высокие
издержки проведения расчетов при
распределении риска в договорах,
отсутствие точного языка для описания
всех возможных обстоятельств и
распределения ответственности, – можно
определить одним понятием –
«ограниченная рациональность»
экономических агентов

- Разум человека – это ограниченный ресурс и его также нужно экономить. Люди не могут решать мгновенно, точно и без издержек сложные проблемы, находить математически оптимальное решение сложных проблем. Однако они могут вести себя намеренно рационально, стараясь добиться лучшего решения при данных ограничениях, что, однако, не означает, что результат будет оптимальным.

Неблагоприятный отбор и способы его предотвращения

**Разобрать на семинаре (можно в
форме презентаций).**

2 вопрос

Асимметрия информации означает, что покупателю и продавцу известно разное количество информации, имеющей отношение к сделке. Сторона, обладающая большим объемом информации, может выиграть, если воспользуется своим информационным преимуществом. Выделяют три типа оппортунистического поведения, которые соответствуют разным видам асимметрии информации:

1. Покупателю неизвестны качественные характеристики блага, имеет место асимметрия информации, называемая «скрытые характеристики», которая может привести к неблагоприятному отбору.

Три типа оппортунистического поведения, которые
соответствуют разным видам асимметрии
информации:

2. Скрытые действия/скрытая информация, которые приводят к моральному риску той стороны, которая обладает информацией.
3. Скрытые намерения партнера по сделке скрывают в себе опасность третьего вида оппортунистического поведения – вымогательства.

Рассмотрим механизм неблагоприятного отбора на примере рынка подержанных автомобилей в США.

Пусть 100 человек, желают продать свои подержанные автомобили, а 100 человек, желают купить подержанные автомобили. Всем известно, что 50 автомобилей — это автомобили хорошего качества (на жаргоне — «слива»), а 50 автомобилей — это автомобили плохого качества (на жаргоне — «лимоны»). Владелец «лимона» готов продать свой автомобиль за 2000 долл., а владелец «сливы» готов продать автомобиль за 4000 долл. Покупатели готовы платить 2400 долл. за «лимон» и 4800 долл. за «сливу». Проблем не возникало бы, если бы проверить качество «лимонов» было легко. «Лимоны» продавались бы по цене от 2000 до 2400 долл., а «сливы» — по цене от 4000 до 4800 долл. Однако, покупатели не располагают информацией о качестве отдельных автомобилей. Автомобиль с равной вероятностью может оказаться и «сливой», и «лимоном».

Типичный покупатель готов оплатить ожидаемую стоимость автомобиля:

$$1/2 \cdot 2400 + 1/2 \cdot 4800 = 3600 \text{ долл.}$$

Кто захочет продать свой автомобиль по этой цене? Владельцы «лимонов» готовы это сделать, но владельцы «слив» хотят продать свой автомобиль по цене не меньше 4000 долл. Цена, которую должны заплатить за «средний» автомобиль покупатели, меньше той цены, по которой готовы продать свой автомобиль продавцы «слив». По цене 3600 долл. к продаже будут предложены только лимоны. Но если бы покупатель был уверен, что ему достанется «лимон», он не захотел бы заплатить за нее 3600 долл. На самом деле равновесная цена установилась бы где-то между 2000 и 2400 долл. По этой цене предлагались бы к продаже только «лимоны», и поэтому покупатели справедливо ожидали бы, что им достанется «лимон». «Сливы» на этом рынке вообще не предлагаются к продаже. Итак, несмотря на то, что цена, по которой покупатели готовы купить «сливы», превышает цену, по которой продавцы готовы их продать, ни одна из этих сделок не состоится.

В подобной ситуации возникает внешний эффект, который приводит к провалу рынка. Своим решением попытаться продать автомобиль плохого качества по средней цене, экономические агенты оказывают влияние на складывающееся у покупателей впечатление в отношении качества «среднего» автомобиля, продаваемого на рынке. Это приводит к понижению цены, которую покупатели готовы платить за «средний автомобиль» и таким образом наносит ущерб людям, которые пытаются продать хороший автомобиль. Именно этот внешний эффект и создает указанный провал рынка. Из-за высоких издержек получения информации товары низкого качества вытеснили товары хорошего качества. Проблема неблагоприятного отбора может быть настолько серьезной, что способна полностью разрушить рынок.

Существует две стратегии, позволяющие решить проблему неблагоприятного отбора:

• подача сигнала и просеивание.

Различие между ними состоит в том, какая из сторон предпринимает действия: информированная или не информированная.

1. При сигнализации инициативу в свои руки берет сторона, располагающая информацией. Сигнал – это наблюдаемая характеристика индивида или блага, которая может быть изменена.

В нашем примере с рынком подержанных автомобилей таким сигналом служит гарантия, которую предоставляет продавец «слив». У владельцев подержанных автомобилей хорошего качества есть стимул к тому, чтобы донести до потенциального покупателя тот факт, что предлагаемый им автомобиль хороший.

В договорах подобным сигналом о надежности другой стороны могут служить штрафные санкции, например, в случае просрочки сдачи объекта строительной или ремонтной организацией. Должник подает сигнал о своей надежности, сообщая о готовности выплатить страховку кредитору в случае неисполнения им взятых на себя обязательств.

Сигналом могут служить также капиталовложения в торговую марку. Расходы на рекламу могут быть весьма значительными, а это невозвратные капиталовложения. Но для покупателя они являются свидетельством высокого качества продукции.

По этой же причине банки вкладывают значительные средства в здания, отделывая их мрамором. Эти расходы служат сигналом, который банк подает о своей надежности, ведь эти вложения также являются невозвратными.

**качество сигнала зависит от
ресурсов инвестированных в него**

**На рынке труда сигналом
служит диплом об образовании.
Он подает работодателю сигнал
о качестве потенциального
работника.**

Поскольку более производительный работник может зарабатывать больше, чем менее производительный работник, то более производительный работник имеет стимул вкладывать средства в получение диплома об образовании как подачу сигнала.

Для того чтобы сигналы были надежными, необходимо, чтобы для менее производительных работников издержки получения более высокого уровня образования были выше, чем выгоды, связанные с увеличением заработной платы. Спенс считал, что само образование – это лишь сигнал о более высокой производительности, но само образование производительности не повышает.

В модели Спенса есть два типа работников. Они обладают частной информацией о своей производительности, которой нет у работодателей. Производительные работники производят продукции на 50 долл. в час (за вычетом издержек производства). В условиях полной информации об их производительности они получали бы заработную плату, равную их предельному продукту, т. е. 50 долл.

Работники с низкой производительностью производят продукции на 20 долл. в час. Работодатель при найме работников не в состоянии распознать их качество, поэтому он будет платить им заработную плату, равную ожидаемой производительности данной группы работников, в которой, допустим, 30 % высокопроизводительных работников и 70 % работников с низкой производительностью

Заработная плата, которую будет платить работодатель, составит:

$$0,3 \times 50 + 0,7 \times 20 = 29 \text{ долл.}$$

Высокопроизводительные работники хотят подать сигнал, потому что они получают меньше, чем ценность их предельного продукта. Работодатель также заинтересован в том, чтобы отделить хороших работников от плохих, поскольку плохим работникам он платит слишком высокую для них зарплату

Если хорошие работники смогут получить диплом об образовании, тогда этот диплом будет служить сигналом об их более высокой производительности, если выполняются следующие два условия:

1. Тот уровень образования, который выполняет роль сигнала о высокой производительности работника, должен быть достаточно высоким, чтобы работники с низкой производительностью не могли получить его, в противном случае они также получают образование и смогут обмануть работодателя. Если это условие не выполняется, то диплом об образовании не может выступать в роли сигнала о более высокой производительности

2. Неспособность получить определенный уровень образования должна точно сигнализировать о том, что производительность данного работника низкая.

Высокопроизводительные работники не откажутся от получения образования. Это второе условие, которое также должно выполняться.

Чтобы выполнялись оба этих условия, необходимо, чтобы достижение данного уровня образования требовало меньше издержек от высокопроизводительных работников, чем от низкопроизводительных. Тогда низкопроизводительные работники не будут заинтересованы в том, чтобы подражать высокопроизводительным работникам.



Понятие «просеивание» характеризует действия стороны, не обладающей информацией, которые та предпринимает с целью разделения различных типов информированной стороны в соответствии с определенными характеристиками.

Не информированная сторона может предложить информированной стороне некий **набор альтернатив**, каждая из которых рассчитана на определенный тип информированной стороны. Информированная сторона делает свой выбор и тем самым раскрывает свою частную информацию.

Рассмотрим просеивание **на примере заработной платы, возрастающей в зависимости от стажа работы.**

Эмпирические исследования обнаруживают связь между заработной платой и стажем работы: с увеличением стажа и опыта работы возрастает оплата труда.

Существует еще одна проблема, получившая название **«моральный риск»**. Она возникает тогда, когда лицо, обладающее необходимой для принятия решения, информацией, имеет интересы, которые отличаются от интересов лица, принимающего решение. Первое лицо будет заинтересовано, чтобы не предоставлять полную и точную информацию, имеющую значение для принятия решения. **Моральный риск** — это действия экономических агентов по максимизации их собственной полезности в ущерб другим в ситуациях, когда они не ощущают полностью последствий (или не пользуются полными выгодами) своих действий вследствие неопределенности и неполноты контрактов, которые препятствуют возложению всего ущерба (или получению всех выгод) на соответствующего агента.

Ситуации, в которых возникает моральный риск,

характеризуются сочетанием следующих условий:

- 1. интересы исполнителя и заказчика не совпадают, исполнитель преследует свои собственные интересы в ущерб интересам заказчика;**
- 2. исполнители застрахованы от неблагоприятных последствий своих действий;**
- 3. заказчик не в состоянии осуществлять полный контроль и совершенное принуждение.**

Моральный риск встречается повсеместно. Ф.Тейлор, отец «научного менеджмента» писал, что едва ли можно найти компетентного работника, который не посвящал бы большую часть своего времени изучению того, насколько медленно он может работать, чтобы у работодателя все же оставалось впечатление что он работает в приемлемом темпе.

Примеры возникновения морального риска:

- Работник может проводить рабочее время, готовясь к экзамену или болтая с другом по телефону, хотя его ожидает работа.
- Соккрытие предприятиями информации, необходимой для разработки планов центральными планирующими органами, было общераспространенным явлением при социализме. Предприятия завышали свои потребности в ресурсах и занижали свои производственные возможности.

Некоторые ресурсы в большей степени подвержены моральному риску, чем другие. Ресурсы или капиталовложения называются пластичными, если использование ресурса по назначению трудно проконтролировать, а законных способов его использования может быть много. Лицо, которое принимает решение (управляет использованием пластичного ресурса) в данном случае имеет больше возможностей тайно повлиять на ожидаемые результаты в своих интересах. Если контроль использования пластичного ресурса требует больших издержек, то в этом случае и возникает опасность морального риска.

Наиболее пластичным ресурсом является человеческий капитал. Поэтому исследовательские компании и предприятия, где основную роль играет человеческий капитал, например, индустрия моды, юридические конторы, предприятия, занимающиеся созданием компьютерных программ, архитектурные мастерские и т.д. в наибольшей степени подвержены моральному риску.

Деньги также высокопластичный ресурс. Поскольку кредиты могут использоваться не по назначению, что ставит под удар их возврат, а контроль действий заемщиков достаточно сложен и требует больших издержек, то опасность морального риска в этой сфере весьма серьезная.

Способы снижения морального риска

1. Контроль за действиями агента. Можно ужесточить надзор за деятельностью агента, увеличивая объем ресурсов, расходуемых на эти цели.

В фирмах работники часто отмечают время прихода на работу и время окончания работы. Работодатели покупают компьютерные программы, которые подсчитывают число ударов по клавишам, которые делают секретари, за кассирами следят видеокамеры.

Все меры по ужесточению надзора за работниками, как правило, дорогостоящие, и нередко издержки контроля могут превышать ту выгоду, которая достигается подобным образом.

Способы снижения морального риска

- Поиск дополнительных источников информации об агенте, о его усилиях, о его честности и прилежании.
- Создание конкуренции между агентами, имеющими противоположные интересы. Они будут охотно раскрывать относительные преимущества своего товара, подчеркивая недостатки товаров своих конкурентов. Если вы хотите выбрать пластиковые окна, то, обратившись к нескольким фирмам, сможете узнать о недостатках тех окон, которые устанавливают их конкуренты и о которых они предпочитают умолчать.

4. Объединение интересов принципала и агента с помощью стимулирующих контрактов или участия агента в результатах деятельности.
5. Заключение смешанного контракта - создание для агента стимулов к хорошей работе и одновременное предоставление ему страховки от неблагоприятного исхода.

Примером смешанного контракта может служить оплата труда официантов. Официанты получают и чаевые, и фиксированный оклад. Это как раз и есть тот смешанный контракт, который предсказывает модель агентских отношений. Фиксированная заработная плата страхует официанта от жадных посетителей и от их отсутствия, а чаевые создают стимулы к хорошей работе.

Способы снижения морального риска

Б. Добровольное принятие агентом более жестких условий.

Агенты могут добровольно ставить себя в более жесткие условия, стесняя свободу своих будущих действий. Они как бы вносят залог, который теряют, если обнаруживается, что их поведение отклоняется от интересов принципала.

Например, строительные подрядчики депонируют определенную сумму, которой они могут лишиться, если проект не будет завершен в срок или будет выполнен некачественно.

Агенты добровольно соглашаются связать себе руки, ставя себя в более жесткие условия потому что использование заложников выгодно обеим сторонам. Работодатель, который видит, что у работника связаны руки и отлынивание ему невыгодно готов заплатить работнику более высокое вознаграждение.

Способы снижения морального риска

7. Использование принципа «сделай сам».

Моральный риск в агентских отношениях можно преодолеть, если отказаться от услуг агента и сделать все самому, однако это не всегда возможно (вы не можете сами сделать себе операцию) или вы потеряете выгоды от специализации труда.

3 вопрос

Третий тип оппортунистического поведения, связанный с асимметричностью информации – вымогательство. Этот тип оппортунизма может появиться, если предметом сделки является специфичный ресурс. Впервые понятие специфичности ресурсов было введено в экономическую теорию Г. Беккером применительно к инвестициям в человеческий капитал. Если ресурс представляет интерес для многих производителей, и его рыночная ценность мало зависит от того, где он используется, то это ресурс общего назначения.

Специфическим называется ресурс, который в случае прерывания сделки не может быть использован в других проектах без ущерба для своей экономической ценности. О мере специфичности ресурса можно судить по тому, насколько сократится ценность ресурса при его использовании в другом месте.

Выделяются следующие виды специфичности ресурсов:

- 1. Специфичность местоположения связана со слишком большими издержками перемещения ресурса. Предполагать наличие специфичности местоположения можно, если предприятия находятся в географической близости друг от друга. Примером специфичности местоположения может служить электростанция, построенная в непосредственной географической близости от угледобывающей шахты.
- 2. Специфичность физических активов. О специфичности физического капитала говорят, когда стороны или одна из сторон осуществила инвестиции в оборудование с определенными характеристиками, которое имеет меньшую ценность при его использовании в других проектах. Примером могут служить печи электростанций, которые обычно рассчитаны на определенный тип угля.

3. Специфичность человеческого капитала. О специфичности человеческого капитала говорят, когда в результате обучения на рабочем месте работники накапливают специальные навыки, которые позволяют производить товары и услуги более эффективно, чем это делают такие же работники, но не обладающие специфическим человеческим капиталом. Примером специфического человеческого капитала может служить знание менеджером административных особенностей и управленческой культуры той фирмы, в которой он проработал много лет. Эти специфические знания имеют ценность только для данной фирмы и обесцениваются, если управляющий теряет работу в данной фирме.

4. Специфичность временная. Это характеристика инвестиций, для которых существенное значение имеет координация производства (например, при производстве бройлерных цыплят имеет значение их свежесть и время выращивания, и это усложняет координацию производства; система оперативных поставок здесь становится решающим фактором успеха. Ценность ресурсов, не поставленных вовремя, существенно снижается.

5. Специфичность репутации, торговой марки. Это невозвратные инвестиции в создание репутации или в торговую марку, которые теряют свою ценность, если товары или услуги фирмы окажутся низкого качества.

Опасность вымогательства

Экономический агент, осуществивший инвестиции в специфические активы, оказывается в уязвимом положении. За пределами данной сделки его специфические инвестиции теряют свою ценность, для других экономических агентов они не представляют такой же ценности. Если сделка не исполняется, то сторона, осуществившая специфические инвестиции, теряет свои вложения.

В подобной ситуации, когда сторона, осуществившая специфические инвестиции, оказывается как бы «запертой» в сделку со своим партнером, возникает опасность оппортунистического поведения со стороны этого партнера, которая носит название «вымогательство». Зависимость часто бывает двусторонней.

Опасность вымогательства

Экономические агенты осуществляют специфические вложения, потому что эти инвестиции могут привести к снижению издержек производства и обеспечивают дополнительный доход.

Этот дополнительный доход, который возникает при объединении специфических ресурсов и носит название «квази-рента», и является целью оппортунистического поведения.

У партнера стороны, осуществившей специфические инвестиции, появляется возможность «вымогать» большую часть излишка, создаваемого специфическим ресурсом, посредством угрозы расторжения сделки.

Вымогательство — это такой вид оппортунистического поведения, возникающий после заключения сделки, суть которого состоит в перераспределении **квази-ренды**, ущемляющем интересы стороны, осуществившей специфические инвестиции.

Инвестиции в специфические ресурсы являются потенциально рискованными. В условиях высокой неопределенности контрагент, создавший специфичный ресурс, становится потенциальным объектом вымогательства. От него могут потребовать согласиться изменить условия соглашения на менее выгодные под угрозой расторжения договора, что приведет к не окупаемости инвестиций.

Квази-ренту можно определить следующим образом: это разница между доходом фактора при его использовании в данном месте и доходом при его альтернативном наилучшем варианте использования.

В качестве примера можно привести сталелитейный завод, расположенный поблизости от энергетического предприятия и осуществляющий инвестиции, которые зависят от того, сможет ли завод покупать энергию по определенной цене. После осуществления инвестиций, которые имеют безвозвратный характер, энергетическое предприятие может поднять цену на энергию, и сталелитейный завод все равно будет работать, поскольку предельные выгоды, даже при более высокой цене энергии, будут превышать предельные издержки, несмотря на то, что безвозвратные инвестиции при этом не окупятся.