
Тема 3

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ КОНТРАКТОВ

1. Контракты

Контракт – это правовое оформление экономических трансакций, соглашение о передаче или защите набора прав собственности.

В идеале (совершенный, полный) контракт должен:

- устанавливать, что каждая из сторон должна делать в каждом возможном случае развития событий;
- устанавливать распределение издержек и выгод для каждого возможного варианта развития событий;
- учитывать все риски и предусматривать, на какую из сторон контракта они ложатся, а также способы их предотвращения (снижения);
- учитывать все случаи несоблюдения условий контракта и предусматривать санкции за нарушение сторонами своих обязательств.

Ян Макнейл (1974) «Множество свойств контрактов»:
контракты чаще всего несовершенны.

1. Индивиды не всегда знают структуру проблемы, с которой они сталкиваются (*ограниченность параметрического знания*). Информация, как правило, неполна и асимметрично распределена.
2. Существует *рыночная неопределенность*.
3. Множество транзакций являются взаимосвязанными, поэтому *отдельную сделку не всегда правомерно рассматривать как дискретную*.
4. Невозможно обеспечить абсолютное принуждение к соблюдению обязательств вследствие наличия непроверяемых переменных и *ограниченной рациональности судебной системы*.

Типы контрактов

Базовый тезис транзакционного подхода к исследованию контрактов:

Контрактные отношения строятся таким образом, чтобы минимизировать совокупные транзакционные издержки управления ими.

Оливер Уильямсон выделяет следующие значимые параметры любых сделок (транзакций), оказывающие влияние на способы управления контрактными отношениями:

- 1) степень специфичности активов;
- 2) степень регулярности и длительности сделок;
- 3) тип и степень присущей транзакциям неопределенности.

Три основных вида контрактов: классические, неоклассические и отношенческие контракты.

Классический контракт – это контракт, четко фиксирующий все условия сделки и санкции в случае нарушения каждой из сторон взятых на себя обязательств.

Сделка, оформляемая с помощью классического контракта, обладает тремя основными свойствами: дискретность, презентативность и формализация.

Защита сделки, оформленной классическим контрактом, осуществляется двумя способами: экономическим (разрыв отношений, т.к. отсутствуют вложения в специфические активы) и юридическим.

Регулятивная система, которая управляет данным типом контрактных отношений – рынок.

Неоклассический контракт – это контракт, в котором неформальные условия преобладают над формальными.

Он предусматривает общие принципы организации отношений сторон – принципы сотрудничества и опирается на доверие, обусловленное принадлежностью агентов к одной социальной сети.

Пример: контракты с гибкими ценами.

Неоклассический контракт - *трехстороннее управление*.

Стороны полностью доверяют механизму урегулирования споров с помощью третьей, внешней по отношению к контракту, стороны.

Внутригрупповой инфорсмент (принуждение) или третейский суд (арбитраж).

Отношенческий контракт – долгосрочное соглашение о сотрудничестве формально независимых контрагентов, предусматривающее создание совместной системы координации их деятельности.

При транзакциях, предусматривающих вложения в специфические активы, возможны два варианта управления взаимодействием контрагентов:

- вертикальная интеграция (объединение контрагентов в единую компанию);
- использование регулятивной системы совместного управления – заключение отношенческого контракта.

Пример отношенческого контракта – договор о совместной деятельности (простое товарищество).

Механизм принуждения - угроза потери партнера.

2. Оппортунистическое поведение

Оппортунистическое поведение - «преследование собственного интереса, доходящее до вероломства», включая любые формы обмана или нарушения взятых на себя обязательств.

В основе такого поведения лежат: несовпадение интересов участников отношений, невозможность абсолютной спецификации и защиты прав.

Рентоориентированное поведение – деятельность, направленная на получение выгоды путём использования своего положения, манипулирования законодательными или экономическими условиями деятельности других агентов (коррупция; проекты, направленные на усиление собственной власти).

Асимметрия информации порождает специфический вид оппортунистического поведения, известный как проблема «принципал – агент».

Особенно остро проблема «принципал – агент» стоит в отношениях между акционерами и высшим менеджментом компании, а также между гражданами и органами власти.

Неблагоприятный отбор (adverse selection) – это оппортунизм, возникающий на стадии заключения контракта и заключающийся в том, что информированная сторона (агент), используя свое информационное преимущество перед неинформированной стороной (принципалом), добивается заключения контракта на более выгодных для себя условиях.

Различают три типа товаров: поисковые, опытные и доверительные.

- **Поисковые товары** (search commodities) – это товары, качество которых может быть оценено до их приобретения путем либо визуальной проверки, либо возможности непосредственного измерения.
- **Опытные товары** (experience commodities) – это товары, качество которых можно установить только в процессе эксплуатации (опыта).
- **Доверительные товары** (credence commodities) – это товары (услуги), качество которых остается неизвестным потребителю даже после использования.

Асимметрия информации лежит в основе вытеснения с рынка качественных товаров.

Плохие товары вытесняют хорошие, потому что и те, и другие продаются по одной и той же цене.

Джордж Акерлоф исследовал рынок подержанных автомобилей и выяснил, что на этом рынке преобладают машины плохого качества.

Объясняется данное положение дел двумя основными причинами: асимметричным распределением информации и оппортунистическим поведением продавцов.

Даже тот, кто хотел бы приобрести хорошую машину, понимает, что высокая цена вовсе не гарантирует высокое качество.

В этих условиях большая часть покупателей предпочитает ориентироваться на товары средней ценовой категории: уж если и обманут, то не очень сильно.

Средствами борьбы с неблагоприятным отбором являются сигналы, фильтрация (самоотбор) и рационализация.

Сигналы – способ, при котором информированная сторона (агент) предпринимает определенные действия с целью сообщить неинформированной стороне (принципалу) о наличии у себя определенных характеристик.

Сигналы: наличие различных дипломов; членство в саморегулируемых организациях; ученые степени или ученые звания; письменные или устные рекомендации известных принципалу людей. Если говорить о фирмах, то это наличие лицензий, сертификата ISSO или просто известный бренд, предоставление гарантий на поставляемый товар.

Фильтрация – действия, предпринимаемые неинформированной стороной (принципалом), с целью выявить реакции на них информированной стороны (агента) и по этой реакции определить его скрытые характеристики (намерения).

На основе того, какую альтернативу выбирает агент, принципал судит о его намерениях.

Когда должник соглашается на высокую неустойку за нарушение сроков возврата долга, он не только снижает будущие риски кредитора, но и демонстрирует свою готовность выполнить взятое на себя обязательство.

Повышение заработной платы в зависимости от стажа. Это позволяет привлекать работников, нацеленных на долгосрочное сотрудничество с фирмой.

Рационирование - предъявление принципалом или третьей стороной, в том числе государством, дополнительных требований к агенту, направленных не на выявление его намерений, а на снижение будущих рисков, связанных с неблагоприятным отбором.

Примеры: государственное или частное требование гарантийного обслуживания для товаров длительного пользования; лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности; введение испытательного срока для работников.

Обеспечение обязательств по кредиту выполняет две функции – фильтрации и рационарования.

Моральный риск (moral hazard) – это оппортунизм, проявляющийся на стадии исполнения контракта (тип оппортунизма ex post). Он выражается в недобросовестном исполнении взятых на себя обязательств.

Механизмы борьбы с моральными рисками можно разделить на внутренние и внешние. Практически все они связаны с дополнительными издержками.

К внутренним механизмам относятся: оплата по результату (стимулирующий контракт) и мониторинг.

К внешним механизмам можно отнести отслеживание репутации и установление отношений доверия.

Доверие обычно устанавливается тогда, когда стороны находятся в длительных индивидуальных отношениях или относятся к одной социальной сети.

Литература

- Введение в институциональную экономику // Учебное пособие под редакцией Д.С. Львова – М.: Экономика, 2005
- Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики // Учебник – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006
- Тамбовцев В.Л. Введение в экономическую теорию контрактов // Учебное пособие – М.: ИНФРА-М, 2004
- Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. – СПб.: Лениздат. – 1996
- Капелюшников Р.И. Категория трансакционных издержек // http://www.libertarium.ru/l_libsb3_1-2