

Институциональная экономика

(факультет менеджмента 2009)

Тема 4. Контрактные отношения

Контракт: юридический и экономический подходы

- Контракт в юридическом смысле – соглашение, устанавливающее права и обязанности сторон с определенными сроками действия
- Контракт в экономической теории – отношения (явные и неявные) между сторонами по поводу передачи или защиты прав собственности
- Многообразии контрактных форм связано со стремлением экономических агентов экономить трансакционные издержки

Почему контракты всегда остаются неполными?

- Ограниченность предвидения человека, невозможность предусмотреть все обстоятельства
- Высокие издержки расчетов и переговоров при учете маловероятных событий
- Неточность и сложность языка, необходимость в дополнительной трактовке
- Важная информация, ненаблюдаемая третьей стороной

Плюсы и минусы неполных контрактов

- + Возможность гибко реагировать на непредвиденные обстоятельства
- Опасность постконтрактного оппортунизма

Асимметрия информации и оппортунизм

Асимметрия информации – ситуация, при которой сторонам известно разное количество информации, имеющей отношение к сделке

В результате асимметрии информации у стороны, обладающей большим объемом информации, появляются возможности для оппортунизма

Оппортунистическое поведение – преследование личной выгоды с использованием коварства, обмана, сокрытия информации *(Уильямсон, 1996)*

Виды оппортунистического поведения

- Неблагоприятный отбор (adverse selection) – одной из сторон неизвестны качественные характеристики блага, т.е. имеют место «скрытые характеристики» (hidden characteristics)
- Моральный риск (moral hazard) – одна из сторон не имеет возможности контролировать действия другой, т.е. имеют место «скрытые действия» (hidden actions)
- Вымогательство (hold-up) – одна из сторон получает возможность ущемлять интересы другой стороны, осуществившей специфические инвестиции, т.е. имеют место «скрытые намерения» (hidden intentions)

Неблагоприятный отбор и рынок «лимонов»

Akerlof (1970)

На рынке два типа автомобилей: хорошие («сливы») и плохие («лимоны»). С равной вероятностью автомобиль может оказаться «сливой» или «лимоном».

Цена на автомобили установится как средняя от цен «сливы» и «лимона». Поэтому на рынке останутся только продавцы «лимонов». Плохие автомобили вытеснят хорошие

Проблема может быть настолько серьезной, что способна разрушить рынок

Способы предотвращения неблагоприятного отбора

1. Сигнализирование (Signaling)

- Сигнал – наблюдаемая характеристика индивида или блага, которая может быть изменена
- Сигнал подает сторона, располагающая информацией
- Качество сигнала зависит от затрат на его осуществление. Чем больше затраты информированной стороны, тем надежнее сигнал
- Примеры: диплом о высшем образовании, гарантии от продавцов, рекламная компания, оформление офиса банка

Способы предотвращения неблагоприятного отбора

2. Просеивание (Screening)

- Просеивание осуществляет сторона, не обладающая информацией
- Принцип просеивания – стимулировать другую сторону раскрыть свою частную информацию
- Примеры: собеседование и тестирование при приеме на работу, повышение оплаты труда с увеличением стажа работника

Моральный риск (moral hazard)

Моральный риск – использование одной стороной «скрытой информации» с целью максимизации собственной полезности в ущерб другой стороне. Возможен в тех случаях, когда:

- Интересы исполнителя и заказчика не совпадают
- Исполнители застрахованы от неблагоприятных последствий своих действий
- Заказчик не в состоянии осуществить полный контроль и совершенное принуждение

Моральный риск (moral hazard):

проблема принципала и агента

Агент действует по поручению и от имени принципала. Асимметрия информации ведет к тому, что:

- Деятельность агента не поддается непосредственному наблюдению принципала
- Об эффективности действий агента можно судить только по конечным результатам

Примеры: акционеры и топ-менеджеры компании; избиратели и политики; избранные политики и назначенные чиновники.

Способы предотвращения морального риска

- Контроль за действиями агента
- Заключение стимулирующего контракта (участие агента в результатах деятельности)
- Добровольное принятие агентом более жестких условий (bonding)
- Принцип «сделай сам»

Специфичность активов

Специфический актив не может быть использован альтернативным образом без существенной потери своей ценности.

Типы специфичности:

- Специфичность местоположения (site specificity)
- Специфичность физических активов (physical asset specificity)
- Специфичность человеческого капитала (human capital specificity)
- Специфичность целевых активов (dedicated asset specificity)
- Временная специфичность (temporal specificity)
- Специфичность репутации (brand name specificity)

Вымогательство (hold-up)

- Вымогательство – вид оппортунистического поведения *ex post*, цель которого состоит в перераспределении квазиаренды, т.е. ущемлении интересов стороны, осуществившей специфические инвестиции
- Квазиаренда – доход, возникающий в результате инвестиций в специфические активы; излишек по сравнению со средними переменными издержками
- Фундаментальная трансформация – переход от изначально конкурентной ситуации *ex ante* к отношениям двусторонней зависимости *ex post* как результат инвестиций в специфические активы

Типы контрактов

- Классический – договор, основанный на действующих юридических правилах. Четко фиксирует условия сделки и санкции в случае нарушения, не признает устных договоренностей
- Неоклассический – договор о принципах сотрудничества в условиях неопределенности. Личные отношения играют важную роль, предусмотрена возможность обращения к третьим лицам
- Отношенческий (имплицитный) – договор, в котором неформальные отношения преобладают над формальными. Заключается при высокой степени специфичности активов

Выбор между типами контрактов

- Регулярность и длительность сделок
- Степень неопределенности и сложности сделки
- Измеримость характеристик сделки
- Взаимозависимость сделок
- Специфичность ресурсов