

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. И.С.ТУРГЕНЕВА»

На правах рукописи

Колосова Мария Александровна

**РЫНОК ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ:
СПЕЦИФИКА И ИНСТИТУТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ**

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Специальность 08.00.01 – Экономическая теория

Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Скоблякова Ирина Васильевна

Орел - 2020

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	
1.1 ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О БЛАГЕ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ	13
1.2 ДОВЕРИТЕЛЬНОЕ БЛАГО: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ФОРМЫ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ	26
1.3 СПЕЦИФИКА РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	52
1.3.1 СПЕЦИФИКА РЫНОЧНОГО СЕКТОРА	53
1.3.2 СПЕЦИФИКА КВАЗИРЫНОЧНОГО СЕКТОРА	100
1.3.3 СПЕЦИФИКА НЕРЫНОЧНОГО (ОБЩЕСТВЕННОГО) СЕКТОРА...	112
ГЛАВА 2 ОПОРТУНИСТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА РЫНКАХ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ В ЭКОНОМИКЕ БЛАГОСОСТОЯНИЯ	
2.1 СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ФОРМИРОВАНИЮ ОПОРТУНИЗМА СУБЪЕКТОВ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	123
2.2 АНАЛИЗ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	158
2.3 ОПОРТУНИСТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ГОСУДАРСТВА НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	176
ГЛАВА 3 ИНСТИТУТЫ ОГРАНИЧЕНИЯ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	
3.1 РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТОВ ОГРАНИЧЕНИЯ ОПОРТУНИЗМА НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	195
3.2 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА КАК ИНСТРУМЕНТА БОРЬБЫ С ОПОРТУНИЗМОМ	209
3.3 ИНСТИТУТ ДОВЕРИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОГРАНИЧЕНИЯ ОПОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ	225
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	249
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	257

Введение

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена следующими принципиальными моментами.

Во-первых, переход к информационному обществу привел к увеличению информации и знаний о современных благах, проникновению информационных технологий в сферы производства, обмена и потребления благ, что в свою очередь способствовало повышению потребительской грамотности, упрощению процесса потребительского выбора и легкости доступа к благам. При этом доверительные блага по-прежнему характеризуются неоформленностью, а процесс принятия потребительского решения в отношении данных благ, сопряжен с информационными проблемами и неопределенностью качества. Это обуславливает необходимость расширения представлений о доверительных благах и их особенностях.

Во-вторых, для многообразия доверительных благ, представленных на современных рынках, характерны существенные различия организации процессов их распределения, обмена и потребления, что предопределяет необходимость изучения специфики функционирования отраслевых рынков доверительных благ и институтов их регулирования.

В-третьих, несовершенства организации отечественных рынков доверительных благ и низкая эффективность их функционирования создают условия для оппортунизма субъектов данного рынка и для невыполнения ими своих контрактных обязательств. Это обуславливает необходимость выявления и изучения условий, способствующих формированию и реализации оппортунистического поведения на рынках доверительных благ.

В-четвертых, стремительный рост числа оппортунистических действий субъектов рынка доверительных благ требует глубинного исследования оппортунистической модели поведения, видов и форм ее проявления.

В-пятых, высокие общественные и индивидуальные потери в результате оппортунистических действий субъектов рынков доверительных

благ требуют внедрения и развития институтов и направлений ограничения оппортунистического поведения субъектов данного рынка.

И, наконец, переход отечественной экономики к социально-ориентированной модели рынка, ставящей одной из ключевых задач повышение качества жизни населения путем создания высококачественных благ, значительная часть которых относятся к доверительным благам, обуславливает необходимость изучения проблем данных рынков.

Исходя из этого, проблема исследования рынка доверительных благ является актуальной, требует теоретического исследования и разработки направлений и мер ограничения оппортунизма на данных рынках.

Степень научной разработанности проблемы. Различные аспекты исследования рынка доверительных благ нашли отражение в работах отечественных и зарубежных исследователей. Выделим следующие из них.

Особенности доверительных благ и их виды рассмотрены в работах С.Бакаева, О.Базаркиной, Г.Бестера, О.Бонруа, Дж.Браун, А.Глейзера, Дж.Грубера, У.Даллека, М.Дама, М.Дарби, К.Джаннакаса, С.Дондоковой, Е.Захаровой, А.Ибрагимовой, Е.Карни, Дж.А.Касвелла, М.Каушолли, Р.Кершбамера, В.Р.Кнехля, И.Косовой, С.Лёмарье, Х.Лин, Д.Майнора, Т.МакГваира, М.Малкиной, Е.М.Мойдушки, М.Оуингса, А.Парахоняк, Н.Розановой, Д.Саппингтона, М.Саттера, В.Тамбовцева, Т.Тлюстена, Ж.Ф.Тропеано, А.Фурина, Р.Хассин, И.Шеймана, С.Шишкина, Р.П.Эллиса, В.Эмонса, М.Юдкевич, М.Янссена и иных.

Особенности рыночного сектора и отраслевых рынков доверительных благ изучены в трудах Дж.Акерлофа, И.Баранова, Д.Белецкого, А.Волински, Л.Драганчук, Л.Карпик, О.Коробковой, А.Корьевой, Д.Лауссель, К.Лившица, И.Ляшенко, В.Малеиной, М.Малкиной, Э.Маскина, П.Милгрота, М.Муссы, Р.Нижегородцева, А.Парахоняк, П.Плесовского, Дж.Райли, Дж.Резенди, Дж.Робертса, С.Рой, С.Россен, М.Спенса, Дж.Стиглера, О.Сухарева, М.Таппаты, М.Тетерятниковой, О.Уильямсона, И.Шеймана, В.Эмонса, К.Эрроу, М.Юдкевич, М.Янссена и др.

Изучению специфики квазирынков доверительных благ посвящены труды Г.Андрушака, И.Баранова, У.Бартлетта, В.Вольчика, С.Ворониной, Дж.Ле Грана, А.Жука, Т.Каминской, И.Карева, М.Корытцева, Я.Кузьминова, В.Матершевой, В.Назаровой, А.Папазяна, Я.Романчука, Т.Ромашенко, Дж.Стиглица, В.Тамбовцева, И.Тогунова, Ю.Трещевского, И.Шеймана, С.Шишкина, К.Эрроу, Л.Якобсона и иных.

Особенности нерыночного (общественного) сектора доверительных благ рассмотрены в трудах Э.Аткинсона, Г.Ахинова, Г.Балла, И.Бернацкого, Н.Дементьева, С.Довгучица, А.Жидкова, Е.Жильцова, П.Канапухина, В.Карпова, М.Мясниковича, О.Новокшанова, В.Ольшевского, Д.Павлова, А.Пожарова, В.Пузикова, Т.Ромашенко, Д.Саблина, П.Самуэльсона, О.Семеновй, О.Сухарева, М.Чупина, Л.Якобсона и иных.

Условия для формирования оппортунизма субъектов рынка доверительных благ выделены и изучены в работах В.Вольчика, В.Бердугина, О.Гогаевой, Н.Гусевой, И.Ершовой, Т.Зворыкиной, Е.Зизекаловой, Р.Камалтдиновой, С.Кемаевой, С.Козменковой, Т.Кузнецовой, А.Лина, А.Мохова, М.Никитиной, Н.Олейник, А.Орлова, Н.Петровой, В.Полтеровича, О.Потрикеевой, П.Репп, Л.Сильчевой, Б.Соколова, А.Сучкова, О.Сушковой, Е.Тищенко, Г.Улумбековой, Е.Фроловой, Р.Шаброва, А.Шадрина, Н.Шигабутдиновой и иных.

Явление оппортунизма и его виды рассмотрены в работах таких исследователей, как А.Аузан, А.Бас, В.Исаков, П.Канапухин, Р.Капелюшников, Е.Козлова, А.Королев, Л.Маврина, Е.Мартюкова, П.Милгром, А.Нестеренко, Д.Норт, Р.Нуреев, А.Олейник, М.Одинцова, Е.Попов, Р.Рихтер, Г.Саймон, В.Симонова, В.Тамбовцев, О.Уильямсон, Э.Фуруботн, А.Шаститко, Р.Шелл, Т.Эггертссон и иных.

Изучению институтов и направлений ограничения оппортунизма посвящены работы Л.Антосик, А.Баранова, А.Баса, О.Бодрова, В.Исакова, Е.Козловой, И.Ляшенко, О.Макшеевой, А.Олейника, Т.Ставцевой, Ф.Ставцева, А.Стрижак, И.Тюкавкина, Е.Чеботаренко и иных.

Институт доверия изучен в трудах Н.Байкова, М.Богатыревой, Н.Калюжной, Дж.Коулмана, А.Купрейченко, А.Ляско, Д.МакАллистера, А.Мироновой, Д.Норта, В.Радаева, Е.Реутова, М.Реутовой, Н.Романович, В.Руденкина, О.Тахановой, О.Уильямсона, Д.Уоллиса, Ф.Фукуямы, Р.Хардина, Г.Хофстеда, А.Шаститко, А.Шмакова, И.Яреско и иных.

Несмотря на многообразие исследовательских работ, теория рынков доверительных благ на сегодняшний день нуждается в уточнении сущности доверительных благ и выделении критериев их идентификации, выявлении и теоретическом обосновании специфических особенностей рынков доверительных благ, создающих условия для оппортунистического поведения, разработке направлений и мер ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ.

Цель диссертационного исследования состоит в теоретическом обосновании особенностей рынка доверительных благ, формирующих условия для оппортунистического поведения субъектов данного рынка, а также в определении направлений развития институтов ограничения оппортунистических действий на рынке доверительных благ.

Для достижения цели диссертационного исследования в работе поставлены и решены следующие **задачи**:

- предложить критерии идентификации доверительных благ, обуславливающие угрозы, присущие сделкам с доверительными благами;
- выявить особенности структуры рынка доверительных благ, определяющие модели потребительского выбора;
- определить социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ;
- выделить виды и формы оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ;
- обосновать направления развития институтов ограничения оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ.

Область диссертационного исследования соответствует п.1.2. Микроэкономическая теория: теория потребительского спроса; теория фирмы; теория организации рынков; теория конкуренции и антимонопольного регулирования; теории экономики благосостояния; взаимозависимость общественного и личного благосостояния – паспорта специальности 08.00.01 – экономическая теория.

Объектом исследования является рынок доверительных благ, как система экономических связей и процессов, возникающих по поводу распределения, обмена и потребления доверительных благ.

Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами рынка доверительных благ в процессе распределения, обмена и потребления.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды зарубежных и отечественных представителей неоклассической и институциональной школ по проблемам потребительского спроса, теории организации рынков, теории благосостояния, теории транзакционных издержек, теоретическим аспектам экономики информации, теории контрактов; результаты прикладных исследований по проблемам функционирования отраслевых рынков. В работе использованы принципы и категориальный аппарат неоклассической и институциональной теорий, общенаучной методологии, включающей методы научной абстракции, сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции, системный метод, а также математические, статистические и экспертные методы.

Информационную базу исследования составили российские законодательные и нормативно-правовые акты, официальные статистические данные, материалы министерств и иных органов государственного управления, данные аналитических интернет-ресурсов, материалы федеральных периодических изданий, а также статьи, монографии отечественных и зарубежных авторов, материалы научно-практических конференций, посвященные изучению специфики рынков доверительных

благ и проблеме оппортунистического поведения.

Рабочая гипотеза диссертационного исследования состоит в научном предположении, что особенности рынка доверительных благ создают условия для формирования и реализации оппортунизма хозяйствующих субъектов, выявление которых позволило бы определить направления развития институтов ограничения оппортунистического поведения на данных рынках.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании новых теоретических положений, раскрывающих специфику функционирования рынка доверительных благ, свидетельствующих о наличии условий для формирования оппортунистического поведения, а также в разработке направлений и мер ограничения оппортунистического поведения субъектов данного рынка.

Наиболее значимыми следует считать следующие **научные результаты**:

1. Предложены дополнительные критерии идентификации доверительных благ: наличие доминирующего количества скрытых от потребителя качественных характеристик, отличающихся низкой способностью трансформации в явные характеристики; наличие свойства многомерности качественных характеристик и наличие персонифицированного характера восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ. Это позволило разработать расширенную классификацию доверительных благ, дать характеристику выделенных автором видов благ по всей совокупности специфических черт данных благ; выделить контрактные угрозы, присущие сделкам с доверительными благами; определить особые источники, усиливающие неопределенность качества и риски сделок по данным благам.

2. Выявлены особенности структуры рынка доверительных благ в рыночном, квазирыночном и нерыночном секторах по следующим позициям: модели конкуренции, специфика и факторы предложения, механизмы

ценообразования и финансирования, вмешательство государства в рыночный механизм. Расширены теоретические представления о специфике спроса на рынках доверительных благ за счет выделенной автором структуры неопределенности качества на данных рынках, предложенных инструментов для снижения неопределенности качества, выделенных специфических факторов спроса. Это позволило разработать модели трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки по купле-продаже доверительного блага на основе факторов, определяющих поведение потребителя применительно к трем выделенным секторам изучаемого рынка.

3. Определены социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ, которые в работе были сгруппированы с позиции информационных, институциональных, конкурентных (рыночных), производственных и ценовых несовершенств данного рынка. Теоретически обоснована авторская позиция о низкой эффективности процесса рыночного сигнализирования в качестве механизма установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, что проявляется в формальной дифференциации рыночных альтернатив и наличии стимулов и возможностей у владельцев высококачественных доверительных благ к формированию и реализации оппортунистических действий. Это позволило сформулировать трехуровневую проблему развития рынка доверительных благ: проблему неэффективного рыночного функционирования, проблему государственного регулирования и проблему современного состояния российского общества.

4. Предложена авторская классификация видов оппортунизма на рынках доверительных благ, включающая информационный, качественный, трансакционный, конкурентный и ценовой оппортунизм, отличающаяся обоснованием ведущей роли информационного оппортунизма и опорой на эмпирический анализ выделенных видов доверительных благ на рынках России. Это позволило сделать вывод о наличии субъектной взаимозависимости на рынках доверительных благ и о двойственном

положении агентов данного рынка: с одной стороны, это положение потенциальной жертвы оппортунизма относительно иных субъектов, и, с другой стороны, это положение источника оппортунизма. Оппортунистическое поведение государства представлено в виде прямого оппортунизма (в результате которого происходит перераспределение части богатства в пользу представителей власти) и косвенного (способствующего формированию оппортунизма иных субъектов рынка доверительных благ).

5. Теоретически обоснованы направления развития институтов ограничения оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ: развитие институтов предупреждения оппортунизма и институтов снижения последствий оппортунизма; совершенствование направлений государственной политики в сфере контроля качества доверительных благ и направлений финансовой политики государства; содействие повышению уровня «персонифицированного» и «деперсонифицированного» доверия современного общества.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в развитии положений теории рынка доверительных благ, в частности в уточнение сущности доверительных благ за счет выделения критериев идентификации данных благ, в развитие положений, раскрывающих специфику рыночного, квазирыночного и нерыночного (общественного) секторов рынка доверительных благ, в систематизации социально-экономических условий для формирования оппортунистической модели поведения субъектов данного рынка.

Практическая значимость исследования заключается в возможности на основе выявленных специфических особенностей рынка доверительных благ разработать и внедрить на практике инструменты ограничения оппортунистического поведения на данных рынках, а также в использовании полученных результатов в преподавании дисциплин «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Институциональная экономика», «Экономика общественного сектора», «Экономика отраслевых рынков».

Апробация результатов диссертационного исследования. Основные результаты исследования были представлены на международных научно-практических конференциях: «Экономика и менеджмент: от вопросов к решениям» (Томск, 2016 г.); «Актуальные вопросы экономических наук» (Новосибирск, 2016 г.); «Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления в XXI веке» (Липецк, 2016 г.); «Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации» (Пенза, 2017 г.); «Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития» (Чебоксары, 2017 г.); «Научный форум: Экономика и менеджмент» (Москва, 2017 г.); «Тенденции развития экономики и менеджмента» (Казань, 2018 г.); «Перспективы развития социально-гуманитарных и экономических наук в XXI веке» (Белгород, 2018 г.).

Публикации. Основные результаты исследования опубликованы в 13 работах, в том числе 5 – в изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук. Общий объем печатных работ 5,4 п.л. (авторский вклад – 5,0 п.л.).

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, включая 9 параграфов, заключения, списка литературы из 555 источников; содержит 256 страниц основного текста, 9 рисунков, 20 таблиц, 27 приложений.

Положения, выносимые на защиту:

1. Критерии идентификации доверительных благ, обуславливающие угрозы, присущие сделкам с доверительными благами,
2. Особенности структуры рынка доверительных благ, определяющие модели потребительского выбора,
3. Социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ,

4. Виды и формы оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ,

5. Направления развития институтов ограничения оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

1.1 Эволюция теоретических представлений о благе как экономической категории

Традиционно в экономической теории под благами понимают средства, удовлетворяющие потребности людей¹. Эволюция представлений о категории «благо» охватывает почти трехсотлетний период (Приложение А). Физиократ Г.Ф. Ле Трон многообразие человеческих потребностей противопоставляет средства для их удовлетворения и называет их «благами» – biens². Классик Ж.Б.Сэй, считавший, что многообразие благ образует национальное богатство, обращает внимание на то, что не любое благо представляет собой богатство, а лишь то, неотъемлемой характеристикой которого является ценность³. Представитель австрийской экономической школы К.Менгер среди условий делающих предмет благом выделяет: наличие объективной человеческой потребности в нем; свойство предмета, характеризующее его способность в глазах индивида «быть поставленным в причинную связь с удовлетворением потребности»; осознание индивидом этой причинной связи; возможность распоряжаться предметом⁴.

Согласно критерию редкости экономисты неоклассической школы выделяют экономические блага (редкие блага, потребление которых требует отказа от иных благ) и неэкономические блага (создаются природой без усилий человека и не предполагают отказ от иных благ в свою пользу)⁵. Многообразие благ согласно критерию вещественного воплощения классифицируют на материальные и нематериальные блага, по кратности

¹ Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб: Питер, 2002. – С.16; Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 2 изд. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – С.45; Политическая экономия / Под ред. Радаева В.В. – М.: Издательство МГУ, 1992. – С.14; Камаев В.Д. Учебник по основам экономической теории. – М.: «ВЛАДОС», 1994. – С.19.

² Менгер К. Основания политической экономии. Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/menger_o/ (дата обращения 5.02.2013).

³ Сей Ж.Б. Трактат по политической экономии. Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/sey_traktat/ (дата обращения 5.02.2013).

⁴ Менгер К. Указ соч.

⁵ Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. – М.: Изограф, 2000. – С.17-18.

потребления на долговременные и недолговременные, по готовности к потреблению на прямые и косвенные блага⁶, по возможности отчуждения на передаваемые и непередаваемые блага⁷.

Свойства благ определяют особенности процесса их воспроизводства и обуславливают специфику рынков, объектами которых они выступают. Присущие благам наборы свойств и качественных характеристик определяют их ценность для потребителя и общества. Постепенное усложнение потребностей общества, стремительное развитие науки и техники, информатизация различных сфер жизнедеятельности, высокие требования к интеллектуальному капиталу привели к появлению качественно иных благ, которые не представляется возможным охарактеризовать при помощи классических определений и классификаций. Это предопределило необходимость рассмотрения категории благо с трех позиций: с позиции товара, с позиции рыночных отношений, объектами которых они выступают, и с позиции институтов регулирования процессов распределения, обмена и потребления данных благ.

Любое экономическое благо, призванное удовлетворять потребности и предназначенное для обмена, представляет собой товар. В понимании представителей классической школы товар характеризуется потребительной стоимостью, определяющейся полезностью блага, и меновой стоимостью – мерой, выражающей стоимость одного товара через стоимость другого⁸.

Потребительная стоимость основана на свойстве полезности. На сегодняшний день теория потребительского поведения содержит различные взгляды на категорию полезности. Полезность, согласно И.Бентаму, представляет свойство предмета, благодаря которому он может приносить добро, счастье, выгоду и предупреждать зло, страдание, вред для той

⁶ Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб: Питер, 2002. – С.16.

⁷ Маршалл А. Принцип экономической науки. Книга 2. Глава 2. Прогресс, 1993. Электронная библиотека royallib.com. – URL: https://royallib.com/book/marshall_alfred/printsipi_ekonomicheskoy_nauki.html (дата обращения 30.06.2019).

⁸ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Издательство «Эксмо», 2016. – С.69.

стороны, об интересе которой идет речь⁹. У.С.Джеванс понимает под полезностью все то, что прямо или косвенно приносит удовольствие или устраняет страдание¹⁰. Ф.Феттер характеризует полезность, как способность товара содействовать благосостоянию или приносить удовлетворение¹¹. Согласно Ж.Б.Сею это способность вещей служить тем или иным способом человеку¹². По определению А.Маршалла полезность есть удовлетворение, удовольствие, счастье или все то, что считается признаком благосостояния¹³. Используемые при характеристике дефиниции «полезность» разными авторами добродетели такие как «счастье», «добро», «выгода», «удовлетворение», «удовольствие» свидетельствуют об отождествлении ими данной категории с нечто желаемым и высоко оцениваемым субъектом потребления.

Блага с отрицательной полезностью представляют собой «антиблага». Однако ни одно благо априори не является таковым, а приобретает статус «антиблага» при условии, если потребитель предпочитает меньшее количество большему; при достижении точки насыщения, после которой полезность стремительно убывает; в индивидуальных потребительских случаях (субъективная оценка)¹⁴.

Редкость благ и ограниченность ресурсов экономических агентов, принимающих решения, обуславливают проблему потребительского выбора и необходимость сравнения полезностей благ. По мнению представителей кардиналистской теории (У.Джеванс, К.Менгер, Л.Вальрас) полезность блага измеряется количественно. Их ценность определяется предельной полезностью, приносимой последней единицей блага, которая по мере

⁹ Бенгам И. Введение в основания нравственности и законодательства. – М.: РОССПЭН, 1998. – С.5.

¹⁰ Джеванс У.С. Об общей математической теории политической экономии. Серия «Вехи экономической мысли. Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.70.

¹¹ Винер Дж. Концепция полезности в теории ценности и ее критерии. Серия «Вехи экономической мысли. Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.98.

¹² Сей Ж.Б. Указ соч.

¹³ Маршалл А. Указ соч.

¹⁴ Гужвин П.А. Усиление видового разнообразия благ в информационной экономике // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2009. – №2(26). – С.12-16.

потребления (насыщения) снижается. Представители ординалистской теории полезности (Ф.Эджуорт, В.Парето, И.Фишер, Р.Аллен, Дж.Хикс), полагая, что полезности благ не измеряются количественно, а сравниваются, рассматривают полезность не отдельных благ, а их наборов. Потребитель ранжирует полезности благ по предпочтительности, руководствуясь гипотезами полной упорядоченности, транзитивности, ненасыщения, рефлексивности, гипотезой выпуклости и безразличия¹⁵. На сегодняшний день в экономической науке предпочтение отдается ординалистской теории, позволяющей объяснить различия в предпочтениях потребителей, выделить группы благ с разной потребительной стоимостью, оценить возможности и нормы замещения.

В 60-е годы XX столетия К.Ланкастером была разработана теория полезности (метод анализа характеристик), в которой было предложено оценивать полезность благ через восприятие потребителем присущих ему характеристик (атрибутов)¹⁶. В основе данной теории лежат следующие положения:

- полезность потребителю приносит не товар, а присущие ему характеристики, выступающие источниками полезности;
- товарам присуще несколько (более одной) характеристик, которые могут быть одновременно свойственны нескольким товарам;
- наборам товаров свойственны целостные характеристики, которые не свойственны каждому в нее входящему товару в отдельности;
- потребительский спрос на блага представляет собой спрос на присущие им атрибуты и их полезность.

¹⁵ Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: Учебник. – 4 изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат. 2006. – С.62.; Сухарев О.С. Экономическая теория информации: коррекция классических аксиом потребительского поведения // Журнал экономической теории. – 2018. – Т.15. №1. – С.1-13.

¹⁶ Lancaster K.J. A new approach to consumer theory // The Journal of Political Economy. Vol 74, №2 (1966), pp.132-157. – URL: <http://www.dklevine.com/archive/refs41385.pdf> (дата обращения 15.12.2017); Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления. Серия «Вехи экономической мысли. Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.326-336.

Таким образом, если функция полезности потребителя общего вида выглядит следующим образом: $U = f(z_1, z_2 \dots z_n)$, где z_i – количество потребляемого i -го блага, то с поправкой на теорию полезности К.Ланкастера функция полезности примет следующий вид: $U(Z) = f(z_1, z_2 \dots z_n) \rightarrow \max$;

при ограничениях:

$Z = VX$ – производственная функция потребителя;

$M = PX$ – бюджетное ограничение, где Z – вектор целевых характеристик благ ($z_1, z_2 \dots z_n$); X – вектор потребляемых благ ($x_1, x_2 \dots x_n$); P – вектор цен; V – матрица размера $n \times j$, преобразующая j блага из множества альтернатив в n характеристик.

Опираясь на теорию полезности К.Ланкастера под индивидуальной полезностью потребителей необходимо понимать субъективную оценку ими полезности благ через присущие им характеристики и свойства, на основе которых потребитель дифференцирует многообразие альтернатив.

Способность благ приносить удовлетворение не только отдельным индивидам, но и содействовать благосостоянию общества существенным образом расширяет типологические границы благ. В экономической теории принято выделять индивидуалистские и патерналистские взгляды на общественную полезность (благосостояние), которые представлены в Приложении Б. Индивидуалистские подходы рассматривают общественное благосостояние через благосостояние членов общества или отдельных социальных групп. Патерналистские подходы предполагают необходимость вмешательства государства в процесс распределения богатства.

Невозможность существования на практике функции общественного благосостояния, позволяющей упорядочить предпочтения индивидов в порядковые предпочтения общества (при соблюдении четырех требований¹⁷), была эмпирическим путем доказана К.Эрроу, что послужило

¹⁷ 1. область определения не ограничена; 2. отсутствует диктатура; 3. соблюден принцип Парето (если для каждого члена x предпочтительнее y , то x предпочтительнее y и для общества); 4. выбор не зависит от не относящихся к делу альтернатив.

основой для сформулированной им теоремы о невозможности¹⁸. При этом внимание К.Эрроу было преимущественно сфокусировано на механизме преобразования индивидуальных полезностей в общественные предпочтения.

На наш взгляд, функция общественного благосостояния не является простой аддитивной функцией от индивидуальных полезностей членов общества, а может быть охарактеризована в общем виде, как совокупность индивидуальных полезностей членов общества, каждой из которых присущ коэффициент отличный от единицы. Доля в общественном благосостоянии благосостояния индивида A составляет, по нашему мнению, величину $m \cdot U_A$, ($m \in R$), где $U_A = f(\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3 \dots \alpha_i)$, α_i – блага, входящие в потребительский набор индивида A . При этом коэффициент m зависит от специфических характеристик благ, их способности трансформироваться в полезность и одновременно от способности индивида извлекать из них полезность. К примеру, услуги высшего образования способны трансформироваться в знания, умения, навыки. Их успешная трансформация в человеческий капитал способна принести отдачу для общества. Лекарство оказывает благотворное влияние на здоровье не только индивидов их потребляющих, но и способствует укреплению здоровья нации. Поэтому мы сделали вывод, что m – это детерминированная величина прироста общественного благосостояния, обусловленная способностью разных благ приносить полезность большую по величине, чем только индивидуальную и отличную от единицы.

Согласно способности благ создавать внешние эффекты, принося полезность больше чем одному потребителю, в экономической теории выделяют мериторные и аддиктивные блага. Мериторные блага (merit goods) – это социально значимые блага, спрос на которые со стороны индивидов ввиду недооценки ими их общественной полезности отстает от установок

¹⁸ Эрроу К. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. – М.: ГУ ВШЭ, 2004. – 204 с.

общества¹⁹. Аддиктивные блага (merit bads) представляют собой «недостойные» блага, способные вызывать зависимость индивидов и создавать отрицательные экстерналии. К их числу относят алкогольную и спиртосодержащую продукцию, наркотики, табачные изделия, стимуляторы на основе кофеина, таурина, летучие растворители, азартные игры²⁰.

Способность благ удовлетворять потребности является необходимым условием и для формирования меновой стоимости. Согласно Л.Вальрасу, меновая стоимость – это «свойство определенных вещей, состоящее в том, что они не могут быть получены или уступлены бесплатно, а могут быть куплены и проданы, получены и отданы в известной количественной пропорции в обмен на другие вещи²¹». Благо становится товаром и приобретает меновую стоимость, когда становится объектом субъектных интересов, оказываясь в центре экономических отношений.

Меновая стоимость формируется под влиянием конкуренции²². Полезность и редкость благ обуславливают не только двусторонние интересы (спрос и предложение), но и конкуренцию среди потребителей за полезность блага, и среди производителей за потребителей и рынок сбыта. Согласно А.Маршаллу цена спроса для потребителя определяется полезностью блага, а цена предложения для продавца определяется его издержками. Равновесная цена, «согласующая» интересы потребителя и продавца, определяет меновую стоимость блага²³. Опираясь на вышеизложенное мы сделали вывод, что потребительная стоимость является имманентной характеристикой блага, в то время как меновая стоимость это факторная характеристика, формирующаяся в процессе рыночного взаимодействия. Поэтому любой товар необходимо рассматривать не как

¹⁹ Рубинштейн А.Я. Меритория и экономическая социодинамика: дискуссия с Р.Масгрейвом // Вопросы экономики. – 2009. – № 11. – С.98-109.

²⁰ Скоков Р.Ю. Теория благ и рынки аддиктивных товаров // Журнал экономической теории. – 2017. – №1. – С.58-70.

²¹ Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. – М.: Изограф, 2000. – С.35.

²² Вальрас Л. Указ соч., с.36.

²³ Маршалл А. Указ соч.

предмет, а как совокупность рыночных отношений, складывающихся между субъектами по поводу их распределения, обмена и потребления.

Характер рыночных отношений определяется стратегиями поведения хозяйствующих субъектов, которые в свою очередь формируются под воздействием совокупности факторов и реализуются при наличии определенных условий. Важно понимать, что определенные условия способствуют реализации полезных стратегий, а отдельные из них создают «почву» для недобросовестного поведения заинтересованных в том агентов.

Согласно теории А.Смита «невидимая рука рынка» наилучшим образом регулирует поведение рыночных субъектов, способствуя развитию здоровых конкурентных отношений. Экономические агенты предложения за счет повышения качества предлагаемых благ приобретают конкурентные преимущества, максимизируют индивидуальную полезность, способствуя увеличению общественного благосостояния. Равновесие достигается автоматически, независимо от изначального распределения ресурсов, и является Парето-эффективным. Однако на сегодняшний день на многих современных рынках принцип «невидимой руки рынка» не выполняется ввиду характерных для них (рынков) несовершенств (провалов), ведущих к неэффективности их функционирования. Современная экономическая теория к числу провалов рынка относит следующие:

- ограниченность конкуренции в результате монопольной власти или доминирующего положения субъектов, что влечет отсутствие альтернатив для рыночного выбора, возможности для дискриминации и оппортунизма;
- наличие благ с внешними эффектами, полезность которых достается всем членам общества, а издержки их производства распределяются неравномерно, в результате чего возникает проблема «безбилетника»;
- необходимость производства общественных благ, которые рынок не в состоянии создавать самостоятельно;
- асимметрия информации, дающая одним индивидам возможность извлекать ренту, а для других влекущая проблему неопределенности;

– неполнота рынков, заключающаяся в отсутствии предложения отдельных благ или отсутствии отдельных рынков.

Все вышеизложенное свидетельствует о серьезных рыночных несовершенствах и об отсутствии возможности рынка эффективно и справедливо распределять ресурсы между членами общества. Одним из последствий рыночных провалов, на наш взгляд, является неэффективность традиционной схемы взаимодействия вида «потребитель – поставщик», что обуславливает необходимость вовлечения в рыночный процесс третьих лиц. По этой причине одним из структурных элементов современного рыночного взаимодействия постепенно становится институт посредничества, направленный на продвижение товара от производителя к потребителю²⁴, снижение рыночной неопределенности, риска неоптимального выбора²⁵, снижение трансакционных издержек субъектов спроса²⁶.

Отечественные исследователи Л.Завьялова, Т.Китаева многообразие видов и форм посреднической деятельности, реализующихся на современных рынках, классифицируют следующим образом:

- деятельность, направленная на достижение соглашений между контрагентами путем переговоров (содействие реализации сделки);
- торговая деятельность, объектом которой выступают товары несобственного производства (оптовая, розничная торговля);
- оказание услуг заказчикам за их счет с целью получения прибыли²⁷.

Несовершенства, характерные для многих современных рынков, и высокие индивидуальные и общественные потери по их причине, обуславливают необходимость вмешательства государства в процесс их функционирования. Экономическими функциями государства являются:

²⁴ Завьялова Л.В., Китаева Т.Н. К вопросу о роли и значении посреднической деятельности в рыночной экономике // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – №2. – С.188-196.

²⁵ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2003. – 140 с.

²⁶ Казбакова Э.Л. Влияние института посредничества на рыночное взаимодействие экономических агентов: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2002. – 167 с.; Корнева С.С. Посредничество как трансакционный институт: сущность, виды, тенденции развития: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Самара, 2008. – 22 с.

²⁷ Завьялова Л.В., Китаева Т.Н. Указ соч., с.189-190.

- стабилизационная, призванная регулировать макроэкономическое состояние хозяйственной системы за счет стимулирующих или сдерживающих инструментов кредитно-денежной и фискальной политики;
- аллокационная, направленная на сглаживание провалов рынка, спецификацию прав собственности, установление институциональных рамок рыночного взаимодействия;
- перераспределительная, призванная обеспечивать справедливое распределение выгод и потерь между всеми членами общества.

Вовлечение третьих лиц в механизм рыночных отношений актуализирует вопрос соотношения величины данного вмешательства и величины потенциальных угроз для рыночного механизма от данного вмешательства. К примеру, производство и распределение опекаемых благ²⁸ в рамках рыночного сектора государство стимулирует путем активной финансовой поддержки (субсидирование), реализации инвестиционных проектов. Данные инструменты «безболезненны» для рыночных механизмов. На рынках же «квазиобщественных» (смешанных) благ государство серьезным образом вмешивается в рыночный механизм, беря на себя или наделяя иных субъектов рынка функциями стимулирования конкурентных отношений, финансирования их производства и покрытия потребительских издержек. Наличие способности квазиобщественных благ создавать значительные внешние эффекты побуждает государство наделять их свойствами общественных благ, при том, что данные блага поддаются рыночному ценообразованию, могут производиться фирмами, распределяться рыночно и финансироваться за счет дохода от продаж. Таким образом, мы делаем вывод о том, что вмешательство государства в процесс рыночного функционирования и двустороннее взаимодействие субъектов спроса и предложения влечет за собой трансформацию стратегий поведения хозяйствующих субъектов, что отражается на меновой стоимости благ.

²⁸ Рубинштейн А.Я. К теории рынков «опекаемых благ» (научный доклад). – М.: Институт экономики РАН, 2008. – С.5.

Нерыночные блага не предполагают рыночного взаимодействия. К их числу относятся чистые общественные блага, а также блага, для которых отсутствуют рынки сбыта и которые характеризуются нерыночной стоимостью, принудительным и социально установленным обменом. Это товары для благотворительности, товары, реализуемые некоммерческими организациями и не предназначенные для получения прибыли. Важно понимать, что нерыночный характер распределения данных благ не свидетельствует об отсутствии у них меновой стоимости.

Формирование и реализация хозяйственных отношений (рыночные, квазирыночные, нерыночные) осуществляется в условиях ограничительных рамок (институтов), организующих взаимодействие между экономическими агентами²⁹. Данные рамки «уменьшают неопределенность, путем установления устойчивой структуры взаимодействия между людьми³⁰», а также определяют инструменты согласования транзакционных интересов. Согласно Дж.Ходжсону, институты – это «устойчивые системы существующих и укоренившихся общественных правил и обычаев, структурирующих социальные взаимодействия³¹».

Современные блага, характеризующиеся многообразием свойств и качественных характеристик, на наш взгляд, требуют наличия множества формальных институтов, организующих и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления. Так, обеспечение системного взаимодействия, эффективного распределения рыночных ролей, обеспечение механизмов принятия решения и контроля, закрепления мер ответственности осуществляется через юридические институты. Нормативная спецификация и закрепление прав собственности предполагают развитие экономических институтов. Необходимость минимизации угроз взаимодействия, закрепления условий сделки, регламентации порядка

²⁹ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Нестеренко. – М: Фонд экономической книги «НАЧАЛА». – 1997. – С.17.

³⁰ Норт Д. Указ соч., с.17.

³¹ Ходжсон Дж. Скрытые механизмы убеждения: институты и индивиды в экономической теории // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Т.1. №4. – С.11-30.

разрешения споров подразумевает развитие института контрактации. Мы полагаем, что усложнение современных благ проявляется, прежде всего, в усложнении их качественных характеристик и свойств, и соответственно повышении требований к ним. Это предполагает формирование и развитие групп институтов качества, таких как стандарты и критерии качества, институты контроля качества, институты посреднической деятельности и экспертизы, и иных.

Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости рассмотрения современных благ не только с позиции предметов, способных удовлетворять потребности и обмениваться в определенной пропорции, но и с позиции совокупности институтов, упорядочивающих (формализующих) качественные характеристики данных благ, организующих и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления, формируя институциональную среду. Наличие/отсутствие институтов формализации благ, критериев и стандартов качества, институтов экспертизы, институтов разрешения споров, институтов ответственности, и степень развитости данных институтов, на наш взгляд, характеризуют институциональную «оформленность» благ. Разная степень институциональной «оформленности» современных благ, на наш взгляд, обуславливает существенные различия в процессе взаимодействия на разных рынках, в степени полноты заключаемых контрактов и в величине потенциальных угроз в сделках с разными благами.

В случае отсутствия формальных институтов взаимодействия и наряду с ними в любом хозяйственном укладе формируются и неформальные институты. Это обусловлено необходимостью заполнения отсутствующих формальных правил неформальными, потребностью подкрепления формальных договоренностей неформальными правилами. К неформальным институтам можно отнести институт репутации, институт доверия, механизм «обмена дарами», социальные связи и договоренности, формы «благодарности», протекции и иные. Сделки, где неформальные правила преобладают над формальными институтами, являются имплицитными.

Таким образом, целесообразно сделать вывод, что усложнение качественных характеристик современных благ, свидетельствует о расширении их типологических границ и обуславливает необходимость изучения их специфики с позиции товара, с позиции рыночных отношений, и с позиции институтов, организующих и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления.

Благо, как товар, характеризуется потребительной стоимостью, определяющейся его полезностью, и меновой стоимостью – мерой, выражающей стоимость одного товара через стоимость другого. Индивидуальная полезность блага есть субъективная оценка потребителем присущих ему характеристик и свойств. Общественная полезность представляет собой совокупность индивидуальных полезностей членов общества, каждой из которых присущ коэффициент отличный от единицы.

Благо с позиции рыночных отношений характеризуется особенностями экономического взаимодействия в процессе их распределения, обмена и потребления, и определяется стратегиями поведения субъектов, формирующимися под влиянием совокупности факторов и реализующихся в определенных социально-экономических условиях.

Многообразие качественных характеристик современных благ предполагает необходимость их систематизации и формализации за счет совокупности институтов, организующих и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления, формируя институциональную среду. Степень развитости данных институтов обуславливает и характеризует их институциональную «оформленность».

Выделенная и теоретически обоснованная в работе необходимость изучения современных благ с позиции товара, рыночных отношений и с позиции их институциональной «оформленности» предопределила логику исследования доверительных благ с позиции их потребительских свойств, с позиции особенностей рыночных отношений, и с позиции институтов,

формирующих институциональную среду и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления.

1.2 Доверительное благо: понятие, виды и формы на современном рынке

История исследования доверительных благ берет начало в 1973 году в работе М.Дарби и Е.Карни «Свободная конкуренция и оптимальный объем обмана». Согласно М.Дарби и Е.Карни доверительные блага (credence goods), представляют блага, качественные характеристики которых не могут быть идентифицированы потребителем самостоятельно ни до момента потребления, ни в процессе их непосредственного потребления³².

Несколькими годами ранее Ф.Нельсон в работе «Информация и потребительское поведение» («Information and consumer behavior», 1970) руководствуясь различной величиной потребительских усилий (издержек), необходимых для идентификации качественных характеристик благ на этапах сделок, выделил группы инспекционных и экспериментальных благ³³.

Инспекционные (search goods) или исследуемые блага – это блага, качественные характеристики которых можно идентифицировать и визуально оценить до заключения контракта, не прибегая к процессу потребления (издержки измерения минимальны).

Экспериментальные (experience goods) или опытные блага – это блага, качественные характеристики которых можно идентифицировать до заключения контракта, но проверить их можно только в процессе потребления или эксплуатации, после заключения контракта (процесс выбора сопряжен с издержками).

На сегодняшний день граница между данными группами благ условна. Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик у всех современных благ свидетельствует о том, что все они в той или иной степени

³² Darby M., Karni E. Free competition and the optimal amount of fraud // *Economica* 12. – 1973. – pp. 67 - 88.

³³ Bagwell K. The economics of advertising, Introduction. March 09, 2001. – URL: <http://mmrg.pbworks.com/w/file/etch/48538261/Bagwell%2001w.pdf> (дата обращения 02.05.2019).

являются доверительными. При этом целесообразность разделения их на группы инспекционных, опытных и доверительных благ мы объясняем специфическими особенностями присущих им скрытых характеристик, что обуславливает различную величину трансакционных издержек потребителей.

Изучению доверительных благ с позиции экономической категории объективно посвящено небольшое количество работ, большинство из которых содержат их общую характеристику и посвящены преимущественно исследованию особенностей экономических отношений, объектами которых они выступают.

М.Дарби и Е.Карни называют «доверительными» те блага, качество которых потребитель не в состоянии определить (наблюдать) на постконтрактном этапе³⁴. Согласно В.Эмонсу доверительными являются товары и услуги «потребность в отношении которых и качество которых потребитель никогда не обнаруживает³⁵». Г.Бестер и М.Дам отделяют доверительные блага от опытных благ, в связи с наличием у них свойств, которые потребитель не может обнаружить даже после их потребления³⁶. По мнению У.Даллека, Р.Кершбамера, М.Саттера особенность доверительных благ заключается в том, что «потребители не знают, какая услуга им нужна, но они наблюдают полезность того, что они получают³⁷».

В отечественной экономической школе можно найти следующие характеристики доверительных благ. Согласно М.Малкиной «качество доверительных благ является скрытым и может быть никогда не узнано потребителем³⁸». В.Тамбовцев характеризует доверительные блага, как блага, достоверная информация о которых становится доступной потребителю

³⁴ Darby M., Karni E. Free competition and the optimal amount of fraud // *Economica* 12. 1973. – pp. 67 - 88.

³⁵ Emons W. Credence goods monopolists. *International Journal of Industrial Organization*. 2001. 19: 375-389.

³⁶ Bester H., Dahm M. Credence goods, Costly Diagnosis, And Subjective Evaluation. Ludwig-Maximilians-Universität München. 2014. – URL: <https://epub.ub.uni-muenchen.de/21900/1/483.pdf> (дата обращения 30.06.2019).

³⁷ Dulleck U., Kerschbamer R., Sutter M. The economics of credence goods: An experiment on the role of liability, verifiability, reputation, and competition. *American Economic Review*, 101: 526–555, 2011.

³⁸ Малкина М.Ю. Институциональные основы снижения качества товаров и услуг в условиях рыночной экономики (ответ И.В. Розмаинскому) // *Journal of institutional studies* (Журнал институциональных исследований). – 2014. – Том 6, №4. – С.77-97.

спустя значительное время после их получения³⁹. Исследователи Высшей школы экономики характеризуют доверительные блага, как блага, оценка качества которых сопряжена со значительными потребительскими издержками даже после начала их потребления, что обусловлено асимметрией информацией между сторонами сделки⁴⁰.

Большинство современных трудов, посвященных исследованию доверительных благ, сводятся к изучению проблемы несимметричного распределения информации между продавцами и потребителями доверительных благ, исследуя доверительные блага, как «экспертные» товары и услуги (expert services or goods). Данный подход можно встретить в трудах М.Дарби, Е.Карни⁴¹, В.Эмонса⁴², О.Бонруа, С.Лёмарье, Ж.Ф.Тропеано⁴³, Дж.Браун, Д.Майнора⁴⁴, В.Тамбовцева⁴⁵, М.Юдкевич⁴⁶. Другие работы посвящены анализу трансакционных издержек экономических агентов на оценку качеств доверительных благ и принятие решения. К их числу можно отнести работы Й.Барцеля⁴⁷, М.Юдкевич⁴⁸, А.Фурина⁴⁹, А.Ибрагимовой, О.Базаркиной, И.Косовой⁵⁰, И.Ляшенко⁵¹.

³⁹ Тамбовцев В.Л. Стандарты государственных услуг (Экономическая теория и российские реформы) // *Общественные науки и современность*. – 2006. – №4. – С.5-20.

⁴⁰ Экономика здравоохранения: учеб. пособие / под науч. ред. М.Г. Колосницыной, И.М.Шеймана, С.В.Шишкина; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШУ, 2008. – С.12.

⁴¹ Darby M., Karni E. Free competition and the optimal amount of fraud // *Economica* 12. 1973. – pp. 67 - 88.

⁴² Emons W. Credence Goods and Fraudulent Experts. *Journal of Economic Literature Classification Numbers: D45, D82, L15*. 1996.; Emons W. Credence goods monopolists. *International Journal of Industrial Organization*. 2001. 19: 375-389.

⁴³ Bonroy O., Lemarie` S., Tropeano J-P. Credence goods, experts and risk aversion. Grenoble Applied Economics Laboratory (GAEL). 2010. – URL: https://www.parisschoolofeconomics.eu/IMG/pdf/Bonroy_0910.pdf (дата обращения 30.06.2019).

⁴⁴ Brown J., Minor D. Misconduct in Credence Good Markets. December, 2012. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2186336 (дата обращения 15.09.2019).

⁴⁵ Тамбовцев В.Л. Реформа российского образования и экономическая теория // *Вопросы экономики*. – 2005. – №3. – С.4-19.; Тамбовцев В.Л. Стандарты государственных услуг (Экономическая теория и российские реформы) // *Общественные науки и современность*. – 2006. – №4. – С.5-20.

⁴⁶ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.; Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных благ // *Экономический журнал ВШЭ*. – 1998. – №3. – С.358-378.

⁴⁷ Barzel Y. Measurement cost and the organization of market. *Journal of Law and Economics*, Vol. 25, No. 1 (Apr., 1982), pp. 27-48.

⁴⁸ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.; Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных благ ... , с. 360,362.

⁴⁹ Фурин А.Г. Трансакционные издержки при оказании платных образовательных услуг: особенности, виды и формы проявления // *Интернет-журнал «Наукоедение»*. – 2016. – Том 8, №5. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN516.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

Основным определением доверительных благ на сегодняшний день в экономической теории является дефиниция, предложенная М.Дарби и Е.Карни, на основе которой происходит отнесение товаров и услуг к их числу. В качестве доверительных благ в современной научной литературе выделяют медицинские услуги (У.Даллек, Р.Кершбамер⁵², Т.МакГваир, Р.П.Эллис⁵³, Дж.Груббер, М.Оуингс⁵⁴, С.Шишкин⁵⁵, И.Шейман⁵⁶), услуги образования (В.Тамбовцев⁵⁷, В.Малеин⁵⁸, Е.Захарова, Т.Тлюстен⁵⁹, М.Юдкевич⁶⁰, С.Дондоков⁶¹), услуги такси (А.Глейзер, Р.Хассин⁶², А.Парахоньяк, М.Янссен⁶³), аудиторские услуги (М.Каушолли, В.Р.Кнехль, Х.Лин, Д.Саппингтон⁶⁴), финансовые услуги (Дж.Браун, Д.Майнор⁶⁵),

⁵⁰ Ибрагимова А.Н., Базаркина О.В. Разработка оптимальных дескриптивных моделей транзакционных издержек институциональных потребителей рынка антагонистических и противозачаточных лекарственных препаратов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Медицина. Фармация. – 2013. – №4 (147). Выпуск 21. – С.246-249.; Косова И.В., Ибрагимова А.Н., Базаркина О.В. Анализ транзакционных издержек в исследовании фармацевтических рынков // Вестник РУДН, серия Медицина. – 2013. – №2. – С.33-38.

⁵¹ Ляшенко И.Ю. Последствия асимметрии информации на рынке труда // Экономика образования. – 2012. – №2. – С.155-158.

⁵² Dulleck U., Kerschbamer R. On Doctors, Mechanics, and Computer Specialists ..., p.6.

⁵³ McGuire T.G. In Handbook of Health Economics. – 2000. Chapter 9, p.461–536; Ellis R.P., McGuire T.G. Hospital response to prospective payment: Moral hazard, selection, and practice-style effects. Journal of Health Economics, 15 (3): 537–555, 1995.

⁵⁴ Gruber J., Owings M. Physician financial Incentives and cesarean section delivery. RAND Journal of Economics. 1996. Vol.27, №1: 99–123.

⁵⁵ Экономика здравоохранения: учеб. пособие / под науч. ред. М.Г. Колосницыной, И.М.Шеймана, С.В.Шишкина; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШУ, 2008. – С.12.

⁵⁶ Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.

⁵⁷ Тамбовцев В.Л. Реформа российского образования и экономическая теория ..., с.9.

⁵⁸ Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг высшего профессионального образования как экономической системы: автореф. дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2010. – С.11; Малеин В.М. Экономическая природа образовательной услуги как доверительного блага // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – №2. – С.67-72.

⁵⁹ Тлюстен Т.Г. Особенности продвижения услуг высшего образования как доверительных благ на региональном рынке: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Майкоп, 2013. – 32с.; Захарова Е.Н., Тлюстен Т.Г. Рейтинг вузов как инструмент снижения асимметрии информации на рынке доверительных услуг // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2013. №3 (127). – С.248-255.

⁶⁰ Юдкевич М.М. Образование как доверительное благо. Презентация доклада на конференции «Внешняя оценка образования», 4 декабря 2009г., ГУ ВШЭ. – URL: <http://www.eurekanet.ru/ewww/info/14587.html>.

⁶¹ Дондоков С.Б. Недобросовестное поведение вузов в образовательных отношениях: причины и меры противодействия // Вопросы экономики и права. 2010. №11. – С.70-75.

⁶² Glazer A., Hassin R. The economics of cheating in the taxi market. Transportation Research Part A, 17: 25-31, 1983. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0191260783901309> (режим доступа 15.09.2019).

⁶³ Parakhonyak A., Janssen M. Service Refusal in Regulated Markets for Credence Goods // Higher School of Economics Research Paper No 8, 2011. – 17 Pages.

⁶⁴ Casholli M, Knechel W.R., Lin H., Sappington D.E.M. Competitive Procurement of Auditing Services with Limited Information. European Accounting Review, 2013. 22(3), 573–605.

⁶⁵ Brown J., Minor D. Misconduct in Credence Good Markets. December, 2012. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2186336 (дата обращения 15.09.2019).

автомеханические работы (У.Даллек, Р.Кершбамер⁶⁶, М.Юдкевич⁶⁷), продукты питания (Дж.А.Касвелл, Е.М.Мойдушка⁶⁸, К.Джаннакас⁶⁹), технологические и компьютерные товары (У.Даллек, Р.Кершбамер⁷⁰, М.Юдкевич⁷¹, Н.Розанова, С.Бакаев⁷²).

Проведенный в работе анализ теоретических работ, посвященных изучению доверительных благ, продемонстрировал, что объектом их исследования выступают преимущественно экспертные услуги на рынках доверительных благ, издержки измерения качества доверительных благ и особенности экономических отношений на рынках доверительных благ, а также проблемы недобросовестного поведения агентов рынка доверительных благ, инструменты сигнализирования и институты качества. Неполнота современных теоретических работ по проблемам рынков доверительных благ, на наш взгляд, заключается в отсутствии должного исследовательского внимания к специфике качественных характеристик доверительных благ, что не позволяет в полной мере объяснить проблему неопределенности качества на данных рынках, в частности ее причины, величину и продолжительность (длительность), а также не позволяет выявить причины институциональной неоформленности данных благ.

Данная авторская позиция предопределила необходимость первоочередного изучения особенностей скрытых качественных характеристик доверительных благ. Для этого с использованием выделенного

⁶⁶ Dulleck U., Kerschbamer R. On Doctors, Mechanics, and Computer Specialists ..., p.5.

⁶⁷ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.

⁶⁸ Caswell J.A., Mojduszka E.M. Using Informational Labelling to Influence the Market for Quality in Food Products. *American Journal of Agricultural Economics*, 1996, 78(5), 1248–53.

⁶⁹ Giannakas K. Information Asymmetries and Consumption Decisions in Organic Food Product Markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 2002, 50, 35–50.

⁷⁰ Dulleck U., Kerschbamer R. Experts vs. Discounters: Consumer Free-Riding and Experts Withholding Advice in Markets for Credence Goods. *International Journal of Industrial Organization*, 2009, 27(1), 15–23. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167718708000404>.

⁷¹ Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных благ ..., с.369.

⁷² Розанова Н.М., Бакаев С.С. Эффект репутации на рынках доверительных товаров: деятельность ИТ-компаний в России // *Terra Economicus*. 2010. Том 8 №2. – С.44-56.

Л.Карпик (L.Karpik) свойства «многомерности» характеристик благ⁷³ в работе были выделены и изучены особенности качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ (представлено в таблице 1).

Таблица 1 – Особенности качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ

Особенности качественных характеристик благ	«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
	Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
скрытые качественные характеристики благ	наличие	наличие	наличие
количество скрытых качественных характеристик благ	низкое (малое)	значительное	доминирующее
способность скрытых характеристик благ трансформироваться в явные характеристики	высокая способность	относительная способность	низкая способность
свойство многомерности качественных характеристик благ	отсутствие	наличие	наличие
характер восприятия потребителем качественных характеристик благ	объективный	объективный	субъективный (персонифицированный)
составлено автором			

Представленные в таблице 1 особенности качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ позволили разделить многообразие современных благ на «относительно» и «абсолютно» доверительные блага. Объектом данного исследования является рынок абсолютно доверительных благ, как система экономических связей и процессов, возникающих по поводу распределения, обмена и потребления абсолютно доверительных благ.

⁷³ Рощина Я.М. Как на рынках «особенных благ» формируются суждения о качестве // Экономическая социология. – Сентябрь 2015. – Т.16. №4. – С.108-116.

Выделенные особенности качественных характеристик доверительных благ позволили сформулировать следующие критерии идентификации доверительных благ:

- доминирующее количество скрытых качественных характеристик доверительных благ;
- низкая способность трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики;
- наличие свойства многомерности у качественных характеристик доверительных благ;
- персонифицированный (субъективный) характер восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ.

Предложенные в работе критерии идентификации доверительных благ были разработаны на основе изложенных ниже результатов анализа.

Качественные характеристики инспекционных и опытных благ потребитель в состоянии оценить самостоятельно на основе различных источников информации. При том, что качественные характеристики доверительных благ всецело принадлежат предоставляющим их субъектам предложения. Они скрыты от потребителя и не поддаются когнитивному восприятию (неосязаемы и неощутимы органами чувств) ни в момент выбора, ни в процессе потребления.

Изложенная позиция основана на авторских выводах и находит подтверждение в современных исследованиях. Предоставляющие медицинские услуги субъекты предложения выступают исполнителями данных услуг и одновременно агентами, обладающими информацией о причинах и формах заболевания, целесообразности мероприятий, способах их оказания. Данная позиция изложена в работах А.Корьевой⁷⁴, В.Назаровой⁷⁵, Е.Рожковой⁷⁶, П.Плесовского⁷⁷, Г.Искандарян⁷⁸.

⁷⁴ Корьева А.Н. Экономические отношения в сфере здравоохранения: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Кострома, 2005. – 24 с.

⁷⁵ Назарова В.В. Виды ценовой конкуренции на рынке медицинских услуг // Проблемы современной экономики. – 2011. – №4 (40). – С.385-388.

Неотделимость образовательных услуг от предоставляющих их субъектов (преподавателей) выделена в работах В.Малеина⁷⁹, Т.Зуенок⁸⁰, С.Дондокова⁸¹, Е.Неретиной, А.Макарец⁸², Л.Драганчук⁸³. Отечественный исследователь К.Лившиц в качестве объекта фармацевтического рынка рассматривает фармацевтическую услугу, как «интегрированный фармацевтический товар, объединяющий комплекс услуг по продаже товара, и предоставлению потребителю исчерпывающей для его уровня компетентности информации о потребительских свойствах товара⁸⁴».

Таким образом, скрытые от потребителя характеристики доверительных благ и одновременно явные характеристики для субъектов предложения свидетельствуют об асимметричном распределении информации между контрагентами. Рассмотренные примеры неотделимости доверительных благ от субъектов их предложения позволили сделать вывод о преимущественном информационном положении данных субъектов и о проблеме неопределенности качества субъектов спроса.

Одновременно с этим в трудах Т.Гоголевой⁸⁵, И.Ляшенко⁸⁶, Н.Ведерниковой⁸⁷, Р.Нижегородцева, Д.Ярославской⁸⁸, И.Курмышева⁸⁹,

⁷⁶ Рожкова Е.В. Медицинские услуги: понятие и особенности // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2011. – Том 7. Выпуск 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/meditsinskie-uslugi-ponyatie-i-osobennosti> (дата обращения 15.10.2019).

⁷⁷ Плесовский П.А. Медицинская услуга как социальное и экономическое благо // Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2007. – №4. – С.54-62.

⁷⁸ Искандарян Г.О. Классификация и особенности современных медицинских услуг // Вестник университета. – 2014. – № 6. – С.115-118.

⁷⁹ Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг ..., с.11.; Малеин В.М. Экономическая природа образовательной услуги ..., с.67.

⁸⁰ Зуенок Т.В. Формирование информационной асимметрии на рынке образовательных услуг высшей школы // Вестник БДУ. – 2009. – Сер.2 №2. – С.68-71.

⁸¹ Дондоков С.Б. Указ соч., с.70.

⁸² Неретина Е.А., Макарец А.Б. Особенности продвижения образовательной услуги как доверительного товара // Интеграция образования. – 2009. – №3. – С.15-21.

⁸³ Драганчук Л.С. Рынок образовательных услуг и его регулирование // Вестник КемГУ. – 2012. – №4 (52). Т.1. – С.284-289.

⁸⁴ Лившиц К.А. Организационно-экономические механизмы совершенствования системы фармацевтических услуг: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2004. – С.19.

⁸⁵ Гоголева Т.Н., Ляшенко И.Ю. Рынок труда: проблема асимметрии информации о работодателях // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – №7(64). – С.13-19; Гоголева Т.Н., Ляшенко И.Ю. Информационная составляющая функционирования рынка труда // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Раздел: Проблемы институциональной теории. – 2011. – Выпуск 40-1. – С.53-57.

⁸⁶ Ляшенко И.Ю. Асимметрия информации и ее особенности на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2010. – 202 с.; Ляшенко И.Ю. Последствия асимметрии информации ..., с.155.; Ляшенко И.Ю.

А.Гориной, С.Орешкиной⁹⁰, Т.Безденежных, В.Шапкина⁹¹ на примере рынка труда выделена и изучена проблема двусторонней асимметрии информации, которая заключается в несимметричном распределении информации, смещенном одновременно как в сторону субъектов предложения, так и в сторону субъектов спроса.

Скрытые от работодателей качественные характеристики о наемных работниках обусловлены неотделимостью информации об уровне образования и о профессиональной компетенции соискателей вакантных должностей от них самих. Одновременно с этим скрытыми от наемных работников характеристиками являются неотделимые от нанимателей характеристики требований к труду и сами условия труда. Опираясь на изложенные вышеупомянутыми авторами позиции, нами был сделан вывод об актуальности явления двусторонней асимметрии информации и для рынков доверительных благ. К примеру, асимметрия информации, смещенная в сторону субъектов спроса на рынках медицинских услуг и рынках услуг эстетической медицины заключается в скрытых от врачей физиологических особенностях пациентов (хронические заболевания, аллергические реакции), на рынках технического обслуживания и ремонта в скрытых от субъектов предложения истинных причинах дефектов, обстоятельств, повлекших неисправности, особенностях эксплуатации товара, на рынках аудиторско-консалтинговых услуг в скрытых характеристиках (фактах) хозяйственной деятельности заказчика.

Асимметрия информации на рынках доверительных благ, обусловленная наличием скрытых от субъектов предложения качественных характеристик,

Рынок труда: исследование асимметрии информации: монография; науч. ред. Т.Н. Гоголева. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2012. – 172 с.

⁸⁷ Ведерникова Н.И. Ценообразование на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 1999. – 161 с.

⁸⁸ Нижегородцев Р.М., Ярославская Д.И. Управление «рынком лимонов»: институциональный анализ проблемы неблагоприятного отбора // Проблемы управления. – 2007. – №5. – С.2-14.

⁸⁹ Курмышев И.Н. Информационная асимметрия и рынок труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2012. – 169 с.

⁹⁰ Горина А.С., Орешкина С.А. Проблемы и последствия информационной асимметрии на рынке труда // Вестник Прикамского социального института. – 2016. – 3 (75). – С.41-46.

⁹¹ Безденежных Т.И., Шапкин В.В. Информационная асимметрия на рынке труда выпускников вузов // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера и технологии. – 2014. – №1 (19). – С.21-26.

способна серьезным образом отразиться на результате рыночной трансакции и даже послужить условием для реализации недобросовестных действий со стороны субъектов спроса, что рассмотрено в параграфе 2.2 данной работы. Однако, на наш взгляд, асимметрия информации, смещенная в сторону субъектов спроса, несопоставимо мала по сравнению с асимметрией информации, смещенной в сторону субъектов предложения, исходя из чего наше внимание в данной работе будет преимущественно сфокусировано на наиболее остро стоящей проблеме на рынках доверительных благ, а именно проблеме асимметрии информации, порождающей неопределенность качества субъектов спроса.

Выделенные ранее особенности качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ закономерным образом свидетельствуют о наличии наряду со скрытыми качественными характеристиками благ явных качественных характеристик благ. Авторская иллюстрация соотношения величины скрытых качественных характеристик к величине явных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ представлена на рисунке 1.

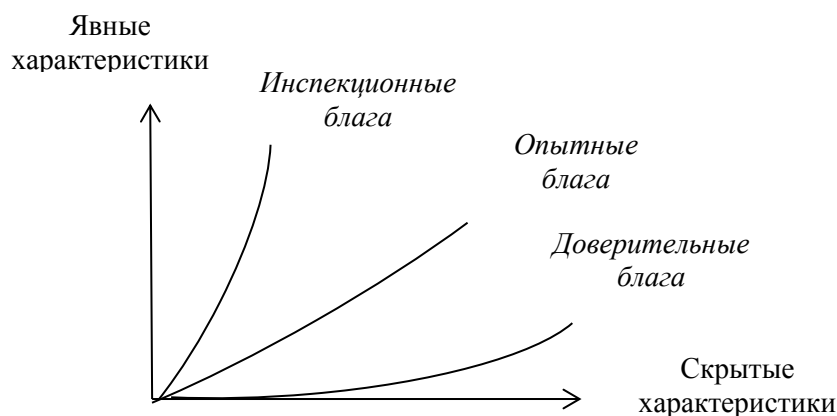


Рисунок 1 – Соотношение величины скрытых характеристик к величине явных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ

Существенные различия в соотношении величины скрытых качественных характеристик к величине явных качественных характеристик

для инспекционных, опытных и доверительных благ обуславливают разный тангенс угла наклона кривых, представленных на рисунке 1. Исходя из этого, нами был сделан вывод, что в случае инспекционных благ даже при наличии скрытых характеристик величины явных качественных характеристик вполне достаточно потребителю для оценки качества данных благ. В случае опытных благ величина их скрытых характеристик значительно превышает число явных характеристик, что свидетельствует уже о сложности для потребителя оценки качества данных благ. Доминирующее количество скрытых характеристик доверительных благ и следующее из этого ничтожно малое число явных характеристик доверительных благ позволили сформулировать авторскую позицию об отсутствии у потребителя возможности оценки качества доверительных благ в целом на основе имеющихся явных качественных характеристик.

Выделенная в работе разная способность скрытых качественных характеристик благ трансформироваться в явные характеристики, по нашему мнению, обусловлена наличием или отсутствием у потребителей инструментов способствующих данной трансформации. Высокую способность трансформации скрытых характеристик инспекционных благ в явные характеристики мы объясняем наличием у потребителя возможности за счет чувственного восприятия и (или) рационального осмысления оценки качества данных благ уже на предконтрактном этапе сделки. Относительная способность трансформации скрытых характеристик опытных благ в явные характеристики обусловлена, на наш взгляд, возможностью оценки потребителем качества данных благ только на постконтрактном этапе сделки за счет потребительского опыта. Выделенная в работе низкая способность трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики основана на авторской позиции об отсутствии в настоящее время эффективных инструментов для данной трансформации (данная позиция будет подробно рассмотрена в параграфах 1.3, 2.1), а также исходя из низкой скорости трансформации одних характеристик в другие.

Вывод о низкой скорости трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики был сделан нами с опорой на выделяемый современными исследователями факт длительности наступления результата в сделках с доверительными благами. К примеру, представители Высшей школы экономики, исследуя причины сложности оценки потребителем качества медицинских услуг, указывают на факт длительности наступления их результата относительно момента совершения сделки (оплаты лечения) и относительно начала приема выписанных лекарственных средств⁹². Длительность оказания услуги высшего профессионального образования составляет 5-6 лет, результат которой можно оценить некоторое время спустя в процессе трудовой деятельности. Поэтому в работах Л.Гребнева⁹³, Л.Драганчук⁹⁴ можно встретить характеристику образовательных услуг, как доверительных благ «с отсроченным и не вполне определенным периодом «проверки на доверие». С.Дондоков в свою очередь называет это «отложенный полезный эффект⁹⁵». Факт длительности наступления результата обучения рассмотрен также в работах Е.Неретиной, А.Макарец⁹⁶, Б.Железова, П.Кудюкина, О.Шуваловой⁹⁷, И.Захаровой⁹⁸.

Выделенная и теоретически обоснованная нами в работе особенность низкой способности трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики позволила доказать наличие проблемы неопределенности качества потребителей на всех этапах сделки.

Различия в сложности оценки потребителем качественных характеристик современных благ мы связываем с наличием или отсутствием у них свойства многомерности. Многомерность (*multidimensionality*),

⁹² Экономика здравоохранения ... М., 2008. – С.12.

⁹³ Гребнев Л.С. Рынок, услуги и образование: между экономикой и правом // Экономика образования. –2012. – №2. – С.144-149.

⁹⁴ Драганчук Л.С. Указ соч., с.288.

⁹⁵ Дондоков С.Б. Указ соч., с.70.

⁹⁶ Неретина Е.А., Макарец А.Б. Указ соч., с.15.

⁹⁷ Железов Б.В., Кудюкин П.М., Шувалова О.Р. Эффективность системы образования: взгляд потребителя образовательных услуг // Вопросы образования. – 2009. – №2. – С.187-210.

⁹⁸ Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 170 с.

согласно Л.Карпик (Karpik L. Valuing the Unique: The Economics of Singularities, 2010), это свойство благ неопределенного качества, оценка каждого из которых (свойств) предполагает оценку других его свойств⁹⁹. Наличие данного свойства мы выделяем у качественных характеристик опытных благ и доверительных благ по причине их способности интегрировать в себе определенный набор иных свойств и показателей¹⁰⁰.

Изложенная авторская позиция опирается на результаты современных исследований по вопросам качества благ и их составляющих. Так, Т.МакГваир неосязаемые, сложно поддающиеся качественной и количественной оценке качественные характеристики труда врача и медицинского персонала, характеризует, как «качество, не поддающееся контрактным отношениям» (noncontractible quality)¹⁰¹. В.Пшеницин и О.Кирасиров при изучении вопроса качества услуг технического обслуживания и ремонта автомобилей выделяют следующие его составляющие (объекты): технология, оборудование, инструмент, измерительные средства, организация, планирование, запасные части, материалы, персонал¹⁰². На основе обобщения подходов различных авторов многомерность качественных характеристик образовательных услуг можно представить, как синтез уровня профессионализма обучающего и способностей обучающегося, уровня развитости научно-исследовательской базы и инфраструктуры образовательных учреждений¹⁰³, усилий группы, в которой идет обучение (эффект сообучения)¹⁰⁴, ожиданий потребителей и иных составляющих. Рассмотренные примеры, иллюстрирующие свойство многомерности качественных характеристик доверительных благ, позволили

⁹⁹ Рощина Я.М. Указ соч., с.109.

¹⁰⁰ Колосова М.А. Проблема идентификации доверительных благ. Материалы международной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: от вопросов к решениям». г.Томск, 2016. – С.16-20.

¹⁰¹ Экономика здравоохранения ... М., 2008. – С.96.

¹⁰² Пшеницин В.В., Кирасиров О.М. Управление качеством услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. – 2017. – №1 (8). – URL: <http://e-journal.omgau.ru/index.php/2017/1/35-statya-2017-1/778-00305> (дата обращения 15.10.2019).

¹⁰³ Захарова Е.Н., Тлюстен Т.Г. Рейтинг вузов как инструмент снижения асимметрии информации на рынке доверительных услуг // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. – №3 (127). – С.248-255.

¹⁰⁴ Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг ..., с.12.

сделать вывод о том, что идентификация и оценка данных характеристик требует специфических знаний и квалификации, что затрудняет возможность самостоятельной трансформации потребителем скрытых качественных характеристик данных благ в явные характеристики.

Сделанный в работе вывод о субъективном (персонифицированном) характере восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ был получен с опорой на имеющиеся теоретические работы современных исследователей и подкреплен авторскими выводами.

Выделяемое современными авторами свойство неосвязаемости медицинских услуг (Н.Новосельцев¹⁰⁵, О.Зарубина¹⁰⁶, П.Плесовский¹⁰⁷, Е.Аристова¹⁰⁸, О.Щепин, В.Дятлов¹⁰⁹) не позволяет потребителям объективно оценить и измерить качественные характеристики данных благ. По этой причине В.Назарова отмечает, что «степень удовлетворения клиента очень субъективна и может быть неадекватна качеству обслуживания¹¹⁰». Сложность объективной оценки качественных характеристик образовательных услуг современные исследователи объясняют их неосвязаемостью и «субъективно обусловленным непостоянством качества ввиду персонифицированного характера услуговых отношений¹¹¹» (В.Малеин¹¹², Е.Захарова, Т.Тлюстен¹¹³, Т.Зуенок, В.Завадская¹¹⁴, Н.Завалько¹¹⁵, Х.Сударкина¹¹⁶).

¹⁰⁵ Новосельцев Н.Ю. Рынок медицинских услуг и его особенности // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2011. – №2. – С.82-88.

¹⁰⁶ Зарубина О.А. Медико-социальные услуги в системе оказания медицинской помощи населению // Экономика и социальная политика. – 2016. – №1. Январь-февраль. – С.25-29.

¹⁰⁷ Плесовский П.А. Указ соч.

¹⁰⁸ Аристова Е.В. Специфические особенности медицинской услуги как экономической категории // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2012. – №2. – С.224-228.

¹⁰⁹ Щепин О.П., Дятлов В.Ю. Здравоохранение как социально-экономическая система // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2012. – №3. – С.3-5.

¹¹⁰ Назарова В.В. Указ соч., с.386.

¹¹¹ Зуенок Т.В. Указ соч., с.68.

¹¹² Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг ..., с.11;

Малеин В.М. Экономическая природа образовательной услуги ..., с.67.

¹¹³ Захарова Е.Н., Тлюстен Т.Г. Указ соч., с.248.

¹¹⁴ Завадская В.В. Специфика образовательных услуг и их маркетинг // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – №2 (20). – С.66-71.

¹¹⁵ Завалько Н.А. Специфические особенности образовательных услуг в аспекте маркетинговых отношений // Креативная экономика. – 2011. – Том 5. – № 6. – С.80-84.

Наряду с этим в работе были выделены причины, обуславливающие, по мнению автора, субъективный (персонифицированный) характер восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ. К числу данных причин были отнесены следующие:

– различия психоэмоционального восприятия качественных характеристик доверительных благ, зависящие от морально-этических установок потребителей, уровня образования, пола, возраста, уровня внутренней культуры;

– различия физиологических особенностей восприятия качественных характеристик доверительных благ, их безопасности и эффективности для жизни и здоровья;

– различия в оценках потребителей целесообразности (неизбежности) потребления доверительных благ, различия в оценках сложности устранения транзакционных потерь в результате неблагоприятного исхода сделки¹¹⁷.

Выделенные и теоретически обоснованные автором причины субъективного (персонифицированного) характера восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ подтвердили в свою очередь гипотезу о необъективности потребительских оценок полезности доверительных благ (в отличие от инспекционных и опытных благ) и одновременно позволили сделать вывод о сложности формализации доверительных благ.

На основе предложенных критериев идентификации доверительных благ в работе выделены товары и услуги, относящихся к их числу. К доверительным услугам мы относим медицинские услуги, услуги эстетической медицины, образовательные услуги, репетиторские услуги, услуги труда, услуги национальной безопасности, аудиторско-консалтинговые услуги, услуги технического обслуживания и ремонта. Доверительными товарами, на наш взгляд, являются лекарственные

¹¹⁶ Сударкина Х.В. Маркетинг образовательных услуг Вуза: особенности, возможности, перспективы // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – №8 (133). – С.138-142.

¹¹⁷ Колосова М.А. Проблема идентификации доверительных благ ..., с.19.

препараты, компьютерные товары, предметы личной гигиены и натуральная косметика.

Каждому из выделенных видов присущи свои особенные черты, позволяющие относить их к доверительным благам (Приложение В). В то же время каждый выделенный вид благ должен быть охарактеризован с помощью выделенных выше критериев идентификации доверительных благ (с.32). Табличная форма результатов проведенного анализа всех выделенных видов доверительных благ по предложенным критериям идентификации представлена в приложении Д.

Анализ медицинской услуги, как доверительного блага (Приложение Д) продемонстрировал, что информация о медицинской услуге неотделима от исполнителя (врача), и обращена в адрес конкретного пациента (причины, формы проявления заболевания, способы лечения), что свидетельствует о наличии скрытых от потребителя качественных характеристик данных услуг и о проблеме асимметрии информации между контрагентами. Проблема неопределенности качества потребителей на рынках медицинских услуг отягощена наличием у качественных характеристик данных услуг свойства многомерности, оценка которых затруднена в связи с ограниченной рациональностью потребителей, а также в связи с длительностью наступления результата сделки. Низкую эффективность использования личного опыта можно объяснить разовым характером сделок (в случае первичного потребления), а низкую эффективность опыта третьих лиц субъективностью физиологического восприятия качественных характеристик медицинских услуг.

Выделенные критерии идентификации доверительных благ позволили теоретически обосновать основополагающие контрактные угрозы в сделках с доверительными благами. Необходимость расширения представлений о потенциальных угрозах, присущих сделкам с доверительными благами, потребовала подробного изучения специфических черт данных благ, что в свою очередь предопределило необходимость разработки авторской

классификации доверительных благ на основе следующих оснований разделения (представлено в Приложении Е):

- по степени специфичности актива – блага, сделки в отношении которых носят специфический характер; блага, сделки в отношении которых неспецифичны;

- по частоте сделок – блага, сделки в отношении которых носят разовый характер; блага, сделки в отношении которых носят или могут носить повторяющийся характер;

- по наличию у потребителя возможности устранения трансакционных потерь – блага, трансакционные потери в отношении которых не поддаются устранению; блага, трансакционные потери в отношении которых сложно поддаются устранению; блага, трансакционные потери в отношении которых поддаются устранению;

- по наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт – блага, сделки (контракты) в отношении которых можно расторгнуть; блага, сделки (контракты) в отношении которых не могут быть расторгнуты;

- по наличию у потребителя возможности самостоятельно принимать решение – блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора; блага, характеризующиеся отсутствием возможности самостоятельного потребительского выбора.

Первые два основания классификационного разделения и виды доверительных благ основаны на выделенных Оливером И. Уильямсоном параметрах трансакции: «специфичность актива» и «частота трансакции»¹¹⁸. Иные классификационные основания были предложены автором.

Опираясь на результаты авторской классификации особенностей доверительных благ, нами в первую очередь был сделан вывод о том, что согласно критерию специфичности активов сделки с доверительными благами носят преимущественно специфический характер, что обуславливает

¹¹⁸ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.

взаимозависимость контрагентов и серьезные потери в случае расторжения контракта.

Наряду с этим, наличие среди доверительных благ товаров и услуг, сделки в отношении которых носят разовый характер, позволило сделать вывод о наличии транзакционной угрозы в виде невозможности использования потребителем предыдущего опыта и (или) его низкой эффективности ввиду морального устаревания блага, наличия объективных различий в причинах потребности, наличия различий в условиях предоставления услуг. Исследователи Высшей школы экономики объясняют неэффективность использования потребителем предыдущего опыта на рынках медицинских услуг нечастой повторяемостью заболеваний и отличиями в проявлении заболеваний¹¹⁹. Помимо медицинских услуг разовый характер сделок, на наш взгляд, характерен для образовательных услуг и репетиторских услуг, а также для первичных сделок с лекарственными препаратами, компьютерными товарами, услугами сферы эстетической медицины, аудиторско-консалтинговыми услугами, услугами технического обслуживания и ремонта.

В условиях неопределенности качества возрастает риск неоптимального потребительского выбора и вытекающих из этого потребительских потерь. Данный факт предопределил необходимость классификации доверительных благ согласно наличию у потребителя объективной возможности устранения транзакционных потерь в сделках с доверительными благами. При этом мы пришли к ряду важных выводов. Неблагоприятный исход сделок, объектами которых выступают медицинские услуги, услуги сферы эстетической медицины, услуги национальной безопасности, лекарственные препараты, может повлечь за собой неустранимые для жизни и здоровья потребителей последствия. Одновременно с этим мы полагаем, что большинство доверительных благ

¹¹⁹ Экономика здравоохранения: учеб. пособие / под науч. ред. М.Г. Колосницыной, И.М.Шеймана, С.В.Шишкина; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШУ, 2008. – С.12.

представляют собой товары и услуги, трансакционные потери в отношении которых, сложно поддаются ликвидации и требуют для этого значительных потребительских усилий. И лишь только трансакционные потери при оказании репетиторских услуг, услуг труда, услуг технического обслуживания и ремонта, потреблении компьютерных товаров, на наш взгляд, потребитель в состоянии устранить с относительными или незначительными издержками.

Изложенные выводы о невозможности или сложности устранения потребителем трансакционных потерь в ряде сделок с доверительными благами потребовали от нас изучения трансакций с доверительными благами и с позиции наличия или отсутствия у потребителей возможности расторгнуть контракт. Отсутствие у потребителей возможности расторжения контракта или отказа от потребления в сделках с доверительными благами мы объясняем в случае услуг фактом исчерпывающего воздействия на потребителей (перенесение полной полезности блага), а в случае товаров единовременным актом купли-продажи блага. Данная контрактная угроза характерна для значительного числа доверительных благ, однако наиболее опасна она в случае доверительных услуг в связи с отсутствием у потребителей возможности прекращения потребления.

Контрактной угрозой в сделках с доверительными благами мы также считаем отсутствие у потребителей возможности самостоятельного принятия решения. К примеру, на фармацевтическом рынке у потребителя отсутствует свобода выбора в отношении лекарственных препаратов, входящих в рецептурный сектор или предоставляемых безвозмездно отдельным категориям граждан (в отношении препаратов безрецептурного сектора выбор характеризуется потребительской свободой). Отсутствие возможности самостоятельного принятия решения в случае услуг национальной безопасности обусловлено монополией предложения.

Выделенные в работе контрактные угрозы в сделках с доверительными благами были разработаны на основе критериев идентификации

доверительных благ и на основе авторской классификации доверительных благ. При этом одновременная принадлежность каждого типа доверительных благ к иным группам экономических благ, свидетельствует о наличии особых источников, усиливающих неопределенность качества и риски сделок по данным благам.

Характер потребительского выбора и потенциальные угрозы в сделках с доверительными благами напрямую зависят от свойства эластичности спроса, от взаимозависимости свойств благ, от специфики принятия потребительского решения (повседневный, предварительный, особый, пассивный спрос). Масштаб полезности (выгод) и потерь определяется способностью доверительных благ создавать внешние эффекты, свойствами несоперничества (соперничества), неисключаемости (исключаемости). Особенности и инструменты рыночного взаимодействия зависят от характера распределения доверительных благ. Все вышеизложенное предопределило необходимость анализа особенностей доверительных благ с позиции традиционных для экономической теории классификационных признаков (см. Приложение Г), результаты которого представлены в Приложении Д.

Анализ доверительных благ согласно эластичности спроса по доходу позволил сделать вывод о неэластичном характере спроса ряда доверительных благ ввиду их «острой» необходимости для потребителей (услуги национальной безопасности) и исходя из их высокой потребительной стоимости. Это свидетельствует о вынужденном характере спроса, неизбежности потребления и сложности ликвидации трансакционных потерь. Наряду с услугами национальной безопасности к числу доверительных благ неэластичного спроса мы отнесли медицинские услуги, образовательные услуги, лекарственные препараты.

Согласно критерию взаимозависимости индивидуальных свойств благ наибольшая контрактная уязвимость для субъектов спроса, на наш взгляд, характерна в случае потребности в невзаимозаменяемых доверительных благах. В условиях отсутствия рыночных альтернатив субъекты предложения

обладают возможностью отклонения от контрактных обязательств. Примерами невзаимозаменяемых медицинских услуг являются услуги отдельных (редких) специалистов, оказывающих высокотехнологическую помощь, на рынках образовательных услуг это услуги медицинских ВУЗов, военных ВУЗов, отсутствующие в рамках отдельных территориальных пространств, услуги сервисных центров отдельных фирм по техническому обслуживанию оборудования, а также неимеющие аналогов на фармацевтическом рынке оригинальные лекарственные препараты¹²⁰.

Отдельные доверительные блага ввиду наличия способности к созданию положительных внешних эффектов проявляют свойства мериторных благ. Это в свою очередь свидетельствует о государственном приоритете данных благ (опекаемые блага). Лекарственные препараты оказывают благотворное влияние на здоровье индивидов их потребляющих, и одновременно стабилизируют эпидемиологическую обстановку в обществе, укрепляют здоровье нации. Д.Белецкий под социальным свойством потребления лекарств подразумевает «укрепление общественного здоровья», а под экономическим свойством – «развитие человеческого капитала общества»¹²¹. Положительные внешние эффекты оказания медицинских услуг состоят в снижении уровня заболеваемости населения, увеличение продолжительности жизни и укреплении здоровья нации. По мнению Т.Скляр «вакцинация не только приносит частную выгоду тем, кому сделаны прививки, но и создает положительный внешний эффект для окружающих. Подобным образом лечение пациента от инфекционной болезни в больнице снижает риск заболевания у других людей¹²²». Образовательные услуги удовлетворяют потребность общества в

¹²⁰ Оригинальные лекарственные препараты – впервые синтезированное и модифицированное вещество, прошедшее полный цикл исследований, получившее патент, в рамках которого временно устанавливается монополия фирмы-производителя на его выпуск (Экономика здравоохранения ... М., 2008. – С.242).

¹²¹ Белецкий Д.И. Социально-экономические условия формирования фармацевтического рынка в России: дисс. канд. экон. наук. – М., 2019. – С.10.

¹²² Скляр Т.М. Управление здравоохранением: государство или рынок? // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2003. – Сер.8. Вып.1 (№8). – С.76-94.

квалифицированных кадрах, способствуя повышению человеческого капитала нации.

Наряду с этим важно отметить, что отдельные виды лекарственных препаратов, такие как наркотические средства, являются аддиктивными доверительными благами, отрицательные внешние эффекты потребления которых состоят в способности вызывать привыкание, что влечет за собой существенное снижение качества и продолжительности жизни. Это в свою очередь свидетельствует о необходимости также как в случае мериторных благ участия государства в процессе их производства, обмена и потребления.

Таким образом, на основе традиционных для экономической теории классификационных оснований в исследовании выделены следующие особые источники, способные усиливать выделенные контрактные угрозы: неэластичность спроса или высокая потребительная стоимость доверительных благ, невзаимозаменяемость доверительных благ, способность к созданию доверительными благами положительных внешних эффектов (свойство мериторных благ).

Изучению благ с позиции свойств несоперничества и неисключаемости на сегодняшний день посвящено значительное число теоретических работ, среди которых труды Дж.Стиглица¹²³, М.Олсона¹²⁴, П.Самуэльсона¹²⁵, Э.Аткинсона¹²⁶, Р.Масгрейва¹²⁷, Л.Якобсона¹²⁸, В.Тамбовцева¹²⁹,

¹²³ Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М.: Инфра-М, 1997. – 720 с.

¹²⁴ Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп. – М.: Фонд экономической инициативы, 1995. – 174 с.

¹²⁵ Самуэльсон П. Чистая теория общественных расходов. Серия «Вехи экономической мысли». Т.4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Сост. и общ.ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.371-376.

¹²⁶ Аткинсон Э.Б., Стиглиц Дж. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 801 с.

¹²⁷ Рубинштейн А.Я. Меритория и экономическая социодинамика: дискуссия с Р.Масгрейвом // Вопросы экономики. – 2009. – № 11. – С.98-109.

¹²⁸ Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 364 с.; Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. Основы теории государственных финансов. Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 275 с.

¹²⁹ Тамбовцев В.Л. Общественные блага и общественные интересы: есть ли связь? // Вопросы экономики. – 2014. – №11. – С.25-40.

О.Сухарева¹³⁰, Г.Ахинова, Е.Жильцова¹³¹, Н.Купаевой¹³², Т.Ромашенко¹³³, М.Ивлевой¹³⁴, П.Ореховского¹³⁵, А.Жидкова¹³⁶, Д.Саблина¹³⁷, А.Седовой¹³⁸, А.Морозова¹³⁹, А.Фроловой¹⁴⁰, О.Грабовой¹⁴¹, О.Цымлянкой¹⁴² и иных. Выделенные данными авторами особенности производства, распределения, обмена и потребления современных благ позволили классифицировать доверительные блага с позиции свойств несоперничества и неисключаемости следующим образом:

- частные блага, характеризующиеся свойствами соперничества и исключаемости. Это все доверительные блага за исключением услуг национальной безопасности, для которых характерны конкуренция за их полезность между потребителями, конкуренция среди субъектов предложения за потребителей, рыночный характер распределения (рыночные блага).

¹³⁰ Сухарев О.С. Экономическая теория потребления: виды, свойства и полезность благ // Журнал экономической теории. – 2019. – №1. – С.60-75. Сухарев О.С. Институциональный анализ производства общественных благ // Terra Economicus. – 2013. – Том 11. №1. – С.65-80.

¹³¹ Экономика общественного сектора: учебное пособие / Г.А.Ахинов, Е.Н.Жильцов. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 345 с.; Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора / Е.Н.Жильцов, П.В.Савченко, И.А.Погосов. – М: ИНФРА-М, 2010. – 762 с.

¹³² Купаева Н.А. Тенденции развития рынка частных благ: дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – 178 с.; Купаева Н.А. Теоретические основы организации рынка частных благ // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2006. – №14 (3). – С.39-44.

¹³³ Ромашенко Т.Д. Высшее образование как смешанное общественное благо // Актуальные проблемы менеджмента, маркетинга и информационных технологий: сборник научных трудов. – Воронеж, 2006. – С.196-201.

¹³⁴ Ромашенко Т.Д., Ивлева М.Г. Системный подход к анализу воспроизводства общественных благ // Современная экономика: проблемы и решения: научно-практический журнал. – Воронеж, 2016. – №2. – С.17-30.

¹³⁵ Ореховский П.А. Однородность потребительских предпочтений: существует ли кривая спроса? // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2013. – №4. Том 4. – С.60-72.

¹³⁶ Жидков А.С. Концепция общественного блага и развитие сферы услуг // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. – №4 (23). – С.46-54.

¹³⁷ Саблин Д.С. Производство общественных благ как реализация экономических функций государства в рыночном хозяйстве // TERRA ECONOMICUS. – 2006. – №4. – С.256-261.

¹³⁸ Седова А.В. Общественные блага в современной системе рыночных отношений: дисс. канд. экон. наук. – Самара, 2005. – 186 с.

¹³⁹ Морозов А.Е. Общественные блага в системе экономических интересов: дисс. канд. экон. наук. – Самара, 2002. – 166 с.

¹⁴⁰ Фролова А.В. Развитие взаимодействия государственного и частного секторов в сфере производства общественных благ: дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2010. – 192с.

¹⁴¹ Грабова О.Н. Экономические отношения в производстве общественных благ: дисс. канд. экон. наук. – Кострома, 2003. – 160 с.

¹⁴² Цымлянская О.А. Рыночная экономика: границы государственного сектора: дисс. канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 1998. – 145 с.

- смешанные общественные блага с преобладанием свойств частных благ, которыми являются лекарственные препараты, характеризующиеся свойствами соперничества и исключаемости, но при этом обладающие высокой общественной полезностью.

- перегружаемые смешанные общественные блага, которыми являются медицинские услуги и образовательные услуги, производящиеся, финансирующиеся и распределяющиеся с государственным участием за счет квазирыночных регуляторов¹⁴³ («квазирыночные» блага).

- общественные блага, характеризующиеся свойствами несоперничества и неисключаемости. Данными доверительными благами являются услуги национальной безопасности, для которых характерно нерыночное распределение. Применительно к ряду услуг труда (военная служба, медицинская деятельность) на сегодняшний день также сохраняется система нерыночного кадрового распределения.

На основе обобщения результатов исследований имеющихся в научной литературе и с опорой на результаты проведенного в работе анализа особенностей доверительных благ нами были сформулированы контрактные угрозы в сделках с доверительными благами, которые представлены в таблице 2.

¹⁴³ Фаттахов Ф.Г. Разработка и реализация конкурентных стратегий предпринимательских структур на отраслевых рынках мериторных благ: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2013. – 22 с.

Таблица 2 – Контрактные угрозы на рынках доверительных благ

Наименование контрактной угрозы	Характеристика контрактной угрозы
угроза взаимозависимости	угроза манипуляции одного контрагента поведением другого в связи с наличием между ними обоюдного интереса
угрозы честности и преданности	угроза отклонения субъекта от обязательств, недобросовестность
угроза нечеткой спецификации прав собственности	угроза перераспределения или присвоения одним из контрагентов сделки прав, которые четко не определены или не закреплены
межвременные риски	угроза наступления неблагоприятных событий в период между моментами ее заключения и окончанием исполнения
угроза слабой институциональной среды (в период реформ)	угроза наличия условий для отклонения контрагентов от контрактных обязательств в связи с отсутствием формальных правил взаимодействия
угроза измерения характеристик благ	угроза сложности идентификации и оценки качественных характеристик благ, их полезности
угроза доверия	угроза неуверенности в намерениях контрагента
угроза специфичности транзакции	угроза высокой зависимости от контрагента в связи с уникальностью актива, капитала, местоположения
угроза невозможности или сложности устранения потребителем транзакционных потерь	угроза невозможности устранения потребителем значительных физиологических или физических потерь, или угроза сложности и затратности для потребителя процесса ликвидации (компенсации) транзакционных потерь
угроза невозможности самостоятельного принятия решения потребителем	угроза отсутствия у потребителя возможности принятия участия в процессе выбора, зависимость от решения контрагента или посредника
угроза невозможности расторжения контракта	угроза отсутствия у потребителей возможности изменить исход сделки, отказаться от потребления
угроза разового характера сделки	угроза отсутствия возможности использования потребителем предыдущего опыта
составлено автором с использованием материалов О.Уильямсона, В.Исакова, Е.Мартюковой	

Представленные в таблице 2 контрактные угрозы взаимозависимости, честности и преданности были выделены Оливером И. Уильямсоном¹⁴⁴. Угрозы нечеткой спецификации прав собственности, межвременные риски, угроза слабой институциональной среды (в период реформ), угроза измерения предложены В.Исаковым¹⁴⁵. Низкий уровень доверия, как контрактная угроза, выделен в работе Е.Мартюковой¹⁴⁶. Данные контрактные угрозы выделены вышеупомянутыми авторами в общем виде не в контексте

¹⁴⁴ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.

¹⁴⁵ Исаков В.А. Оппортунистическое поведение и механизмы его ограничения: на примере транзакции налогообложения: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург. – 2008. – С.25.

¹⁴⁶ Мартюкова Е.Г. Оппортунизм и издержки оппортунистического поведения в российской экономике: идентификация и оценка: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 201 с.

каких-либо рынков. Проведенный нами в работе анализ особенностей доверительных благ подтвердил справедливость данных контрактных угроз применительно к рынкам доверительных благ, и одновременно с этим позволил расширить их перечень за счет угрозы специфичности трансакции, а также за счет предложенных нами угроз невозможности или сложности устранения потребителем трансакционных потерь, угрозы невозможности самостоятельного принятия решения потребителем, угрозы невозможности расторжения контракта, угрозы разового характера сделки.

Мы полагаем, что представленные в таблице 2 контрактные угрозы характерны для всех современных рынков, однако степень их проявления и величина рисков потенциальных потребительских потерь на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ, на наш взгляд, не одинаковы. Данная авторская позиция опирается на результаты проведенного в работе сравнительного анализа каждой выделенной контрактной угрозы на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ по четырем критериям: малая, средняя, высокая и чрезвычайно высокая степень контрактных угроз (Приложение Ж). Проведенный сравнительный анализ контрактных угроз на данных рынках продемонстрировал, что угрозам взаимозависимости, угрозам честности и преданности в высшей степени подвержены сделки на всех рынках. Иные контрактные угрозы на рынках инспекционных благ выражены в малой степени или реже в средней степени. На рынках опытных благ высоки угрозы измерения качественных характеристик благ, угроза доверия, угроза межвременных рисков. На рынках доверительных благ все выделенные в работе контрактные угрозы характеризуются высокой или чрезвычайно высокой степенью проявления.

Таким образом, данный этап исследования позволил на основе выделенных особенностей качественных характеристик доверительных благ сформулировать критерии идентификации доверительных благ. К ним относятся доминирующее количество скрытых качественных характеристик доверительных благ, низкая способность трансформации скрытых

качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики, наличие свойства многомерности у качественных характеристик доверительных благ, персонифицированный характер восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ. Это позволило не только выделить и охарактеризовать виды товаров и услуг, соответствующих данным критериям, но и сделало очевидным контрактные угрозы в сделках с доверительными благами.

Предложенная авторская классификация доверительных благ и проведенный на ее основе типологический анализ особенностей данных благ позволили расширить традиционно выделяемые в экономической теории контрактные угрозы за счет предложенных автором угроз специфичности транзакций, угроз невозможности или сложности устранения потребителем транзакционных потерь, угроз невозможности самостоятельного принятия потребительского решения, угроз невозможности расторжения контракта, угроз разового характера сделки.

На основе традиционных для экономической теории классификационных оснований в работе также выделены особые источники, усиливающие неопределенность качества и риски сделок с доверительными благами. К их числу отнесены неэластичность спроса или высокая потребительная стоимость доверительных благ, невзаимозаменяемость доверительных благ, способность к созданию доверительными благами положительных внешних эффектов (свойство мериторных благ).

1.3 Специфика рынка доверительных благ

Наличие среди многообразия доверительных благ товаров и услуг, распределяющихся рыночным, квазирыночным и нерыночным путем обуславливает необходимость изучения структуры рынка доверительных благ, а именно моделей конкуренции, специфики спроса и предложения, механизмов ценообразования и финансирования, степени вмешательства государства в процесс производства, распределения и обмена доверительных

благ в разрезе рыночного, квазирыночного и нерыночного (общественного) секторов изучаемого рынка. Результаты проведенного анализа представлены ниже.

1.3.1. Специфика рыночного сектора

Опираясь на базовые исследования, посвященные изучению специфики рыночного сектора рынка доверительных благ, и руководствуясь результатами анализа автора, в работе были выделены особенности хозяйственных отношений в рыночном секторе рынка доверительных благ, которые представлены в Приложении 3.

Преимущественное информационное положение субъектов предложения, обусловленное проблемой асимметрии информации, смещенной в сторону данных агентов, является основополагающей особенностью всех секторов рынка доверительных благ. Данная особенность побудило нас признать предложение методологически ведущей составляющей рыночного механизма, а спрос его «ведомой» составляющей, что в свою очередь предопределило целесообразность первостепенного изучения специфики формирования и реализации предложения.

Рыночный сектор рынка доверительных благ характеризуется свободой взаимодействия и свободным ценообразованием. Финансирование производства доверительных благ осуществляется частными фирмами. Предложение в рыночном секторе представлено моделями монополистической конкуренции, олигополией и монополией.

Хозяйственные структуры монополистической формы конкуренции на рынках доверительных благ характеризуются наличием множества продавцов предлагающих дифференцированный товар, самостоятельно устанавливающих цены на них и обладающих свободой рыночного входа/выхода. Предложение в рамках монополистической модели конкуренции, на наш взгляд, осуществляется на следующих отраслевых рынках доверительных благ: рынки медицинских услуг (коммерческий сектор), рынки услуг эстетической медицины, рынки репетиторских услуг,

рынки аудиторско-консалтинговых услуг, рынки технического обслуживания и ремонта, фармацевтические рынки, рынки товаров личной гигиены и натуральной косметики, рынки компьютерных товаров.

Изучению особенностей монополистической модели рынка в экономической теории посвящены труды Э.Чемберлина¹⁴⁷, Дж.В.Робинсон¹⁴⁸, П.Самуэльсона¹⁴⁹, С.Фишера, Р.Дорнбуш, Р.Шмалензи¹⁵⁰, И.Корогодина¹⁵¹, П.Канапухина¹⁵², Т.Гоголевой¹⁵³, Ю.Поповой¹⁵⁴, Н.Газизуллина, А.Нуруллиной¹⁵⁵. Проблемы функционирования рынков монополистической конкуренции с несимметричной информацией изучены в работах К.Эрроу¹⁵⁶, Дж.Акерлофа¹⁵⁷, М.Спенса¹⁵⁸, О.Уильямсона¹⁵⁹, Дж.Стиглера¹⁶⁰, П.Милгрона, Дж.Робертса¹⁶¹, А.Волински¹⁶², В.Эмонса¹⁶³, М.Янссена, С.Рой¹⁶⁴, Р.Нижегородцева¹⁶⁵, О.Сухарева¹⁶⁶, М.Юдкевич¹⁶⁷.

¹⁴⁷ Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории стоимости) / пер. с англ. Э.Г. Лейкина и Л.Я. Розовского. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.

¹⁴⁸ Робинсон Дж. В. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – URL: http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame_rightn.pl?type=in&links=../in/robinson/works/robinson_w2.txt&img=works_small.gif&name=robinson (дата обращения 30.08.2019).

¹⁴⁹ Самуэльсон П. Монополистическая конкуренция: революция в теории. Серия «Вехи экономической мысли». Т.2. Теория фирмы. Под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – С.354-370.

¹⁵⁰ Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 864 с.

¹⁵¹ Корогодина И.Т. Конкурентные отношения в экономических системах: концептуальные подходы к анализу // Экономическая система региона: особенности конкурентных отношений: сборник научных трудов. – Воронеж, 2003. – С.8-10.

¹⁵² Канапухин П.А. Человек как субъект рыночной экономики. Глава 15: Конкуренция и монополия в рыночной экономике // Актуальные проблемы рыночной экономики. – Воронеж, 2005. – С.243-254.

¹⁵³ Гоголева Т.Н. Конкуренция и механизм ее регулирования в системе внешнеторговых отношений: дисс. ... д-ра. экон. наук. – Воронеж, 2005. – 309 с.; Гоголева Т.Н. Конкуренция: Сущность, закономерность, регулирование: Монография. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2004. – 200 с.

¹⁵⁴ Гоголева Т.Н., Попова Ю.А. Теоретические подходы к определению содержания конкуренции // Современные проблемы экономической теории: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – 2003. – Вып.1, Ч.1. – С.44-47.

¹⁵⁵ Газизуллин Н.Ф., Нуруллина А.Х. Конкурентоспособность экономики: комплексный подход // Проблемы современной экономики. – 2010. – №2 (34). – С.532-534.

¹⁵⁶ Эрроу К. Неопределенность и экономика благосостояния здравоохранения. Серия «Вехи экономической мысли». Т.4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Под общ. ред. А.П. Заостровцева. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.293-338.

¹⁵⁷ Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf. Оригинальный текст: Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v.84, August 1970, p.488-500.

¹⁵⁸ Spence M. Job market signalling // Quarterly Journal of Economics, vol. 87 n.3, 1973, pp. 355–374.

¹⁵⁹ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.

¹⁶⁰ Стиглер Дж. Экономическая теория информации. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – С. 432-437.

¹⁶¹ Milgrom P., Roberts J. Limit Pricing and Entry Under Incomplete Information: An Equilibrium Analysis. *Econometrica*. 1982, 50 (2): 443-460. – URL: <https://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/milgromRoberts82->

Данные работы в качестве ключевой проблемы рынков с несимметричной информацией рассматривают проблему неопределенности качества в результате информационного преимущества субъектов предложения над субъектами спроса, что влечет за собой сложность разделения потребителем многообразия доверительных благ на высококачественные и низкокачественные блага. Это в свою очередь свидетельствует о наличии высоких стимулов к оппортунизму у заинтересованных в извлечении выгоды субъектов предложения. Возможность, согласно теории Дж.Акерлофа¹⁶⁸, в условиях неопределенности качества реализации субъектами предложения с одинаковой успешностью, как «лимонов», так и «персиков» ведет к ценовому усреднению рыночных благ, что способствует постепенному вытеснению с рынка владельцев высококачественных благ (неблагоприятный отбор).

При этом на сегодняшний день в многообразии теоретических работ, посвященных изучению проблемы неблагоприятного отбора в результате ценового усреднения рыночных альтернатив, можно встретить достаточное число исследований выделяющих именно цену в качестве источника информации для потребителей. К их числу относятся работы

limitpricing.pdf (дата обращения 30.08.2019); Milgrom P., Roberts J. Informational Asymmetries, Strategic Behavior, and Industrial Organization. *The American Economic Review*. 1987, 77 (2): 184-193. – URL: https://www.researchgate.net/publication/4724195_Informational_Asymmetries_Strategic_Behavior_and_Industrial_Organization (дата обращения 30.08.2019).

¹⁶² Wolinsky A. Competition in markets for credence goods. – URL: <https://www.kellogg.northwestern.edu/research/math/papers/1099.pdf> (дата обращения 30.08.2019)

¹⁶³ Emons W. Credence goods monopolists. *International Journal of Industrial Organization*, 2001, 19: 375-389.

¹⁶⁴ Janssen M., Roy S. Regulating False Disclosure. Working Paper №1705. May 2017. – URL: <https://homepage.univie.ac.at/Papers.Econ/RePEc/vie/viennp/vie1705.pdf> (дата обращения 30.08.2019); Janssen M, Roy S. On Durable Goods Markets with Entry and Adverse Selection. *Canadian Journal of Economics*, Vol. 37, No. 3. pp. 552-589, August 2004.

¹⁶⁵ Нижегородцев Р.М. Управление «рынком лимонов»: институциональный анализ проблемы неблагоприятного отбора // *Проблемы экономики*. – 2007. – №5. – С.2-13.

¹⁶⁶ Сухарев О.С. Информационная экономика: знание, конкуренция и рост. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 287 с.; Сухарев О.С. Экономическая теория информации ..., с.9-11.; Сухарев О.С. Информация и агенты: как формируется модель поведения // *Экономическая наука современной России*. – 2016. – №3 (74). – С.43-55.

¹⁶⁷ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.

¹⁶⁸ Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf.

Дж.Мастробуони, Ф.Перакки, А.Тетенова¹⁶⁹, М.Янсена, С.Рой¹⁷⁰, А.Парахоняк, М.Янсена¹⁷¹, М.Тетерятниковой, М.Янсена¹⁷², М.Малкиной¹⁷³, М.Таппаты¹⁷⁴. Мы согласны с позицией данных авторов и считаем сделанные ими выводы справедливыми для рынков доверительных благ с монополистической структурой и особенно в случае предложения доверительных благ с высокой потребительной стоимостью. В условиях неопределенности качества изучаемого рынка, одной из причин которой является доминирующее число скрытых от потребителей качественных характеристик доверительных благ, потребитель использует цену в качестве информационного сигнала, что позволяет им судить о качестве рыночных альтернатив и дифференцировать их. Данные обстоятельства препятствуют процессу ценового усреднения доверительных благ в условиях монополистической модели рынка. Одновременно с этим неблагоприятному отбору в условиях монополистической модели рынка препятствует успешная реализация доверительных благ из разных ценовых сегментов, что обусловлено серьезной дифференциацией доходов населения и наличием спроса, как на блага из низкого ценового сегмента, так и на блага из высокого ценового сегмент. Все вышеизложенное дало основания для того, чтобы сделать вывод о высокой значимости ценового фактора в качестве инструмента дифференциации потребителем доверительных благ и позволило теоретически обосновать наличие у заинтересованных субъектов предложения возможностей для реализации оппортунистических намерений.

Олигополистическая модель рынков доверительных благ характеризуется малым количеством субъектов предложения, реализующих,

¹⁶⁹ Mastrobuoni G., Peracchi F., Tetenov A. Price as a signal of product quality: Some experimental evidence. Einaudi Institute for Economics and Finance. EIEF Working Paper 14/12 October 2012.

¹⁷⁰ Janssen M., Roy S. Regulating False Disclosure ... p.10.

¹⁷¹ Parakhonyak A., Janssen M. Op.cit. P.8.

¹⁷² Teteryatnikova M., Janssen M. Horizontal Product Differentiation: Disclosure and Competition // The Journal of Industrial Economics. 2016. No.56, p.589-620. – URL: https://homepage.univie.ac.at/mariya.teteryatnikova/Research/disclosure_revision4.pdf (дата обращения 1.09.2019).

¹⁷³ Малкина М.Ю. Указ соч., с.84.

¹⁷⁴ Tappata M.E. Rockets and Feathers: Understanding Asymmetric Pricing (May 1, 2008). RAND Journal of Economics, Vol.40, No.4, 2009. 26p .

как стандартные, так и дифференцированные блага. В настоящее время научная литература, посвященная вопросам олигополий, представлена классическими трудами А.Курно¹⁷⁵, Ж.Бертрана¹⁷⁶, Г.Штакельберга¹⁷⁷, Ф.Эджуорта¹⁷⁸, Дж.Стиглера¹⁷⁹. К числу современных авторов, изучающих проблемы олигополистической рыночной структуры, относятся Х.Диксон¹⁸⁰, М.Янссен, С.Рой¹⁸¹, А.Филатов¹⁸², И.Щепина, Т.Гоголева¹⁸³.

Опираясь на базовые характеристики олигополистической модели рынка, нами были выделены отраслевые рынки доверительных благ, которым, на наш взгляд, присуща данная структура. Это фармацевтический рынок, рынок технического обслуживания и ремонта, рынки аудиторско-консалтинговых услуг, рынки медицинских услуг и образовательных услуг. Несмотря на то, что выделенные типы рынков могут быть представлены множеством агентов предложения, тот факт, что реальная конкурентная борьба осуществляется только между несколькими из них, дает основания выделить в рамках данных рынков олигополистические структуры. К примеру, в рамках фармацевтического рынка с множеством продавцов реальная конкуренция по отдельным группам и отдельным международным

¹⁷⁵ Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ; под ред. А.Л. Дмитриева. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – С.250-254.

¹⁷⁶ Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ... СПб., 2019. С.257-259.; Dixon H. Oligopoly Theory Made Simple. Chapter 6, Surfing Economics, pp. 125-160.

¹⁷⁷ Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ... СПб., 2019. С.254-257.; Stackelberg H.F. Marktform und Gleichgewicht (Market Structure and Equilibrium), translated by Bazin D., Hill R., Urch L. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. – URL: <https://epdf.pub/market-structure-and-equilibrium.html> (дата обращения 1.09.2019).

¹⁷⁸ Dixon H. The Perfectly competitive outcome as the equilibrium in an Edgeworthian price-quantity game. *Economic Journal*, 1992, (102): 301–309. – URL: http://huwdixon.org/publication_archive/articles/ej1992.pdf (дата обращения 1.09.2019).

¹⁷⁹ Стиглер Дж. Ломаная кривая спроса олигополиста и жесткие цены. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С. 402–431.; Стиглер Дж. Теория олигополии. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С.371–401.

¹⁸⁰ Dixon H. Oligopoly Theory Made Simple. Chapter 6, Surfing Economics, pp. 125-160.; Dixon H. The Perfectly competitive outcome ..., p.302.

¹⁸¹ Janssen M., Roy S. Signaling quality through prices in an oligopoly. *Games and Economic Behavior*, 68 (2010). – pp.192-207.

¹⁸² Филатов А.Ю. Модели олигополии: современное состояние // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука, 2009. – С.29-60.; Филатов А.Ю. Модель ценовой олигополии с несовершенной эластичностью спроса // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука, 2009. – С.130-145.

¹⁸³ Щепина И.Н., Гоголева Т.Н. Модели оптимальной торговой политики на олигополистических рынках // Современные проблемы экономической теории: Сборник статей международной конференции. – 2003. – Ч.IV. – С.544-557.

непатентованным наименования лекарственных средств осуществляется только между несколькими рыночными агентами.

Для рынков доверительных благ с олигополистической структурой в большей степени характерна тенденция к ценовому усреднению рыночных альтернатив нежели на монополистических рынках. В отсутствии явных конкурентных преимуществ у одного из олигополистов, причинами для ценового усреднения служат установление конкурентами единообразных цен по методу «издержки плюс», в результате согласования между конкурентами ценовой политики (сговор) и реже в результате ценовой политики фирм, ориентированной на следование за лидером. Сознательное ценовое усреднение доверительных благ создает возможности для беспрепятственной реализации, как высококачественных благ, так и низкокачественных благ. Если на рынках с симметричной информацией предложение низкокачественных благ или иные формы оппортунизма со стороны одного из олигополистов приведут к снижению спроса и потере доли рынка, то в случае предложения низкокачественных доверительных благ у потребителей отсутствуют основания для отказа от их потребления. Спрос на данные блага в краткосрочном периоде не снижается.

Стимулы у олигополистов рынка доверительных благ к формальному согласованию своих интересов или неформальному в отношении цены и качества приводит к разделению рынка сбыта и отсутствию необходимости в постоянном контроле стратегий поведения конкурентов, как в случае рынков с симметричной информацией. Изучению особенностей картельных сговоров посвящены работы А.Шаститко¹⁸⁴, Е.Калмычковой¹⁸⁵, С.Авдашевой, Н.Розановой¹⁸⁶, А.Мицель, С.Козлова¹⁸⁷, И.Артемьева¹⁸⁸, А.Филатова¹⁸⁹.

¹⁸⁴ Шаститко А.Е. Картель: организация, стимулы, политика противодействия // Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т.11. №4. – С.31-56.

¹⁸⁵ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н. Экономические основы экономической политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – №2. – С.234-270.

¹⁸⁶ Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Доминирующее положение и антиконкурентные соглашения // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2004. – Том 2. №2. – С.112-127.

¹⁸⁷ Мицель А.А., Козлов С.В. Модели олигополии // Известия Томского политехнического университета. – 2011. – Т.311, №6. – С.4-8.

Согласно статистике Федеральной антимонопольной службы за 2018 год первое место из всех сфер экономики по числу картельных сговоров занимает фармацевтическая деятельность. 19% всех картельных сговоров приходится на поставку лекарственных средств и медицинских изделий¹⁹⁰.

Описанная тенденция ценового усреднения доверительных благ естественно не выгодна производителям высококачественных доверительных благ, поэтому они вынуждены создавать конкурентные преимущества или завоёвывать в течение длительного периода времени у потребителей высокую репутацию, которая позволила бы им стать лидером в отрасли, и одновременно позволила бы устанавливать свои правила рыночной игры.

Таким образом, в ходе анализа специфики конкурентного предложения доверительных благ в рамках рыночного сектора мы пришли к выводам, что в условиях монополистической конкуренции рынков доверительных благ асимметрия информации опасна для потребителей риском неоптимального выбора в результате неопределенности качества, а для субъектов предложения высококачественных благ риском неполучения ожидаемой прибыли по причине «захвата» субъектами предложения низкокачественных благ части потребительского рынка. В условиях олигополистической модели рынков доверительных благ асимметричное распределение информации опасно преимущественно для субъектов спроса риском неоптимального выбора, так как положение и прибыль субъектов предложения защищены кооперированными стратегиями.

Особый исследовательский интерес в рамках рыночного сектора изучаемого рынка представляет изучение особенностей монополии предложения, что обусловлено наличием по разным причинам данной

¹⁸⁸ Артемьев И.Ю. Совершенствование антимонопольного законодательства как инструмент модернизации экономики // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2011. – №2. – С.4-9.

¹⁸⁹ Филатов А.Ю. Модель ценовой олигополии с несовершенной эластичностью спроса // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука, 2009. – С.130-145.

¹⁹⁰ ФАС в СМИ: фармацевтика лидирует по количеству картелей. Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы России. – URL: <https://fas.gov.ru/publications/17482> (дата обращения 17.09.2019).

рыночной модели в рамках всех выделенных нами отраслевых рынков доверительных благ.

Монополии рынка доверительных благ, характеризуются формированием и реализацией предложения только одним субъектом, товар или услуга которого обладают уникальными свойствами¹⁹¹. Работы по теории монополий на сегодняшний день широко представлены в экономической науке. В нашем исследовании за основу были взяты труды А.Маршалла¹⁹², Л.Вальраса¹⁹³, работы, посвященные изучению особенностей монополий на рынках с несимметричной информацией Э.Маскин, Дж.Райли¹⁹⁴, М.Муссы, С.Россен¹⁹⁵, Д.Лауссель, Дж.Резенди¹⁹⁶. Особый теоретический и прикладной интерес был вызван трудами отечественных ученых по вопросам антимонопольного регулирования и специфике естественных монополий Л.Абалкина¹⁹⁷, С.Глазьева¹⁹⁸, С.Авдашевой, Е.Калмычковой, А.Шаститко¹⁹⁹, Т.Гоголевой, И.Щепиной, Н.Федяевой²⁰⁰, М.Малкиной, О.Абросимовой²⁰¹. Несмотря на значительное число работ, посвященных проблемам рыночных монополий, мы считаем необходимым расширить представления о данных структурах, выявив специфику монопольной власти в условиях рынков

¹⁹¹ Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – С.226; Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб: Питер, 2002. – С.259.

¹⁹² Маршалл А. Указ соч.

¹⁹³ Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. – М.: Изограф, 2000. – 448 с.

¹⁹⁴ Maskin E., Riley J. Monopoly with Incomplete Information. Vol. 15, No. 2 (Summer, 1984), pp. 171-196. – URL: <https://www.jstor.org/stable/2555674?seq=1> (дата обращения 30.08.2019).

¹⁹⁵ Mussa M., Rosen S. Monopoly and Product Quality. Journal of Economic Theory. Volume 18, Issue 2, August 1978, p.301-317. – URL: <https://www.pims.math.ca/files/Mussa-Rosen.pdf> (дата обращения 1.09.2019).

¹⁹⁶ Laussel D, Resende J. Complementary Monopolies with asymmetric information. May 2, 2019. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3121668 (дата обращение 1.09.2019).

¹⁹⁷ Абалкин Л.И. Парадокс макроанализа или антиэффект монополизма // Экономика и жизнь. – 1992. – №4.

¹⁹⁸ Глазьев С.Ю. Перспективы российской экономики в условиях глобальной конкуренции // Дети и молодежь – будущее России. – 2007. – Вып.37. – С.35-44.

¹⁹⁹ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е. Развитие конкуренции в отраслях с естественно монопольным компонентом: Основания, варианты, ограничения. – М., 2005. – 35 с.; Авдашева С.Б., Калмычкова Е.Н., Шаститко А.Е. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – Т.11.№1. – С.89-123; №2. – С.234-270; №3. – С.381-424; №4. – С.562-610.

²⁰⁰ Гоголева Т.Н., Щепина И.Н., Федяева Н.А. Устойчивость естественной монополии на региональных рынках: методологические предпосылки анализа // Вестник Балтийского федерального университета им. И.Канта. – Калининград, 2012. – №3. – С.91-98.

²⁰¹ Малкина М.Ю., Абросимова О.Ю. Институциональный анализ естественных монополий в современной России // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2012. – Том 4, №4. – С.117-132; Абросимова О.Ю. Естественные монополии в России: особенности развития и способы эффективного регулирования: дисс. ... канд. экон. наук. – Нижний Новгород, 2012. – 193 с.

доверительных благ, проанализировав условия их формирования и теоретически обосновав угрозы монопольной власти на данных рынках.

Современная экономическая теория в качестве условий формирования монополий рассматривает монополии в результате нововведений и новаций; монополии, как результат экономии от масштаба; монополии, обусловленные наличием исключительной собственности на средства и предметы производства; монополии, как результат государственной политики²⁰².

Мы полагаем, что для рыночного сектора рынка доверительных благ характерны все вышеизложенные условия за исключением случаев монополий, как результата экономии от масштаба. Подтверждением фактов монополий, формирующихся в результате нововведений и новаций, служат предложения уникальных технологий (например, методы медицинской помощи, услуги сервисных центров технического обслуживания), наличие у исполнителей уникальных знаний, умений и навыков (например, репетиторские услуги, услуги специалистов определенных специальностей). Примерами монополий, устанавливающихся в результате исключительной собственности на средства и предметы производства, является правообладание отдельными рыночными агентами уникальным химическим сырьем и (или) субстанциями на фармацевтических рынках, рынках натуральной косметики и средств личной гигиены, правообладание уникальным оборудованием и (или) запасными частями на рынках технического обслуживания и ремонта. Монополии, как результат государственной политики, представлены примерами предложения оригинальных лекарственных средств, уникальность которых защищена патентами, обладание исключительными правами деятельности (лицензии) или сертификатами специалистов в сфере эстетической медицины²⁰³.

²⁰² Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб: Питер, 2002. – С.259.

²⁰³ Колосова М.А. Специфика конкурентных отношений на рынке доверительных благ. Материалы VII Международной научно-практической конференции «Научный форум: Экономика и менеджмент». – № 5(7). – М., 2017. – С.153-158.

При этом наряду с вышерассмотренными условиями мы выделяем в рыночном секторе рынка доверительных благ случаи (условия) установления монополии в результате наличия информационных несовершенств. Это выражается в получении рыночных преимуществ отдельными субъектами предложения в результате ложного позиционирования себя, как владельцев уникальных благ. Данную особенность рынка доверительных благ мы объясняем отсутствием у потребителя возможности идентификации и сравнения характеристик «лжеуникального» блага с альтернативами.

Очевидно, что в условиях неопределенности качества рынка доверительных благ, субъекты предложения, обладающие монопольной властью, имеют возможность использовать ее в целях извлечения ренты, рождая предложение, не всегда отвечающее ожиданиям потребителей. Данная особенность является ключевой угрозой монополий изучаемого рынка, что выделено или следует из работ Э.Маскина, Дж.Райли, М.Муссы, С.Россен, Д.Лауссель, Дж.Резенди, С.Авдашевой, А.Шаститко и иных. При этом в качестве особенности монополий на рынках доверительных благ мы выделяем их устойчивый (долгосрочный) характер, сложность или даже невозможность разрушения власти монополиста в случае предложения благ низкого качества, из чего следует высокий риск потребительских потерь. Для сравнения на рынках инспекционных и опытных благ потребитель по мере идентификации качества блага на этапах сделки, а также за счет потребительского опыта иных субъектов спроса в отношении блага, может отказаться от его потребления в пользу иного блага. Это способствует укреплению рыночных позиций монополистов-владельцев высококачественных благ, и разрушению монопольной власти владельцев благ низкого качества на данных рынках.

В качестве причин устойчивой монопольной власти и сложности ее разрушения на рынках доверительных благ (что особенно опасно для случаев предложения доверительных благ низкого качества) в работе предложено рассматривать следующие:

– асимметрия информации, в результате которой у потребителей отсутствует информация о доверительном благе и, следовательно, отсутствуют основания для сомнений в их качестве. Потребитель приобретает то, что предлагает ему рынок, укрепляя рыночные позиции монополиста;

– низкая способность замещения полезности доверительного блага полезностью иного невзаимозаменяемого блага. Если на рынке опытных благ потребитель не удовлетворен качеством кондитерских товаров, он может удовлетворить свою потребность, заменив их полезностью фруктов, орехов или иных продовольственных товаров. Если же у потребителя возникает потребность в услуге высшего медицинского образования, и он сомневается в качестве образовательных услуг, оказываемых монополистом, то заменить желаемые услуги полезностью иного образования не представляется возможным.

На основании всего вышеизложенного мы сделали вывод, что для разрушения устойчивой монопольной власти на рынках доверительных благ необходим вход на рынок субъекта-конкурента, что побудит монополиста к борьбе за потребителя и к повышению качества доверительных продуктов. Однако появление конкурента в современных условиях изучаемого рынка затруднено наличием высоких входных барьеров. Такими барьерами являются высокие издержки производственного оснащения (основные и оборотные средства обеспечения производственного процесса), необходимость наличия квалифицированных кадров, умения и навыки, которых сопряжены с временными и моральными издержками обучения, необходимость наличия свободного доступа или прав собственности на источники сырья, необходимость наличия лицензий, аккредитаций, сертификатов, иных институтов на право деятельности, издержки организации маркетинговых кампаний, формирования рыночной репутации.

Таким образом, по нашему мнению, проблема монополии предложения на рынках доверительных благ состоит одновременно в

отсутствии альтернатив для потребительского выбора, а также в явлении устойчивой монопольной власти, создающей условия для оппортунистических действий субъектов ею обладающих.

Наряду с выделенными и теоретически обоснованными особенностями и проблемами предложения в условиях монополистической конкуренции, олигополии и монополии рыночного сектора рынка доверительных благ, мы выделяем характерную для данного рынка проблему «неполноты» рынков, мало представленную в научной литературе. Данная проблема характеризуется отсутствием предложения отдельных наименований доверительных благ. При этом в качестве причин «неполноты» рынков доверительных благ нами выделены высокие входные/выходные барьеры. Примерами, свидетельствующими о данной проблеме, являются отсутствие регистрации и рыночного обращения отдельных лекарственных препаратов, потребность в которых остро стоит перед обществом²⁰⁴. Таким образом, мы делаем вывод, что отсутствие предложения доверительных благ и невозможность замещения их полезности полезностью иных благ лишает потребителя возможности удовлетворения потребности.

Выделенная проблема отсутствия возможности удовлетворения потребности в определенных доверительных благах и (или) сложность доступа к доверительному благу предопределили необходимость изучения посреднических функций в рамках сферы реализации предложения рыночного сектора рынка доверительных благ.

Институт посредничества на современных рынках доверительных благ представлен многообразием видов и форм, и направлен на реализацию различных функций. В рамках формирования и реализации предложения данный институт преимущественно представлен деятельностью, направленной на обеспечение доступности доверительных благ для

²⁰⁴ Противосудорожный препарат с торговым наименованием «Фризиум» не зарегистрирован на территории РФ по состоянию на 20 октября 2019 г. и может быть приобретен на данный момент времени нуждающимися в нем потребителями только незаконно через систему Интернет («Что за лекарство Фризиум?»). Материалы АО «Аргументы и факты». – URL: https://aif.ru/society/healthcare/chto_zh_lekarstvo_frizium (дата обращения 20.10.2019).

потребителей путем реализации им с наценкой ранее приобретенного у производителя блага, или путем организации сделки между продавцом и покупателем доверительных благ за вознаграждение (коммерческое посредничество). Изучению функций и проблем коммерческого посредничества посвящены труды А.Крие, Ж.Жаллэ²⁰⁵, Дж.Эванса, Б.Бермана²⁰⁶, В.Радаева²⁰⁷, С.Корневой²⁰⁸, А.Рогачева²⁰⁹, И.Скопиной, И.Котлярова²¹⁰, Э.Казбаковой²¹¹, С.Абдуллиной²¹², М.Илюшиной, М.Челышевой, Р.Ситдиковой²¹³, Л.Завьяловой, Т.Китаевой²¹⁴ и иных.

Данный институт на фармацевтическом рынке представлен дистрибьюторскими структурами (агенты оптового сектора) и аптечными фирмами (агенты розничного сектора), на рынках информационных технологий представлен дистрибьюторами программных продуктов, на рынках предметов личной гигиены и натуральной косметики дистрибьюторами косметических продуктов²¹⁵.

Серьезные несовершенства функционирования рынка доверительных благ, как со стороны предложения, так и со стороны спроса, обуславливают необходимость участия государства в данном процессе и реализации им стабилизационной, аллокационной и перераспределительной функций. При этом важно отметить, что данное участие не дестабилизирует рыночные

²⁰⁵ Крие А., Жаллэ Ж. Внутренняя торговля. М.: Прогресс: Универс. 1993. – 192 с.

²⁰⁶ Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля. Стратегический подход. – Москва: Вильямс, 2008. – 1181 с.

²⁰⁷ Радаев В.В. Изменение конкурентной ситуации на российских рынках: (на примере розничных сетей) // Вопросы экономики. – 2003. – №7. – С.57-77; Радаев В.В. Эволюция организационных форм в российской розничной торговле // Вопросы экономики. – 2006. – №10. – С.41-62.

²⁰⁸ Корнева С.С. Посредничество как трансакционный институт: сущность, виды, тенденции развития: дисс. ... канд. экон. наук. – Самара, 2008. – 176с.

²⁰⁹ Рогачев А.Ф., Скопина И.В. Развитие региональных потребительских рынков в эпоху глобализации // Финансы и кредит. – 2004. – № 23. – С.64-67.

²¹⁰ Котляров И. Механизмы использования посредников при дистрибуции услуг. *Journal of Economic Regulation* (Вопросы регулирования экономики). – 2012, – Том 3, №3. – С.98.

²¹¹ Казбакова Э.Л. Влияние института посредничества на рыночное взаимодействие экономических агентов: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2002. – 167 с.

²¹² Абдуллина С.В. Роль и значение посредничества в современном обществе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №1. – С.54-58.

²¹³ Илюшина М. Коммерческие сделки: теория и практика: учебно-практическое пособие / М.Н. Илюшина, М.Ю. Челышев, Р.И. Ситдикова; под общей редакцией М.Н. Илюшиной; Министерство юстиции Российской Федерации, Российская правовая академия. – М.: РПА МЮ РФ, 2005. – 264 с.

²¹⁴ Завьялова Л.В., Китаева Т.Н. Указ соч., с.192.

²¹⁵ Колосова М.А. Институт посредничества на рынке доверительных благ: анализ сильных и слабых сторон // Научный рецензируемый журнал «Научные ведомости Белгородского государственного университета». – 2018. – Том 45, №3. – С.473-480.

механизмы рынка, а создает инструменты эффективного согласования интересов и удовлетворения потребностей всех субъектов рынка.

В работе мы попытались систематизировать инструменты государственного регулирования рынка доверительных благ, что представлено в Приложении И. Данные инструменты были классифицированы на группы институтов, направленных на обеспечение легитимного взаимодействия (правовые институты), институты налогового-бюджетного регулирования (финансовые инструменты), институты обеспечения и контроля конкуренции (антимонопольные институты), налоговые и бюджетные инструменты контроля и стимулирования торговой деятельности (торговые инструменты), институты контроля качества доверительных благ.

Особенности предложения и в частности вопросы доступности доверительных благ, их качество и конкурентоспособность зависят от степени развитости инфраструктуры рынка. В работе нами были выделены основные объекты, формирующие институциональную, рыночную, производственную и информационную инфраструктуры современного рынка доверительных благ, представленные в Приложение К. При этом, принимая во внимание существующие на сегодняшний день проблемы институционального обеспечения и институциональную неоформленность доверительных благ, отсутствие или слабую развитость объектов рыночной инфраструктуры, проблемы ресурсного и технического обеспечения сферы производства доверительных благ, нерешенные кадровые проблемы, слабость информационного обеспечения процессов производства, распределения и обмена доверительных благ, мы пришли к выводу, что объекты инфраструктуры рынка доверительных благ находятся только в стадии развития.

Проведенный анализа специфики предложения рыночного сектора рынка доверительных благ позволил систематизировать факторы предложения данного сектора, что представлено в Приложении Л. Наряду с

традиционными факторами предложения (количество продавцов в отрасли, величина барьеров для входа/выхода в отрасль, цены на ресурсы) нами с опорой на результаты имеющихся в экономической науке исследований были выделены такие факторы предложения, как высокая потребительная стоимость доверительных благ, влияние посредников, развитость институциональной среды и инфраструктуры рынка, развитость научно-технической сферы производства, государственная «опека» производства и предоставления доверительных благ.

Переходя к изучению специфики спроса рыночного сектора рынка доверительных благ, необходимо отметить, что принимая решение о сделке, потребители руководствуются факторами полезности и риска. Однако процесс и величина усилий для оценки данных фактор у современных благ существенным образом отличается. Причиной тому является разная степень потребительской информированности и неопределенности, а, следовательно, и разная величина трансакционных издержек потребителей на принятие решения о сделке. Поэтому для выявления специфики спроса рыночного сектора рынка доверительных благ необходимо выделить и проанализировать структуру неопределенности на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ, оценить ее степень на данных рынках и изучить возможности ее снижения.

На сегодняшний день большое число экономических исследований посвящено изучению явления неопределенности, обусловленной информационным фактором. Однако важно понимать, что информационная неопределенность представляет собой многоаспектное широкое в научном понимании явление. К данному выводу мы пришли, опираясь на теоретические подходы отечественных исследователей к классификации типов неопределенности, представленные в Приложении М. Согласно данным подходам информационная неопределенность обусловлена явлениями недостаточности информации (В.Уродовских, Р.Багаутдинов, В.Матчин, Г.Хасанов, В.Галкин), несовершенством и асимметрией

информации (Р.Багаутдинов), избытком информации (Р.Багаутдинов, Г.Хасанов, В.Матчин), неточностью информации (Г.Хасанов, Н.Ярцева) об объекте, процессе, явлении и иных аспектах. Исходя из этого, необходимо внести ясность, что в рамках изучения специфики спроса изучаемого рынка мы фокусируем свое внимание на явление неопределенности качества, заключающемся в недостатке у потребителя информации о качестве (полезности) блага.

Изучению проблем неопределенности и риска, особенностей поведения потребителей в данных условиях посвящено значительное число работ зарубежных и отечественных авторов. Проблемы неопределенности качества в результате несимметричного распределения информации были изучены Дж.Акерлофом²¹⁶, М.Спенсом²¹⁷, Г.Саймоном²¹⁸, К.Эрроу²¹⁹. В отечественной экономической школе данным вопросам посвящены труды В.Тамбовцева²²⁰, А.Шаститко, Л.Тутова²²¹, О.Сухарева²²², Н.Сафиуллина, Л.Сафиуллина²²³, М.Малкиной²²⁴, Н.Хованова²²⁵.

В качестве причин неопределенности качества в экономической науке принято выделять несовершенство информации, ограниченную рациональность агентов, принимающих решение, отсутствие объективных

²¹⁶ Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf.

²¹⁷ Spence M. Op.cit. P.358.

²¹⁸ Simon H.A. Rational Decision Making in Business Organizations // American Economic Review, 1979, v.69, p.493–513. – URL: https://www.academia.edu/7437639/Rational_Decision_Making_in_Business_Organizations (дата обращения 1.09.2019).

²¹⁹ Эрроу К. Неопределенность и экономика благосостояния ..., с.307.

²²⁰ Тамбовцев В.Л. Управленческое решение как экономическое благо // *Общественные науки и современность*. – 2013. – №1. – С.160-168.

²²¹ Тутов Л.А., Шаститко А.Е. Ограниченная рациональность: проблемы системности определения в междисциплинарном контексте // *Общественные науки и современность*. – 2005. – №2. – С.117-127; Шаститко А.Е. Структурная неопределенность и институты // *Общественные науки и современность*. – 2018. – №4. – С.177–190.

²²² Сухарев О.С. Информационная экономика: знание, конкуренция и рост. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 287 с.

²²³ Сафиуллин Н.З., Исмагилова Г.Н. Методологические особенности формирования потребительского спроса на товары длительного пользования при асимметричности информации. Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2011. – №1(19). – С.39-43.; Ismagilova G.N., Danilina E.I., Gafurov I.R., Ismagilov R.I., Safiullin L.N. Asymmetric information and consumer demand. Asian Social Science. 24, 2014. – p.203-208.

²²⁴ Малкина М.Ю. Указ соч., с. 83.

²²⁵ Хованов Н.В. Математические модели риска и неопределенности. СПб. 1998. – 204 с.; Хованов Н.В. Математические основы теории шкал измерения качества. – Л., 1982. – 185 с.; Хованов Н.В. Анализ и синтез показателей при информационном дефиците. – СПб., 1996. – 196 с.

критериев качества²²⁶, неблагоприятный отбор («размывание рынков»), усложнение производства благ, изменение структуры потребительской корзины (уменьшение доли инспекционных благ и увеличение доли опытных и доверительных благ) и иные.

Выделенные нами в работе особенности качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ на основе критериев «количество скрытых качественных характеристик благ», «свойство многомерности у качественных характеристик благ», «характер восприятия потребителем качественных характеристик благ» (п.1.2) позволили выделить факторы, формирующие структуру неопределенности качества на современных рынках, что представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Факторы неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ

Особенности качественных характеристик благ	«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
	Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
Фактор X_1: неопределенность, обусловленная величиной скрытых качественных характеристик благ			
Количество скрытых качественных характеристик благ	низкое	значительное	доминирующее
Фактор X_2: неопределенность, обусловленная наличием/отсутствием свойства многомерности у качественных характеристик благ			
Свойство многомерности характеристик благ	отсутствие	наличие	наличие
Фактор X_3: неопределенность, обусловленная характером восприятия потребителем качественных характеристик благ			
Характер восприятия потребителем качественных характеристик благ	объективный	объективный	субъективный (персонифицированный)
составлено автором			

²²⁶ Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – М., ИНФРА-М, 2006. – С.14.

Выделенные нами факторы неопределенности качества (таблица 3) позволили разработать общую трехфакторную модель неопределенности качества следующего вида:

$$X = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3, \quad \alpha \geq 0, \text{ где}$$

X_1 – неопределенность качества, обусловленная величиной скрытых качественных характеристик благ;

X_2 – неопределенность качества, обусловленная наличием свойства многомерности у качественных характеристик благ;

X_3 – неопределенность качества, обусловленная характером восприятия потребителем качественных характеристик благ.

α_i отражает значимость каждого из факторов неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ ($\alpha \geq 0$).

Таким образом, выделенные нами факторы неопределенности качества потребителей на современных рынках позволили проанализировать и разработать авторские модели неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ, что изложено ниже.

В связи с отсутствием у качественных характеристик инспекционных благ свойства многомерности и одновременно ввиду наличия у потребителей возможности объективного восприятия качественных характеристик данных благ, неопределенность качества на рынках инспекционных благ, на наш взгляд, обусловлена только величиной их скрытых характеристик. Поэтому структура неопределенности качества на рынках инспекционных благ, на наш взгляд, будет описываться однофакторной моделью следующего вида: $X = \alpha_1 X_1$.

На рынках опытных благ неопределенность качества формируется за счет значительной величины скрытых качественных характеристик благ и за счет наличия у качественных характеристик опытных благ свойства многомерности, требующих специфического человеческого капитала для ее снижения. Важно отметить, что в связи с тем, что коэффициент α_1 на рынках

опытных благ больше, чем на рынках инспекционных благ, то, следовательно, величина (степень) неопределенности X_1 на рынках опытных благ превышает данную величину на рынках инспекционных благ. Таким образом, структура неопределенности качества на рынках опытных благ, на наш взгляд, описывается двухфакторной моделью вида: $X = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2$.

На рынках доверительных благ неопределенность качества формируется за счет доминирующей величины скрытых качественных характеристик доверительных благ, за счет наличия у качественных характеристик доверительных благ свойства многомерности, а также за счет субъективного (персонифицированного) характера восприятия потребителем качественных характеристик данных благ. При этом коэффициент α_1 на рынках доверительных благ больше, чем на рынках опытных благ и значительно больше, чем на рынках инспекционных благ, что свидетельствует о превышении величины неопределенности качества X_1 на рынках доверительных благ над данной величиной на рынках опытных благ, и о значительном превышении над данной величиной на рынках инспекционных благ. Таким образом, структура неопределенности качества на рынках доверительных благ, на наш взгляд, будет описываться трехфакторной моделью вида: $X = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3$.

Разработанные авторские модели неопределенности качества потребителей на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ позволили сделать вывод о более высокой величине неопределенности качества на рынках доверительных благ, нежели на рынках опытных благ и тем более на рынках инспекционных благ, как по структуре, так и по степени (величине) коэффициентов при ее факторах.

Согласно Ф. Найту, исчисляемый тип неопределенности, результат наступления которого можно предвидеть и оценить представляет собой риск, а неисчисляемый тип – неопределенность²²⁷. Вышеизложенные выводы дали нам основание классифицировать рынки инспекционных, опытных и

²²⁷ Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Издательство «Дело», 2003. – 360 с.

доверительных благ на рынки с низкой неопределенностью (определенность), рынки с относительной неопределенностью (ситуация риска) и рынки с абсолютной неопределенностью соответственно.

Проведенный в работе сравнительный анализ структур неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ предопределил также необходимость изучения объективных возможностей для их снижения, что в свою очередь потребовало поиска инструментов для снижения неопределенности качества и оценки эффективности каждого из них. При решении поставленной задачи мы опирались на сделанные нами в параграфе 1.2 выводы о высокой, относительной и низкой способности скрытых качественных характеристик инспекционных, опытных и доверительных благ соответственно трансформироваться в явные характеристики. Для доказательства авторской позиции о разной способности скрытых качественных характеристик благ трансформироваться в явные характеристики и с целью оценки эффективности процесса снижения неопределенности качества, нами за основу были взяты базовые исследования по теории трансакционных издержек Р.Коуза²²⁸, П.Милгрорма, Д.Робертса²²⁹, Д.Норта, Т.Эггертссона²³⁰, О.Уильямсона²³¹, Э.Фуруботна, Р.Рихтера²³², Р.Капелюшникова²³³, М.Юдкевич²³⁴ (подробно позиции названных авторов представлены в приложении Н). Особое внимание было уделено работам, посвященным

²²⁸ Коуз Р. Природа фирмы (англ. The nature of the firm). Серия «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С.11–32.

²²⁹ Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент (в 2 томах). Том 1. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – 472 с.

²³⁰ Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2000. – 407 с.; Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Нестеренко. – М: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – С.180.

²³¹ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки и «отношенческая» контракция. – СПб: Лениздат, 1996. – 702 с.

²³² Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. – 702 с.

²³³ Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. – М., 1990. – 90 с.

²³⁴ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2003. – С.22.

издержкам измерения и вопросам оценки качества: Й.Барцеля²³⁵, Д.Норта²³⁶, Г.Демсеца, А.Алчиана²³⁷, М.Юдкевич²³⁸, Н.Хованова²³⁹, Н.Сафиуллина, Л.Сафиуллина²⁴⁰. Наряду с этим, мы опирались на работы, посвященные изучению институтов рыночного сигнализирования, института посредничества, института доверия, институтов качества, каждый из которых будет подробно рассмотрен в рамках данного исследования с указанием имен исследователей, внесших вклад в их изучение.

Опираясь на результаты теоретических работ, посвященных изучению проблемы снижения неопределенности качества, в работе были выделены и структурированы следующим образом инструменты, которые, по нашему мнению, способны влиять на величину неопределенности качества:

– инструменты снижения неопределенности качества, обусловленной величиной скрытых качественных характеристик благ: явные характеристики благ (доверительное измерение качества), рыночные сигналы, опыт потребления на предконтрактном этапе сделки (*ex ante*), опыт потребления на постконтрактном этапе сделки (*ex post*), доверие;

– инструменты снижения неопределенности качества, обусловленной наличием свойства многомерности у качественных характеристик благ: специфический человеческий капитал, источником которого выступают посредники;

– инструменты снижения неопределенности качества, обусловленной характером восприятия потребителем качественных характеристик благ:

²³⁵ Barzel Y. Op.cit. P. 28.

²³⁶ Норт Д. Указ соч., с.47.

²³⁷ Demsetz H., Alchian A. Production, Information Costs and Economic Organization, American Economic Review. 1972. – URL: https://www.researchgate.net/publication/3229097_Production_Information_Costs_and_Economic_Organization (дата обращения 30.08.2019).

²³⁸ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.; Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных благ ..., с. 360,362.

²³⁹ Хованов Н.В. Математические модели риска и неопределенности. – СПб. 1998. – 204 с.; Хованов Н.В. Математические основы теории шкал измерения качества. – Л., 1982. – 185 с.

²⁴⁰ Исмагилова Г.Н., Сафиуллин Н.З. Указ соч., с.37.; Safiullin L.N., Safiullin N.Z., Bagautdinova N.G., Gafurov I.R. Influence of quality of the goods on satisfactions of consumers. January 2012.

институциональная «оформленность» благ в виде наличия и эффективности институтов качества, институтов защиты прав собственности.

На основе выделенных и структурированных инструментов снижения неопределенности качества в работе был проведен сравнительный анализ эффективности каждого из них на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ согласно критериям «высокая», «относительная», «низкая» эффективность, что представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Сравнительная характеристика эффективности инструментов снижения неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ

Инструменты снижения неопределенности качества	«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
	Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
Фактор X_1: неопределенность, обусловленная величиной скрытых качественных характеристик благ			
явные качественные характеристики благ	высокая	относительная	низкая
рыночные сигналы	–	высокая	низкая
опыт потребления (ex ante)	высокая	относительная	низкая
опыт потребления (ex post)	высокая	высокая	низкая
доверие	относительная	относительная	относительная
Фактор X_2: неопределенность, обусловленная наличием/отсутствием свойства многомерности у качественных характеристик благ			
специфический человеческий капитал (услуги посредников)	–	высокая	относительная
Фактор X_3: неопределенность, обусловленная характером восприятия потребителем качественных характеристик благ			
институциональная «оформленность» благ	–	–	низкая
<i>составлено автором</i>			

На основе сравнительной характеристики эффективности инструментов снижения неопределенности качества на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ (таблица 4) нами были

сделаны следующие выводы. Успешное снижение неопределенности качества на рынках инспекционных благ объясняется низким (малым) числом скрытых качественных характеристик данных благ. Количества явных характеристик инспекционных благ достаточно для оценки потребителем их качества уже на предконтрактном этапе сделки путем их личных рациональных и/или иррациональных усилий. Способ снижения неопределенности, когда при оценке качества благ учитываются только его репрезентативные характеристики (явные характеристики), называют доверительным измерением качества. Данный вид измерения рассмотрен в работах М.Юдкевич²⁴¹, Т.Тлюстена²⁴². На рынках инспекционных благ доверительное измерение качества, на наш взгляд, высокоэффективно.

Процесс сигнализирования на рынках инспекционных благ нецелесообразен по причине наличия у потребителей возможности самостоятельно идентифицировать качество данных благ за счет доступных им явных качественных характеристик. При этом с целью привлечения потребительского внимания субъекты предложения данного рынка также ориентированы на формирование репутации, бренда, осуществление рекламной деятельности.

Потребительский опыт на рынках инспекционных благ начинает формироваться уже на предконтрактном этапе сделки (*ex ante*) и заканчивает в процессе потребления на постконтрактном этапе сделки (*ex post*), что свидетельствует об эффективности снижения неопределенности качества за счет данного инструмента на обоих этапах сделки.

Доверие является важным фактором принятия решения на рынках с любой степенью неопределенности. Изучению данного института и его роли в принятии потребительского решения посвящены работы О.Уильямсона²⁴³,

²⁴¹ Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников ..., с.360.

²⁴² Тлюстен Т.Г. Особенности продвижения услуг высшего образования ..., с.22.

²⁴³ Williamson O.E. Calculativeness, Trust and Economic Organization // Journal of Law and Economics. 1993. Vol. 36. No.1. P.453–486.

Д.Уоллиса, Д.Норта²⁴⁴, Ф.Фукуямы²⁴⁵, Дж.Коулмана²⁴⁶, Д.МакАллистера²⁴⁷, В.Радаева²⁴⁸, А.Шаститко²⁴⁹, А.Шмакова²⁵⁰, А.Ляско²⁵¹, И.Яреско²⁵², А.Купрейченко²⁵³, М.Богатыревой²⁵⁴, С.Винокурова, П.Гурьянова, А.Медведь²⁵⁵, Д.Щербаковой²⁵⁶. С опорой на данные работы мы сделали вывод о том, что способствуя успешному формированию оценочных суждений потребителей о высоком качестве благ и о добросовестности контрагентов, фактор доверия ликвидирует необходимость иных транзакционных издержек потребителей на принятие решение о сделке. Однако, на наш взгляд, на сегодняшний день в связи с негативными изменениями в современном обществе данный фактор утратил «былую» силу и значимость для хозяйствующих субъектов, поэтому эффективность данного инструмента мы оцениваем, как относительную.

²⁴⁴ Wallis D., North D. Measuring the transactional sector in the American Economy, 1870-1970. Chicago. 1986. – p.95-162.

²⁴⁵ Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, Ермак, 2004. – 730 с.; Фукуяма Ф. Доверие. – М.: Изд-во «Хранитель», 2006. – 730 с.

²⁴⁶ Coleman J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge: Harvard University Press, 1990. – 993 p.

²⁴⁷ McAllister D. The second face of trust: Reflections on the dark side of interpersonal trust in organizations. 1997. Research on Negotiation in Organizations, Volume 6, pages 87-111. – URL: https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Mcallister3/publication/239612698_The_second_face_of_trust_Reflections_on_the_dark_side_of_interpersonal_trust_in_organizations/links/0f317539a98d2f399f000000.pdf (дата обращения 2.05.2019).

²⁴⁸ Радаев В.В. Формирование новых российских рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. – М.: Центр политических технологий, 1998. – 328 с.; Радаев В.В. Некоторые институциональные условия формирования российских рынков // Социологический журнал. – 1998. – № 3/4. – С.57-85.

²⁴⁹ Шаститко А.Е. Теорема Коуза: проблемы и недоразумения // Вопросы экономики. – 2002. – № 10. – С.96-102; Шаститко А.Е. Неинституциональная экономическая теория. МГУ им. М.В. Ломоносова. Экон. фак. – М.: ТЕИС, 1998. – 424 с.

²⁵⁰ Шмаков А.В. Воздействие фактора доверия на процесс принятия экономических решений // Terra Economicus. – 2014. – Том 12. №3. – С.29-47.

²⁵¹ Ляско А. Доверие и транзакционные издержки // Вопросы экономики. – 2003. – №1. – С.42-58.

²⁵² Яреско И.И. Доверие как институт и его влияние на трудовые отношения // Социально-экономические проблемы современного рынка труда: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2013. – С.210-212.

²⁵³ Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия – общие и дифференцирующие признаки // Мотивация в психологии управления: материалы Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Капцов. – Самара: СГА, 2006. – С.8–16.; Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 571 с.

²⁵⁴ Богатырева М. Институт доверия как фактор формирования транзакционных издержек: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Иркутск, 2011. – С.20.

²⁵⁵ Винокуров С.С., Гурьянов П.А., Медведь А.А. Влияние фактора доверия на международное движение капитала // Общество и экономика. – 2017. – №3-4. – С.68-81.

²⁵⁶ Медведь А.А., Щербакова Д.В. Проблема доверия и способы ее разрешения в международных инвестиционных отношениях // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. – 2017. – №1. – С.28-36.

Таким образом, на наш взгляд, высокой эффективностью обладают все выделенные в работе механизмы снижения неопределенности качества на рынках инспекционных благ, за исключением фактора доверия, эффективность которого мы оценили, как относительную, что в совокупности подтверждает факт наличия у потребителя возможности снижения неопределенности качества уже на предконтрактном этапе сделки.

На рынках опытных благ складывается несколько иная ситуация. Структура неопределенности качества на данных рынках описывается двухфакторной моделью и обусловлена значительным числом скрытых качественных характеристик опытных благ и наличием у качественных характеристик опытных благ свойства многомерности.

Значительное число скрытых качественных характеристик опытных благ свидетельствует о малом количестве явных характеристик данных благ и об относительной эффективности доверительного измерения. По этой причине потребитель вынужден при оценке качества опытных благ руководствоваться иными инструментами снижения неопределенности качества.

На предконтрактном этапе сделки эффективным инструментом снижения неопределенности качества на рынках опытных благ, на наш взгляд, выступает механизм рыночного сигнализирования, который при успешной реализации способен приводить к установлению на данных рынках разделяющего рыночного равновесия, что рассмотрено в параграфе 2.1.

Инструмент потребительского опыта (*ex ante*) на предконтрактном этапе сделки на рынках опытных благ, на наш взгляд, характеризуется относительной эффективностью и позволяет только в случае отдельных опытных благ (автомобили, оборудование) трансформировать отдельные скрытые характеристики еще до заключения контракта. Инструмент потребительского опыта (*ex post*) на постконтрактном этапе сделки на рынках опытных благ, напротив, на наш взгляд, является крайне

эффективным в связи с тем, что именно он выступает ключевым инструментом трансформации скрытых качественных характеристик опытных благ в явные характеристики. Если опыт потребления (эксплуатации) блага положительный, то потребитель делает вывод о высоком качестве блага и ликвидирует необходимость дополнительных издержек. Если опыт потребления (эксплуатации) блага отрицательный, то потребитель вынужден нести дополнительные издержки оценки качества и издержки защиты своих потребительских прав.

Доверие на рынках опытных благ выступает важным фактором принятия потребительского решения, особенно на рынках с асимметрией информации. Однако, также как на рынках инспекционных благ, данный инструмент далеко несовершенен и требует развития, как на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, так и на уровне государства, поэтому эффективность данного инструмента на рынках опытных благ мы также оцениваем, как относительную.

Неопределенность качества на рынках опытных благ, обусловленная наличием свойства многомерности у качественных характеристик опытных благ (X_2), требует, по нашему мнению, привлечения специфического человеческого капитала для рационального осмысления сложных характеристик опытных благ. Носителем данного вида капитала, на наш взгляд, являются в первую очередь посредники и редко когда сами потребители. Наличие у потребителей данного вида капитала (например, обладание знаниями из смежных областей) позволяет им частично снизить рассматриваемый вид неопределенности качества. В случае отсутствия у потребителя специфического человеческого капитала бремя снижения неопределенности качества ложится полностью на посредников. Эффективность посреднических услуг при снижении неопределенности качества на рынках опытных благ мы объясняем развитостью на сегодняшний день данного института.

Таким образом, из выделенных нами в работе механизмов снижения неопределенности качества на рынках опытных благ, по нашему мнению, высокой эффективностью обладают рыночные сигналы, потребительский опыт (*ex post*) и специфический человеческий капитал (услуги посредников), в то время как величина явных для потребителя качественных характеристик опытных благ (доверительное измерение), потребительский опыт (*ex ante*) и фактор доверия характеризуются относительной эффективностью. Это в совокупности дало нам основания для того, чтобы сделать вывод о наличии у потребителей на рынках опытных благ возможности ее частичного снижения уже на предконтрактном этапе сделки и о формировании оценочных суждений о качестве опытных благ на постконтрактном этапе сделки.

На рынках доверительных благ структура неопределенности качества трехфакторная. Доминирующее число скрытых качественных характеристик доверительных благ свидетельствует, на наш взгляд, о том, что величины явных качественных характеристик доверительных благ недостаточно для эффективного доверительного измерения. Рисунок 1 демонстрирует, что тангенс угла наклона кривой, описывающий соотношение величины скрытых характеристик доверительных благ к величине явных характеристик меньше, чем в случае инспекционных и опытных благ. Это свидетельствует о недостаточности индивидуальных усилий потребителей, что актуализирует проблему поиска иных инструментов для ее снижения.

Механизм рыночного сигнализирования в том виде в котором он реализуется на сегодняшний день на рынках доверительных благ, на наш взгляд, не обладает той эффективностью, которая характерна для рынков опытных благ и не может гарантировать потребителям эффективную дифференциацию представленных на рынке альтернатив. Теоретическое обоснование данной авторской позиции изложено в параграфе 2.1.

Низкая эффективность доверительного измерения и рыночного сигнализирования на рынках доверительных благ свидетельствуют о сложности формирования потребителями на их основе оценочных суждений

о качестве доверительных благ на предконтрактном этапе сделки и позволяет сделать вывод о низкой эффективности инструмента потребительского опыта (*ex ante*). Одновременно с этим, низкая способность трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики в процессе их потребления и зачастую еще в течение длительного периода времени препятствует формированию у потребителей оценочных суждений об их качестве и после заключения контракта (низкая эффективность опыта потребления (*ex post*)).

В связи со сложностью идентификации потребителем качественных характеристик доверительных благ, по причине низкой эффективности рассмотренных нами выше инструментов, основную функцию по снижению неопределенности качества на рынках доверительных благ, на наш взгляд, берет на себя неформальный институт потребительского доверия. Потребитель снижает для себя неопределенность качества, формируя оценочные суждения о доверии или недоверии к качеству блага или к сделке, руководствуется фактором доверия, принимая решение о целесообразности и величине трансакционных издержек, дифференцирует на основе данного фактора рыночные альтернативы. Однако и данный инструмент по причине его не достаточной развитости на сегодняшний день не способен должным образом справляться с «возложенной на него задачей» на данных рынках. В рамках данного исследования в процессе изучения специфики и институтов регулирования рынков доверительных благ мы будем неоднократно обращаться к институту доверия, доказывая важность данного института на рынках доверительных благ, выделяя проблемы его функционирования, а также предлагая пути его совершенствования.

Наличие свойства многомерности у качественных характеристик доверительных благ свидетельствует, как и в случае опытных благ, о необходимости использования специфического человеческого капитала (X_2). Если на рынках опытных благ обладающие данным видом капитала потребители могут собственными усилиями снизить данный вид

неопределенности качества, то на рынках доверительных благ в условиях максимально скрытых от потребителя качественных характеристик справиться с данной проблемой самостоятельно, по нашему мнению, потребитель не в состоянии. Это обуславливает необходимость привлечения специфического человеческого капитала посредников и их опыта. При этом успешность реализации посреднической деятельности на сегодняшний день на рынках доверительных благ, на наш взгляд, ниже, чем на рынках опытных благ. Данная авторская позиция основана на характерной для данного рынка высокой зависимости принципалов от агентов по причине сложности или невозможности оценки принципалом качества оказанных им услуг.

Выводы о высокой значимости института посредничества на рынках доверительных благ предопределили необходимость детального изучения функций, видов и форм данного института в рамках изучаемого рынка, в результате которого мы пришли к ряду выводов. Преимущественно данный институт представлен агентами, функции которых направлены на снижение неопределенности качества принципала за счет специфического человеческого капитала агентов. Например, врач выступает посредником на фармацевтическом рынке за счет своих знаний о целесообразности потребления лекарства, возможности оформления назначений (рецептов). Посреднические функции на рынках услуг по техническому обслуживанию выполняют инженеры-технологи, владеющие знаниями о необходимых работах и об их объемах, осуществляющие анализ и оценку стоимости работ. Изучению данного вида посреднической деятельности посвящены работы К.Эйзенхардт²⁵⁷, М.Юдкевич²⁵⁸, Т.Степановой²⁵⁹, С.Корневой²⁶⁰,

²⁵⁷ Eisenhardt K. Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*. 1989, 14 (1): 57–74. – URL: https://www.jstor.org/stable/258191?seq=1#metadata_info_tab_contents (дата обращения 15.02.2019).

²⁵⁸ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.; Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников ..., с.366.

²⁵⁹ Степанова Т.Е. Интеллектуальное посредничество как институт трансакций инноваций // *Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы II Международной научно-практической конференции*. В 2т. Т.1.; М-во образования Республики Беларусь, УО «Белорусский государственный экономический университет». – Минск: БГЭУ, 2009. – С. 225-227.

²⁶⁰ Корнева С.С. Посредничество как трансакционный институт: сущность, виды, тенденции развития: дисс. ... канд. экон. наук. – Самара, 2008. – 176 с.

И.Котлярова²⁶¹, Э.Казбаковой²⁶², С.Абдуллиной²⁶³, Р.Толстякова, М.Феногеновой²⁶⁴. Отдельную группу посредников в рамках реализации спроса составляют, выделенные И.Котляровым транзакционные посредники, деятельность которых направлена на снижение информационной неопределенности, а также на содействие заказчику в подготовке сделки, ее документальном сопровождении, оформлении²⁶⁵. К числу данных посредников на рынке доверительных благ мы отнесли образовательных брокеров на рынках образовательных услуг, агентов центров занятости на рынке труда. Кроме того, для данного рынка характерна группа посредников, оказывающих экспертные услуги с целью разрешения споров. К их числу мы относим на рынках медицинских услуг организации медико-социальной экспертизы, судебно-медицинской экспертизы, независимые комиссии оценки качества медицинской помощи.

Сильная зависимость принципала от агента свидетельствует об остроте агентской проблемы на рынках доверительных благ, заключающейся в наличии у посредника возможности самостоятельно определять величину усилий и способы достижения результата, что в свою очередь может повлечь за собой удовлетворительный (приемлемый) результат посреднических услуг вместо ожидаемого принципалом максимального результата. Изучению данной проблемы в современной литературе посвящены труды Р.Риса²⁶⁶, М.Дженсена, У.Меклинга²⁶⁷, Р.Капелюшников²⁶⁸, М.Юдкевич²⁶⁹,

²⁶¹ Котляров И. Указ соч., с.105.

²⁶² Казбакова Э.Л. Влияние института посредничества на рыночное взаимодействие экономических агентов: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2002. – 167 с.

²⁶³ Абдуллина С.В. Роль и значение посредничества в современном обществе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 1. – С.54-58.

²⁶⁴ Толстяков Р.Р., Феногенова М.С. Маркетинговые посредники на рынке образовательных услуг // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т.9, №9. – С.79-83.

²⁶⁵ Котляров И. Указ соч., с.105.

²⁶⁶ Rees R. The Theory of Principal and Agent – Part I. Discussion Papers, October, 1984. – URL: https://www.academia.edu/20967816/The_Theory_of_Principal_and_Agent_Part_1 (дата обращения 15.02.2019).

²⁶⁷ Дженсен М., Меклинг У. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. Вып. 4. 2004. – С.118-191.

²⁶⁸ Капелюшников Р.И. Мобильность и идентичность руководителей российских промышленных предприятий. – М: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. №7.

²⁶⁹ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М, 2003. – 140 с.; Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников ..., с.366.

Л.Миэринь, С.Винокурова, А.Медведь²⁷⁰, Е.Попова, В.Симоновой²⁷¹. Наряду с данной проблемой мы также обращаем внимание на случаи несовершенства посреднических услуг по объективным причинам неполноты информации, сложности прогнозирования событий, влияния непредвиденных факторов. Одновременно с этим необходимо обратить внимание на возможность случаев неоднократного привлечения посредников в рамках одной сделки: для определения целесообразности потребления блага и для оценки качества блага. Рассмотренные несовершенства посреднической деятельности позволили сделать вывод об относительной эффективности данного инструмента при снижении неопределенности качества.

В основе неопределенности качества, обусловленной персонифицированным характером восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ (X_3), на наш взгляд, лежит сложность объективной оценки и прогнозирования потребителем физиологического эффекта от доверительных благ, их психоэмоционального воздействия на потребителя, сложность оценки потребительской удовлетворенности и соответствия полученных результатов ожиданиям потребителя. Инструментом снижения данной неопределенности, в нашем понимании, должны выступать институты качества (критерии, стандарты качества) и институты защиты прав собственности, способствующие институциональной «оформленности» доверительных благ и снижению субъективной составляющей восприятия качества данных благ. Однако ввиду отсутствия или недостаточной развитости вышеупомянутых институтов современные доверительные блага, на наш взгляд, характеризуются институциональной «неоформленностью». Данный вывод был сделан нами на основе анализа научной литературы, нормативно-правовой источников, результатов

²⁷⁰ Миэринь Л.А., Винокуров С.С., Медведь А.А. Моделирование информационных аспектов принятия решений // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 4 (64). – С.54-58.; Винокуров С.С., Медведь А.А., Миэринь Л.А. Несовершенство информации в макроэкономическом моделировании // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2017. – №5 (107). – С.7-15.

²⁷¹ Попов Е.В, Симонова В.Л. Оценка внутрифирменного оппортунизма работников и менеджеров // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С.108-117.; Попов Е.В., Симонова В.Л. Эндогенный оппортунизм в теории «принципала-агента» // Вопросы экономики. – 2005. – №3. – С.118-130.

исследования институциональной среды рынка доверительных благ. Имеющиеся на сегодняшний день формальные институты качества обладают на обоих этапах сделки низкой эффективностью снижения неопределенности качества, обусловленной персонифицированным характером восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ. По этой причине потребитель снижает данный вид неопределенности на постконтрактном этапе сделки, руководствуясь сугубо личными оценочными суждениями, что не исключает заблуждения.

Таким образом, выделенные в работе механизмы снижения неопределенности качества на рынках доверительных благ, по нашему мнению, на сегодняшний день преимущественно характеризуются низкой эффективностью, за исключением относительной эффективности специфического человеческого капитала (посреднической деятельности) и фактора доверия. Это в совокупности позволило сделать вывод о том, что инструменты, функционирующие на рынках доверительных благ, находятся на сегодняшний день на том уровне развития, который пока не позволяет потребителям успешно снижать неопределенность качества, как на предконтрактном этапе сделки, так и на постконтрактном этапе сделки.

При анализе эффективности инструментов, направленных на снижение неопределенности качества на современных рынках, мы рассматривали случаи принятия решений в условиях наличия у потребителей альтернатив для выбора (монополистическая конкуренция или олигополия предложения), что обуславливает наличие стимулов у субъектов спроса к снижению неопределенности качества. В случае монополий предложения (отсутствие альтернатив для выбора) у субъектов спроса отсутствуют стимулы к снижению неопределенности качества, поэтому их трансакционные издержки нулевые или незначительные и направлены только на исключение для себя вероятности наступления необратимых потерь.

Важно понимать, что свои оценочные суждения о ситуации неопределенности качества потребители формируют под влиянием

многообразия индивидуальных факторов, поэтому и отношение каждого субъекта спроса к проблеме неопределенности качества, целесообразности ее снижения и готовности к трансакционным издержкам могут серьезным образом отличаться. Данные выводы предопределили необходимость детального изучения трансакционных потерь потребителей и в частности изучения возможных вариантов распределения потребительских потерь между предконтрактным (ТС *ex ante*) и постконтрактным (ТС *ex post*) этапами сделок на современных рынках. Для этого нами за основу были взяты вышеупомянутые базовые исследования по теории трансакционных издержек Р.Коуза, П.Милгрота, Д.Робертса, Д.С.Норта, Т.Эггертссона, О.Уильямсона, Э.Фуруботна, Р.Рихтера, Й.Барцеля, Г.Демсеца, А.Алчиана, Р.Капелюшникова, М.Юдкевич, Н.Хованова, Н.Сафиуллина, Л.Сафиуллина.

Непосредственный анализ трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки на современных рынках опирался на следующие факторы: отношение потребителей к риску (склонен/не склонен к риску), степень потребительского доверия (ситуации «доверие», «сомнение», «подозрение», «недоверие»), результат сделки (благоприятный/неблагоприятный), институциональная оформленность благ. На особенностях каждого из них мы остановим свое внимание ниже.

Оценка готовности индивида пойти на риск в современной рискологии осуществляется путем сопоставления величины предполагаемой полезности (рискового результата) (U) к величине гарантированного дохода потребителя (Y)²⁷². Кривые, иллюстрирующие различные варианты данного соотношения, представлены на рисунке 2.

²⁷² Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ... СПб., 2019. С.50.

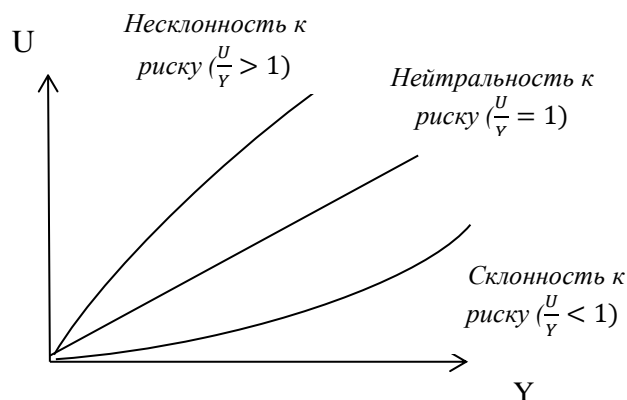


Рисунок 2 – Кривые, иллюстрирующие отношение потребителей к риску

Рисунок 2 демонстрирует следующие варианты отношения потребителя к риску:

- потребитель не склонен (не расположен) к риску: предпочитает гарантированный доход рисковому результату ($\frac{U}{Y} > 1$);
- потребитель нейтрален к риску: безразличен при ожидаемом доходе к выбору между гарантированным доходом и рисковым результатом ($\frac{U}{Y} = 1$);
- потребитель склонен (расположен) к риску: предпочитает при ожидаемом доходе рисковый результат гарантированному доходу ($\frac{U}{Y} < 1$)²⁷³.

При изучении потребительского доверия, как фактора оценочных суждений о качестве блага, мы опирались на предложенное отечественным ученым М.Богатыревой разделение степеней доверия на «органическое доверие» (уверенность в качестве блага, нулевые транзакционные издержки), ситуацию «сомнение» (вероятность высокого качества блага близка к единице, транзакционные издержки незначительны), ситуацию «подозрительность» (вероятность высокого качества блага близка к нулю, транзакционные издержки значительны), ситуацию «недоверие» (абсолютная

²⁷³ Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ... СПб., 2019. С.51.

неуверенность в качестве блага, трансакционные издержки нецелесообразны и равны нулю)²⁷⁴.

Результат сделки обуславливает величину постконтрактных трансакционных потерь потребителей. Благоприятным результатом сделки, на наш взгляд, целесообразно считать такой ее исход, когда потребность субъекта спроса исчерпывающе удовлетворена, соответствует его ожиданиям и не требует от него дополнительных издержек в отношении данного объекта спроса. Под неблагоприятным результатом сделки мы понимаем такой исход сделки, когда в лучшем случае потребность субъекта спроса удовлетворена не в полной мере и не соответствует его ожиданиям, а в худшем случае влечет существенные потребительские потери различного характера и необходимость существенных трансакционных издержек потребителей на их ликвидацию. Важно отметить, что на рынках доверительных благ потребитель не в состоянии самостоятельно оценить успешность сделки, но при этом он в состоянии охарактеризовать случаи, которые он для себя оценивает, как «отрицательные».

Авторская позиция об институциональной «неоформленности» доверительных благ уже была изложена выше. При этом наличие успешно действующих на сегодняшний день на рынках инспекционных и опытных благ институтов качества (ГОСТы, технические регламенты), институтов обеспечения гарантийных обязательств, институтов экспертизы, институтов защиты прав собственности и юридической ответственности, дали нам основание признать инспекционные и опытные блага институционально «оформленными» благами.

На основе выделенных нами факторов, определяющих поведение потребителей, в работе были разработаны модели трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ, что представлено в таблице 5.

²⁷⁴ Богатырева М. Институт доверия как фактор формирования трансакционных издержек: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Иркутск, 2011. – 20 с.

Таблица 5 – Модели транзакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки в рамках рыночного сектора рынков инспекционных, опытных и доверительных благ

«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
<p>– ситуация «доверие»: Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow 0$</p> <p>– ситуация «сомнение»: Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ post \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow 0$</p> <p>– ситуация «подозрительность»: $TC\ ex\ ante = 0$</p> <p>– ситуация «недоверие»: $TC\ ex\ ante = 0$</p>	<p>Потребитель склонен к риску:</p> <p>– ситуация «доверие»: Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «сомнение»: Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «подозрительность»: Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «недоверие»: $TC\ ex\ ante = 0$</p> <p>Потребитель не склонен к риску:</p> <p>– ситуация «доверие»: Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «сомнение»: Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «подозрительность»: Модель 1: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post > 0$</p> <p>– ситуация «недоверие»: $TC\ ex\ ante = 0$</p>	<p>Потребитель склонен к риску:</p> <p>– ситуация «доверие»: Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$</p> <p>– ситуация «недоверие»: $TC\ ex\ ante = 0$</p> <p>Потребитель не склонен к риску:</p> <p>– ситуация «доверие»: Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante = 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$</p> <p>– ситуация «сомнение»: Модель 1: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$</p> <p>– ситуация «подозрительность»: Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$</p> <p>– ситуация «недоверие»: $TC\ ex\ ante = 0$</p>
<p>составлено автором Транзакционные издержки незначительны ($TC \rightarrow 0$); транзакционные издержки значительны ($TC > 0$); транзакционные издержки стремятся к максимуму ($TC \rightarrow max$)</p>		

Разработанные модели транзакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки в рамках рыночного сектора рынков инспекционных, опытных и доверительных благ и проведенный на их основе сравнительный анализ продемонстрировал ряд важных закономерностей распределения потребительских потерь между этапами сделки.

На рынках инспекционных благ предконтрактные издержки потребителей в ситуации «доверие» нулевые. Если потребительский выбор рациональный, то необходимости в постконтрактных транзакционных издержках у потребителя не возникает ($TC_{ex\ ante} = 0$; $TC_{ex\ post} = 0$). В случае нерационального выбора в условиях институциональной «оформленности» инспекционных благ потребитель несет, на наш взгляд, незначительные постконтрактные транзакционные издержки на защиту своих потребительских прав ($TC_{ex\ ante} = 0$; $TC_{ex\ post} \rightarrow 0$).

В ситуации «сомнение» предконтрактные издержки потребителей незначительны, а на постконтрактном этапе сделки в зависимости от положительного или отрицательного результата потребитель или не несет транзакционные издержки ($TC_{ex\ ante} \rightarrow 0$; $TC_{ex\ post} = 0$) или несет незначительные транзакционные издержки ($TC_{ex\ post} \rightarrow 0$; $TC_{ex\ post} \rightarrow 0$).

В ситуации «подозрительность» и в случае «недоверия» потребители, на наш взгляд, просто отказываются от сделки, «переключают» свое внимание на иные альтернативы и не несут предконтрактные издержки в отношении данного блага ($TC_{ex\ ante} = 0$). Таким образом, на наш взгляд, потребительский выбор на рынках инспекционных благ характеризуется низкими совокупными транзакционными издержками ввиду незначительных предконтрактных издержек потребителей, и нулевых или незначительных постконтрактных издержек вне зависимости от отношения потребителя к риску.

Переходя к анализу величины транзакционных издержек потребителей для каждого этапа сделки по купле-продаже опытных благ важно отметить, что в условиях «относительной» неопределенности качества данного рынка

их трансакционные потери могут достигать значительной величины в зависимости от склонности потребителей к риску и степени доверия.

В ситуации «доверие» потребители, склонные к риску, и потребители, не склонные к риску, на рынках опытных благ несут нулевые предконтрактные трансакционные издержки. Их постконтрактные издержки нулевые ($ТС\ ex\ ante = 0$; $ТС\ ex\ post = 0$), или положительные в случае неблагоприятного исхода сделки ($ТС\ ex\ ante = 0$; $ТС\ ex\ post > 0$). При этом постконтрактные издержки на рынках опытных благ, на наш взгляд, выше, чем на рынках инспекционных благ по причине наличия свойства многомерности у качественных характеристик опытных благ, но ниже чем на рынках доверительных благ по причине институциональной «оформленностью» опытных благ, что обуславливает их эффективность.

Ситуацию «сомнение» на рынках опытных благ потребители склонные к риску, и потребители не склонные к риску, на наш взгляд, расценивают, как нормальную в условиях неопределенности качества, не видят для себя угрозы и выбирают минимальные усилия на предконтрактном этапе сделки. В случае благоприятного исхода сделки постконтрактные трансакционные издержки нулевые ($ТС\ ex\ ante \rightarrow 0$; $ТС\ ex\ post = 0$). В случае неблагоприятного исхода сделки их постконтрактные издержки значительны ($ТС\ ex\ ante \rightarrow 0$; $ТС\ ex\ post > 0$).

В ситуации «подозрительность» на рынках опытных благ потребители склонные к риску, по нашему мнению, выбирают минимальные усилия на предконтрактном этапе сделки, будучи готовыми к постконтрактным издержкам защиты своих прав. Поэтому мы взяли на себя смелость предположить, что в данной ситуации их совокупные трансакционные издержки при благоприятном и неблагоприятном исходе сделки описываются моделями аналогичными для ситуации «сомнение» (Модель 1: $ТС\ ex\ ante \rightarrow 0$; $ТС\ ex\ post = 0$; Модель 2: $ТС\ ex\ ante \rightarrow 0$; $ТС\ ex\ post > 0$).

Одновременно с этим в ситуации «подозрительность» потребители не склонные к риску, несут более высокие трансакционные издержки снижения

неопределенности качества на предконтрактном этапе, стремясь гарантировать себе достижение оптимального результата сделки и минимизировав постконтрактные издержки. В случае благоприятного исхода сделки совокупные трансакционные издержки потребителей значительны в связи с их серьезными предконтрактными усилиями ($ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post = 0$). В случае неблагоприятного исхода сделки совокупные трансакционные издержки потребителей значительны и имеют место быть на обоих этапах сделки ($ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post > 0$).

В ситуации «недоверие» потребители на рынках опытных благ вне зависимости от степени риска не совершают трансакцию и не несут потери.

Таким образом, на рынках опытных благ эффективность трансакционных издержек потребителей в качестве инструмента снижения неопределенности качества на предконтрактном этапе и их эффективность в качестве инструмента защиты потребительских прав на постконтрактном этапе свидетельствуют о незначительной или относительно высокой величине трансакционных издержек потребителей. Наибольший риск трансакционных потерь характерен для не склонных к риску потребителей в ситуации «подозрительность» в случае неблагоприятного исхода сделки ($ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post > 0$). Однако даже в данном случае усилия потребителей эффективны в связи с институциональной «оформленностью» опытных благ и в связи с наличием у них возможности снижения потерь. Исходя из этого, мы сделали вывод о том, что ни одна из предложенных нами и вышеописанных моделей в совокупности не влечет катастрофических для потребителя потерь на рынках опытных благ.

Прежде чем перейти к анализу величины трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки по купле-продаже доверительных благ необходимо отметить, что в условиях «относительной» неопределенности качества рынка опытных благ потребитель за счет наличия явных качественных характеристик опытных благ и наличия возможности доверительного измерения их качества может проявлять все степени доверия,

выделенные М.Богатыревой. Это мы проанализировали выше. Оценочные суждения потребителей о доверие, недоверие, сомнение или подозрительности в отношении качества опытного блага в некоторой степени позволяют им дифференцировать для себя данные блага, принимая решение о целесообразности сделки, и выбирать величину трансакционных издержек. На рынках же доверительных благ у потребителя недостаточно явной информации, чтобы ставить качество доверительных благ под сомнение или иметь основания для ситуации «подозрения». Поэтому авторская позиция заключается в том, что на рынках доверительных благ в чистом виде потребитель проявляет «доверие» или «недоверие».

В ситуации «недоверие» потребители на рынках доверительных благ отказываются от трансакции и не несут потери. Данное оценочное суждение, как правило, основано сугубо на субъективных иногда иррациональных факторах потребительского поведения. Во всех остальных случаях потребитель находится в ситуации «доверие», которое, на наш взгляд, можно охарактеризовать как «вынужденное» или «слепое» доверие. В данной ситуации потребители, склонные к риску, и потребители, не склонные к риску, несут нулевые предконтрактные трансакционные издержки. В случае благоприятного (неотрицательного) исхода сделки на рынках доверительных благ постконтрактные трансакционные издержки потребителей равны нулю ($ТС\ ex\ ante = 0$; $ТС\ ex\ post = 0$). В случае отрицательной оценки потребителем результата сделки его постконтрактные трансакционные издержки значительны, как на рынках опытных благ (Модель 2: $ТС\ ex\ ante = 0$; $ТС\ ex\ post > 0$), или чрезвычайно высоки (Модель 3: $ТС\ ex\ ante = 0$; $ТС\ ex\ post \rightarrow max$). Причиной чрезвычайно высоких постконтрактных трансакционных издержек потребителей, по нашему мнению, является институциональная «неоформленность» доверительных благ, которая обуславливает низкую защищенность потребительских прав, сложно доказуемость причиненного вреда, сложность структурирования потребителем постконтрактных издержек.

Проведенная нами ранее в работе оценка эффективности инструментов снижения неопределенности качества на рынках доверительных благ дала нам основания утверждать о сложности ее снижения путем только потребительских усилий, что в свою очередь позволило нам объяснить сознательный выбор склонных к риску потребителей в пользу «слепого» доверия и нецелесообразности для них трансакционных издержек.

Одновременно с этим риск неблагоприятного исхода сделки и сложность или невозможность устранения потребительских потерь в сделках с доверительными благами побуждает потребителей не склонных к риску, нести трансакционные издержки снижения неопределенности качества. По мере данных усилий у них появляется возможность сформировать оценочные суждения о сомнении в качестве доверительного блага или о подозрительности в отношении их качества, тем самым дифференцировав для себя имеющиеся рыночные альтернативы.

В ситуации «сомнение» на рынках доверительных благ потребители, не склонные к риску, несут значительные предконтрактные трансакционные издержки, что обусловлено доминирующей величиной скрытых качественных характеристик данных благ и неэффективностью инструментов снижения неопределенности качества, которые были рассмотрены выше. Бремя предконтрактных усилий потребитель будет нести до момента принятия решения о доверии или недоверии к сделке (к благу). В случае неотрицательного (благоприятного) исхода сделки, если потребитель не прилагает усилий на идентификацию качества блага, его постконтрактные трансакционные издержки равны нулю ($ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post = 0$). В случае неблагоприятного исхода сделки постконтрактные издержки потребителей по причине институциональной «неоформленности» доверительных благ могут быть, как значительными (Модель 2: $ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post > 0$), так и чрезвычайно высокими (Модель 3: $ТС\ ex\ ante > 0$; $ТС\ ex\ post \rightarrow max$).

В ситуации «подозрительности» на рынках доверительных благ потребители не склонные к риску вынуждены нести чрезвычайно высокие предконтрактные транзакционные издержки, иногда неоднократно превышающие стоимость самого доверительного блага. В случае неотрицательного (благоприятного) исхода сделки, если потребитель не прилагает усилий на идентификацию качества блага, его постконтрактные транзакционные издержки нулевые (ТС ex ante \rightarrow max; ТС ex post = 0). В случае же неблагоприятного исхода сделки, наряду с чрезвычайно высокими предконтрактными усилиями потребитель вынужден нести и значительные постконтрактные издержки (Модель 2: ТС ex ante \rightarrow max; ТС ex post > 0). При этом не исключены случаи чрезвычайно высоких постконтрактных издержек потребителей, что свидетельствует о крайне неблагоприятной для потребителя ситуации, где величина его транзакционных потерь описывается моделью следующего вида: ТС ex ante \rightarrow max; ТС ex post \rightarrow max.

Полученные результаты позволили сделать вывод об актуальности для потребителей на рынках доверительных благ проблемы поиска оптимальной комбинации транзакционных издержек с целью их минимизации.

Функцию транзакционных издержек потребителей можно записать в самом простом виде, как сумму произведений всех видов транзакционных усилий на их субъективную значимость для потребителя (оценочное суждение), которая будет иметь следующий вид:

$$\text{ТС ex ante} = c_1x_1 + c_2x_2 + c_jx_j + \dots + c_nx_n, \quad j = 1, n.$$

или в упрощенном виде данное уравнение имеет следующий вид:

$$\text{ТС ex ante} = \sum_{j=1}^n c_j x_j$$

где x_j – вид транзакционных издержек ($x_j > 0$); c_j – значимость издержек.

Тогда задачу поиска потребителем оптимальной для себя комбинации транзакционных издержек для их минимизации на рынках доверительных благ можно записать в следующем виде:

$$TC \text{ ex ante} = \sum_{j=1}^n c_j x_j \rightarrow \min$$

где x_j – вид транзакционных издержек ($x_j > 0$; $j = 1, n$); c_j – значимость издержек.

Выполнимость данной задачи, на наш взгляд, зависит от фактора доверия и от величины потребительских усилий, затраченных на принятие решения о доверии. Если потребитель доверяет и его оценочные суждения о качестве блага положительны, то искомая задача выполнима. Если потребитель не доверяет, сомневается в качестве блага, «подозревает» и перепроверяет характеристики блага, затрачивая усилия на поиск и оценку информации, то искомая задача невыполнима.

Таким образом, на рынках доверительных благ потребители склонные к риску всегда принимают решение исходя из своих оценочных суждений о доверие или недоверие, не неся предконтрактные транзакционные издержки на снижение неопределенности качества. Не склонные к риску потребители принимают решение, находясь в ситуации «доверие», в ситуации «сомнение», в ситуации «подозрение» или в ситуации «недоверие», неся при этом нулевые, высокие, чрезвычайно высокие и нулевые предконтрактные транзакционные издержки соответственно. В случае неотрицательного (благоприятного) исхода сделки постконтрактные транзакционные издержки потребителей нулевые. В случае неблагоприятного исхода сделки в связи с институциональной «неоформленностью» доверительных благ их постконтрактные издержки значительны или чрезвычайно высоки. Данные выводы свидетельствуют о наличии вероятности наступления для потребителей на рынках доверительных благ случаев необходимости транзакционных издержек на обоих этапах сделки, где максимальных

размеров они могут достигать на одном из этапов сделки или одновременно на обоих этапах сделки.

Результаты проведенного нами сравнительного анализа величины трансакционных потерь для каждого этапа сделки на рынках инспекционных благ, опытных благ и доверительных благ позволили сделать вывод о существенном превышении совокупной величины трансакционных издержек потребителей на рынках доверительных благ над их величиной на рынках инспекционных и опытных благ. Наряду с этим нами был сделан вывод о наличии вероятности наступления на рынке доверительных благ крайне неблагоприятной для потребителя ситуации вида: $ТС\ ex\ ante \rightarrow max$; $ТС\ ex\ post \rightarrow max$. И, наконец, мы в очередной раз убедились, что величина трансакционных издержек потребителей на рынках доверительных благ преимущественно зависит от уровня потребительского доверия и институциональной «оформленности» доверительных благ.

В ходе исследования специфики спроса рыночного сектора рынка доверительных благ нами также была отмечена важная закономерность, что величина и структура трансакционных издержек потребителей в рамках данного сектора естественным образом зависят от фактора частоты сделки. Результаты проведенного в работе анализа частоты возникновения у субъектов спроса потребности в том или ином доверительном благе, согласно критериям «разовое потребление» (или первичная сделка) и «повторяющееся потребление» представлены в Приложении О. На их основе в работе были сделаны ряд важных выводов о характере потребительского спроса на отраслевых рынках доверительных благ.

Для сделок, носящих разовый характер, или для первичных сделок с доверительными благами (у потребителя отсутствует опыт) в рамках рыночного сектора рынка доверительных благ характерен «особый» (специальный) потребительский спрос. В англоязычной литературе блага, для которых характерен данный вид спроса, называют «specialty goods». Свойства особых благ и специфика спроса в их отношении были изучены

французским социологом Л.Карпик в работах «Оценка уникальности: экономика особенного» («Valuing the Unique: The Economics of Singularities», 2010), «Экономика качества» («L`economie de la qualite`», 1989)²⁷⁵. Экономике, объектом которой выступают особые блага (singularity), Л.Карпик называет «экономикой особенного» (economics of singularities), а «особенность» данных благ он связывает с наличием свойств многомерности у особых благ (оценка каждого свойства блага неотделима от иных свойств), с неопределенностью качества особых благ, и с несравнимостью (уникальностью) свойств данных благ²⁷⁶.

Наличие свойства многомерности у качественных характеристик доверительных благ было выделено и теоретически обосновано нами в ходе изучения критериев идентификации доверительных благ. Авторские выводы, свидетельствующие о проблеме неопределенности качества потребителей на рынках доверительных благ, также представлены выше. Несравнимость (уникальность) свойств доверительных благ, на наш взгляд, заключается в отсутствие у потребителей возможности проверки, сопоставления, ранжирования качественных характеристик благ в процессе выбора. Мы полагаем, что именно свойство несравнимости (уникальности) характеристик доверительных благ позволяет сделать вывод об «особом» характере спроса, а не о предварительном характере спроса.

В случае предварительного спроса транзакционные издержки потребителей, на наш взгляд, носят «практический» характер, что выражается в усилиях и затратах времени на посещение торговых точек и оценку, примерку, сопоставление альтернатив. Данный характер спроса на рынках доверительных благ присущ только для отдельных наименований компьютерных товаров или в некоторой степени для рынков труда. Для всех остальных доверительных благ в рамках рыночного сектора характерен особый спрос, предконтрактные транзакционные издержки потребителей

²⁷⁵ Рощина Я.М. Как на рынках «особенных благ» формируются суждения о качестве // Экономическая социология. – Сентябрь 2015. – Т.16. №4. – С.108-116.

²⁷⁶ Рощина Я.М. Указ соч., с.109.

носят интеллектуальный (ментальный) характер и проявляются в когнитивных усилиях потребителей на сбор и оценку информации, изучение рейтингов и отзывов, привлечение посредников, оценку рисков.

Одновременно с этим, согласно проведенному анализу спроса на рынках доверительных благ (Приложение О), в рамках рыночного сектора изучаемого рынка имеют место быть и сделки, носящие повторяющийся характер. В их случае потребительский спрос носит повседневный характер с незначительными предконтрактными транзакционными издержками потребителей по причине наличия у них опыта. Данный вид спроса, на наш взгляд, характерен для повторяющихся сделок на большинстве отраслевых рынков доверительных благ за исключением рынков образовательных услуг, рынков репетиторских услуг, а также за исключением рынков компьютерных товаров, в случае которых использование предыдущего опыта малоэффективно ввиду стремительного морального устаревания данных благ. При этом важно отметить, что характер спроса в отношении одного и того же доверительного блага для каждого отдельного потребителя может не совпадать, что обуславливает и разную величину транзакционных издержек.

Проведенный анализ специфики спроса рыночного сектора рынка доверительных благ, был направлен преимущественно на выявление особенностей неопределенности качества потребителей на данных рынках и оценку величины их транзакционных потерь. Одновременно с этим в работе были систематизированы выделяемые современными исследователями особенности спроса на отраслевых рынках доверительных благ, что изложено ниже:

– неэластичный характер спроса в связи с высокой потребительской стоимостью доверительных благ.

Потребительский спрос на доверительные блага с высокой потребительской стоимостью мало зависит от уровня их дохода. Данная особенность на фармацевтических рынках рассмотрена в трудах

Д.Белецкого²⁷⁷, К.Лившица²⁷⁸, на рынках медицинских услуг в трудах А.Корьевой²⁷⁹, И.Баранова²⁸⁰, П.Плесовского²⁸¹. Неизбежность потребления (вынужденный характер спроса) дает заинтересованным в том субъектам предложения на рынках доверительных благ возможность манипулировать качеством благ, их ценой и объемами.

– спрос на доверительные блага спровоцирован предложением.

Данная особенность на примере рынков медицинских услуг рассмотрена в работах И.Шеймана²⁸², А.Корьевой²⁸³, О.Коробковой²⁸⁴. Потребность в медицинских услугах и ее объемы (количество услуг) для потребителя (пациента) определяет субъект предложения-врач. Это в свою очередь свидетельствует о наличии у заинтересованных в том агентов предложения возможности недобросовестного поведения в отношении качества и количества медицинских мероприятий. Спровоцированный предложением спрос, на наш взгляд, характерен для рынков эстетической медицины, рынков технического обслуживания и ремонта, рынков репетиторских услуг.

– наличие государственного спроса на доверительные блага.

Социальные обязательства государства перед обществом предполагают обеспечение государственными органами отдельных категорий граждан доверительными благами. К примеру, обязательство лекарственного обеспечения отдельных льготных категорий граждан предполагает закупку и предоставление государством лекарственных препаратов.

²⁷⁷ Белецкий Д.И. Социально-экономические условия формирования фармацевтического рынка в России: автореф. дисс. канд. экон. наук. – М., 2019. – 26 с.

²⁷⁸ Лившиц К.А. Указ соч., с.12.

²⁷⁹ Корьева А.Н. Указ соч., с.12.

²⁸⁰ Баранов И.Н. Конкуренция в сфере здравоохранения. Научные доклады, №1. – СПб.: ВШМ СПбГУ, 2010. – 55 с.

²⁸¹ Плесовский П.А. Медицинская услуга как социальное и экономическое благо // Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2007. – №4. – С.54-62.

²⁸² Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.

²⁸³ Корьева А.Н. Указ соч., с.12.

²⁸⁴ Коробкова О.К. Особенности спроса на медицинские услуги в Российской Федерации // Вопросы экономики и права. – 2011. – №1. – С.178-181.

Проведенный анализ специфики спроса рыночного сектора рынка доверительных благ позволил теоретически обосновать влияние на потребительский спрос следующих традиционных факторов: цена блага, уровень дохода потребителей, количество потребителей, цены на блага-субституты, потребительские ожидания, сезонность, высокая потребительная стоимость благ, нефункциональные факторы спроса (изложено в Приложении П). Общей особенностью влияния данной группы факторов является их воздействие на принятие потребительского решения без учета фактора неопределенности качества.

Одновременно с этим нам удалось расширить имеющиеся в экономической теории представления о факторах спроса за счет предложенных нами специфических факторов, зависящих от величины неопределенности качества и обуславливающих величину транзакционных издержек потребителей. Исходя из этого, к числу специфических факторов, значимых для потребителя на предконтрактном и постконтрактном этапе сделок с доверительными благами, мы отнесли количество явных качественных характеристик доверительных благ, влияние рыночных сигналов, доверие потребителей, влияние специфического человеческого капитала (услуги посредников), институциональная «оформленность» доверительных благ, сложность устранения потребительских потерь в случае неблагоприятного исхода сделки. Факторы склонности потребителей к риску и наличие/отсутствие у потребителей альтернатив для выбора оказывают влияние только на предконтрактном этапе сделки, а фактор потребительского опыта оказывает влияние только на постконтрактном этапе сделки с доверительными благами.

1.3.2. Специфика квазирыночного сектора

Положительные внешние эффекты для общества от индивидуального потребления отдельных доверительных благ побуждают государство

создавать квазирыночные механизмы их производства и распределения, наделяя, по сути, рыночные блага свойствами общественных благ.

В России квазирыночное распределение характерно для рынков медицинских услуг и рынков образовательных услуг. Особенности квазирынков в сфере здравоохранения изучены в трудах К.Эрроу²⁸⁵, Дж.Стиглица²⁸⁶, Дж.Ле Грана, У.Бартлетта²⁸⁷, С.Шишкина²⁸⁸, И.Шеймана²⁸⁹, Л.Якобсона²⁹⁰, Г.Андрущак²⁹¹, Т.Каминской²⁹², Ю.Трещевского, Н.Герасимовой²⁹³. Специфика квазирынков в сфере образования нашла отражение в трудах Дж.Стиглица²⁹⁴, Л.Якобсона, Я.Кузьмина²⁹⁵, Г.Андрущак²⁹⁶, В.Вольчика, А.Жука, М.Корытцева²⁹⁷, Т.Ромашенко²⁹⁸, С.Ворониной²⁹⁹, В.Матершевой³⁰⁰, А.Ларионовой³⁰¹, В.Чекмарева³⁰², И.Карева, Ю.Трещевского, А.Папазяна³⁰³.

²⁸⁵ Эрроу К. Неопределенность и экономика благосостояния здравоохранения ..., с.303.

²⁸⁶ Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М.: Инфра-М, 1997. – 720 с.

²⁸⁷ Le Grand J., Bartlett W. Quasi-Markets and Social Policy. – London: The Macmillan Press Ltd., 1993. – 241 p.

²⁸⁸ Шишкин С.В. Реформа финансирования российского здравоохранения. – М.: ИЭПП, 2000. – 444 с.

²⁸⁹ Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.

²⁹⁰ Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 364 с.

²⁹¹ Андрущак Г.В. Квазирынки в экономике общественного сектора // Вопросы образования. – 2005. – №4. – С.346-364.

²⁹² Каминская Т.М. О развитии квазирыночных отношений в здравоохранении // Экономическая теория. – 2006. – №2. – С.17-24.

²⁹³ Трещевский Ю.И., Герасимова Н.А. Особенности управления организациями здравоохранения в современных условиях // Вестник Белгородского ун-та потребительской кооперации. – Белгород, 2007. – № 2(17). – С.18-22.

²⁹⁴ Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М.: Изд-во МГУ: ИНФРА-М, 1997. – 720 с.

²⁹⁵ Кузьминов Я.И. Образование в России: что мы можем сделать? // Вопросы образования. – 2004. – №1. – С.5–30.

²⁹⁶ Андрущак Г.В. Указ соч., с.355.

²⁹⁷ Вольчик В.В., Жук А.А., Корытцев М.А. Конкурентная среда рынка высшего образования Ростовской области // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2017. – Том 15, №3. – С.178-196; Корытцев М.А. Эволюция теоретической концепции квазирынков в контексте реформирования общественного сектора национальной экономики // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2009. – Том 7 №1 Часть 2. – С.9-13; Корытцев М.А. Современная экономическая теория реформирования общественного сектора и становление квазирыночных институтов // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2008. – Том 6. №4. – С.6-8.

²⁹⁸ Ромашенко Т.Д. Высшее образование как смешанное общественное благо // Актуальные проблемы менеджмента, маркетинга и информационных технологий: сборник научных трудов. – Воронеж, 2006. – С.196-201.

²⁹⁹ Ромашенко Т.Д., Воронина С.А. Проблемы финансирования образования как общественного блага // Социально-экономические проблемы России и перспективы их решения: материалы Международной научно-практической конференции. – Орел, 2006. – С.102-106.

³⁰⁰ Матершева В.В. Спрос на образование в России и теория человеческого капитала // Вестник Костромского государственного университета. – Кострома, 2006. – №11. – С.133-138.; Матершева В.В.

В научной литературе имеются различные теоретические подходы к категории квазирынки (Приложение Р), опираясь на которые мы сделали вывод, что для квазирыночного сектора рынка доверительных благ одновременно справедливы выводы, сделанные нами в ходе изучения рыночного сектора, а также особенности отношений общественного сектора. Исходя из этого, опираясь на определения квазирынков (Приложение Р), на результаты теоретических исследований вышеупомянутых авторов и выводы, полученные нами в ходе изучения рыночного сектора рынка доверительных благ, в работе были проанализированы особенности хозяйственных отношений квазирыночного сектора рынка доверительных благ, результаты которого представлены в Приложении С.

Общей особенностью для всех секторов рынка доверительных благ, и квазирыночного в том числе, является преимущественное информационное положение субъектов предложения в результате асимметрии информации, смещенной в их сторону. Причины данной особенности подробно изложены нами в параграфе 1.2.

Руководствуясь выделенными Г.Андрушаком³⁰⁴, И.Шейманом³⁰⁵ характеристиками квазирыночных отношений в работе были рассмотрены следующие основополагающие особенности предложения квазирыночного сектора рынка доверительных благ:

Институт семьи: формирование и развитие человеческого капитала // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – Воронеж, 2006. – №2. – С.144-152.;

Матершева В.В. Образование как потребительское и инвестиционное благо // Системное моделирование социально-экономических процессов: труды 32-ой Международной научной школы-семинара. – Воронеж, 2009. – Ч.2. – С.305-309.; Матершева В.В. Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в Воронежской области // Динамика макроэкономических показателей РФ и их влияние на экономический рост: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2011. – С.125-128.

³⁰¹ Матершева В.В., Ларионова А.В. Основные тенденции высшего образования в России // Рыночные институты и конкуренция в современной экономике России: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2012. – С.136-138.

³⁰² Матершева В.В., Чекмарев В.В. Институционализация сферы образования России // Экономика образования. – Москва, 2014. – №4. – С.93-110.

³⁰³ Трещевский Ю.И., Папазян А.С. Экономическое содержание образовательных услуг высшей школы // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2006. – №9. Часть 2. – С.233-238.; Трещевский Ю.И., Папазян А.С. Развитие высшего и среднего образования Воронежской области // Вестник Воронежского государственного военного ин-та. – Воронеж, 2008. – №1(5). – С.337-347.

³⁰⁴ Андрушак Г.В. Указ соч., с.351.

³⁰⁵ Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.

– предложение доверительных благ в квазирыночном секторе осуществляется организациями, находящимися в государственной собственности. Квазирыночный сектор рынка медицинских услуг в РФ представлен лечебно-профилактическими учреждениями здравоохранения, а на рынке образовательных услуг образовательными учреждениями, собственниками которых выступают государство (Российская Федерация), субъект РФ или муниципальное образование.

– финансирование предложения квазирыночного сектора рынка доверительных благ осуществляется за счет бюджетных средств. Покрытые расходов на деятельность образовательных учреждений и учреждений здравоохранения осуществляется из средств федерального бюджета, бюджетов субъектов федерации, муниципальных бюджетов.

– расходы потребителей на приобретение доверительных благ в квазирыночном секторе покрываются государством или третьими лицами. На рынке образовательных услуг наряду с потребителем (студентом) и исполнителем (образовательным учреждением) субъектом транзакции выступает посредник – государство, компенсирующее издержки образовательного процесса. В рамках системы обязательного медицинского страхования оплату медицинских услуг осуществляет страховщик (частные или государственные страховые компании) за счет полученных от страхователей страховых взносов. Это свидетельствует о регулируемом ценообразовании, устанавливаемом в виде тарифа или соглашения между агентами транзакции, а также о наличии конкуренции между частными или государственными страховщиками за коллективного покупателя (страхователя).

Особенности квазирыночного предложения и специфика функционирования отечественных квазирынков доверительных благ позволили сделать вывод о том, что предложение в рамках данного сектора представлено структурами монополии и олигополии.

Монополии квазирыночного сектора призваны удовлетворить в полном объеме потребность определенного географического пространства. Их формирование мы объясняем причинами экономии от масштаба, а также устоявшимися с советского периода причинами централизации управления и финансирования. Устойчивый характер монопольной власти в квазирыночном секторе обусловлен наряду с выделенными нами в рамках рыночного сектора причинами асимметрии информации и сложностью замещения полезности одних доверительных благ полезностью других, также причиной многолетней государственной организации системы образования и здравоохранения. Отсутствие рыночных альтернатив предложения данных услуг снижает стимулы борьбы учреждений за потребителей, а отсутствие платежеспособного спроса лишает монополистов стимулов к повышению качества доверительных благ.

Олигополии квазирыночного сектора рынка доверительных благ представлены услугами нескольких учреждений здравоохранения или образовательных учреждений, предоставляющих аналогичные услуги. Разделение потребителей между учреждениями здравоохранения по территориальному признаку или по характеру заболевания свидетельствует об отсутствии необходимости контроля олигополистами за стратегиями поведения конкурента и необходимости согласования рыночных интересов между ними (сговор). На рынках образовательных услуг совокупный потребительский спрос в ходе приемной кампании распределяется между олигополистами, что свидетельствует об определенной гарантии спроса и их устойчивом рыночном положении. Данные выводы послужили основанием для сравнения положения олигополистов квазирыночного сектора рынка доверительных благ с положением монополистов в рамках определенного потребительского сегмента.

Отдельно необходимо отметить, что относительно выраженные свойства исключаемости и соперничества у квазирыночных благ (перегружаемые блага) свидетельствуют об отсутствии у потребителей

возможности их неограниченного потребления. В результате превышение величины спроса над величиной предложения может приводить к агрессивному соперничеству потребителей и недобросовестным действиям. В ответ на это на рынках медицинских услуг, к примеру, субъекты предложения вынуждены удовлетворять спрос сверх своих возможностей, что негативно сказывается на качестве услуг, влечет сокращение времени обслуживания пациентов и увеличению интенсивности труда врача.

Для квазирыночного сектора рынка доверительных благ также как в рыночном секторе характерна проблема неполноты рынков в связи с отсутствием предложения отдельных доверительных благ. Это проявляется в отсутствии оказания в рамках определенного географического пространства услуг врачей трансфузиологов, детских онкологов, гематологов, отдельных услуг по медицинской диагностике и оперативным вмешательствам, образовательных услуг по ряду творческих профессий. Это обуславливает невозможность удовлетворения определенных потребностей и обостряет проблему поиска путей доступа к доверительным благам.

Проблема доступности доверительных благ и их качества в рамках квазирыночного сектора неразрывно связана с проблемой слабости производственной инфраструктуры. Вывод о слабости производственной инфраструктуры квазирынков сферы здравоохранения был сделан нами в результате изучения трудов, посвященных данной проблеме, следующих авторов: К.Калашникова, О.Калачикова³⁰⁶, В.Щепина³⁰⁷, Т.Синельников³⁰⁸,

³⁰⁶ Калашников К.Н. Ресурсное обеспечение российского здравоохранения: проблемы территориальной дифференциации // Экономические и социальные перемены. – 2015. – 1(37). – С.72-86; Калашников К.Н., Калачикова О.Н. Доступность и качество медицинской помощи в контексте модернизации здравоохранения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 2 (32). – С.130-143.

³⁰⁷ Щепин В.О. Структурно-функциональный анализ коечного фонда лечебно-профилактических организаций государственной системы здравоохранения Российской Федерации // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2014. – Т.22. №1. – С.15-18; Щепин В.О. Обеспеченность населения Российской Федерации основным кадровым ресурсом государственной системы здравоохранения // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2013. – № 6. – С.24-28.

³⁰⁸ Синельников Т.Т. Аналитический портрет системы здравоохранения в РФ: инфраструктурные и финансово-экономические проблемы // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – №4 (105). – С.112-117.

А.Чернышев³⁰⁹. Данные исследователи выделяют такие проблемы производственной инфраструктуры квазирынков сферы здравоохранения, как дефицит финансирования, территориальные различия в обеспеченности трудовыми ресурсами, низкий уровень укомплектованности штатных должностей, высокий уровень совместительства, дефицит врачей общей практики и врачей узких специальностей, слабость материально-технической базы (сокращение коечных фондов).

Изучению проблемы слабости производственной инфраструктуры квазирынков в сфере образования посвящены труды Л.Клопотовой³¹⁰, И.Морозовой, М.Мысина, С.Волкова³¹¹, О.Ломовцевой, А.Мордвинцева³¹². Данные исследователи выделяют следующие проблемы: недостаточное финансирование, низкое владение преподавателями информационными технологиями, проблемы совмещения преподавательской деятельности, дефицит инвестиций, отток квалифицированных кадров, использование устаревших образовательных технологий, несоответствие материально-технической базы современным стандартам.

Проведенный анализ особенностей предложения квазирыночного сектора рынка доверительных благ позволил проанализировать факторы предложения данного сектора (Приложение Л). Актуальными для квазирыночного сектора, на наш взгляд, являются уже выделенные нами в рамках рыночного сектора факторы: количество продавцов в отрасли (степень монополизации), высокая потребительная стоимость благ, развитость институциональной среды, развитость инфраструктуры, развитость научно-технической сферы производства. Наряду с этим, нами

³⁰⁹ Чернышев А.В. Анализ современного состояния и пространственных различий ресурсного обеспечения и показателей функционирования системы здравоохранения в ЦФО // Вестник ТГУ. – 2013. – Том 18, вып.1. – С.313-318.

³¹⁰ Клопотова Л.М. Некоторые проблемы повышения качества высшего образования // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – №2(3). – С.62-65.

³¹¹ Морозова И.А., Волков С.К., Мысин М.Н Развитие инфраструктуры сферы образования и возможности применения инструментов государственно-частного партнерства // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2014. – №15 (186). – С.48-57.

³¹² Ломовцева О.А., Мордвинцев А.И. Условия и векторы развития социальной инфраструктуры регионов России // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2012. – № 2. – С. 14-18.

были выделены ряд отличных от рыночного сектора факторов предложения, к числу которых мы отнесли объем государственного финансирования, объем спроса (количество потребителей), положительные внешние эффекты для общества от потребления квазирыночных доверительных благ.

Спрос квазирыночного сектора рынка доверительных благ, также как и предложение, имеет ряд важных особенностей, которые нашли отражение в современной научной литературе. К их числу относятся следующие:

– неплатежеспособный характер спроса, исходя из того, что потребитель формирует только потребительскую стоимость и не несет бремя издержек обмена. Данная особенность характерна в большей степени для рынков медицинских услуг, где в рамках системы обязательного медицинского страхования оплату медицинских услуг осуществляет не сам потребитель, а страховщик за счет полученных от страхователей взносов. Данная особенность изучена в трудах И.Баранова³¹³, Я.Романчука³¹⁴, Т.Каминской³¹⁵, В.Назаровой³¹⁶, И.Тогунова³¹⁷ и иных. Для рынков образовательных услуг квазирыночного сектора данная особенность характерна в меньшей степени, в связи со стремительным сокращением в последнее время числа бюджетных мест в образовательных учреждениях и увеличением числа мест с полной оплатой стоимости услуг.

– спрос квазирыночного сектора рынка доверительных благ спровоцирован предложением. Врач формирует для конкретного пациента потребность в той или иной медицинской услуге и определяет ее величину. Данная особенность рассмотрена в трудах И.Шеймана³¹⁸, О.Коробковой³¹⁹, А.Корьевой³²⁰, В.Назаровой³²¹, И.Баранова³²² и иных.

³¹³ Баранов И.Н. Указ соч., с.218.

³¹⁴ Романчук Я.Ч. Система здравоохранения – пример провала государства // Менеджер здравоохранения. – 2010. – №11. – С.58 – 68; Романчук Я.Ч. Система здравоохранения – пример провала государства. Часть 2 // Менеджер здравоохранения. – 2010. – №12. – С.50-56.

³¹⁵ Каминская Т.М. О развитии квазирыночных отношений в здравоохранении // Экономическая теория. – 2006. – № 2. – С.17–24.

³¹⁶ Назарова В.В. Указ соч., с.386.

³¹⁷ Тогунов И.А. Конкуренция в здравоохранении и медицине. Корпоративный менеджмент. – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/health_system.shtml (дата обращения 15.10.2019).

³¹⁸ Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.

– отсутствие у потребителя альтернатив выбора в связи с монополиями предложения или в связи отсутствием возможности выбора субъекта предложения по причине распределения (закрепления) потребителей за конкретными исполнителями услуг. К примеру, отдельные образовательные услуги в пределах определенного территориального пространства могут быть представлены только одним источником предложения. Одновременно с этим при оказании поликлинической медицинской помощи пациенты по территориальному признаку разделены на определенные участки, в рамках которых медицинские услуги оказывает конкретный участковый терапевт.

Современные представления об особенностях спроса квазирыночного сектора рынка доверительных благ были в рамках данного исследования расширены за счет обоснования структуры неопределенности качества потребителей, разработки моделей транзакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки, на основе которых были выделены специфические факторы спроса.

Структура неопределенности качества потребителей в рамках квазирыночного сектора рынка доверительных благ аналогична рыночному сектору и включает неопределенность качества, обусловленную доминирующей величиной скрытых качественных характеристик медицинских и образовательных услуг (X_1), неопределенность качества, обусловленную наличием свойства многомерности у качественных характеристик медицинских и образовательных услуг (X_2), неопределенность качества, обусловленная персонифицированным характером восприятия потребителем качественных характеристик медицинских и образовательных услуг (X_3). Поэтому структура неопределенности качества на квазирынках доверительных благ описывается трехфакторной моделью следующего вида:

$$X = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3.$$

³¹⁹ Коробкова О.К. Особенности спроса на медицинские услуги в Российской Федерации // Вопросы экономики и права. – 2011. – №1. – С.178-181.

³²⁰ Корьева А.Н. Указ соч., с.12.

³²¹ Назарова В.В. Указ соч., с.387.

³²² Баранов И.Н. Указ соч., с.211.

Стимулы к снижению неопределенности качества на квазирынках доверительных благ также как в рыночном секторе зависят от фактора наличия/отсутствия у потребителя альтернатив для выбора.

Поскольку предложение на квазирынках медицинских услуг осуществляется в условиях монополий или олигополий, обладающих сильной властью (близкой к монопольной власти), то у потребителей отсутствуют альтернативы для выбора или отсутствует право выбора исполнителя медицинских услуг. Исходя из этого, потребители лишены стимулов к снижению неопределенности качества на предконтрактном этапе сделки и, следовательно, для них просто не наступает дилеммы между величиной трансакционных издержек, как в случае ситуации «сомнения» или в ситуации «подозрительность». Потребитель находится в ситуации «вынужденного доверия» или в ситуации «недоверие», где его трансакционные издержки на предконтрактном этапе равны нулю. При этом в ситуации «недоверия» потребитель вынужден заключать сделку в связи с высокой потребительской стоимостью медицинских услуг, экстренного спроса и исходя из отсутствия альтернатив для выбора. Если потребитель категоричен в своем недоверии к качеству медицинской услуги, то он может отказаться от сделки в рамках квазирыночного сектора и удовлетворить свою потребность в рамках рыночного сектора, беря на себя бремя издержек оплаты стоимости предоставленных медицинских услуг.

Ввиду высокой потребительской стоимости медицинских услуг, и исходя из вынужденного характера спроса на данные блага, поведение потребителей, на наш взгляд, мало зависит от отношения потребителей к риску. Исходя из этого, модели трансакционных потерь потребителей медицинских услуг для каждого этапа сделки в квазирыночном секторе идентичны для потребителей склонных к риску и не склонных к риску, находящихся в ситуации «доверие» или находящихся в ситуации «недоверие», и имеют следующий вид:

Модель 1: $TC\ ex\ ante = 0; TC\ ex\ post = 0$

Модель 2: $TC\ ex\ ante = 0; TC\ ex\ post > 0$

Модель 3: $TC\ ex\ ante = 0; TC\ ex\ post \rightarrow max.$

Согласно разработанным моделям в случае благоприятного (неотрицательного) исхода сделки на квазирынках медицинских услуг постконтрактные издержки потребителей равны нулю (Модель 1). В случае отрицательной оценки потребителем результата сделки их постконтрактные издержки значительны (Модель 2) или чрезвычайно высоки (Модель 3). Причиной значительных и чрезвычайно высоких постконтрактных издержек потребителей, по нашему мнению, является выделенная нами ранее проблема институциональной «неоформленности» доверительных благ и медицинских услуг в частности. Потребительский спрос на квазирынках медицинских услуг носит повседневный или экстренный (вынужденный) характер (Приложение О).

Особенностью поведения потребителей образовательных услуг в рамках квазирыночного сектора, на наш взгляд, является тот факт, что потребитель при принятии решения всегда предусмотрителен и не склонен к риску, что мы объясняем разовым характером сделки и сложностью устранения потребительских потерь в случае ее неблагоприятного исхода. Это в отличие от квазирынка медицинских услуг обуславливает наличие серьезных предконтрактных усилий потребителей образовательных услуг даже в случае отсутствия альтернатив для выбора (монополии предложения), целесообразность которых мы объясняем наличием у потребителей возможности отказа от потребления монополично представленного блага. Исходя из этого, мы сделали вывод о возможности возникновения у потребителей на квазирынках образовательных услуг ситуаций «доверия», «сомнение», «подозрительность», «недоверие», что послужило основанием для разработки моделей трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки на квазирынках образовательных услуг (таблица 6).

Таблица 6 – Модели транзакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки на квазирынках образовательных услуг

Степень потребительского доверия	Величина транзакционных издержек потребителей для каждого этапа сделки
ситуации «доверие»	Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante \rightarrow 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$
ситуация «сомнение»:	Модель 1: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante > 0$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$
ситуация «подозрительность»:	Модель 1: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post = 0$ Модель 2: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post > 0$ Модель 3: $TC\ ex\ ante \rightarrow max$; $TC\ ex\ post \rightarrow max$
ситуация «недоверие»:	$TC\ ex\ ante = 0$ (отсутствие сделки)
составлено автором Транзакционные издержки незначительны ($TC \rightarrow 0$); транзакционные издержки значительны ($TC > 0$); транзакционные издержки стремятся к максимуму ($TC \rightarrow max$)	

Даже в ситуации «доверие» потребители на квазирынках образовательных услуг вынуждены нести незначительные предконтрактные транзакционные издержки с целью предотвращения риска сложно устранимых потерь в случае неблагоприятного исхода сделки. В ситуации «сомнение» транзакционные издержки значительны, а в ситуации «подозрительность» они стремятся к максимуму. Во всех трех случаях при благоприятном (неотрицательном) исходе сделки постконтрактные транзакционные издержки потребителей равны нулю, в случае отрицательного исхода сделки они значительны или чрезвычайно высоки. Полученные выводы свидетельствуют об особом характере потребительского спроса на квазирынках образовательных услуг.

Проведенный анализ особенностей спроса квазирыночного сектора рынка доверительных благ продемонстрировал, что традиционные факторы поведения потребителей в рамках квазирыночного сектора отличаются от данных факторов рыночного сектора (Приложение П). Из числа традиционных факторов спроса для обоих квазирынков, на наш взгляд, характерны количество потребителей, потребительские ожидания,

сезонность, высокая потребительная стоимость благ. На квазирынках образовательных услуг значимыми также являются факторы цена блага, цена на блага-субституты, уровень дохода потребителей, нефункциональные факторы спроса.

Из числа специфических факторов спроса на квазирынках образовательных услуг на обоих этапах сделки значимыми являются количество явных качественных характеристик доверительных благ, влияние рыночных сигналов, доверие потребителей, влияние специфического человеческого капитала (услуги посредников), степень институциональной оформленности доверительных благ, сложность устранения потребительских потерь.

Только на предконтрактном этапе сделки на квазирынках образовательных услуг значимым является наличие/отсутствие у потребителей альтернатив для выбора, а только на постконтрактном этапе потребительский опыт. На квазирынках медицинских услуг значимым на обоих этапах сделки является специфический фактор спроса – доверие потребителей. Только на предконтрактном этапе сделки на квазирынках медицинских услуг значимым является наличие/отсутствие у потребителей альтернатив для выбора, и только на постконтрактном этапе значимы факторы количество явных качественных характеристик доверительных благ, потребительский опыт, влияние специфического человеческого капитала (услуги посредников), степень институциональной оформленности доверительных благ. При этом фактор склонности потребителей к риску не значим ни на одном из них.

1.3.3. Специфика нерыночного (общественного) сектора

Объектом данного сектора выступают доверительные блага, характеризующиеся в первую очередь высокой общественной значимостью, обеспечить производство и справедливое распределение которых между всеми членами общества рынок не в состоянии. Исходя из этого, государство

исключает влияние рыночных механизмов из процесса их производства и распределения.

Изучению особенностей нерыночных отношений в научной литературе посвящены труды Дж.Стиглица³²³, П.Самуэльсона³²⁴, Э.Аткинсона³²⁵, Л.Якобсона³²⁶, О.Сухарева³²⁷, Г.Ахинова, Е.Жильцова³²⁸, А.Жидкова³²⁹, Д.Саблина³³⁰ и иных. Нерыночный (общественный) характер распределения из рассматриваемых в работе доверительных благ присущ услугам национальной безопасности, изучению специфики производства, распределения, обмена и потребления которых посвящены работы А.Пожарова³³¹, В.Ольшевского³³², Т.Ромащенко³³³, П.Канапухина,

³²³ Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М.: Инфра-М, 1997. – 720 с.

³²⁴ Самуэльсон П. Чистая теория общественных расходов. Серия «Вехи экономической мысли». Т.4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Сост. и общ.ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.371-376.

³²⁵ Аткинсон Э.Б., Стиглиц Дж. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 801 с.

³²⁶ Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 364 с.

³²⁷ Сухарев О.С. Институциональный анализ производства общественных благ // TERRA ECONOMICUS. – 2013. – Том 11. №1. – С.65-80.; Сухарев О.С. Общественные блага и внешние эффекты в свете теории «экономической дисфункции». Экономика, финансы и кредит: сборник научных трудов. – Брянск, СЭИ БГУ, 2003. – С.28-33.

³²⁸ Экономика общественного сектора: учебное пособие / Г.А.Ахинов, Е.Н.Жильцов. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 345 с.; Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора / Е.Н.Жильцов, П.В.Савченко, И.А.Погосов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 762 с.

³²⁹ Жидков А.С. Концепция общественного блага и развитие сферы услуг // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. – №4 (23). – С.46-54.

³³⁰ Саблин Д.С. Производство общественных благ как реализация экономических функций государства в рыночном хозяйстве // TERRA ECONOMICUS. – 2006. – №4. – С.256-261.

³³¹ Пожаров А.И. Экономика национальной безопасности: реальность и наука // Экономика военного строительства. – 2010. – №1(9). – С.37-48.; Пожаров А.И. Военная экономика России: история и теория. Монография. – М.: ВФЭУ, 2005. – 417 с.

³³² Ольшевский В.Г. Экономическая безопасность в системе национальной безопасности: история и современность // Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции «Проблемы геополитики, геоэкономики и международных отношений. Продвижение НАТО и Евросоюза на Восток – Проблемы безопасности России, стран СНГ, Европы и Азии». – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2010; Ольшевский В.Г. Экономика национальной безопасности: сущность, особенности, проблемы изучения // Экономические исследования. 2011. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomika-natsionalnoy-bezopasnosti-suschnost-osobennosti-problemy-izucheniya> (дата обращения 20.10.2019).

³³³ Ромащенко Т.Д. Экономическая безопасность национального хозяйства: Теория, методология, формирование в России: монография. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2003. – 216 с.; Ромащенко Т.Д. Социальные детерминанты экономической безопасности России // Социально-экономические проблемы современного рынка труда: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2013. – С.132-135.; Ромащенко Т.Д. Национально-государственные интересы в системе экономической безопасности // Экономические отношения в трансформируемой России: эволюция, проблемы преобразования: Сборник статей межрегиональной научной конференции. – 2002. – Вып.1. – С.51-54.

О.Семеновой³³⁴, М.Мясниковича, В.Пузикова³³⁵, Г.Балла³³⁶, Н.Дементьева³³⁷, И.Бернацкого³³⁸, С.Довгучица, М.Чупина³³⁹, В.Карпова, О.Новокшанова, Д.Павлова³⁴⁰. Опираясь на выводы данных авторов в работе были выделены особенности хозяйственных отношений в нерыночном (общественном) секторе рынков доверительных благ, которые представлены в Приложении Т.

Важной особенностью нерыночного (общественного) сектора изучаемого рынка является преимущественное информационное положение субъекта предложения (государства) в результате асимметрии информации, смещенной в его сторону. Причины, обуславливающие данную особенность, изложены в параграфе 1.2.

Исключение рыночных механизмов из процесса производства и распределения чистых общественных благ свидетельствует о государственной монополии предложения услуг национальной безопасности, что проявляется в производстве и распределение государством данных услуг, бюджетном финансирование их производства, нерыночном ценообразование, полном покрытие государством потребительских расходов.

Структура национальной безопасности объективно сложна и согласно Н.Дементьеву представлена такими элементами, как геополитическая, политическая, военная, демографическая, экологическая, информационная, духовно-нравственная, социальная, экономическая безопасности³⁴¹.

³³⁴ Канапухин П.А., Семенова О.А. Государственная политика продовольственной безопасности в России // Социально-экономические, институциональные и рыночные трансформации в условиях формирования цифровой экономики: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2019 г. – С.83-85.

³³⁵ Мясникович М.В., Пузиков В.В. Основные направления обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы. Монография. – Минск. Изд-во «Экономика и право», 2003. – 451 с.

³³⁶ Балл Г.А. Общественное благо «оборона» и нравственный долг // Общественные науки и современность. – 2014. – №3. – С.173-175.

³³⁷ Дементьев Н.В. Экономическая безопасность в структуре национальной безопасности современной России // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №5-6 (027-028). – С.76-82.

³³⁸ Бернацкий И.В. Военная сфера жизни общества: сущность, особенности и структура // Армия и общество. – 2013. – №3 (35). – С.20-25.

³³⁹ Довгучиц С.И., Чупин М.А. К вопросу о степени воздействия государственных расходов на национальную оборону на уровень экономической активности // Экономический журнал. – 2006. – №13. – С.69-81.

³⁴⁰ Карпов В.И., Новокшанов О.Н., Павлов Д.Б. Теоретические основы обеспечения безопасности личности, общества и государства: учебное пособие. – М., 2010. – 236 с.

³⁴¹ Дементьев Н.В. Указ соч., с.76.

М.Мясникович, В.Пузиков выделяет в структуре национальной безопасности политическую (государственную и общественную) безопасность, экономическую, военную, экологическую, информационную, гуманитарную безопасности³⁴². При этом, по мнению В.Ольшевского, экономическая безопасность занимает ведущую роль в структуре национальной безопасности по причине ее необходимости для обеспечения всех иных видов безопасности, и выделяет в ее составе продовольственную, энергетическую, сырьевую, технологическую, финансовую, валютно-кредитную безопасности и иные³⁴³. В.Ермашкевич, Г.Кулаков, В.Цилибина, Е.Моисеенко, В.Пузиков выделяют в составе экономической безопасности производственную, продовольственную, внешнеэкономическую, финансовую, социальную, инфраструктурную безопасности³⁴⁴.

Анализ теоретических подходов к структуре национальной безопасности позволил расширить представления о свойстве многомерности качественных характеристик услуг национальной безопасности, и одновременно позволил сделать вывод о многообразии факторов оказывающих влияние на их качество. Поскольку в рамках данного исследования изучить детально данные факторы не представляется возможным, то считаем целесообразным просто разделить их на внутренние и внешние факторы. Внутренние факторы определяются в рамках национальной политики государства. В.Ольшевский с опорой на труды А.Пожарова выделяет среди данных факторов экономический рост, степень конкурентоспособности экономики, развитость сфер образования, науки, техники, культуры, здравоохранения, рациональное природопользование, качество жизни населения, стратегическую стабильность³⁴⁵. Внешние факторы национальной безопасности не зависят от политики государства, его интересов и приоритетов, а обусловлены влиянием экзогенных факторов,

³⁴² Мясникович М.В., Пузиков В.В. Указ соч., с.21-22.

³⁴³ Ольшевский В.Г. Экономика национальной безопасности ..., с.2.

³⁴⁴ Мясникович М.В., Пузиков В.В. Указ соч., с.148-161.

³⁴⁵ Ольшевский В.Г. Экономика национальной безопасности ..., с.4.

таких как международная политическая обстановка, ограничительные санкции, геополитические угрозы и иные.

На основе выводов, полученных в ходе исследования особенностей предложения нерыночного (общественно) сектора рынка доверительных благ, нами были выделены следующие факторы предложения данного сектора: высокая потребительная стоимость доверительных благ, высокая общественная полезность доверительных благ, влияние внутренних факторов, определяющихся в рамках национальной политики государства (в том числе выделяемые в рамках рыночного и квазирыночного секторов факторы развитости институциональной среды, развитости инфраструктуры, развитость научно-технической сферы производства), влияние внешних факторов, независимых от политики государства, его интересов и приоритетов (Приложение Л).

Потребительскому спросу нерыночного сектора рынка доверительных благ (услуги национальной безопасности) также как предложению свойственен ряд важных особенностей. Являясь чистыми общественными благами, данные услуги характеризуются свойствами неисключаемости и несоперничества. Это свидетельствует об отсутствии у потребителя возможности отказа от потребления и отсутствие конкуренции между потребителями за их полезность. Одновременно с этим, выделенные выше особенности предложения данного сектора свидетельствуют о безвозмездном характере потребления и об отсутствии у потребителя возможности выбора.

Результаты проведенного автором типологического анализа услуг национальной безопасности (Приложение Д) подтверждают проблему неопределенности качества потребителей услуг национальной безопасности. В связи с тем, что процесс оказания данных услуг непрерывен, то, на наш взгляд, в данных сделках невозможно выделить предконтрактный и постконтрактный этапы. Неопределенность качества потребителей сохраняется на протяжении всего периода потребления данных услуг по причине отсутствия эффективных инструментов для их снижения и

нецелесообразности транзакционных издержек потребителей. Данные выводы позволили разработать модель неопределенности качества потребителей услуг национальной безопасности, которая, на наш взгляд, трехфакторная:

$$X = \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3, \quad \text{где } \alpha > 0, \alpha_i - \text{степени неопределенности.}$$

X_1 – неопределенность качества, обусловленная доминирующей величиной скрытых характеристик услуг национальной безопасности;

X_2 – неопределенность качества, обусловленная наличием свойства многомерности у качественных характеристик услуг национальной безопасности;

X_3 – неопределенность качества, обусловленная персонифицированным характером восприятия потребителем качественных характеристик услуг национальной безопасности.

Анализируя величину транзакционных потерь субъектов спроса при потреблении услуг национальной безопасности, нами были сделаны выводы о том, что потребители не мотивированы на снижение неопределенности качества в сделках с данными благами и принимают их качество «на веру». От услуг национальной безопасности потребители не могут и не хотят отказываться. При этом фактор склонности к риску для них не значим. Потребители всегда находятся в ситуации «доверие», участвуя в сделке с государством на оказание услуг национальной безопасности. Исходя из этого, модель величины транзакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки на оказание услуг национальной безопасности можно описать в следующем виде: $ТС \text{ ex ante} = 0$; $ТС \text{ ex post} = 0$.

Принимая во внимание неизбежность потребления услуг национальной безопасности, отсутствие у потребителей возможности отказа от их потребления и нецелесообразность транзакционных издержек на снижение неопределенности качества, нами также был сделан вывод о повседневном характере спроса потребителей на услуги национальной безопасности.

Выделенные в работе особенности спроса нерыночного (общественного) сектора рынка доверительных благ позволили сделать вывод, что значимые в рамках рыночного и квазирыночного секторов традиционные и специфические факторы спроса не оказывают влияния на потребительское поведение в рамках нерыночного сектора по причине повседневного характера спроса и отсутствия конкуренции за их полезность между потребителями, и одновременно не оказывают влияние на величину транзакционных издержек потребителей по причине их нецелесообразности.

Проведенный детальный анализ специфики хозяйственных отношений рыночного, квазирыночного и нерыночного (общественного) секторов рынка доверительных благ позволил сделать вывод о присущей данному рынку многоуровневой субъектной структуре, представленной наряду с субъектами, непосредственно нуждающимися в полезности доверительного блага, многообразием иных субъектов, вовлеченных в процесс их предоставления.

Субъектами, формирующими предложение на рынках доверительных благ, являются: производители благ, продавцы благ, исполнители услуг, посредники предложения («коммерческие» посредники), страховщики (страховые агенты), государство. Субъектами, формирующими спрос на данном рынке, являются домохозяйства, фирмы (учреждения), посредники спроса, государство.

Особое место среди субъектов рынка доверительных благ занимает государство. С одной стороны, оно выступает в качестве субъекта власти, обеспечивающего в рамках своих властных полномочий и механизма принуждения целостность и непротиворечивость хозяйственной системы. И с другой стороны, выступает в качестве хозяйствующего субъекта, несущего издержки обмена образовательных и медицинских услуг в квазирыночном секторе, а также предъявляющих спрос на доверительные блага с целью удовлетворения потребностей отдельных категорий граждан.

Проведенный анализ специфики рынка доверительных благ позволил выделить ряд особенностей данного рынка в соответствии с предложенным в

исследовании разделением структуры рынка доверительных на рыночный, квазирыночный и нерыночный (общественный) сектора.

Особенности рыночного сектора:

– на рынках доверительных благ с монополистической конкуренцией высокой значимостью обладает ценовой фактор, как инструмент дифференциации доверительных благ. На рынках с олигополистической структурой ненаблюдаемость качественных характеристик благ и отсутствие явных преимуществ одного из конкурентов влечет установление олигополистами единообразных цен и ценовое усреднение. Для монополий рынка доверительных благ присущ устойчивый характер ввиду асимметрии информации и низкой способности замещения полезности доверительных благ полезностью иных благ. Неполнота рынков доверительных благ обуславливает неотъемлемость посреднической деятельности для обеспечения доступности для потребителей данных благ;

– неопределенность качества потребителей на рынках доверительных благ выше, чем на рынках опытных благ и инспекционных благ, описывается трехфакторной моделью. При этом инструменты, способные ее снизить, характеризуются на сегодняшний день низкой развитостью, что свидетельствует о сложности устранения проблемы неопределенность качества;

– потребители склонные к риску принимают решение на рынках доверительных благ с позиции ситуации «доверие» или «недоверие», не неся предконтрактные трансакционные издержки на снижение неопределенности качества. Не склонные к риску потребители принимают решение с позиции ситуации «доверие», «сомнение», «подозрение» или «недоверие», неся при этом нулевые, высокие, чрезвычайно высокие или нулевые предконтрактные трансакционные издержки соответственно. Из этого следует, что спрос на рынках доверительных благ носит «особый» (специальный) характер. В случае неблагоприятного исхода сделки постконтрактные издержки потребителей значительны или чрезвычайно высоки.

Особенности квазирыночного сектора:

– предложение в квазирыночном секторе осуществляется организациями, находящимися в государственной собственности, финансируется за счет бюджетных средств, расходы на приобретение квазирыночных благ покрываются государством или третьими лицами;

– монопольная власть в квазирыночном секторе носит устойчивый характер по причине асимметрии информации, сложности замещения полезности доверительных благ полезностью других благ, многолетней государственной организацией системы образования и здравоохранения. На квазирынках с олигополистической конкуренцией власть олигополистов, близкая к монопольной власти, объясняется гарантированным спросом, и отсутствием необходимости контроля за стратегиями поведения конкурентов, отсутствием необходимости согласования рыночных интересов между ними (сговор);

– неопределенность качества потребителей на квазирынках доверительных благ описывается трехфакторной моделью. У потребителей отсутствуют альтернативы для выбора, спрос неплатежеспособен, а на рынках медицинских услуг еще и спровоцирован предложением и носит вынужденный характер;

– на квазирынках медицинских услуг в связи с отсутствием альтернатив для выбора потребитель принимает решение с позиции ситуации «доверие» или ситуации «недоверие», неся нулевые предконтрактные трансакционные издержки. На квазирынках образовательных услуг, руководствуясь фактором сложности устранения потребительских потерь, потребитель принимает решение с позиции ситуаций «доверие», «сомнение», «подозрительность», «недоверие», неся незначительные, значительные, чрезвычайно высокие или незначительные предконтрактные трансакционные издержки соответственно. В случае неблагоприятного исхода сделок потребители несут значительные или максимальные постконтрактные трансакционные издержки на защиту своих потребительских прав;

Особенности нерыночного сектора:

– предложение в нерыночном секторе представлено государственной монополией производства и распределения, бюджетным финансированием, полным покрытием государством потребительских расходов;

– спрос характеризуется постоянных, безвозмездных характером, отсутствием у потребителей альтернатив для выбора, отсутствием возможности отказа от потребления, отсутствием конкуренции за благо;

– неопределенность качества потребителей нерыночного сектора рынка доверительных благ описывается трехфакторной моделью. Потребители принимают решение всегда с позиции ситуации «доверие» и несут нулевые транзакционные издержки.

Таким образом, подводя итог первой части исследования, мы приходим к выводу, что современное доверительно благо – это экономическое благо, для которого характерно доминирующее количество скрытых от потребителя качественных характеристик, которые обладают низкой способностью трансформации в явные качественные характеристики, а также характеризующиеся наличием свойства многомерности у качественных характеристик и субъективным (персонифицированным) характером восприятия потребителем их качественных характеристик.

Типологические особенности доверительных благ свидетельствуют об асимметричном распределении информации между контрагентами, что проявляется в преимущественном информационном положении субъектов предложения и о проблеме неопределенности качества субъектов спроса в отношениях, объектами которых выступают доверительные блага.

Особенности контрактных угроз, присущие сделкам с доверительными благами, обусловлены наряду с их типологическими особенностями, специфичностью и разовым характером сделок, отсутствием возможности у потребителя расторжения контракта, невозможностью или сложностью устранения потребителем транзакционных потерь, отсутствием у потребителя возможности самостоятельного принятия решения.

Наличие среди многообразия доверительных благ товаров и услуг, распределяющихся рыночным, квазирыночным и нерыночным путем обуславливают специфику спроса и предложения, модели конкуренции, механизмы ценообразования и финансирования, вмешательство государства в процесс производства, распределения и обмена доверительных благ.

Неопределенность качества во всех секторах рынка доверительных блага описывается трехфакторной моделью и превосходит неопределенность качества на рынках опытных благ и на рынках инспекционных благ, как по структуре, так и по своей величине. Механизмы снижения неопределенности качества на рынках доверительных благ на сегодняшний день характеризуются низкой эффективностью, за исключением относительной эффективности специфического человеческого капитала (посреднической деятельности) и фактора доверия, что пока не позволяет потребителям успешно снижать неопределенность качества, как на предконтрактном этапе, так и на постконтрактном этапе сделки.

В условиях высокой неопределенности качества поведение потребителей обусловлено, как влиянием традиционных факторов спроса, так и специфическими факторами спроса, зависящими от величины неопределенности качества и обуславливающими величину трансакционных издержек потребителей.

Выделенные в работе проблемы в сфере формирования и реализации спроса и предложения на рынках доверительных благ, риск высоких трансакционных потерь субъектов спроса по причине неопределенности качества, проблема институциональной «неоформленности» доверительных благ, а также низкий уровень доверия создают условия для формирования и реализации оппортунистических намерений субъектов данного рынка, что влечет за собой неэффективность распределения ресурсов, снижение индивидуального и общественного благосостояния.

2 ОПОРТУНИСТИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА РЫНКАХ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ В ЭКОНОМИКЕ БЛАГОСОСТОЯНИЯ

2.1 Социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ

Особенности структуры рынков доверительных благ, выделенные в нами ранее, продемонстрировали наличие несовершенств данных рынков, в условиях которых могут формироваться стимулы к оппортунизму у заинтересованных в том хозяйствующих субъектов, при наличии у них реальной возможности оставаться незамеченными после их совершения и при отсутствии необходимости нести бремя ответственности за содеянное.

Проблема неопределенности качества на современных рынках влечет за собой для субъектов спроса угрозы нерационального выбора, неполучения ожидаемой полезности, издержки устранения потерь в случае неблагоприятного исхода сделки. Одновременно с этим проблема неопределенности качества создает для добросовестных субъектов предложения угрозы снижения их прибыли по причине идентичного объема спроса, как на их высококачественные, так и на низкокачественные блага, что обусловлено сложностью дифференциации потребителем качества рыночных альтернатив.

На рынках инспекционных благ, характеризующихся низкой степенью неопределенности качества, разделяющее рыночное равновесие, обеспечивающее дифференциацию благ на высококачественные и низкокачественные, устанавливается автоматически за счет способности потребителей на основе явных качественных характеристик инспекционных благ и явных конкурентных преимуществ субъектов разделять рыночные альтернативы на высококачественные и низкокачественные (равновесие Парето-эффективное). На рынках опытных и доверительных благ субъекты спроса лишены такой возможности ввиду отсутствия необходимого для этого количества явных качественных характеристик благ. По этой причине

субъекты предложения на рынках опытных и доверительных благ стремятся обозначить субъектам спроса свою принадлежность к группе высококачественных благ, сигнализируя скрытые качественные характеристики благ за счет явных характеристик.

Проблема ценового усреднения рыночных благ в условиях асимметричной информации была рассмотрена Дж.Акерлофом в работе «Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм»³⁴⁶. Теоретические основы явления рыночного сигнализирования заложены М.Спенсом в работах «Сигнализирование на рынке труда»³⁴⁷ и «Конкурентное и оптимальное реагирование на сигналы: анализ эффективности и распределение»³⁴⁸. Разработанная им сигнальная модель описывает механизм установления разделяющего равновесия (*separating equilibrium*) за счет создания субъектами предложения сигналов разного уровня. М.Спенс продемонстрировал данную закономерность на примере способности сигнала образования, уровни которого различаются у низко- и высокопроизводительных агентов, выступать в качестве рыночного сигнала для установления разделяющего равновесия на рынке труда. Детально модель установления разделяющего равновесия изучена в работах Дж.Ли, Р.Мюллера, Д.Вермеулина³⁴⁹, Ч.Роддие³⁵⁰, Ж.Собея³⁵¹, Д.Аутора³⁵², Г.Ордонеза³⁵³, Дж.Георгиадиза³⁵⁴, Х.Р.Вэриана³⁵⁵, М.Одинцовой³⁵⁶,

³⁴⁶ Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf.

³⁴⁷ Spence M. Job market signalling // Quarterly Journal of Economics, vol. 87 n.3, 1973, pp. 355–374.

³⁴⁸ Spence M. Competitive and Optimal Responses to Signals: An Analysis of Efficiency and Distribution // Journal of Economic Theory, 7, 1974, pp. 296–332.

³⁴⁹ Lee J., Muller R., Vermeulen D. A Characterization of Separating Equilibrium in Multidimensional signaling Games. November 9, 2011. – URL: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=SSCW2012&paper_id=94 (дата обращения 15.10.2019).

³⁵⁰ Roddie Ch. Theory of signaling games. December 7, 2011. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1959914 (дата обращения 15.10.2019).

³⁵¹ Sobel J. Signaling Games. May 31, 2007. – URL: https://econweb.ucsd.edu/~jsobel/Paris_Lectures/20070527_Signal_encyc_Sobel.pdf (дата обращения 15.10.2019).

³⁵² Autor D. Lecture Note: Market Signaling – Theory and Evidence. November 17, 2003. – URL: <http://economics.mit.edu/files/552> (дата обращения 15.10.2019).

³⁵³ Ordonez G. Notes on Signaling Games. ECON 201B - Game Theory. February 23, 2007. University of Pennsylvania. – URL: <https://www.sas.upenn.edu/~ordonez/pdfs/ECON%20201%202007/SEQ.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

А.Скоробогатова³⁵⁷, Л.Полищук³⁵⁸. Дальнейшее развитие теория рыночных сигналов получила в работах И.К.Хо и Д.М.Крепса³⁵⁹, Е.Кольберга и Дж.Мертенса³⁶⁰, Д.М.Крепса и Р.Вилсона³⁶¹ и иных.

Согласно данной модели источниками предложения являются владельцы высококачественных благ (α_2) и владельцы низкокачественных благ (α_1), функция полезности каждого из которых, описывается следующим образом:

$$U(w, e, \alpha_i) = u(w) - c(e, \alpha_i),$$

где c – издержки создания сигнала, e – уровень сигнала, w_i – вознаграждение i -того субъекта предложения.

Модель предполагает следующие ограничения:

– субъект предложения не склонен к риску, что описывается возрастающей ($u'(w) > 0$) выпуклой ($u''(w) < 0$) функцией зависимости полезности от вознаграждения (дохода);

– величина издержек создания сигнала характеризуется прямой зависимостью от уровня сигнала ($\frac{\partial c}{\partial e} \geq 0$) и описывается законом убывающей предельной полезности ($\frac{\partial^2 c}{\partial e^2} \geq 0$);

– величина издержек создания сигнала характеризуется отрицательной зависимостью от типа субъекта предложения ($\frac{\partial c}{\partial \alpha} < 0$);

– предельные издержки рыночного сигнализирования убывают по типу субъекта предложения ($\frac{\partial^2 c}{\partial e \partial \alpha} < 0$).

³⁵⁴ Georgiadis G. Module 16: Signaling. Kellogg School of Management. Northwestern University. – URL: https://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/georgiadis/Teaching/Ec515_Module16.pdf (дата обращения 15.10.2019).

³⁵⁵ Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. – М.: Издательство Юнити. 1997. – 767 с.

³⁵⁶ Одинцова М.И. Институциональная экономика: учебник для академического бакалавриата. 4-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 459 с.

³⁵⁷ Скоробогатов А.С. Институциональная экономика. Курс лекций. – СПб.: ГУ-ВШЭ, 2006.

³⁵⁸ Полищук Л.И. Микроэкономическая теория: проблемы асимметричной информации и общественных благ. – М.: Российская экономическая школа, 2003. – 94 с.

³⁵⁹ Cho I.K., Krepс D.M. Signaling Games and Stable Equilibria. The Quarterly Journal of Economics, 102, 1987, p.179-221.

³⁶⁰ Kohlberg E., Mertens J.F. On the Strategic Stability of Equilibria. Econometrica. 54 (5), 1986. p.1003–1037.

³⁶¹ Krepс D., Wilson R. Sequential Equilibria, Econometrica. Vol.50, №4. 1982. pp.863-894.

Графическая иллюстрация модели установления разделяющего равновесия на рынках с асимметричной информацией представлена на рисунке 3:

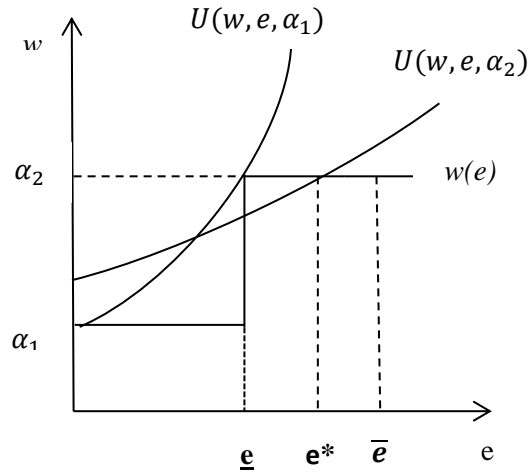


Рисунок 3 – Модель установления разделяющего равновесия на рынках с асимметричной информацией

Субъекты спроса, руководствуясь уровнем сигнала, формируют представление о качестве благ и устанавливают величину вознаграждения. Уровень сигнала субъекта предложения в интервале $[e; \bar{e}]$ свидетельствует о высококачественном благе, которому потребитель готов заплатить w_2 . Если уровень сигнала находится в интервале $[0, e]$, то потребитель заплатит w_1 . При этом издержки сигнализирования отличаются для субъектов предложения высококачественных и низкокачественных благ. Первым из них для получения вознаграждения w_2 достаточно выбрать уровень сигнала e , при этом вторым не выгодно выбирать данный уровень сигнала, так как это снизит их благосостояние. Поскольку субъекты спроса не видят разницы между сигналами в рамках интервала $[0, e]$, то для владельцев низкокачественных благ выгодно выбрать нулевой сигнал.

Условия рыночного самоотбора при разделяющем рыночном равновесии описывается следующими неравенствами:

– функция полезности субъектов предложения низкокачественных благ (α_1):

$$\begin{aligned} u(w_1) - c(e_1, \alpha_1) &\geq u(w_2) - c(e_2, \alpha_1) \leftrightarrow \\ &\leftrightarrow u(\alpha_2) - c(e^*, \alpha_1) \leq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_1), \end{aligned}$$

– функция полезности субъектов предложения высококачественных благ (α_2):

$$\begin{aligned} u(w_2) - c(e_2, \alpha_1) &\geq u(w_1) - c(e_1, \alpha_2) \leftrightarrow \\ &\leftrightarrow u(\alpha_2) - c(e^*, \alpha_2) \geq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_2), \end{aligned}$$

где e^* – уровень сигнала, при котором владельцам низкокачественных благ выгодно выбирать нулевой уровень, а владельцам высококачественных благ уровень e^* ; e_1, e_2 – уровни сигнала владельцев низкокачественных и высококачественных благ соответственно; w_1, w_2 – выигрыши владельцев низкокачественных и высококачественных благ соответственно.

Таким образом, согласно условиям самоотбора в модели М.Спенса, выгоды от рыночного сигнализирования для владельцев низкокачественных благ ниже, чем их выгоды при нулевом сигнализировании, в то время как для владельцев высококачественных благ выгоды при осуществлении рыночного сигнализирования выше, чем выгоды, которые они бы получили при нулевом рыночном сигнале. Выполнение данных условий на практике обеспечивает установление эффективного разделяющего равновесия, гарантирующего субъектам спроса, что агенты с уровнем сигнала $[\underline{e}, \bar{e}]$ являются «истинными» владельцами высококачественных благ, у которых отсутствуют стимулы к снижению качества и оппортунизму.

На основе вышеизложенных теоретических положений нами была предпринята попытка сравнительного анализа реализации сигнального механизма на рынках опытных и доверительных благ. Для решения поставленной задачи нами первоочередно были систематизированы инструменты сигнализирования на данных рынках, теоретической базой для этого послужили труды зарубежных и отечественных исследователей

Дж.Акерлофа³⁶², Ф.Нельсона³⁶³, К.Бэгвелла³⁶⁴, П.Милгрота, Дж.Робертса³⁶⁵, М.Янсена, С.Рой³⁶⁶, М.Тетерятниковой³⁶⁷, М.Таппаты³⁶⁸, В.Гамбовцева³⁶⁹, А.Обыденова³⁷⁰, О.Сухарева³⁷¹, Е.Трубниковой³⁷², А.Апокина, М.Юдкевич³⁷³, И.Ляшенко³⁷⁴, А.Крапивиной³⁷⁵, Т.Пьяных³⁷⁶, В.Матершевой³⁷⁷.

С опорой на труды вышеупомянутых авторов нами в качестве инструментов сигнализирования на рынках опытных благ были выделены: институт репутации, товарный знак (бренд), институты качества опытных благ, предоставляемые субъектами предложения гарантийные обязательства, цена опытных благ, реклама. К инструментам сигнализирования на рынках доверительных благ мы отнесли цену доверительных благ, институт репутации, институты рейтинговой оценки, институты качества, рекламу.

³⁶² Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf.

³⁶³ Bagwell K. Op.cit. P.8.

³⁶⁴ Bagwell K. Op.cit. P.7.

³⁶⁵ Милгром П., Робертс Дж. Ценовые и рекламные сигналы качества продукции. Серия «Вехи экономической мысли». Том 5. Теория отраслевых рынков. – СПб.: Экономическая школа, 2003. – С.212-246.

³⁶⁶ Janssen M., Roy S. Regulating False Disclosure ..., p.10.; Janssen M., Roy S. Signaling quality through prices in an oligopoly. *Games and Economic Behavior*, 68 (2010). – pp.192-207.

³⁶⁷ Teteryatnikova M., Janssen M. Op.cit. P.6.

³⁶⁸ Tappata M.E. Op.cit. P.4.

³⁶⁹ Тамбовцев В.Л. Пятый рынок. Экономические проблемы производства информации. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – 127с.

³⁷⁰ Обыденов А.Ю. Стратегическое конкурентное преимущество: ресурсно-институциональный взгляд // *Российский журнал менеджмента*. – 2016. – Том 14, №1. – С.87-110.

³⁷¹ Сухарев О.С. Институциональные и технологические изменения: границы анализа эволюционной теории // *Журнал институциональных исследований*. – 2013. – Том 5 (номер 2). – С.88-115.

³⁷² Трубникова Е.И. Асимметрия информации и тенденции рынка научных публикаций // *Высшее образование в России*. – 2017. – №3. – С.26-36.

³⁷³ Апокин А., Юдкевич М. Анализ студенческой занятости в контексте российского рынка труда // *Вопросы экономики*. – 2008. – №6. – С.98-110.

³⁷⁴ Ляшенко И.Ю. Совершенство информации, реклама и цена товара // *Институциональные проблемы развития национальной экономики: сборник статей Международной научно-практической конференции Onlin*. – Воронеж, 2012. – С.18-21.

³⁷⁵ Ляшенко И.Ю., Крапивина А.С. Значение рекламы для функционирования фирмы и рынков (включая информационный аспект) // *Функционирование национального и мирового рынков в условиях глобальной нестабильности: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции*. – Воронеж, 2017. – С.171-174.

³⁷⁶ Ляшенко И.Ю., Пьяных Т.С. Роль и место бренда в современной экономике // *Актуальные проблемы развития отраслевых рынков: национальный и региональный уровень: сборник статей 3-ей Международной научно-практической конференции*. – Воронеж, 2019. – С.126-130.

³⁷⁷ Матершева В.В. Теория сигналов и реформа образования // *Системное моделирование социально-экономических процессов: сборник трудов 31 международной научной школы-семинара*. – Воронеж, 2008. – Ч.3. – С.50-56.

Выделенные нами инструменты сигнализирования на рынках опытных благ, на наш взгляд, являются эффективными по той причине, что обладают способностью достоверно и своевременно информировать субъектов спроса об изменении качества опытных благ, меняя уровень передаваемого сигнала. В первую очередь, это обеспечивается за счет институтов качества опытных благ и предоставляемых субъектами предложения гарантийных обязательств. Наряду с этим, наличие у потребителей возможности на постконтрактном этапе сделки трансформировать скрытые качественные характеристики опытных благ в явные характеристики за счет потребительского опыта, позволяет им подтвердить для себя истинность рыночных сигналов, укрепив рыночную репутацию агентов предложения. Снижение качества высококачественных опытных благ повлечет за собой снижение уровня рыночного сигнала и прежде всего сигнала рыночной репутации их владельцев, «переход» в группу владельцев низкокачественных благ, потери доли потребительского рынка и снижение благосостояния. Данные особенности, на наш взгляд, обеспечивают выполнение условий самоотбора сигнальной модели М.Спенса и установление эффективного разделяющего равновесия на рынках опытных благ (по Дж.Нэшу), в условиях которого владельцы высококачественных опытных благ лишены стимулов к оппортунизму.

На рынках доверительных благ выделенные инструменты сигнализирования, на наш взгляд, являются малоинформативными. Действующие в настоящее время институты качества, такие как лицензии на право деятельности, свидетельства об аккредитации, дипломы об образовании и сертификаты специалистов стандартны для всех субъектов предложения и создают идентичные сигналы, не позволяя дифференцировать рыночные альтернативы. В связи с институциональной «неоформленностью» доверительных благ институты рейтинговой оценки на сегодняшний день недостаточно развиты и не подвержены должной степени контроля. Одновременно с этим, реклама, на наш взгляд, не обладает «в глазах»

потребителей достаточной убедительностью для создания «разделяющего» сигнала уровня e^* . Поэтому из числа выделенных нами инструментов сигнализирования, способными к установлению разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, на наш взгляд, являются цена доверительных благ и рыночная репутация субъектов предложения. Однако и данные инструменты рыночного сигнализирования несовершенны.

В условиях неопределенности качества рынков доверительных благ цена, как было отмечено ранее, выступает для субъектов спроса сигналом качества. Изучению ценового сигнализирования на рынках с асимметричной информацией посвящены работы П.Милгрота, Дж.Робертса³⁷⁸, Дж.Мастробуони, Ф.Перакки, А.Тетенова³⁷⁹, М.Янсена, С.Рой³⁸⁰, А.Парахоняк, М.Янсена³⁸¹, М.Тетерятниковой, М.Янсена³⁸², М.Таппаты³⁸³, Л.Ельшина³⁸⁴. Представленные в данных работах выводы носят обобщенный характер без выявления специфики ценового сигнализирования на рынках опытных благ и доверительных благ. Авторская позиция заключается в том, что степень влияния ценового фактора на поведение потребителей на рынках доверительных благ в условиях «абсолютной» неопределенности качества значительно выше степени его влияния на потребителей на рынках опытных благ, где процесс сигнализирования может успешно реализовываться за счет иных инструментов передачи скрытых качественных характеристик благ.

Разделяющее равновесие по ценовому фактору согласно условиям самоотбора модели М.Спенса должно обеспечить установление ситуации, при которой владельцам высококачественных благ с высоким уровнем сигнала $[e; \bar{e}]$ не выгодно снижение качества благ по причине последующего снижения спроса на их блага, снижения благосостояния самих агентов и, как

³⁷⁸ Милгром П., Робертс Дж. Ценовые и рекламные сигналы ..., с.220.

³⁷⁹ Mastrobuoni G., Peracchi F., Tetenov A. Op.cit. P.5.

³⁸⁰ Janssen M., Roy S. Regulating False Disclosure ..., p.10.; Janssen M., Roy S. Signaling quality ..., p.192.

³⁸¹ Parakhonyak A., Janssen M. Op.cit. P.8.

³⁸² Teteryatnikova M., Janssen M. Op.cit. P.6.

³⁸³ Tappata M.E. Op.cit. P.4.

³⁸⁴ Ельшин Л.А. Формирование ценовых сигналов и их влияние на развитие национальной рыночной системы: дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2004. – 144 с.

результат, снижение уровня ценового сигнала. На рынках доверительных благ, на наш взгляд, данный механизм в полной мере не реализуется. Низкая способность трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики позволяет владельцам высококачественных доверительных благ действовать оппортунистически по причине возможности оставаться незамеченными на постконтрактном этапе сделки. Потребитель не может идентифицировать качество доверительных благ (за исключением случаев явного вреда), поэтому спрос на данные блага и благосостояние агентов остаются неизменными. Ценовой сигнал (сама цена) остается на высоком уровне $[\underline{e}; \bar{e}]$, хотя реальное качество доверительных благ может уже не соответствовать ему (ложный сигнал).

Несовершенство ценового сигнализирования (в случаях, когда потребители руководствуются только ценовым фактором), на наш взгляд, обусловлено наличием реальных ситуаций, когда владельцы доверительных благ с низким уровнем ценового сигнала, в действительности являются владельцами доверительных благ, не менее качественно удовлетворяющими потребности субъектов спроса, нежели блага предлагаемые агентами с высоким уровнем ценового сигнала. Подтверждением тому служат примеры предложения на фармацевтическом рынке качественных российских или белорусских лекарственных препаратов с низким уровнем ценового сигнала, или предложение недорогих зарекомендовавших себя косметических продуктов российского производства или производства стран СНГ. Данные обстоятельства позволили сформулировать авторскую позицию о невозможности достижения эффективного разделяющего равновесия на рынках доверительных благ только за счет ценового фактора и подтвердили факт неотъемлемости на данных рынках фактора репутации.

Если говорить о рыночной репутации, то важно отметить, что ненаблюдаемость доминирующего числа характеристик доверительных благ, в том числе и на постконтрактном этапе сделки, свидетельствует, на наш взгляд, о вынужденности субъектов предложения доверительных благ в

отличие от владельцев опытных благ длительный период времени формировать рыночную репутацию, доказывая свою добросовестность. Зато в случае достижения высокого рыночного положения репутация агентов предложения на рынках доверительных благ, на наш взгляд, в отличие от репутации агентов на рынках опытных благ приобретает устойчивый (стабильный) характер. Негативным аспектом устойчивой репутации агентов предложения на рынках доверительных благ является наличие возможности эпизодически действовать оппортунистически, оставаясь незамеченными. Несистематичные факты оппортунизма при оказании доверительных услуг могут длительное время не сказываться на репутации агентов предложения, а неудовлетворенность субъектов спроса недобросовестными услугами может оправдываться персонифицированным и необъективным характером восприятия ими качества предоставленных услуг.

Анализ специфики ценового сигнализирувания и сигнализирувания за счет фактора рыночной репутации на рынках доверительных благ также продемонстрировал случаи, когда данные инструменты сигнализирувания незначимы, что не обеспечивает установление разделяющего рыночного равновесия на данных рынках. Тенденции к установлению единообразных цен в результате согласования агентами стратегий поведения (сговора) или в результате ценообразования по методу «издержки плюс» на олигополистических рынках, наличие тарифного ценообразования на квазирынках медицинских услуг свидетельствуют об отсутствии ценового сигнализирувания в данных рыночных условиях. Одновременно с этим, слабость сигнала рыночной репутации на рынках доверительных благ (при отсутствии явных лидеров) свидетельствует о незначимости инструмента сигнализирувания за счет фактора рыночной репутации. Данные факты дали нам основание говорить о возможности установления на рынках доверительных благ смешивающего равновесия (*pooling equilibrium*).

Механизм установления смешивающих равновесий, где все субъекты предложения посылают сигналы одинакового уровня, рассмотрен в работах

Г.Ордонеза³⁸⁵, С.Озертюрка³⁸⁶, Дж.Георгиадиза³⁸⁷, Л.Кочкесена³⁸⁸, Х.Р.Вэриана³⁸⁹, М.Йылдыз³⁹⁰, М.Одинцовой³⁹¹, А.Скоробогатова³⁹², Л.Полищук³⁹³. При установлении на рынках доверительных благ единообразных цен «цена» на блага уже не может выполнять функцию рыночного сигнала. На рынках с тарифным ценообразованием субъекты спроса и вовсе лишаются возможности «откликаться» на процесс сигнализирования предоставлением дифференцированного вознаграждения. Это обуславливает формирование всеми субъектами предложения одинакового уровня сигнала $e^* \in [0, \underline{e}]$ и получения вознаграждения вида $w = E\alpha = pw_1 + (1 - p)w_2$, где $E\alpha$ есть усредненное вознаграждение, формирующееся из вознаграждения владельцев низкокачественных благ (w_1) с вероятностью p и вознаграждения владельцев высококачественных благ (w_2) с вероятностью $(1 - p)$. Субъект предложения с уровнем сигнала $e < e^*$ относится к числу владельцев низкокачественных благ с вероятностью 1.

Функции полезности субъектов предложения на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием описываются следующими неравенствами самоотбора:

– функция полезности субъектов предложения низкокачественных благ (α_1):

$$u(pw_1 + (1 - p)w_2) - c(e^*, \alpha_1) \geq u(w_1) - c(e_1, \alpha_1)$$

$$u(p\alpha_1 + (1 - p)\alpha_1) - c(e^*, \alpha_1) \geq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_1)$$

³⁸⁵ Ordonez G. Op.cit. P.4.

³⁸⁶ Ozerturk S. Signaling Games and Perfect Bayesian Equilibria (PBE). Southern Methodist University. – URL: <http://faculty.smu.edu/ozerturk/signaling.pdf> (дата обращения 15.10.2019)

³⁸⁷ Georgiadis G. Op.cit. P.5.

³⁸⁸ Koçkesen L. Microeconomics II Signaling. Koç University. – URL: <http://home.ku.edu.tr/~lkockesen/teaching/mamicro/handouts/10%20Signaling%20Handout.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

³⁸⁹ Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. – М.: Издательство Юнити. 1997. – 767 с.

³⁹⁰ Yildiz M. Signaling. 14.12 Game Theory. – URL: https://web.mit.edu/14.12/www/02F_slides_sig.pdf (дата обращения 15.10.2019).

³⁹¹ Одинцова М.И. Указ соч., с.249.

³⁹² Скоробогатов А.С. Институциональная экономика. Курс лекций. – СПб.: ГУ-ВШЭ, 2006.

³⁹³ Полищук Л.И. Микроэкономическая теория: проблемы асимметричной информации и общественных благ. – М.: Российская экономическая школа, 2003. – 94 с.

– функция полезности субъектов предложения высококачественных благ (α_2):

$$u(pw_1 + (1 - p)w_2) - c(e^*, \alpha_2) \geq u(w_1) - c(e_1, \alpha_2)$$

$$u(p\alpha_1 + (1 - p)\alpha_2) - c(e^*, \alpha_2) \geq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_2)$$

Графическая иллюстрация модели установления смешивающего равновесия на рынках доверительных благ представлена на рисунке 4:

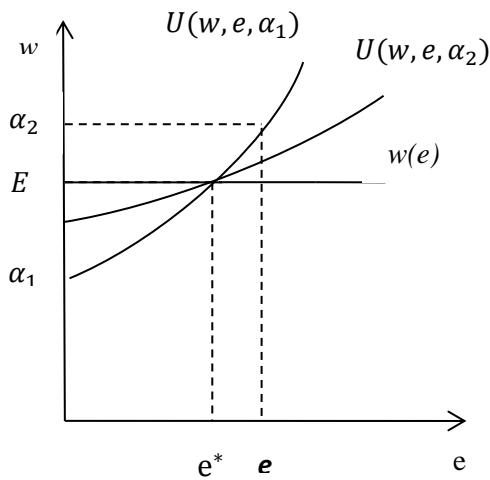


Рисунок 4 – Модель установления смешивающего равновесия на рынках доверительных благ

Наличие среди субъектов предложения с уровнем сигнала $e \geq e^*$, как владельцев низкокачественных, так и владельцев высококачественных доверительных благ, свидетельствует о наличии на рынках доверительных благ со смешивающим рыночным равновесием возможности реализации оппортунистических действий заинтересованными агентами предложения.

Проведенный нами сравнительный анализ механизмов установления рыночного равновесия на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ позволил выделить их особенности и сделать выводы о сравнительной эффективности данных механизмов на современных рынках, что представлено в таблице 7.

Таблица 7 – Особенности рыночного равновесия на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ

Характеристики механизмов установления рыночного равновесия	«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
	Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
Вид рыночного равновесия	Разделяющее равновесие при симметричной информации (Парето-эффективность)	Разделяющее равновесие при асимметричной информации (равновесие по Нэшу)	Разделяющее равновесие при асимметричной информации/ смешивающее рыночное равновесие
Механизм установления рыночного равновесия (дифференциации благ)	На основе явных для потребителя качественных характеристик инспекционных благ	На основе рыночного сигнализирования агентами предложения скрытых качественных характеристик опытных благ	На основе рыночного сигнализирования агентами предложения скрытых качественных характеристик доверительных благ
Инструменты рыночного сигнализирования	–	Репутация, товарный знак (бренд), цена, институты качества, гарантийные обязательства, реклама	Цена, репутация, институты рейтинговой оценки, институты качества, реклама
Стимулы к оппортунизму у владельцев низкокачественных благ/ высококачественных благ	Наличие стимулов/ отсутствие стимулов	Наличие стимулов/ отсутствие стимулов	Наличие стимулов/ наличие стимулов
Эффективность механизма установления рыночного равновесия (дифференциации благ)	высокая	высокая	низкая
составлено автором			

На основе сравнительного анализа механизмов установления рыночного равновесия на рынках инспекционных, опытных и доверительных благ нами были сделаны выводы об их высокой сравнительной эффективности на рынках инспекционных и опытных благ при сравнительно низкой эффективности на рынках доверительных благ.

Эффективность механизма установления разделяющего рыночного равновесия на рынках инспекционных и опытных благ мы объясняем успешным выполнением условий самоотбора (дифференциации благ), в рамках которого у владельцев высококачественных инспекционных и опытных благ не возникают стимулы к оппортунизму, который повлечет за собой снижение спроса на их блага и снижение их благосостояния. При этом дифференциация на рынках инспекционных благ осуществляется за счет явных для потребителя качественных характеристик инспекционных благ, а на рынках опытных благ за счет эффективного рыночного сигнализирования агентами предложения скрытых качественных характеристик опытных благ.

Авторская позиция о низкой эффективности механизма установления разделяющего рыночного равновесия на рынках доверительных благ, обусловлена наличием возможности формирования у владельцев высококачественных доверительных благ стимулов к оппортунизму в условиях формального выполнения условий самоотбора. Причиной для формирования данных стимулов, на наш взгляд, является возможность у владельцев высококачественных доверительных благ оставаться незамеченными после реализации оппортунистических действий, не теряя после этого потребительский спрос и сохраняя первоначальный уровень благосостояния. Поскольку дифференциация доверительных благ на данных рынках осуществляется путем рыночного сигнализирования агентами предложения скрытых качественных характеристик доверительных благ, то причиной формального выполнения условий самоотбора разделяющего равновесия на данных рынках, на наш взгляд, выступает низкая

эффективность процессов рыночного сигнализирования в связи с низкой информативностью имеющихся на сегодняшний день рыночных сигналов.

Важно отметить, что выводы о наличии/отсутствии стимулов к оппортунизму у субъектов предложения были сделаны с опорой на выделенные нами особенности установления рыночного равновесия на современных рынках. Очевидно, что в случае принятия во внимание иных условий могут быть выявлены стимулы к оппортунизму у владельцев высококачественных благ и на рынках инспекционных и опытных благ.

Рассмотренные модели разделяющего рыночного равновесия и смешивающего равновесия на рынках доверительных благ представляют собой общие случаи реализации сигнальной функции М.Спенса на изучаемом рынке, которые позволили выявить причины для формирования стимулов к оппортунизму и одновременно с этим ставшие основой для разработки нами в дальнейшем математической модели поведения субъектов предложения с использованием в качестве рыночного сигнала института доверия.

Острота проблемы оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ предопределила необходимость детального изучения данного явления. На сегодняшний день в отечественной и зарубежной экономической школе широко представлены различные теоретические подходы к определению оппортунистического поведения³⁹⁴ (подробный анализ позиций представлен в Приложении У).

³⁹⁴ Маркс К. Сочинения. Т.24: Капитал. Критика политической экономики. Т.1, Кн.1: Процесс производства капитала. – М.: Госполитиздат. – 1960. – 907 с.; Веблен Т. Теория праздного класса. Экспертно-аналитический портал «Центр гуманитарных технологий: гуманитарные технологии и развитие человека». – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5890> (дата обращения 21.12.2013); Уильямсон Оливер И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. – 1993. – вып.3. – С.39-49.; Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контракция. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.; Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. – 702 с.; Шаститко А. Новая теория фирмы. – М.: МГУ им. Ломоносова. Экономический факультет. – М.: ТЕИС, 1996. – 134 с.; Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М.: Инфра-М, 2002. – 416 с.; Аузан А.А. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 447 с.; Одиноцова М.И. Институциональная экономика: учебник для академического бакалавриата. 4-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 459 с.; Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория. – М.: «Эдитория УРСС». – 2002. – 415 с.; Попов Е.В, Симонова В.Л. Оценка внутрифирменного оппортунизма работников и

Опираясь на имеющиеся в экономической науке трактовки категории «оппортунистическое поведение» (Приложение У), можно выделить следующие ключевые характеристики данного явления:

- несовпадение интересов экономических агентов (О.Уильямсон, А.Олейник, М.Одинцова, А.Королев, А.Нестеренко);
- информационное преимущество одних экономических агентов относительно других (А.Олейник, Е.Попов, В.Симонова);
- преднамеренный характер поведения, выраженный в осознанном порядке действий агентов (Дж.Р.Шелл, В.Тамбовцев, Е.Попов, В.Симонова, Е.Мартюкова);
- отсутствие моральных ограничений (Э.Фуруботн, Р.Рихтер, А.Шаститко, П.Канапухин, А.Королев);
- перераспределение богатства за счет отчуждения богатства одного субъекта в пользу другого (А.Королев, Е.Мартюкова).

В современной экономической теории наиболее часто используется определение Оливера И. Уильямсона, характеризующего оппортунизм, как «недостаток искренности, откровенности, честности в отношениях, действия на основе собственных интересов, включая формы обмана³⁹⁵, такие как ложь, воровство, мошенничество³⁹⁶, проявляющийся в получение выгод от других участников сделки или в использовании чужих слабостей в своих интересах».

Оппортунизм, как модель поведения, формируется под воздействием совокупности факторов, оказывающих влияние на мотивы и стимулы хозяйствующих субъектов, а реализуется при наличии определенных способствующих тому условий. На основе полученных результатов

менеджеров // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С.108-117.; Канапухин П.А. Закономерность эволюции экономических интересов и механизмы их реализации в экономике России: дисс... д-ра. экон. наук. – Воронеж, 2008. – 409 с.; Королев А.И. Тенденции оппортунистического поведения в условиях экономики неравновесности: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – 171 с.; Мартюкова Е.Г. Указ соч., с.42.

³⁹⁵ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.

³⁹⁶ Уильямсон Оливер И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа ..., с.39-49.

исследования специфики рынка доверительных благ (п.1.3), анализа процесса установления рыночного равновесия на изучаемом рынке, на основе эмпирических данных изучаемых типов доверительных благ, нормативно-правовой основы государственного регулирования данных рынков, использования формально-логических методов получения нового знания, нами были выделены и систематизированы социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ, что представлено в таблице 8.

Таблица 8 – Социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ

Системообразующие условия, способствующие формированию оппортунизма	Условия, способствующие формированию оппортунизма
Информационные несовершенства	<ul style="list-style-type: none"> - асимметрия информации - ограниченная рациональность потребителей: <ul style="list-style-type: none"> ✓ информационная «перегрузка» потребителей ✓ неграмотность и пассивность потребителей ✓ иррациональность потребителей ✓ изменчивость стратегий поведения
Институциональные несовершенства	<ul style="list-style-type: none"> - институциональная «неоформленность» доверительных благ: <ul style="list-style-type: none"> ✓ несовершенство законодательства ✓ инертность институтов ✓ неполнота контрактов - низкий уровень института доверия - развитие теневого сектора экономики
Производственные несовершенства	<ul style="list-style-type: none"> - слабость производственной инфраструктуры - импортозависимость экономики - неразвитость систем менеджмента качества
Конкурентные (рыночные) несовершенства	<ul style="list-style-type: none"> - низкая эффективность рыночного сигнализирования на рынках доверительных благ - монополизация рынков доверительных благ - неполнота рынков доверительных благ
Ценовые несовершенства	<ul style="list-style-type: none"> - высокая значимость ценового фактора в качестве инструмента дифференциации потребителем альтернатив на рынках доверительных благ - отсутствие рыночного ценообразования на квазирынках доверительных благ
составлено автором	

В качестве системообразующих условий, способствующих формированию оппортунистической модели поведения на рынках доверительных благ, нами были выделены информационные, институциональные, производственные, конкурентные (рыночные) и ценовые несовершенства процессов производства, распределения и обмена доверительных благ.

Информационные несовершенства рынков доверительных благ представлены проблемой асимметрии информации между контрагентами, причины и особенности которой (проблемы) были уже рассмотрены нами в рамках данного исследования. Наряду с этим информационные несовершенства рынков доверительных благ представлены проблемой ограниченной рациональности потребителей на рынках доверительных благ.

Ограниченная рациональность, согласно Оливеру И. Уильямсону, представляет собой «полусильную форму рациональности³⁹⁷», при которой субъекты в экономике стремятся действовать рационально, но в действительности обладают этой способностью лишь в ограниченной степени³⁹⁸. Ограниченность когнитивных способностей индивида, влияние чувств и эмоций, ведут к затруднению процесса оценки альтернатив и принятию неоптимальных решений. Современное доверительное благо за счет наличия многомерных качественных характеристик по природе своей интеллектуально и требует специфического человеческого капитала. Отсутствие у потребителей данного капитала опасно угрозой принятия во внимание недостоверной информации, ложных рыночных сигналов. В связи с этим к причинам, способствующим ограниченной рациональности потребителей на рынках доверительных благ мы относим проблему информационной «перегрузки» потребителей по причине избыточного предложения низкокачественной информации, неграмотность и пассивность

³⁹⁷ Уильямсон Оливер И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа ..., с.39-49.

³⁹⁸ Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. – 1993. – вып.3. – С.16-38.

потребителей, иррациональность потребителей, изменчивость стратегий поведения потребителей.

Стремительный рост потребительского спроса на ресурс «информация» и увеличение ассортимента доверительных благ влечет избыточное не всегда эффективное информационное предложение. Сложность восприятия непрерывного потока информации³⁹⁹ способствует информационной «перегрузке» субъектов спроса, ее частичному или неверному восприятию. Информация, воспринятая не в полном объеме, дает искаженное представление о фактах и повышает риск принятия нерациональных решений⁴⁰⁰. Информационные шумы, формирующиеся из внешних элементов, находящихся в потоке информации и нарушающих ее целостность, способствуют искажению ее смысла и сложности восприятия⁴⁰¹.

Потребительская неграмотность приводит к тому, что лишь единицы из потребителей, столкнувшихся с недобросовестным поведением субъектов предложения, пытаются защитить свои права⁴⁰². По данным ВЦИОМ лишь 11% россиян имеют представление о своих потребительских правах⁴⁰³. Проведенное О.Василенко изучение потребительского поведения жителей города Волгограда и Волгоградской области продемонстрировало, что в 51,7% случаев покупки некачественного товара потребители их выкидывают и лишь в 36,4% случаях отстаивают свои права. Причинами пассивного поведения 28% опрошенных является «отсутствие свободного времени», 14,4% – «бюрократическая волокита», 5% – «лень» и «отсутствие веры в успех»⁴⁰⁴. Безынициативность потребителей позволяет недобросовестным субъектам предложения не волноваться за необходимость

³⁹⁹ Тоффлер Э. Шок будущего. – М: ООО «Издательство «АСТ». – 2002. – 557 с.

⁴⁰⁰ Еляков А.Д. Информационная перегрузка людей // Социологические исследования. – 2005. – № 5. – С. 114-121.

⁴⁰¹ Евдокименко Е.Ю. Понятие информационного шума в социально-гуманитарных науках // Молодой ученый. – 2013. – №10. – С.564-566.

⁴⁰² Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2017. – №3. – С.41-48.

⁴⁰³ Где потребителю искать защиты своих прав. Материалы официального сайта ВЦИОМ. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=13313> (дата обращения 19.09.2016).

⁴⁰⁴ Василенко О.В. Потребительский риск: здоровье, деньги, душевное равновесие // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. – 2009. – №1(9). – С.38-43.

в последующем возмещения ущерба, тем самым укрепляя стимулы к оппортунизму.

Иррациональность поведения потребителей характеризуется их эмоционально обусловленными, спонтанными действиями, зачастую несоответствующими реальной ситуации. Причиной человеческой иррациональности согласно Э.Тоффлеру является психоэмоциональная перегрузка – «футурошоки»⁴⁰⁵. Согласно Г.Лебону, причиной иррациональности является влияние на индивида психологии масс (толпы)⁴⁰⁶. Являясь элементом некоторого сообщества, индивид экстраполирует на себя его эмоции и модели поведения. Страх одних агентов порождает страх других, паника порождает панику. К примеру, паника, охватившая население в связи с эпидемией свиного гриппа осенью 2009 года, послужила поводом для неоправданного повышения цен в ответ на растущий спрос на противовирусные препараты и средства индивидуальной защиты. Меньше чем за месяц цена на препарат «Ингавирин» увеличилась с 370 до 415 рублей, средняя цена «Тамифлю» возросла с 1356 до 1423 рублей⁴⁰⁷, цена препарата «Арбидол» за полтора месяца возросла с 360 до 452 рублей. Синтез потребительской иррациональности, вынужденного спроса и социальной напряженности послужил благоприятным условием для удовлетворения корыстного интереса недобросовестных рыночных агентов.

Информационная восприимчивость и мнительность потребителей, рост пессимистических настроений и паника, влекут хаотичную смену стратегий поведения потребителей⁴⁰⁸. При этом М.Туган-Барановский со ссылкой на С.Дж.Лойда (Оверстоуна) описывает смену потребительских настроений от оптимизма в период оживления и подъема к пессимизму в период рецессии и кризиса, как «спокойствие, улучшение, возрастание доверия, благополучие, возбуждение, спекуляция, потрясение, паника, застой, угнетение и опять

⁴⁰⁵ Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: ООО «Издательство «АСТ». – 2002. – 557 с.

⁴⁰⁶ Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб: Макет, 1995. – 311 с.

⁴⁰⁷ Как пытаются заработать на страхе перед эпидемией. Интернет-портал "Российской газеты". – URL: <http://www.rg.ru/2009/11/12/grimaski.html> (дата обращения 19.09.2016).

⁴⁰⁸ Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.43.

спокойствие⁴⁰⁹». Индикаторами, на основе которых потребитель может оценить экономическую обстановку, являются величина заработной платы потребителей, наличие/отсутствие предоставляемых бонусов, доступность товаров, динамика цен, случаи увольнения. Выводы об особенностях поведения потребителей, создающих условия для оппортунизма субъектов предложения, были сделаны нами с опорой на общедоступные статистические материалы, описывающие стратегии поведения россиян в период финансового кризиса 2008 года, что представлено в таблице 9.

Таблица 9 – Стратегии поведения россиян в период финансового кризиса 2008 года

Типы доверительных благ	Стратегии поведения потребителей			
	поиск торговых точек, в которых товары реализуются дешевле	приобретение товаров повседневного спроса реже или в меньших количествах	отказ от товаров повседневного спроса в пользу более дешевых марок	отказ от изменений привычек потребителей (нежелание экономить)
компьютерные товары	49%	26%	10%	
лекарства		4%		
медицинские товары	40%		7%	49%
средства гигиены	41%		19%	32%
консультационные услуги	48%	32%		
техническое обслуживание автомобилей	58%	26%		
ремонта автомобилей	60%	27%		
негосударственные медицинские услуги	46%	17%		37%
услуги салонов красоты (эстетическая медицина)	43%	31%		
негосударственные образовательные услуги	40%	23%		35%
составлено автором на основе материалов («Изменение мотивации потребителей в кризис» по материалам Profi Online Research. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – URL: http://www.marketing.spb.ru/mr/social/crisis.htm (дата обращения 19.09.2016)				

⁴⁰⁹ Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы: история английских кризисов. Общая теория кризисов. – М.: Наука, 1997. – 574 с.

Результаты проведенного анализа особенностей поведения потребителей в период финансового кризиса 2008 года позволили предположить, что массовая стратегия поиска торговых точек, в которых привычные товары реализуются дешевле, создала стимулы для снижения качества доверительных услуг и увеличение числа контрафактных товаров. Стратегии приобретения привычных товаров повседневного спроса реже или в меньших количествах и (или) отказ от их потребления в пользу более дешевых наименований, способствовали сокращению спроса и стимулировали борьбу агентов предложения за потребителей путем недобросовестной конкуренции. Отказ от изменений привычек потребителей в отношении ряда доверительных благ (нежелание экономить) при отсутствии возможности удовлетворения спроса в прежних объемах, повлек необходимость удовлетворения спроса путем предложения благ низкого качества⁴¹⁰.

Очевидно, что проблемы асимметрии информации и ограниченной рациональности потребителей на изучаемых рынках создают условия для формирования и реализации оппортунизма в отношении информации о доверительном благе или информации, сопряженной с элементами сделки.

Институциональные несовершенства рынков доверительных благ, выступающие в качестве системообразующих условий для формирования и реализации оппортунизма на рынках доверительных благ, представлены, на наш взгляд, проблемами институциональной «неоформленности» доверительных благ (несовершенство законодательства, неполнота контрактов, инертность институтов), проблемой низкой развитости института доверия, проблемой функционирования теневого сектора.

Основной причиной институциональной «неоформленности» доверительных благ является несовершенство действующего законодательства. Данная позиция опирается на выводы отечественных исследователей о проблемах законодательства в сфере здравоохранения,

⁴¹⁰ Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.43.

выделяемых Г.Улумбековой⁴¹¹, Н.Петровой⁴¹², Н.Гусевой, В.Бердутиным⁴¹³, Е.Тищенко, Е.Фроловой⁴¹⁴, А.Сучковым⁴¹⁵, А.Моховым⁴¹⁶, в сфере аудиторской деятельности, выделенных С.Козменковой, С.Кемаевой⁴¹⁷, Е.Зизекаловой⁴¹⁸, Н.Шигабутдиновой, Р.Камалтдиновой⁴¹⁹, в сфере оказания образовательных услуг, выделяемых Т.Зворыкиной, Л.Сильчевой, О.Гогаевой⁴²⁰, Т.Кузнецовой, П.Репп⁴²¹, Н.Олейник, О.Потрикеевой⁴²², в сфере лицензирования фармацевтической деятельности, выделяемых Р.Шабровым, А.Шадриним⁴²³, И.Ершовой⁴²⁴, в сфере рекламы лекарственных средств, выделяемых А.Лином, Б.Соколовым, А.Орловым⁴²⁵,

⁴¹¹ Улумбекова Г.Э. Управление качеством медицинской помощи в РФ: от планирования до улучшения. Часть I. Планирование качества медицинской помощи в РФ: анализ действующей нормативной базы и показатели качества медицинской помощи // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучение. Вестник ВШОУЗ. – 2016. – №2. – С.43-62.

⁴¹² Петрова Н.Г. О нерешенных проблемах обеспечения качества медицинской помощи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 11. Медицина. – 2018. – Т.13. Вып.1. – С.83-90.

⁴¹³ Гусев Н.К., Бердутин В.А. Некоторые вопросы оценки качества медицинской помощи в системе здравоохранения Российской Федерации // Здравоохранение Российской Федерации. – 2016. – 60(5). – С.228-233.

⁴¹⁴ Тищенко Е.В., Фролова Е.Ю. Актуальные вопросы уголовно-правовой и экспертной оценки неблагоприятных исходов медицинской деятельности // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2013. – №6. – С.90-94.

⁴¹⁵ Сучков А.В. Анализ дефиниций понятий «врачебная ошибка», «ятрогения», «дефект оказания медицинской помощи» как цель установления обстоятельств, подлежащих доказыванию по профессиональным проступлениям, совершенным медицинскими работниками // Вятский медицинский вестник. – 2010. – №2. – С.70-78.

⁴¹⁶ Мохов А.А. Законодательство Российской Федерации о клинических медицинских организациях: проблемы и перспективы // Здравоохранение Российской Федерации. – 2016. – 60(4). – С.203-207.

⁴¹⁷ Козменкова С.В., Кемаева С.А. Аудит: проблемные вопросы и пути развития // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – 3(345). – С.31-43.

⁴¹⁸ Зизекалова Е.А. Проблемы и перспективы государственного регулирования аудиторской деятельности в России // Ars administrandi. Искусство управления. – 2019. – Том 11. Номер 3. – С. 437-454.

⁴¹⁹ Шигабутдинова Н.Ф., Камалтдинова Р.М. Развитие современного рынка аудиторских услуг в России // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2012. – №4. – С.58-61.

⁴²⁰ Зворыкина Т.И., Сильчева Л.В., Гогаева О.В. К вопросу разработки новых стандартов как основного критерия повышения качества образования // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2016. – Том 10. №3. – С.50-58.

⁴²¹ Кузнецова Т.А., Репп П.В. Координация профессиональных и образовательных стандартов как механизм эффективного управления качеством образования // Университетское управление: практика и анализ. – 2016. – №103 (3). – С.62-72.

⁴²² Олейник Е.В., Потрикеева О.Л. К вопросу о профессиональных и образовательных стандартах // Гуманитарно-педагогические исследования. – 2017. – Том 1. №2. – С.79-83.

⁴²³ Шабров Р.В., Шадрин А.Д. Лицензирование фармацевтической деятельности: проблемы законодательного регулирования // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. – 2015. – №10. – С.58-63.

⁴²⁴ Ершова И.В. Лицензирование медицинской и фармацевтической деятельности: правовые нормы, доктрины, судебная практика // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2015. – №1. – С.128-141.

⁴²⁵ Лин А.А., Соколов Б.И., Орлов А.С. Фармацевтический рынок: реклама лекарственных препаратов // Проблемы современной экономики. – 2015. – 2 (54). – С.311-316.

О.Сушковой⁴²⁶, Р.Шабровым, А.Шадриним, М.Никитиной⁴²⁷, в сфере реализации косметики, выделяемых А.Жуковой, М.Макаревич⁴²⁸.

Несмотря на значительные усилия государства по внедрению в отечественную практику рыночных и административных институтов, институциональная среда изучаемых рынков на сегодняшний день является малоразвитой. Об этом свидетельствуют неразвитость или отсутствие институтов качества, слабость институтов экспертизы и разрешения споров, неразвитость институтов ответственности и штрафных санкций, слабая развитость информационных ресурсов и низкая степень их контроля. К примеру, в рамках законодательства, регулирующего оказание медицинских услуг, на сегодняшний день отсутствует категория «врачебная ошибка», отсутствуют критерии и основания ответственности за вред, причиненный жизни и здоровью в форме умысла и по неосторожности⁴²⁹, отсутствуют штрафы за неверно поставленный диагноз. Наличие данных нерешенных проблем укрепляет ситуацию неопределенности качества и повышает транзакционные издержки потребителей на ее снижение и защиту потребительских прав.

Обобщая выводы вышеупомянутых исследователей, нами был сформулирован ряд проблем, присущих современному российскому законодательству:

- отсутствие отдельных закрепленных аспектов и/или процедур реализации отношений («пробелы» законодательства);
- неоднозначность трактовки категорий или положений нормативно-правовых актов;

⁴²⁶ Сушкова О.В. Актуальные проблемы и перспективы развития правового регулирования рекламы лекарственных средств, медицинских изделий и биологически активных добавок // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2019. – Т.9, №1. – С.67-76.

⁴²⁷ Шабров Р.В., Шадрин А.Д., Никитина М.И. Правовые аспекты продвижения лекарственных средств // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. – 2017. – №1-2. – С.8-21.

⁴²⁸ Жукова А.В., Макаревич М.Л. Проблемы отсутствия специальной правовой регламентации сегмента натуральной косметики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №6 (32). – С.74-79.

⁴²⁹ Дудка О.Ф. Юридическая ответственность медицинских работников. Досудебная и судебная практика по делам о профессиональных нарушениях в ЛПУ Томской области // Сибирский медицинский журнал. – 2013. – Том 28, №4. – С.115-121.

- отсутствие или неполнота критериев качества благ, и в результате отсутствие оснований для ответственности;
- противоречие между положениями одного правового акта или в рамках нескольких актов;
- некорректность формулировок⁴³⁰.

Отсутствие институтов организации и регулирования отношений с доверительными благами создает стимулы для злоупотребления институциональными «пробелами» с целью извлечения ренты. Это влечет сложность или невозможность разрешения трансакционных разногласий в пользу потребителей. В результате, оппортунистические схемы, не нашедшие отражение в законодательстве, не подлежат ответственности, а механизм взаимодействия осуществляется согласно логике, что все, что не запрещено – разрешено.

Неэффективные устойчивые нормы поведения⁴³¹, которые В.Полтерович называет «институциональными ловушками», способствуют постепенному закреплению в хозяйственном укладе механизмов реализации эгоистических интересов отдельных субъектов рынка, негативным образом сказывающихся на благосостоянии общества⁴³². К примеру, право перерегистрации предельных отпускных цен производителей на лекарственные препараты, входящие в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП), предусмотренное для случаев изменений цен на сырье и материалы, изменений накладных расходов и с учетом прогнозируемого уровня инфляции⁴³³, позволял до законодательного ужесточения вышеупомянутого порядка (внесение изменения в постановление Правительства РФ) в ходе реализации данной

⁴³⁰ Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.42.

⁴³¹ Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. Официальный сайт Лаборатории математической экономики ЦЭМИ РАН. – URL: http://mathecon.cemi.rssi.ru/vm_polterovich/files/ep99001.pdf (дата обращения 19.09.2016).

⁴³² Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.42.

⁴³³ Постановление Правительства Российской Федерации от 29 октября 2010г. N865 г. Москва "О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов". Интернет-портал "Российской газеты". – URL: <http://www.rg.ru/2010/11/03/pravila2-dok.html> (дата обращения 16.06.2016).

нормы недобросовестно повышать цены на лекарственные препараты. Законодательство в сфере размещения закупок на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд (Федеральный закон от 05.04.2013 г. №44-ФЗ), в том виде в котором он функционирует на сегодняшний день, по нашему мнению, представляет собой низкоэффективный институт, положения которого не позволяют реализовать на практике принцип эффективности осуществления закупок и принцип обеспечения конкуренции.

Иной причиной препятствующей институциональной «неоформленности» доверительных благ выступает явление инертности институтов. Свойство инертности заключается в сопротивлении институтов изменениям⁴³⁴, отвержении инноваций в процессе эволюции, и выполняет как защитные от разрушения институциональными и технологическими инновациями функции, так и негативные функции. Негативным фактором институциональной инерции в системе образования, по мнению В.Вольчика, М.Скорева, является замедление процесса ее модернизации и «возвращение к отжившим институциональным схемам». Примером негативной для рыночной системы инерции, по их мнению, является возрождение системы распределения выпускников вузов⁴³⁵. В условиях институциональной инертности субъекты рынка преобразуют порядок взаимодействия за счет неформальных институтов, договоренностей, уступок и обычаев. Что обуславливает риск невыполнения обязательств контрагентами и сложность возмещения потерь.

Для рядовых потребителей наиболее ощутимым из последствий институциональной «неоформленности» современных доверительных благ является невозможность заключения полного контракта и спецификации мер ответственности для случаев неблагоприятного исхода сделки. Проблема неполноты контрактов заключаемых на рынках доверительных благ создает

⁴³⁴ Вольчик В.В., Скорев М.М. Институциональная инерция и развитие российской системы образования // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Том 1, №4. – С.55-63.

⁴³⁵ Вольчик В.В., Скорев М.М. Указ соч., с.58.

«зоны безответственности⁴³⁶» для недобросовестных действий или бездействий субъектов, находящихся в преимущественном информационном положении.

На основе выделенных нами в работе особенностей качественных характеристик доверительных благ, а также с учетом специфики изучаемого рынка нами были сформулированы следующие причины неполноты контрактов на рынках доверительных благ:

– несимметричность информации между контрагентами и отсутствие объективной возможности спецификации скрытых качественных характеристик доверительных благ;

– отсутствие возможности прогнозирования результата сделки ввиду длительного периода трансформации скрытых качественных характеристик доверительных благ в явные характеристики и сложность спецификации мер ответственности в связи с персонифицированным характером восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ;

– высокое бремя трансакционных издержек потребителей и субъектов предложения на предконтрактном этапе сделки для детализации и спецификации многомерных качественных характеристик доверительных благ и условий контракта.

Проблема неполноты контрактов на рынках доверительных благ способствует развитию неформальных отношений между контрагентами, что отражается в имплицитной форме контракта. Примером отношенческого взаимодействия на рынках доверительных благ являются неформальные отношения между врачом и пациентом. При этом риск контрагентов при заключении формальных договоренностей состоит в отсутствии их должной юридической защиты, что создает условия для формирования и реализации оппортунизма в отношении условий и объемов сделки.

⁴³⁶ Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юджевич М.М. Курс институциональной экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 444 с.

Институциональные несовершенства рынков доверительных благ также проявляются в неоднократно выделяемой нами в рамках данного исследования проблеме низкой развитости института доверия. Позиция о низком уровне доверия современного общества сформулирована в работах Н.Калюжной⁴³⁷, О.Тахановой⁴³⁸, Н.Байкова⁴³⁹, В.Руденкина⁴⁴⁰, Е.Реутова, М.Реутовой⁴⁴¹, Н.Романович⁴⁴², П.Аронсон⁴⁴³, А.Мироновой⁴⁴⁴. Негативные тенденции развития современного общества привели к личностной обособленности, отсутствию веры в искренние и бескорыстные намерения контрагентов, настороженности хозяйствующих субъектов. Причины современного эгоизма глубинны и в значительной мере обусловлены дегуманизацией и упадком духовности общества, которые рассмотрены в трудах Н.Родионовой⁴⁴⁵, С.Вальцева⁴⁴⁶, Т.Селищевой, Е.Кан⁴⁴⁷, К.Локтева⁴⁴⁸, А.Заховаевой⁴⁴⁹, В.Руденко⁴⁵⁰. Современное «общество потребления» осуществляет бесконечные последовательности трансакций, где потребности

⁴³⁷ Калюжная Н.Я. Экономика недоверия: роль социального капитала в России // *Journal of institutional studies* (Журнал институциональных исследований). – 2012. – Том 4, № 2. – С.74-82.; Калюжная Н.Я. Экономика недоверия (институт доверия и его роль в конкурентоспособности регионов) // *Экономика региона*. – 2014. – №1. – С.56-64.

⁴³⁸ Таханова О.В. Оценка института доверия как фактора благосостояния и развития экономики России // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика*. – 2018. – Том 45. №3. – С.465-472.

⁴³⁹ Байков Н.М. Доверие как основополагающий базис гражданского общества // *Власть и управление на Востоке России*. – 2018. – №1 (82). – С.55-64.

⁴⁴⁰ Руденкин В.Н. Доверие к государственным и общественным институтам как условие гражданской самоорганизации // *Вестник Уральского института экономики, управления и права*. – 2015. – №1. – С.52-59.

⁴⁴¹ Реутов Е.В., Реутова М.Н. Социальное доверие в Российском обществе: тенденции и противоречия // *Россия и современный мир*. – 2014. – № 1 (82). – С.173-181.

⁴⁴² Романович Н.А. Доверие как культурный феномен в ситуации неопределенности // *Международный научный журнал «Символ науки»*. – 2015. – №8. – С.299-305.

⁴⁴³ Аронсон П.Я. Утрата институционального доверия в российском здравоохранении // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2006. – №2 Том 9. – С.120-131.

⁴⁴⁴ Миронова А.А. Доверие, социальный капитал и субъективное благополучие индивида // *Общественные науки и современность*. – 2014. – №3. – С.44-52.

⁴⁴⁵ Родионова Н. Модель «экономического человека» в системе экономических знаний // *Высшее образование в России*. – 2006. – №9. – С.56-67.

⁴⁴⁶ Вальцев С.В. Отчуждение и закат человечности // *Проблемы современной науки и образования*. – 2012. – №6 (6). – С.20-24.; Вальцев С.В. Закат человечества // *Проблемы современной науки и образования*. – 2012. – №2 (2). – С.23-30.

⁴⁴⁷ Селищева Т.А., Кан Е.Н. Информация как нематериальный фактор экономического роста // *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»*. – 2015. – №2. – С.1-8.

⁴⁴⁸ Локтев К.И. Развитие духовности как средство преодоления культурного шока в условиях глобализации // *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*. – 2015. – №3 (20). – С.95-100.

⁴⁴⁹ Заховаева А.Г. Ценность и смысл понятие «духовность» на изломе нравственных парадигм // *Ценности и смыслы*. – 2017. – №5 (51). – С.111-117.

⁴⁵⁰ Руденко В.А. Духовный кризис современного российского общества как следствие догоняющей модернизации // *Общество: политика, экономика, право*. – 2009. – №1-2. – С.32-35.

возникают и формируются одновременно с благами для их удовлетворения, а господствующей философией является «потребление ради потребления»⁴⁵¹. По мнению Н.Родионовой, в России постепенно формируется негуманное общество инфантильных эгоистов, для которых характерны утрата духовности, ориентация на материальные потребности, нецелостный образ, лишенный духовных, психологических, социальных характеристик и т.д.⁴⁵². Современные тенденции развития общества ведут к уничтожению духовности как системы ценностей, уступая место материальности, а эгоизм, расчетливость, меркантильность, склонность к обману, становятся основой для формирования оппортунистического способа мышления.

Институциональные несовершенства рынков доверительных благ также способствуют формированию и укреплению теневых схем взаимодействия, результатом развития которых являются создание условий для оппортунизма, и одновременно развитие видов и форм недобросовестного поведения⁴⁵³. Теневая экономика, по различным оценкам составляющая 26-47% отечественного ВВП⁴⁵⁴, представляет естественное явление для любой мировой хозяйственной системы. При этом роль государства, несмотря на все негативные последствия данного явления, сводится преимущественно к поддержанию ее «оптимальных» масштабов, гарантирующих экономическую безопасность страны. Для этого государство прибегает к снижению стимулов для ухода агентов «в тень» путем в первую очередь снижения экономических и административных барьеров. Для рынков доверительных благ, объектами которых выступают блага с высокой потребительской стоимостью и (или) характеризующиеся сложностью или невозможностью устранения потребительских потерь, мы полагаем, что теневые процессы неблагоприятны, что не позволяет причислить их к числу

⁴⁵¹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Издательство «Республика»; Издательство «Культурная революция», 2006. – 269 с.

⁴⁵² Родионова Н. Указ соч., с.56, 62.

⁴⁵³ Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.43.

⁴⁵⁴ Илюхина Р.В., Фирсов И.В. Институт обеспечения экономической безопасности и противодействия теневой экономике // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – №7. – С.13-16.

«естественных» и «закономерных». Исходя из этого, «оптимальных» масштабов теневого сектора для рынков доверительных благ, на наш взгляд, не должно существовать⁴⁵⁵.

Проявлением скрытой экономической деятельности является деятельность «фирм-однодневок» (например, интернет-аптек), которая формальным образом нигде не закреплена. Бесконтрольная деятельность данных агентов создает возможности для недобросовестного поведения в отношении потребителей и конкурентов, и возможность безнаказанного исчезновения с рынка. Примером неформальной экономической деятельности выступает «серый» импорт, суть которого заключается в ввозе оригинального товара на территорию государства через несанкционированных агентов. Нелегальная экономическая деятельность на рынке доверительных благ представлена примерами деятельности субъектов предложения без лицензии, примерами взаимовыгодного сотрудничества абитуриентов и представителей учебного заведения с целью протекции, примеры деятельности по реализации «пиратской» продукции и иные⁴⁵⁶.

Коррупционная деятельность представляет особую форму поведения или взаимодействия в рамках теневого сектора рынка доверительных благ, обусловленную приоритетностью личных выгод агента над общественными интересами. Реализуется данная деятельность путем злоупотребления представителями власти своими служебными полномочиями в личных целях, что находит проявление в различных формах рентоориентированного поведения, лоббировании интересов отдельных субъектов, развитии неформальных отношений (протекционизм, логроллинг), оказании взаимных услуг («обмен дарами⁴⁵⁷»), поддержки нелегального бизнеса.

Производственные несовершенства рынка доверительных благ, как системообразующие условия для формирования оппортунистических

⁴⁵⁵ Колосова М.А. Проблема теневой экономики на рынках доверительных благ / Сборников научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Казань. – 2018. – №5. – С.9-12.

⁴⁵⁶ Колосова М.А. Там же. С.10.

⁴⁵⁷ Додлова М.Ч., Юдкевич М.М. «Обмен дарами» в отношениях государственных служащих // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – Том 11, №3. – С.337-363.

действий на рынках доверительных благ, заключаются в слабости производственной инфраструктуры рынка, импортозависимости отечественной экономики, неразвитости систем менеджмента качества.

Выделенные нами ранее проблемы отсутствия или слабой развитости объектов рыночной инфраструктуры, проблемы ресурсного и технического обеспечения сферы производства доверительных благ, нерешенность кадровых проблем, слабость информационного обеспечения процессов производства, распределения и обмена доверительных благ, позволили сделать вывод, что объекты инфраструктуры рынка доверительных благ находятся только в стадии развития. Для квазирыночного сектора рынка доверительных благ также характерна проблема слабости инфраструктуры, что влечет за собой снижение объемов производства и качества благ, рост стимулов к производству фальсифицированной продукции.

Одновременно с этим к проявлениям производственных несовершенств рынков доверительных благ мы относим импортозависимость отечественного процесса производства доверительных благ, что, на наш взгляд, обуславливает проблему качества ввозимых доверительных благ и проблему экономической безопасности. Современный российский рынок испытывает объективную потребность в товарах иностранного производства по причине неконкурентоспособности или же отсутствия отечественного производства ряда доверительных благ.

К примеру, ряд современных наименований и даже групп лекарственных препаратов отечественного производства не в состоянии конкурировать с иностранными аналогами по качеству, номенклатуре и объему. По состоянию на январь 2016 г. доля импортных препаратов от общего объема розничного сектора фармацевтического рынка составила в стоимостном и натуральном выражении 69% и 42% соответственно⁴⁵⁸. За период май 2015 г. – май 2016 г. увеличение ввоза импортных лекарственных

⁴⁵⁸ Фармацевтический рынок России. Январь 2016. Материалы аналитического агентства DSM Group. – URL: http://dsm.ru/docs/analytics/january_2016_pharmacy_analysis.pdf (дата обращения 19.09.2016).

препаратов на территорию РФ составило 14%⁴⁵⁹. Экспорт лекарственных препаратов на территорию РФ наряду с европейскими компаниями осуществляют азиатские производители – Индия и Китай, в отношении продукции которых все чаще и чаще зафиксированы случаи фальсификации. Помимо поставки готовых лекарственных препаратов азиатские поставщики на сегодняшний день являются еще и одними из снабженцев отечественного производства фармацевтическими субстанциями. Это обостряет проблему качества на изучаемом рынке.

Важнейшей проблемой, выделяемой нами в рамках производственных несовершенств рынков доверительных благ, является недостаточная развитость на отечественных предприятиях систем менеджмента качества. На сегодняшний день системы менеджмента качества, направленные на оценку и контроль процесса производства доверительных благ на всех его этапах, находятся только в процессе становления. Это свидетельствует о наличии объективных сложностей своевременного выявления отклонений производственного процесса от критериев качества и о риске выхода на рынок низкокачественных доверительных благ.

Рыночные несовершенства рынков доверительных благ, в качестве системообразующих условий для формирования и реализации оппортунистических действий, представлены проблемами неэффективного рыночного сигнализирования, активной тенденцией монополизации рынков и неполнотой рынка.

Авторская позиция о низкой эффективности процесса рыночного сигнализирования на рынках доверительных благ была подробно изложена в начале данного параграфа. Низкая способность действующих инструментов сигнализирования к обеспечению выполнения условий самоотбора оставляет владельцам высококачественных благ возможности для оппортунизма, что

⁴⁵⁹ С января по май в Россию было ввезено готовых лекарств на сумму 184 млрд. рублей. Материалы ресурса «Фармацевтический вестник». – URL: <http://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/obzory/rnc-pharma-s-janvarja-po-maj-v-rossiju-bylo-vvezeno-gotovyx-lekarstv-na-summu-184-mlrd-rublej.html#.V2Zi3dKLR1s> (дата обращения 19.09.2016).

обуславливает установление на данных рынках формального разделяющего равновесия. Одновременно с этим отсутствие информативных рыночных сигналов и согласованное установление субъектами предложения единообразных цен ведет к установлению смешивающего рыночного равновесия, что создает неограниченные возможности для реализации недобросовестных намерений.

Устойчивая власть субъектов-монополистов на рынках доверительных благ создает возможности для ее использования в корыстных интересах, не ограничиваясь в способах достижения желаемого результата. Ранее нами были сделаны выводы о наличии по тем или иным причинам монополий предложения на всех отраслевых рынках доверительных благ. К примеру, процесс монополизации на современном фармацевтическом рынке происходит за счет следующих рыночных тенденций:

- отсутствие заменителей ряда групп лекарственных препаратов. Это характерно для препаратов для лечения злокачественных образований, иммунодепрессантов, противовирусных препаратов и иных;

- наличие исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности производителей оригинальных лекарственных препаратов в виде патентов и сохраняющих за патентообладателем исключительное право на инновационное вещество сроком на 6 лет;

- развитие транснациональных корпораций, объединяющих под своим началом путем слияний, поглощений и кооперации иные предприятия для получения конкурентных выгод путем использования взаимодополняющих возможностей и (или) ресурсов. Данная тенденция влечет за собой сокращение числа игроков на рынке, изменяя структуру рынка и создавая высокие барьеры для входа в отрасль новых фирм.

Таким образом, отсутствие альтернатив для потребительского выбора и отсутствие необходимости борьбы за потребителя создает условия для оппортунизма в отношении качества, цены и объемов предложения.

Рыночным несовершенством рынка доверительных благ, на наш взгляд, также является проблема неполноты рынков, заключающаяся в отсутствии предложения отдельных наименований доверительных благ, что обуславливает сложность доступа потребителей к благу. Наличие данной проблемы для субъектов спроса побуждает их удовлетворять свою потребность путем потребления контрафактной продукции, что способствует формированию и развитию «оппортунистической среды». Территориальные и временные барьеры доступа к оригинальному благу влекут высокие издержки потребителя для получения доступа к доверительным благам. В этой связи одной из альтернативных моделей поведения для них становится приобретение «пиратских» версий благ, по средствам доступа в сети Интернет и зачастую бесплатно. Сильная дифференциация доходов населения на сегодняшний день делает недоступным для определенного числа потребителей благ по причине их дороговизны. В результате за последнее время серьезным образом возросла тенденция проявления спроса на товары, не максимально, а приемлемо удовлетворяющие их потребности с меньшими издержками, что в очередной раз подтверждает наличие рыночных условий для формирования и реализации недобросовестного взаимодействия и конкуренции.

Ценовые несовершенства рынков доверительных благ, как условия для формирования и реализации оппортунистического поведения, представлены высокой значимостью ценового фактора на рынках доверительных благ и отсутствием рыночного ценообразования на квазирынках доверительных благ.

В условиях отсутствия иной информации о качестве доверительных благ ценовой фактор приобретает высокую значимость «в глазах» потребителей в качестве инструмента дифференциации доверительных благ, особенно в случае доверительных благ с высокой потребительной стоимостью. Данные рыночные обстоятельства, на наш взгляд, создают стимулы для манипулирования недобросовестными агентами предложения

ценой на доверительные блага, неоправданно завышая их, или устанавливая демпинговые цены для определенных потребителей.

Наряду с этим, наличие регулируемого (тарифного) ценообразования в квазирыночном секторе рынка доверительных благ, на наш взгляд, снижает стимулы субъектов предложения к повышению качества доверительных благ и препятствует конкурентной борьбе за потребителей.

Таким образом, в данном параграфе исследования мы пришли к выводам, что устанавливающееся на рынках доверительных благ разделяющее равновесие, по причине низкой эффективности процесса рыночного сигнализирования на данных рынках носит формальный характер, в рамках которого у владельцев высококачественных доверительных благ могут формироваться оппортунистические намерения, не нарушая при этом условия самоотбора сигнальной модели М.Спенса. В случаях, когда выделенные нами инструменты ценового сигнализирования и сигнализирования за счет фактора рыночной репутации субъектов предложения незначимы, на рынках доверительных благ не устанавливается разделяющее равновесие, а возникает ситуация смешивающего равновесия, в условиях которого стимулы к оппортунизму могут формироваться у всех субъектов предложения.

Выделенные и детализированные в работе социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ, были сгруппированы с позиции информационных, институциональных, конкурентных (рыночных), производственных и ценовых несовершенств рынка доверительных благ. Проведенный анализ многообразия форм проявления реальных условий для формирования оппортунизма позволил сделать вывод о характерной для рынков доверительных благ трехуровневой проблеме: проблеме рыночного функционирования, проблеме государственного регулирования и проблеме современного состояния российского общества, от решения которой зависит возможность повышения эффективности рынков доверительных благ.

2.2. Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке доверительных благ

Негативные тенденции развития современного общества породили стремительный рост числа оппортунистических действий хозяйствующих субъектов в различных формах проявления, что нашло отражение и в современной научной литературе. На сегодняшний день изучению особенностей оппортунистического поведения в сфере оказания медицинских услуг посвящены работы В.Демченко⁴⁶⁰, С.Казанцева, М.Тузлуковой⁴⁶¹, О.Ланской, Т.Дудорова⁴⁶², М.Винокуровой⁴⁶³, В.Пристанскова⁴⁶⁴, О.Желевой⁴⁶⁵, в сфере предоставления образовательных услуг работы М.Курбатовой, Е.Каган⁴⁶⁶, А.Фурина⁴⁶⁷, С.Нейман, С.Кациель⁴⁶⁸, на рынках компьютерных товаров в работах К.Гурьянова, Я.Шатило⁴⁶⁹, А.Тутукова⁴⁷⁰, на рынках аудиторско-консалтинговых услуг

⁴⁶⁰ Демченко В.А. Понятие халатности медицинских работников при осуществление профессиональной деятельности в уголовном праве // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – №409. – С.164-166.

⁴⁶¹ Казанцев С.Я., Тузлукова М.В. Специфика причин совершения ятрогенных преступлений // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – №12. – С.168-170.; Тузлукова М.В. Причины и условия, способствующие совершению ятрогенных преступлений // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – №9 (131). – С.122-126.

⁴⁶² Ланская О.А., Дудоров Т.Д. Характеристика деяний медицинских работников, влекущих причинение вреда жизни или здоровью пациента // Юридическая наука. – 2018. – №3. – С.115-119.

⁴⁶³ Винокурова М.А. Оказание медицинской помощи ненадлежащего качества: научное и юридическое понятие // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2017. – №5. – С.79-84.

⁴⁶⁴ Пристансков В.Д. Основы формирования криминалистической теории расследования ятрогенных преступлений // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2015. – Сер.14. Вып.4. – С.57-70.

⁴⁶⁵ Желева О.В. Уголовная ответственность за ненадлежащее оказание медицинской помощи // Вестник Костромского государственного университета. – 2019. – №1. – С.218-221.

⁴⁶⁶ Курбатова М.В., Каган Е.С. Оппортунизм преподавателей вузов как способ приспособления к усилению внешнего контроля // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2016. – Том 8. №3. – С.116-136.

⁴⁶⁷ Фурин А.Г. Трансакционные издержки при оказании платных образовательных услуг: особенности, виды и формы проявления // Интернет-журнал «Науковедение». – 2016. – Том 8, №5. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN516.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

⁴⁶⁸ Нейман С.Ю., Кациель С.А. Качество образования vs образовательная услуга – дуализм российской высшей школы // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2018. – №1 (25). – С.130-135.

⁴⁶⁹ Гурьянов К.В., Шатилов Я.С. Взаимодействие правоохранительных органов и общественных организаций в противодействии компьютерному контрафакту // Информационная безопасность регионов. – 2011. – №1 (8). – С.99-105.

⁴⁷⁰ Тутуков А.В. Основные детерминанты компьютерной преступности в Российской Федерации // Проблемы в российском законодательстве. Юридический журнал. – 2018. – №3. – С.82-84.

С.Бычковой, Е.Итыгиловой⁴⁷¹. Особо широко представлены работы посвященные специфике оппортунизма на рынке труда, среди которых труды Е.Попова, Е.Ерш⁴⁷², О.Красикова, И.Рощиной⁴⁷³, Е.Козловой⁴⁷⁴, В.Беляева⁴⁷⁵, О.Кузнецовой, Е.Маркеловой⁴⁷⁶, и труды, посвященные оппортунизму на фармацевтическом рынке, среди которых работы В.Фисюна⁴⁷⁷, Н.Файзрахманова⁴⁷⁸, Ю.Даниловой⁴⁷⁹, В.Левченко, И.Савельевой⁴⁸⁰, Е.Иликбаевой⁴⁸¹, Ю.Аксеновой-Сорохтей, В.Новикова, Е.Пожиловой, Е.Барановской, Е.Климкиной⁴⁸², И.Марущак, М.Ольховской⁴⁸³.

Различные исследовательские подходы к вопросу классификации видов оппортунизма, представленные в Приложении Ф, выделяют в зависимости от стадии проявления оппортунизма предконтрактный и постконтрактный

⁴⁷¹ Бычкова С.М., Итыгилова Е.Ю. Этапы возникновения и развития контроля качества аудиторской деятельности в России // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2015. – №1. – С.33-62.

⁴⁷² Попов Е.В., Ерш Е.В. Оппортунизм на производственных предприятиях // Управленец. – 2015. – №2 (54). – С.60-64.

⁴⁷³ Красиков О.В., Рощина И.В. Оппортунизм и трудовой оппортунизм работников: общие и специфические черты, причины проявления // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2018. – №42. – С.119-128.

⁴⁷⁴ Козлова Е.В. Оппортунистическое поведение на рынке фриланса в России // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №14 (396). Экономические науки. Вып.55. – С.102-108.; Козлова Е.В. Сравнительный анализ оппортунистического поведения в российских и зарубежных корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №8 (363). Экономика. Вып.48. – С.134-142.

⁴⁷⁵ Беляев В.И. Трудовой оппортунизм: сущность и формы проявления // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – №398. – С.169-177.

⁴⁷⁶ Кузнецова О.В., Маркелова Е.С. Оппортунизм в трудовых отношениях как социально-экономическая проблема // Экономика Профессия Бизнес. – 2017. – №1. – С.34-37.

⁴⁷⁷ Фисюн В.В. Противодействие незаконному обороту лекарственных средств и фармацевтических препаратов: уголовно-правовой и криминологический аспекты: дисс. ... канд. юр. наук. – Москва, 2011. – 210 с.

⁴⁷⁸ Файзрахманова Н.Ф. Расследование оборота фальсифицированных и недоброкачественных лекарственных средств, биологически активных добавок: дисс.... канд. юр. наук. – Москва, 2013. – 276 с.

⁴⁷⁹ Данилова Ю.Р. Фальсифицированные лекарственные средства как один из отрицательных факторов развития фармацевтической отрасли России // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2013. – №15 (116). – С.88-94.

⁴⁸⁰ Левченко В.И., Савельева И.Е. Актуальные проблемы борьбы с контрафактной фармацевтической продукцией: гражданско- и уголовно-правовой аспекты // Проблемы экономики и юридической практики. – 2017. – №2. – С.7-10.

⁴⁸¹ Иликбаева Е.С. Фальсифицированные, недоброкачественные и незарегистрированные лекарственные средства как предмет преступления, предусмотренного статьей 238.1 Уголовного кодекса Российской Федерации // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2017. – №2 (36). – С.76-79.

⁴⁸² Аксенова-Сорохтей Ю.Н., Новиков В.Е., Пожилова Е.В., Барановская Е.А., Климкина Е.И. Фармацевтические и юридические аспекты фальсификации лекарственных средств // Вестник Смоленской государственной медицинской академии. – 2016. – Т.15, №2. – С.102-111.

⁴⁸³ Марущак И.И., Ольховская М.О. Регулирование оборота лекарственных препаратов как объектов интеллектуальной собственности // Пространство и Время. – 2014. – №1(15). – С.242-245.; Ольховская М.О. Регистрация лекарственных препаратов в качестве объектов интеллектуальной собственности как способ борьбы с контрафактом // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2012. – №3(7). – С.74-76.

оппортунизм (О.Уильямсон⁴⁸⁴); в соответствии с признаком соотнесения объекта анализа со средой – эндогенный (внутренний) и экзогенный (внешний) оппортунизм (А.Королев, Л.Маврина⁴⁸⁵); по степени открытости – открытый (явный) и скрытый (неявный) оппортунизм (Е.Мартюкова, А.Бас⁴⁸⁶); по характеру реализации – злонамеренный, незлонамеренный, стратегический и естественный виды оппортунизм (А.Бас, Е.Козлова⁴⁸⁷).

Выделенные нами в предыдущем параграфе социально-экономические условия, способствующие формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ, позволили сделать вывод о специфичности и многообразии видов и форм недобросовестного удовлетворения потребностей одних агентов за счет ущемления интересов других. Одновременно с этим данные социально-экономические условия позволили выделить атрибуты (аспекты) сделок с доверительными благами, в которых могут проявляться недобросовестные действия агентов рынка, а именно:

- недобросовестность и/или неправомерность действий агентов в отношении информации о доверительном благе или информации, сопряженной с элементами сделки;

- недобросовестность и/или неправомерность действий агентов в отношении качественных характеристик доверительных благ;

- недобросовестность и/или неправомерность действий экономических агентов в отношении порядка, условий и объемов предоставляемых доверительных благ;

- недобросовестность рыночного взаимодействия (недобросовестная конкуренция);

⁴⁸⁴ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат, 1996. – 702 с.

⁴⁸⁵ Королев А.И. Указ соч., с.71-72.; Маврина Л.В. Указ соч., с.14.

⁴⁸⁶ Мартюкова Е.Г. Оппортунизм и издержки оппортунистического поведения в российской экономике: идентификация и оценка: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 202 с.; Бас А.В. Экономические и институциональные ограничения оппортунистического поведения субъектов рыночной экономики: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2009. – С.12.

⁴⁸⁷ Бас А.В. Указ соч., с.12.; Козлова Е.В. Формы проявления оппортунистического поведения менеджеров в крупных российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №32 (247). – С.78-81.

– недобросовестность ценообразования на доверительные блага.

Опираясь на выделенные атрибуты (аспекты) сделок с доверительными благами, в которых могут проявляться недобросовестные действия агентов изучаемого рынка, в работе была предложена авторская классификация видов оппортунизма на рынках доверительных благ, включающая информационный, качественный, транзакционный, конкурентный и ценовой виды оппортунистического поведения, что представлено на рисунке 5.



Рисунок 5 – Авторская классификация видов оппортунистического поведения на рынках доверительных благ

Принимая во внимание преобладание на рынках доверительных благ информационных несовершенств, влекущих за собой проблему неопределенности качества потребителей данного рынка, в работе было предложено рассматривать информационный вид оппортунизма в качестве основополагающего, обуславливающего все иные выделенные нами виды оппортунизма.

Необходимость глубинного понимания специфики оппортунизма агентов рынка доверительных благ потребовало детального изучения форм проявления данной модели поведения в рамках отраслевых рынков доверительных благ. Принимая во внимание выделенные в параграфе 1.3

особенности рынка доверительных благ, выделенные в параграфе 2.1 социально-экономические условия для формирования оппортунизма на данных рынках, а также опираясь на результаты исследований специфики оппортунизма современных авторов, указанных в начале данного параграфа, в работе был проведен эмпирический анализ видов и форм оппортунизма на отраслевых рынках доверительных благ России согласно их источникам (в субъектном разрезе) и согласно атрибутам (аспектам) сделок, в которых могут проявляться недобросовестные действия (в объектном разрезе), что представлено в Приложение X.

Проведенный анализ позволил в общем виде выделить следующие формы оппортунизма субъектов предложения на рынках доверительных благ:

– *информационный оппортунизм на рынках услуг*: искажение информации и дезинформирование принципала; предоставление неполной информации; не информирование принципала о рисках и угрозах; отказ в предоставлении информации; разглашение информации третьим лицам; необоснованные гарантии и обещания; навязывание услуг и введение в заблуждение о целесообразности услуг;

– *информационный оппортунизм на рынках товаров*: искажение информации в документах; предоставление ложной информации или не предоставление информации в отношении характеристик товара; несоответствие товара и маркировки, штрих кода стране происхождения; предоставление инструкций на иностранном языке; некачественное изложение информации (нечеткость, сложность идентификации);

– *качественный оппортунизм на рынках услуг*: некомпетентность, низкая интенсивность, халатность предоставления услуг; выбор неэффективного способа и (или) методик оказания услуг; неоправданный риск; нанесение вреда и ущерба в ходе мероприятий; несоответствие материально-технической базы; отрицательный или неполный результат услуг; пренебрежение фактами, материалами, процедурами;

– *качественный оппортунизм на рынках товаров*: отсутствие систем менеджмента качества на предприятии; несоответствие требованиям качества, безопасности, эффективности; замена содержимого товара; наличие добавок или посторонних включений; отклонение по массе, объему, органолептическим характеристикам; использование субстанций, качество которых не подтверждено; добавление токсичных компонентов, красителей;

– *транзакционный оппортунизм на рынках услуг*: завышение объемов услуг; отсутствие подготовительных мероприятий; отсутствие лицензий и сертификатов на право деятельности; нарушение регламента услуг, невыполнение работ в установленный срок; нарушение документального оформления сделки; сговор и протекционизм в интересах отдельных лиц; необоснованный отказ в оказании услуг в рамках гарантийных обязательств и отказ в удовлетворении претензии;

– *транзакционный оппортунизм на рынках товаров*: ненадлежащая маркировка; отсутствие необходимой квалификации у персонала; необоснованный отказ в замене товара в рамках гарантийных обязательств; отсутствие сертификатов качества; предоставление недействительных документов;

– *ценовой оппортунизм на рынках услуг*: оказание услуг по тарифам выше рыночных; необходимость издержек, непредусмотренных договором; несоответствие цен в прейскурантах и фактических цен; вымогательство; необоснованные издержки принципала в рамках гарантийных обязательств; устранение причиненных в ходе сделки дефектов за средства принципала;

– *ценовой оппортунизм на рынках товаров*: реализация товаров по ценам выше рыночных; реализация контрафактной продукции по ценам оригинальных товаров; отказ в возмещении убытков потребителю за некачественный товар;

– *конкурентный оппортунизм на рынках услуг*: ложь и клевета в адрес конкурентов; критика качества работы конкурентов; расширение спектра предоставляемых услуг, не отвечающих требованиям качества;

– конкурентный оппортунизм на рынках товаров: дискредитация конкурентов; незаконная реклама; контрафакция (производство с нарушением патентного законодательства, оформление товаров идентично оригинальным, созвучность наименования товара рыночным лидерам).

Конкретными примерами оппортунизма на рынках образовательных услуг являются несоответствие ВУЗов лицензионным требованиям, несоответствие содержания и качества подготовки, информационно-методического обеспечения образовательного процесса, информатизации, материально-технической базы высших учебных заведений и иных. Сведения о результатах проверок соискателей лицензии и лицензиатов в связи с рассмотрением заявлений о предоставлении и переоформлении лицензии в 2016-2017 годах представлены в Таблице 10.

Таблица 10 – Сведения о результатах проверок соискателей (высших учебных заведений) лицензии и лицензиатов в 2016-2017 годах

Проверки	2016 год		2017 год	
	соответствие лицензионным требованиям	несоответствие лицензионным требованиям	соответствие лицензионным требованиям	несоответствие лицензионным требованиям
соискателей лицензии	4589	100	3646	74
лицензиатов	8166	136	8405	164
ИТОГО	12755	236	12051	238

Доклад о лицензировании образовательной деятельности органами государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющими переданные полномочия Российской Федерации в сфере образования, в 2017 году. Материалы Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки. – Москва, 2018. – С.17-18.

По результатам 12991 выездных проверок соискателей лицензии и лицензиатов, проведенных в 2016 году, в 236 случаях лицензирующими органами субъектов РФ выявлены несоответствия лицензионных требований. Из 12289 проверок соискателей лицензии и лицензиатов, проведенных в 2017 году, несоответствия лицензионных требований выявлены в 238 случаях⁴⁸⁸.

⁴⁸⁸ Доклад о лицензировании образовательной деятельности органами государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющими переданные полномочия Российской Федерации в сфере

За нарушение лицензионных требований в 2017 году приостановлено действие 61 лицензии, а в 2016 году – 83 лицензий. По решению лицензирующего органа в 2017 году приостановлено действие 40 лицензий (в 2016 году – 66), а по решению суда – 21 (в 2016 году – 17)⁴⁸⁹. В связи с выявленными несоответствиями содержания и качества образования в ходе контроля качества образования в 2017 году Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки издано 129 распорядительных актов о приостановлении действия свидетельств о государственной аккредитации образовательной деятельности, и 71 акт о лишении государственной аккредитации образовательной деятельности⁴⁹⁰.

Сведения о ВУЗах, в которые запрещен прием абитуриентов, которые лишены государственной аккредитации, прекращено или приостановлено действие лицензий в период с января по ноябрь 2018 года, представлены в Приложение Ц. Согласно представленной информации за 10 месяцев 2018 года решением Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки запрещен прием абитуриентов в 22 ВУЗа, лишены государственной аккредитации – 9 ВУЗов (из них 3 по всем направлениям подготовки), прекращено действие лицензий на право образовательной деятельности – 8, приостановлено действие лицензий – 12.

Согласно динамике обращений граждан в территориальные органы Роспотребнадзора по вопросам защиты прав потребителей в сфере образовательных услуг за период 2011-2015 год, число данных обращений за пять лет возросло на 78% с 730 в 2011 году до 1 301 в 2015 году⁴⁹¹.

образования, в 2017 году. Материалы Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки. – Москва, 2018. – С.17.

⁴⁸⁹ Доклад о лицензировании образовательной деятельности органами государственной власти ... Москва, 2018. С.21.

⁴⁹⁰ Доклад об итогах деятельности федеральной службы по надзору в сфере образования и науки за 2017 год. Материалы Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки. – URL: http://obrnadzor.gov.ru/ru/open_government/plans_and_reports (дата обращения 13.11.2018).

⁴⁹¹ Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2015 году: Государственный доклад. – М: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2015 г. – С.273-274.

В ходе изучения форм оппортунизма на рынках технического обслуживания и ремонта было отмечено, что в сфере технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств по результатам надзора Роспотребнадзора за 2016 год в ходе 13 проверок, а за 2015 год в ходе 8 проверок выявлены случаи причинения вреда имуществу потребителей путем использования товаров, имеющих недостатки, и путем предоставления потребителям несвоевременной, неполной, недостоверной и вводящей в заблуждение информации об услугах.

Таблица 11 – Обращения граждан в территориальные органы Роспотребнадзора по вопросам защиты их прав в сфере технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств за 2011-2015 годы

Предмет обращения потребителей	2011	2012	2013	2014	2015
Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	2 143	2 335	2 351	2 346	2 684
Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2015 году: Государственный доклад. – М: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2015 г. – С.273-274.					

Согласно представленной в таблице 11 динамике обращений граждан по вопросам защиты их потребительских прав при оказании услуг технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств за период 2011-2015 годы их число за пять лет возросло на 25%.

На рынках товаров личной гигиены и натуральной косметики в ходе государственного контроля за соблюдением требований Технического регламента Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» органами Роспотребнадзора в 2016 г. в ходе 422 проверок (16,3% от проведенных) было выявлено 1 058 фактов нарушений обязательных требований регламента, из них 999 (94,4%) – в отношении требований к продукции, 59 – в отношении требований к процессам. В 2015 году число проверок с нарушениями требований составляло 615 (18,5%).

Таблица 12 – Сведения о результатах проверок, проведенных территориальными органами Роспотребнадзора, в отношении изделий парфюмерно-косметических в 2015 году

Наименование товара	Единица измерения	Проинспектировано товаров (в натуральном выражении), всего	Изъято из обращения (в натуральном выражении), всего	Доля изъятой продукции, %
Изделия парфюмерно-косметические	Тысяч штук	2 035,4	377,6	18,56

Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2015 году: Государственный доклад. – М: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2015 г. – С.279-281.

В результате проверок, проведенных территориальными органами Роспотребнадзора, в отношении изделий парфюмерно-косметических в 2015 году (таблица 12) из числа проинспектированных товаров из рыночного обращения изъято 18,56% изделий (в натуральном выражении 377,6 тыс. штук).

Статистика оппортунизма производителей лекарственных средств за период 2014 год – 1 полугодие 2018 года представлена в Приложении Ч, согласно которой за данный период на территории РФ изъято из обращения 1800 серий недоброкачественных лекарственных средств, 45 серий фальсифицированных препаратов, 25 серий фальсифицированных фармацевтических субстанций и 63 серии лекарственных препаратов, изготовленных из них, 86 серий контрафактных препаратов.

Таблица 13 – Доля серий недоброкачественных лекарственных средств, %

	2014	2015	2016	2017	2018

Доля серий недоброкачественных лекарственных средств отечественного производства	70,0%	62,9%	69,7%	62,7%	55,3%
Доля серий недоброкачественных лекарственных средств зарубежного производства	30,0%	37,1%	30,3%	37,3%	44,7%
составлено автором на основе информации о результатах государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств в 2014, 2015, 2016, 2017, 1-м полугодии 2018 года Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. – URL: http://www.roszdravnadzor.ru (дата обращения 02.07.2019г.)					

Важно отметить, что недоброкачественные лекарственные средства представлены преимущественно сериями отечественного производства, что отражено в таблице 13.

Согласно структуре показателей несоответствия качества лекарственных средств, изъятых из обращения (Приложение Ш), доминирующая доля несоответствий приходится на показатель «Количественное определение», а также на показатели качественного несоответствия: «Растворение», «Посторонние примеси», «Однородность дозирования».

Иными, по нашему мнению заслуживающими внимания, формами оппортунизма на фармацевтическом рынке выступают:

– искажение маркировки товара, инструкций по применению, сопроводительной документации, и иных источников информации;

Об оппортунизме в отношении информации согласно Приложению Ш свидетельствуют показатели «Маркировка», «Описание», «Упаковка». В виду отсутствия маркировки на русском языке в 2015 году изъято 15 серий лекарственных средств, находившихся в обращении с нарушением законодательства, в 2016 году – 18 серий, в 2017 – 16 серий, в 1-м полугодии 2018 года – 3 серии⁴⁹².

– недобросовестная реклама лекарственных препаратов;

⁴⁹² Информации о результатах государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств в 2014, 2015, 2016, 2017, 1-м полугодии 2018 года Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. – URL: <http://www.roszdravnadzor.ru/drugs/qualitycontrol> (дата обращения 02.07.2019г.).

Число нарушений в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг и биологически активных добавок по результатам 2017 года составляет 8,36% всех нарушений, в 2016 году – 13,67% всех нарушений⁴⁹³.

– недобросовестная реализация биологически активных добавок (БАД), которые в РФ не относятся к лекарственным средствам и не подлежат процедуре исследования качества, безопасности и эффективности, предусмотренного для лекарственных средств;

– незаконное использование субъектами предложения элементов и обозначений, схожих с товарными знаками других фирм (контрафакция);

– картельные сговоры на фармацевтическом рынке;

За период с 2015 года по первое полугодие 2018 года ФАС возбуждено 171 дело о картелях, которые в совокупности охватывают порядка 7500 аукционов на закупку лекарственных средств и медицинской техники⁴⁹⁴.

– оппортунизм ценообразования на лекарственные препараты, представленный фактами необоснованных завышений цен;

Предельные отпускные цены производителей на лекарственные препараты, входящие в перечень ЖНВЛП⁴⁹⁵, подлежат в целях контроля обязательной государственной регистрации. Завышение производителями цен на лекарственные средства преимущественно осуществляется путем перерегистрации ранее зарегистрированной ими отпускной цены, примеры чего представлены в Приложении Э. Перерегистрация предельных отпускных цен производителями осуществляется за счет временного ухода лекарственного средства с рынка, за счет сравнения с заявленной производителем средневзвешенной фактической ценой отпуска⁴⁹⁶.

⁴⁹³ Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2017 год. Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: https://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame (дата обращения 25.09.2018).

⁴⁹⁴ Дело Ростовского УФАС России – результат взаимодействия с ОНФ «За честные закупки». Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: <https://fas.gov.ru/spheres/41> (дата обращения 25.09.2018).

⁴⁹⁵ ЖНВЛП – Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты.

⁴⁹⁶ Постановление Правительства Российской Федерации от 29 октября 2010 г. N 865г. Москва «О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов». Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <http://www.rg.ru/2010/11/03/pravila2-dok.html> (дата обращения 16.06.2016).

Наряду с этим перерегистрация отпускных цен производителей осуществляется путем регистрации измененной упаковки и дозировки лекарства, что влечет необоснованное наполнение фармацевтического рынка новыми формами выпуска. С внесением изменений от 15 сентября 2015 г. в Постановление Правительства РФ от 29 октября 2010 г. №865 ряд возможностей для оппортунизма был ликвидирован⁴⁹⁷. Однако, несмотря на усовершенствование нормативной базы, проблема ценового оппортунизма производителей не является менее острой.

– установление монопольно высоких цен на лекарственные препараты, не входящие в перечень ЖНВЛП;

В апреле 2017 года ФАС России выявлено завышение ООО «Новартис Фарма» цены на онкологический лекарственный препарат «Тайверб» (МНН «Лапатиниб») почти на 35% со 118 до 159 тысяч рублей за одну упаковку. Занимающая доминирующее положение на рынке лекарственного препарата с МНН «Лапатиниб» на территории РФ фирма установила монопольно высокую цену ввиду отсутствия государственного контроля цен⁴⁹⁸.

Опираясь на результаты проведенного анализа оппортунизма на рынках доверительных благ, представленного в Приложении X, нами был сделан вывод о том, что наряду с оппортунизмом субъектов предложения изучаемого рынков на сегодняшний день также широко представлены факты недобросовестных действий посредников спроса и посредников предложения рынков доверительных благ. Результаты данного анализа позволили структурировать в общем виде формы оппортунизма посредников предложения рынка доверительных благ в следующем виде:

⁴⁹⁷ Постановление Правительства РФ от 15 сентября 2015 г. N 979 «О внесении изменений в Постановление Правительства РФ от 29 октября 2010г. №865 и об утверждении методики расчета устанавливаемых производителями лекарственных препаратов предельных отпускных цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов при их государственной и перерегистрации». Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186127/ (дата обращения 25.09.2018).

⁴⁹⁸ ФАС: «Новартис Фарма» установила монопольно высокую цену на препарат «Тайверб». Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: <https://fas.gov.ru/spheres/24> (дата обращения 25.09.2018).

– *информационный оппортунизм*: искажение информации, замена этикеток и сопроводительной документации; преувеличение качеств исполнителей услуг; предоставление рекомендаций при выборе товара лицами, не обладающими для этого должной квалификацией; обман в отношении качественных характеристик благ, состава, массы, объема;

– *качественный оппортунизм*: нарушение технологии и (или) температурного режим хранения благ, нарушение целостности упаковки; реализация товаров с истекшим сроком годности;

– *транзакционный оппортунизм*: незаконная деятельность посредника; отпуск товара при отсутствии документа, подтверждающего факт необходимости сделки (рецепт); нарушение сроков устранения неполадок, возврата денег, замены товара; обман в отношении массы, объема товара;

– *ценовой оппортунизм*: завышение оптовых (розничных) надбавок выше предельных отпускных надбавок, установленных субъектом РФ; повышение цен в сезонные периоды; установление цен выше рыночных;

– *конкурентный оппортунизм*: взаимодействие посредников с субъектами предложения с целью лоббирования своих интересов и рыночного продвижения товара; картельные сговоры между агентами рынка.

В ходе анализа форм оппортунизма дистрибьюторов лекарственных препаратов на фармацевтическом рынке нами были выделены такие формы, как нарушение лицензионных требований организации оптовой торговли и факты завышения размеров предельных оптовых надбавок на лекарственные средства⁴⁹⁹. Предельные оптовые надбавки к фактическим отпускным ценам устанавливаются за упаковку в рамках трех ценовых сегментов: до 50 рублей, от 50 до 500 рублей, свыше 500 рублей. Единые оптовые надбавки для одной ценовой категории побуждают коммерческих посредников насыщать рынки лекарственными препаратами с более высокими

⁴⁹⁹ Сумма оптовых надбавок к отпускной цене производителя на препарат, включенный в перечень ЖНВЛП, применяемых всеми дистрибьюторами, участвующими в его реализации на территории субъекта РФ, не должна превышать предельный размер оптовой надбавки, установленной органом исполнительной власти субъекта РФ (Постановление Правительства Российской Федерации от 29 октября 2010 г. N 865 г. Москва.).

предельными отпускными ценами, так как прибыль от их реализации превосходит прибыль от продажи препаратов с меньшей ценой⁵⁰⁰.

К формам оппортунизма аптек и аптечных организаций на фармацевтическом рынке нами были отнесены следующие нарушения в сфере обращения лекарственных средств; нелегальное функционирование интернет-аптек, деятельность которых является незаконной в РФ⁵⁰¹; завышение предельных розничных надбавок к отпускным ценам производителей; нарушение сотрудниками аптечных организаций правил отпуска и реализации лекарственных препаратов путем отпуска рецептурных лекарственных препаратов без рецепта; реализация лекарственных препаратов, предназначенных для применения только в специализированных медицинских организациях под наблюдением врача; принятие сотрудниками аптек на себя бремя выбора препарата и постановки диагноза, предоставления рекомендаций.

Нарушения порядка формирования цен на лекарственные препараты, выявленные в ходе проверок контроля соблюдения законодательства РФ в Орловской области в 2010-2013 годах в части применения предельных розничных надбавок к фактическим отпускным ценам на лекарственные препараты, включенные в перечень ЖНВЛП, представлены в Приложении Ю. Так в 2010 году Управлением по тарифам Орловской области проведено 3 проверки аптек, в каждой из которых были выявлены нарушения. В 2011 году из 6 проверенных аптек нарушения выявлены в 3 аптеках; 4 проверки, произведенные в 2012 году, нарушений не выявили; в 2013 из 4 проверенных аптек нарушения выявлены у одной.

⁵⁰⁰ Шаравская Н.А. Проблемы регулирования цен на лекарственные препараты в Российской Федерации и возможные пути их решения. Презентация. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной службы РФ. – URL: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30852.html (дата обращения 21.12.2013).

⁵⁰¹ Оформление в сети интернет заказа законодательно не запрещено, но отпуск лекарственного препарата (акт купли-продажи) должен происходить в аптечной организации. Доставка лекарственных препаратов разрешена только для ветеранов войны, труда и иных льготных категорий граждан.

С опорой на результаты проведенного анализа (Приложение X) нами также были выделены в общем виде формы оппортунизма посредников спроса на рынках доверительных благ, которые представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Формы оппортунизма посредников спроса на рынках доверительных благ

Вид оппортунизма	Формы проявления оппортунизма
<i>Качественный оппортунизм на рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – неполнота и необоснованность заключений, халатность; – субъективность оценок; – приуменьшение степени причинённого вреда (нанесенных увечий); – халатность при работе с материалами, при исследованиях; – пренебрежение фактами, доказательствами, материалами; – избегание выводов о наличие/отсутствие «преступления».
<i>Качественный оппортунизм на рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – невнимательность и халатность; – некомпетентность и недостоверность заключений; – занижение степени дефекта; – формализм, беспристрастность и незаинтересованность.
<i>Трансакционный оппортунизм на рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – нарушение регламента услуг и правил оформления протоколов; – отсутствие прав на деятельность; – заочное освидетельствование (без должных оснований); – сговор с субъектами предложения, с заинтересованными лицами; – участие в экспертизе заинтересованных лиц; – пассивность и незаинтересованность; – некомпетентность, отсутствие узкопрофильных специалистов.
<i>Трансакционный оппортунизм на рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – сотрудничество с производителя и дистрибьюторами товаров, содействие в продвижение продукции отдельных фирм; – неграмотность документального оформления сделки; – сговор с субъектами предложения; – отказ в отдельных услугах в рамках гарантийных обязательств.
<i>Ценовой оппортунизм на рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – издержки, не предусмотренные договором; – завышение цен; – «откаты» в результате сговора; – занижение восстановительной стоимости и рыночной стоимости.
<i>Ценовой оппортунизм на рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – занижение восстановительной стоимости блага и рыночной стоимости (оценки)
<i>Конкурентный оппортунизм</i>	<ul style="list-style-type: none"> – протекция отдельных принципалов, работников, соискателей вакансии.
<i>Информационный оппортунизм на рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – приуменьшение степени причинённого вреда, – ложные заключения и дезинформирование потребителей; – формализм; – предоставление информации в интересах отдельных субъектов рынка, лоббирование; – сокрытие информации; – не предоставление разъяснений о выявленных дефектах и документов, подтверждающих факты причинения дефектов.

<i>Информационный оппортунизм на рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – необоснованные гарантии эффекта от потребления товаров; – введение принципала в заблуждение, аргументация в пользу неизбежности применения препаратов; – не предоставление разъяснений о выявленных дефектах; – отсутствие документального закрепления причиненных дефектов.
составлено автором	

Частным случаем проявления оппортунизма посредников спроса на рынках доверительных благ являются недобросовестные действия врачей, как агентов оказывающих влияние на потребительский выбор на фармацевтическом рынке. Среди форм данного поведения мы выделили:

- невнимательность к индивидуальным особенностям пациента, к противопоказаниям, наличию сопутствующих заболеваний;
- сотрудничество врачей с производителями или дистрибьюторами по оказанию содействия в реализации конкретных лекарственных препаратов;
- неграмотность оформления рецептов, выписывание назначений на непредусмотренных для этого бланках (бумагах)⁵⁰²;
- незаконное выписывание сильнодействующих препаратов без необходимых на то показаний.

Успешность рыночных сделок на любых современных рынках зависит от усилий всех участников транзакции. В связи с тем, что для рынков доверительных благ, как мы отмечали в начале исследования, характерны асимметрия информации, смещенная, как в сторону субъектов предложения, так и в сторону субъектов спроса, то это предопределило необходимость изучения также форм оппортунизма субъектов спроса, результаты анализа которых представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Формы оппортунизма субъектов спроса на рынках доверительных благ

⁵⁰² Приказ Министерства здравоохранения РФ от 20 декабря 2012 г. №1175н г. Москва «Об утверждении порядка назначения и выписывания лекарственных препаратов, а также форм рецептурных бланков на лекарственные препараты, порядка оформления указанных бланков, их учета и хранения». Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <http://www.rg.ru/2013/07/03/lekarstva-dok.html> (дата обращения 24.09.2018).

Вид оппортунизма	Формы проявления оппортунизма
Качественный оппортунизм	
<i>На рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – невыполнение и (или) отклонение от предписаний, заданий; – недисциплинированность, отсутствие явки в установленный срок; – халатность, пассивность и неусидчивость; – неправильное использование товара или его эксплуатация.
<i>На рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – отклонение от назначений, предписаний; – нарушение периодичности выполнения предписаний, прерывание курса мероприятий; – нарушение правил и условий эксплуатации товара, техники безопасности.
Трансакционный оппортунизм	
<i>На рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – несоблюдение правил подготовки к услуге; – недисциплинированность, нарушение периодичности мероприятий; – не предоставление условий для исполнителя; – ограничение временных сроков для исполнителя; – необращение к исполнителю в рамках гарантийного периода.
<i>На рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – приобретение товара без наличия соответствующего документа или предоставление поддельных документов; – позднее уведомление о нарушениях в работе, не обращение к исполнителю в рамках гарантийного периода; – приобретение товара в не отведенных для этого местах.
Ценовой оппортунизм	
<i>На рынках услуг:</i>	– требования возмещения убытков (включая издержки экспертизы), в случае, когда дефект возник по вине субъекта спроса.
<i>На рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – требования возмещения убытков (включая издержки экспертизы), в случае, когда дефект возник по вине субъекта спроса; – целенаправленное приобретение контрафактной продукции.
Конкурентный оппортунизм	
<i>На рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – некорректность поведения по отношению к иным субъектам спроса; – сговор с субъектами предложения, ущемляющий интересы других потребителей
Информационный оппортунизм	
<i>На рынках услуг:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – непредставление информации, умалчивание фактов, симптомов, побочных реакций, ранее проведенных услугах (вмешательствах); – предоставление ложной информации и дезинформирование.
<i>На рынках товаров:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – непредставление информации, умалчивание об аллергических реакциях, заболеваниях, непереносимости, побочных реакциях, об истинных причинах, вызвавших неполадки.
составлено автором	

Выделенные формы оппортунизма субъектов спроса на рынках доверительных благ (таблица 15) свидетельствуют о том, что агенты спроса на данных рынках также как и агенты предложения обладают широкими возможностями для реализации недобросовестных действий во всех

выделенных нами видах проявления (информационный, качественный, транзакционный, конкурентный (рыночный), ценовой оппортунизмы).

Данный этап исследования позволил сделать вывод, что современный рынок доверительных благ характеризуется многообразием источников, видов и форм проявления оппортунистического поведения. В субъектном разрезе оппортунизм на данных рынках представлен недобросовестными действиями субъектов предложения, посредников предложения, посредников спроса, субъектов спроса. В объектном разрезе оппортунистическая модель поведения на изучаемых рынках представлена информационным, качественным, транзакционным, конкурентным (рыночным) и ценовым видами, где основополагающим выступает информационный вид недобросовестного поведения.

Проведенный анализ форм оппортунизма на рынках доверительных благ выявил наличие субъектной взаимозависимости на данных рынках. Тесная взаимосвязь субъектов одной логистической цепочки или одной транзакции на рынках доверительных благ позволила сделать вывод о двойственном положении агентов рынка доверительных благ, а именно, с одной стороны, это положение потенциальной жертвы оппортунизма относительно иных субъектов, и, с другой стороны, это положение источника оппортунизма.

2.3 Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ

Выделенная в работе тесная взаимозависимость агентов рынка доверительных благ позволила говорить о двойственном положении каждого из них, что проявляется с одной стороны в положение потенциальной жертвы оппортунизма и одновременно с другой стороны в положение источника оппортунизма. Исключением из данного правила, на наш взгляд, выступает государство, как субъект власти на рынках доверительных благ, занимающее всегда позицию источника оппортунизма. При этом помимо

недобросовестных действий представителей власти, направленных на извлечение индивидуальной выгоды, оппортунизм государства, на наш взгляд, проявляется в действиях и (или) бездействиях государственных служащих, способствующих формированию условий для оппортунизма иных субъектов рынка доверительных благ. Данная авторская позиция позволила выделить два уровня оппортунизма государства на рынках доверительных благ:

- прямой оппортунизм, под которым мы понимаем поведение представителей власти, в результате которого происходит перераспределение национального богатства в их пользу;

- косвенный оппортунизм, который заключается в поведении (действие/бездействие) представителей власти, способствующем формированию стимулов и условий для оппортунизма иных субъектов рынка доверительных благ.

Изучению явления оппортунистического поведения государства на современных рынках на сегодняшний день посвящено значительное число исследовательских работ. Опираясь на выводы, содержащиеся в научной литературе, руководствуясь эмпирическими данными по данной проблематике, а также принимая во внимание результаты проведенного авторского анализа недобросовестных действий государства, в работе были выделены виды прямого и косвенного оппортунизма представителей власти, и предложены и проанализированы их формы (представлено в таблице 16).

Таблица 16 – Виды и формы оппортунистического поведения государства на рынке доверительных благ

Вид оппортунизма государства	Формы проявления оппортунизма государства
Прямой оппортунизм государства	
действия, направленные на максимизацию личных выгод представителей власти	<ul style="list-style-type: none"> – поведение, ориентированное на поиск статусной ренты – поведение, ориентированное на получение доступа к ресурсам
Косвенный оппортунизм государства	
слабость законодательной базы	<ul style="list-style-type: none"> – «пробелы» в законодательстве – «ошибки» законодательства
дестабилизация рыночных механизмов	<ul style="list-style-type: none"> – ограничение конкуренции на рынках доверительных благ – наличие высоких барьеров для ряда видов деятельности
низкое финансирование сфер производства и распределения доверительных благ	<ul style="list-style-type: none"> – низкий уровень государственных расходов на сферу производства и распределения доверительных благ – неэффективное распределение денежных (целевых) средств между уровнями бюджета
слабость материально-технического и кадрового обеспечения сфер производства доверительных благ	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие отечественной сырьевой базы производства доверительных благ – территориальный дисбаланс материально-технической базы – отсутствие кадров в сфере производства доверительных благ, низкая квалификация кадров
составлено автором	

Прямым оппортунизмом государства на рынках доверительных благ являются, по нашему мнению, действия представителей власти, направленные на максимизацию их личных выгод. Способом достижения личных выгод государственных служащих является рентоориентированное поведение, направленное на повышение их индивидуального благосостояния за счет укрепления своего социального положения (статусная рента) и получения доступа к ресурсам и правительственным субсидиям.

Изучение явления рентоориентированного поведения нашло отражение в работах Г.Таллока⁵⁰³, А.Крюгер⁵⁰⁴, В.Полтеровича, В.Попова, А.Тонис⁵⁰⁵,

⁵⁰³ Таллок Г. Потери благосостояния от тарифов, монополий и воровства. Серия «Вехи экономической мысли». Том 4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Сост. и общ. ред. А.П. Заостровцева. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.435-448.

О.Ткач⁵⁰⁶, Н.Александровой⁵⁰⁷, Л.Даниленко⁵⁰⁸, В.Ломова⁵⁰⁹, В.Мартьянова⁵¹⁰, И.Липатовой, Э.Хайруллиной⁵¹¹ и иных. С опорой на данные теоретические труды мы сделали вывод, что деятельность субъектов власти, направленная на поиск статусной ренты, на сегодняшний день представлена такими формами, как недобросовестное использование (злоупотребление) представителями власти своими административными полномочиями, лоббирование интересов отдельных субъектов рынка, внедрение и развитие институтов, выгодных для отдельных субъектов, беспрепятственный доступ к благам и возможность их бесконтрольного распределения⁵¹².

Частным случаем рентоориентированного поведения данного субъекта является коррупционная деятельность представителей власти, подразумевающая под собой «злоупотребление публичной властью в личных интересах⁵¹³». Характерным признаком коррупционной деятельности является наличие конфликта между личными интересами субъекта,

⁵⁰⁴ Krueger A. The Political Economy of the Rent-Seeking Society // American Economic Review. 1974. Vol. 64. No. 3. – pp. 291-303.

⁵⁰⁵ Полтерович В.М., Попов В.В., Тонис А.С. Экономическая политика, качество институтов и механизмы «ресурсного проклятия». Доклад к VIII Международной научной конференции «Модернизация экономики и общественное развитие». Москва, 3-5 апреля 2007 г. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. – 98 с.

⁵⁰⁶ Ткач О.П. Влияние рентоориентированного поведения на процессы накопления капитала в российской экономике: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2012. – 177 с.

⁵⁰⁷ Александрова Н.А. Рентные отношения в государственных организациях: дисс. ... док. экон. наук. – Кострома, 2006. – 301 с.; Александрова Н.А. Статусная рента в новой политической экономике // Вестник Костромского государственного университета. – 2011. – №4. – С.15-20.

⁵⁰⁸ Даниленко Л.Н. Феномен рентоориентированного поведения в институциональном аспекте // Мир России. – 2013. – Том 22. №3. – С.35-59.; Даниленко Л.Н. Теоретические подходы к анализу рентной экономики (рентного государства) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – №23 (212). – С.29-40.

⁵⁰⁹ Ломов В.А. Социально-экономические последствия рентоориентированного поведения в условиях посткризисного развития Российской Федерации // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2011. – №1 (35). – С.148-150.; Ломов В.А. Влияние рентоориентированного поведение на развитие национальной экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2011. – №1 (35). – С.151-156.

⁵¹⁰ Мартьянов В.С. Рентная демократия // Научный ежегодник института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2016. – Том 16. №3. – С.41-60.

⁵¹¹ Липатова И.А., Хайруллина Э.Р. Статусная рента: теория, исследование. Роль государства в регулировании процесса распределения статусной ренты в экономике России // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – №16. – С.280-285.

⁵¹² Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации». – 2017. – С.14-18.

⁵¹³ Тертышный С.А. Коррупция как форма рентоориентированного поведения и проблема ее измерения в экономике России // Вопросы экономической теории. Макроэкономика. – 2012. – №2. – С.83-87.

обладающего данной властью, и интересами общества. Данный признак выделен в современных трудах, посвященных изучению явления коррупции, П.Бардхена⁵¹⁴, А.Шлейфера, Р.Вишни⁵¹⁵, С.Юхачева⁵¹⁶, В.Ключищевой, А.Алябьевой⁵¹⁷, В.Матершевой, Е.Бутурлакиной⁵¹⁸, А.Овчарова⁵¹⁹, С.Винокурова⁵²⁰, Э.Клейна⁵²¹, Л.Меликовой⁵²², И.Максимцева, Э.Локшиной, О.Бахрах⁵²³, М.Балога, В.Троян⁵²⁴ и иных.

Конкретными примерами оппортунистического поведения представителей власти на рынках доверительных благ являются содействие представителей власти отдельным агентам при получении квот на медицинскую помощь, в предоставлении целевых направлений в учебные заведения, протекция, способствующая или гарантирующая зачисление в учебное заведение, содействие в предоставлении отдельным агентам «льготной» категории, протекция в трудоустройстве, содействие отдельным субъектам в получении лицензий на право деятельности и иные.

Таким образом, мы сделали вывод, что усилия представителей власти, направленные на поиск статусной ренты, обусловлены в первую очередь их потребностью в достижении особого социального положения, которое в свою очередь давало бы им возможность участвовать в процессе распределения

⁵¹⁴ Bardhan P. Corruption and development // Journal of Economic Literature. 1997. Vol.25. – pp. 1320-1346.

⁵¹⁵ Shleifer A., Vishny R. Corruption // Quarterly Journal of Economics. 1993. Vol.108. No.3. – pp.599-617.

⁵¹⁶ Юхачев С.А. Коррупция как экономические отношения социума: дисс. ... д-ра. экон. наук. – Тамбов, 2010. – 291 с.

⁵¹⁷ Ключищева В.Г., Алябьева А.Ю. Коррупция и ее классификация. Функционирование национального и мирового рынков в условиях глобальной нестабильности. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Издательство: Издательско-полиграфический центр «Научная книга». Воронеж, 2017.

⁵¹⁸ Матершева В.В., Бутурлакина Е.В. Измерение масштабов коррупции: мифы и реальность // Россия на пути к устойчивому развитию: социально-политические и экономические аспекты: материалы VIII научной конференции. – Воронеж, 2006. – Ч.2. – С. 29-51.

⁵¹⁹ Овчаров А.С. Коррупция в системе теневых экономических отношений: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2003. – 183 с.

⁵²⁰ Винокуров С.С. Коррупция и сети неформальных отношений // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. – 2015. – С.277-280.

⁵²¹ Клейн Э. Коррупция в российских вузах // Terra Economicus. – 2011. – Том 9. №1. – С.60-70.

⁵²² Меликова Л.М. Методологические аспекты исследования экономической категории «коррупция»: формы проявления // Новые технологии. – 2012. – №1. – С.154-158.

⁵²³ Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Бахрах О.А. К вопросу о коррупции в здравоохранении // Психология в экономике и управлении. – 2012. – №2. – С.82-87.

⁵²⁴ Балог М.М., Троян В.В. Основные подходы к вопросам определения и измерения коррупции // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – №2. – С.53-65.

национального богатства между членами общества, позволяло бы действовать в интересах отдельных групп агентов или позволяло бы им содействовать в предоставлении отдельным субъектам преимущественного рыночного положения.

Иная выделяемая нами форма прямого оппортунизма государства на рынках доверительных благ представлена действиями представителей власти, направленными на получение ими доступа к ресурсам и материальным выгодам, что подразумевает их непосредственное вовлечение в нелегитимное перераспределение национального богатства. Это может выражаться в сотрудничестве государственных служащих с агентами теневого сектора экономики, сокрытие их незаконных действий в обмен на личные выгоды⁵²⁵. Примеры недоросовестного взаимодействия государственных органов, банков и фармацевтических лабораторий с целью получения личных выгод представлены в книге Л.Броуэра «Фармацевтическая и продовольственная мафия» (1999 г.), в которой автор раскрывает факты содействия Швейцарского государства и банков сокрытию махинаций фармацевтических фирм «Sandoz», «Ciba Geidy», «Hoffmann La Roche»⁵²⁶.

В целом характерная для современного общества тенденция увеличения масштабов рентоориентированного поведения привела к постепенному формированию нового хозяйственного уклада, именуемого ресурсная экономика, в основе которой лежит борьба за ренту и ориентация на перераспределение ресурсов в интересах особых категорий агентов.

Косвенный оппортунизм государства, как было выделено ранее, представляет собой поведение (действие/бездействие) представителей власти, способствующее формированию стимулов и создающее условия для оппортунизма иных субъектов рынка доверительных благ. Опираясь на

⁵²⁵ Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ ..., с.15.

⁵²⁶ Броуэр Л. Фармацевтическая и продовольственная мафия. – Издательский дом «Княгиня Ольга». – 1999. – URL: http://royallib.com/book/brouer_lui/farmatsevticheskaya_i_prodovolstvennaya_mafiya.html (дата обращения 27.01.2017).

результаты, полученные при изучении специфики рынка доверительных благ, и с учетом выделенных нами в работе социально-экономических условий, способствующих формированию оппортунизма субъектов изучаемого рынка, нами были выделены следующие виды косвенного оппортунизма государства на рынках доверительных благ: слабость законодательной базы, дестабилизация рыночных механизмов изучаемого рынка, проблема низкого финансирования сфер производства и распределения доверительных благ, слабость кадрового и материально-технической обеспечения сфер производства доверительных благ. Остановим внимание на каждом из выделенных нами видов косвенного оппортунизма государства.

Теоретическое обоснование позиции о слабости современной российской законодательной базы частично изложено при рассмотрении социально-экономических условий для формирования оппортунизма субъектов рынка доверительных благ. При этом в качестве причин, обуславливающих данную проблему, мы выделяем неполноту («пробелы») и несовершенство («ошибки») законодательства.

Ряд острых проблем рынка доверительных благ остаются без должного внимания государства и не находят отражения в законодательстве, среди них отсутствие нормативного закрепления в законодательстве ряда категорий, отсутствие критериев качества доверительных благ, отсутствие мер ответственности за несоответствие качества данных благ и иные. Категория «моральный ущерб», представляющая особую значимость в контексте рынков доверительных благ, находит в современном законодательстве поверхностное отражение, а меры ответственности за его причинение до сих пор остаются предметом для дискуссий. Проигнорирован вопрос «биоэтики» в медицинской деятельности, отсутствуют критерии взаимозаменяемости лекарственных средств, не решена проблема разграничения договорной и деликатной ответственностей при оказании медицинских услуг, отсутствует юридическое закрепление прав, обязанностей, социального статуса и

гарантий научных работников⁵²⁷. В аудиторской деятельности существует противоречие между законодательно закрепленным понятием «аудиторская тайна» и необходимостью информирования аудитором уполномоченный орган о фактах недобросовестных действий⁵²⁸. Законом «О защите прав потребителей» не закреплено понятие «потребительский экстремизм» или иная категория, характеризующая «потребительское мошенничество»⁵²⁹.

Проблема «дефектности» законодательства обусловлена недостаточной компетентностью разрабатывающих его законотворцев, отсутствием законодательной техники с их стороны, недостаточной проработанностью причинно-следственных связей, недопониманием закономерностей хозяйственного уклада, поспешностью при разработке законопроектов, безграмотностью в отношении методологии, игнорированием отдельных аспектов проблематики⁵³⁰.

Частным случаем «ошибок» законодательства являются «институциональные ловушки», представляющие неэффективные устойчивые институты⁵³¹, ведущие к постепенному закреплению в хозяйственном укладе деструктивных механизмов функционирования. Так, к примеру, план мероприятий «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности здравоохранения», на основе которого на уровнях субъектов РФ были разработаны региональные «дорожные карты», был направлен на «структурные преобразования системы оказания медицинской помощи, оптимальному использованию коечного фонда и развитию «стационарозамещающих» технологий, обеспечивающих рациональное использование материальных и кадровых ресурсов⁵³²». На

⁵²⁷ Берг Л.Н. Проблемы законодательного обеспечения научной деятельности в России // Актуальные проблемы российского права. – 2015. – №1(50) январь. – С.25-31.

⁵²⁸ Городилов М.А. Проблемы применения законодательства в сфере защиты аудиторской тайны // Вестник Пермского университета. Экономика. – 2010. – Вып. 4 (7). – С.41-49.

⁵²⁹ Шагалиева В.А. Закон «О защите прав потребителей»: проблемы неверного толкования и злоупотребления. Потребительский экстремизм // Science Time. – С.485-490.

⁵³⁰ Кибак И.А. Психолого-правовые ошибки в законотворческой деятельности // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2011. – №3(5). – С.66-71.

⁵³¹ Полтерович В.М. Указ соч., с.11.

⁵³² Письмо Министерства здравоохранения РФ от 11 марта 2014 г. №16-3/10/1-1084 «Рекомендации по внесению изменений в региональные «дорожные карты», направленные на повышение эффективности

практике же данная «ловушка» привела к массовым сокращениям числа койко-мест круглосуточных стационаров в районных больницах, снижению доступности медицинской помощи, увеличению смертности.

Таким образом, проведенный анализ состояния современной законодательной базы позволил сделать вывод, что существующие на сегодняшний день проблемы институциональной «неоформленности» доверительных благ и слабости институциональной среды изучаемого рынка, а также развитие теневого сектора экономики рынков доверительных благ и неформальных форм взаимодействия, обусловлены косвенным оппортунизмом – действиями или бездействиями государства.

Иной выделяемой нами формой оппортунизма государства является его косвенное содействие дестабилизации рыночных механизмов рынка доверительных благ. Присущие данным рынкам несовершенства (провалы), как и несовершенства иных рынков, корректируются путем внедрения государственных институтов в процесс их функционирования. Однако осуществляемое сегодня жесткое государственное регулирование ряда отраслевых рынков доверительных благ, и внедрение и развитие квазирыночных механизмов (регуляторов), привели к дестабилизации процесса свободного рыночного взаимодействия. Исходя из этого, на сегодняшний день современная нормативная и позитивная экономика оказались перед проблемой поиска оптимальной степени государственного вмешательства в хозяйственный процесс, чтобы, по словам Д.Стиглица, «предлагаемые государством средства лечения рыночных провалов не оказались дороже рыночных недомоганий⁵³³».

Активное участие государства в процессе функционирования квазирынков медицинских услуг и образовательных услуг привело к их монополизации, лишив данные рынки конкурентных механизмов. Многолетняя государственная организация системы здравоохранения

здравоохранения». Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ». – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70513428> (дата обращения 27.01.2017).

⁵³³ Stiglitz J. Principles of Macroeconomics. Stanford University, 1996. – p.143-144.

предполагает закрепление пациента за конкретной больницей по территориальному принципу и за конкретным участковым специалистом, лишая потребителя возможности выбора. В результате субъекты предложения обретают определенную гарантию потребительского спроса, что снижает стимулы к конкуренции за пациентов. Наряду с этим дестимулирует субъектов предложения к повышению качества услуг факты установления государством тарифов на медицинские услуги ниже рыночных.

Высокие административные и рыночные барьеры рынка доверительных благ затрудняют процесс входа новых субъектов, способствуя ограничению конкуренции на данных рынках. Российские производители лекарственных препаратов итак неспособные конкурировать с мировыми фирмами по номенклатуре и качеству предлагаемых благ, охвату рынка сбыта, сталкиваются с серьезными барьерами, усложняющими процесс входа на рынок и усложняющими процесс их деятельности. Конкретными примерами могут служить факты завышения требований к агентам, получающим лицензию на осуществление фармацевтической деятельности, сложность и длительность процедур согласования и получения разрешений на деятельность в органах надзора и местного самоуправления⁵³⁴.

Одновременно с этим, в современной науке представлены и категоричные авторские позиции в отношении необходимости государственного вмешательства в рыночный процесс. Так, Я.Романчук способность рыночной системы самостоятельно эффективно функционировать аргументирует наличием естественных стимулов для рыночного предложения и наличием осознанного гарантированного потребительского спроса. По его мнению, приоритетность человеческого здоровья в иерархии ценностей очевидна не только для государства, но и для самого человека, поэтому готовность человека платить за автомобили,

⁵³⁴ Аналитический отчет о состоянии конкуренции на товарном рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами на территории Архангельской области по итогам 2012-2013 г. Официальный сайт Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области. – URL: <http://arhangelsk.fas.gov.ru/analytic/8422> (дата обращения 17.01.2017).

сотовую связь, развлечения и даже излишества, ликвидирует основания для сомнения в платежеспособности потребителей медицинских услуг⁵³⁵. Мы не можем согласиться с данной позицией и опираясь на взгляды представителей петербургской экономической школы (Д.Миропольский⁵³⁶, П.Попов Л.Миэринь⁵³⁷, А.Камышова⁵³⁸, В.Плотников⁵³⁹), уделяющих большое внимание вопросу сочетания в современных хозяйственных системах рыночных механизмов и плановых начал, полагаем, что в современном социальноориентированном государстве справедливое обеспечение населения социально значимыми благами должно осуществляться за счет эффективного сочетания рыночных и государственных механизмов.

Таким образом, в процессе оценки инструментов, дестабилизирующих рыночные механизмы рынка доверительных благ, мы пришли к выводу, что проблемы монополизации рынков доверительных благ и неполноты данных рынков, сложность доступа потребителей к доверительным благам, являются также формами проявления косвенного оппортунизма государства на данных рынках.

Проявлением косвенного оппортунизма государства на рынках доверительных благ мы также считаем низкое финансирование сферы производства и распределения доверительных благ. Позиция о низком финансировании процесса производства медицинских услуг, предоставляющихся через квазирынки, содержится в работах

⁵³⁵ Романчук Я.Ч. Система здравоохранения – пример провала государства // Менеджер здравоохранения. – 2010. – №11. – С.58-68.

⁵³⁶ Миропольский Д.Ю. Экономическая теория и типы хозяйственных систем // Экономика и управление. – 2007. – №2 (28). – С.22-28.

⁵³⁷ Миропольский Д.Ю., Попов А.И., Миэринь Л.А. Экономический человек: демифологизация рациональности, свободы и индивидуализма // // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. – 2015. – С.3-9.

⁵³⁸ Камышова А.Б. Государственные и рыночные регуляторы: перспективы взаимодействия в евразийском пространстве // Государство и рынок: механизмы и институты евразийской интеграции в условиях усиления глобальной гиперконкуренции: коллективная монография. Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – С.206-216.

⁵³⁹ Плотников В.А. Понятие смешанной экономики: эволюция развития и современная трактовка // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2018. – Том 8. № 2 (27). – С.8-16.

Г.Улумбековой⁵⁴⁰, В.Стародубова⁵⁴¹, В.Перхова, В.Люцко⁵⁴², К.Калашникова⁵⁴³. Аналогичная позиция в отношении квазирынков образовательных услуг представлена в работах Г.Семеко⁵⁴⁴, О.Овчинниковой, Н.Овчинниковой⁵⁴⁵. Проблема недостаточного финансирования при организации льготного лекарственного обеспечения граждан выделена в работах Л.Квачахии⁵⁴⁶, Е.Зиминой, В.Стрижкиной⁵⁴⁷, М.Суры, К.Герасимовой, В.Омельяновского, М.Авксентьевой⁵⁴⁸. Авторское обоснование позиции о низком финансировании сфер производства и распределения доверительных благ основана на результатах проведенного в работе сравнительного анализа величины государственных расходов на сферы здравоохранения и образования в России и в странах мира, статистика которых представлена в таблице 17.

⁵⁴⁰ Улумбекова Г.Э. Здравоохранение России. Что надо делать. Научное обоснование «Стратегии развития здравоохранения РФ до 2020 года». – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. – 592 с.; Улумбекова Г.Э. Научное обоснование направлений развития здравоохранения РФ на среднесрочный период: дисс. ... канд. мед. наук. – М., 2013. – 470 с.

⁵⁴¹ Стародубов В.И., Улумбекова Г.Э. Здравоохранения России: проблемы и решения // ОРГЗДРАВ: Новости. Мнения. Обучение. Вестник ВШОУЗ. – 2015. – №1 (1). – С.12-27.

⁵⁴² Перхов В.И., Люцко В.В. Макроэкономические расходы на здравоохранение в России и зарубежом // Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. – 2019. – №2. – С.334-345.

⁵⁴³ Калашников К.Н. Ресурсное обеспечение российского здравоохранения: проблемы территориальной дифференциации // Экономические и социальные перемены. – 2015. – №1 (37). – С.72-86.

⁵⁴⁴ Семеко Г.В. Финансовое обеспечение системы образования: глобальные тенденции и особенности России // Россия и современный мир. – 2019. – №3 (104). – С. 89-107.

⁵⁴⁵ Овчинникова О.П., Овчинникова Н.Э. Финансирование высшего образования в развитых странах и России: анализ современных тенденций // Финансы и кредит. – 2017. – Т.23, №38. – С.2305-2316.

⁵⁴⁶ Квачахия Л.Л. Экономические особенности и проблемы льготного лекарственного обеспечения // Иннов: электронный научный журнал. – 2018. – №3 (36). – С.15.

⁵⁴⁷ Зиминая Е.В., Стрижкина В.Н. Вопросы финансирования льготного обеспечения лекарственными препаратами пациентов с редкими (орфанными) и хроническими заболеваниями с учетом порядка и стандартов оказания медицинской помощи (на примере Алтайского края) // Academy. – 2018. – № (29). – С.38-41.

⁵⁴⁸ Сура М.В., Герасимова К.В., Омельяновский В.В., Авксентьева М.В. Оценка необходимых финансовых затрат на лекарственное обеспечение больных с редкими заболеваниями в РФ // Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. – 2014. – Том 7, №3. – С.36-43.

Таблица 17 – Государственные расходы на здравоохранение и образование по странам мира (% к ВВП)

	Россия	США	Австралия	Бразилия	Япония	Германия	Италия	Нидерланды	Норвегия	Великобритания
Государственные расходы на здравоохранение										
2015 год	3,4	8,5	-	3,8	-	9,4	6,7	8,6	8,5	7,9
2014 год	3,5	8,3	6,1	3,7	9,1	9,3	6,8	8,8	8,0	7,9
2013 год	3,5	8,0	6,0	3,6	9,1	9,2	6,8	8,8	7,6	7,9
Государственные расходы на образование										
2015 год	4,2	4,4	6,0	6,4	3,7	5,3	3,3	5,9	10,1	5,6
2014 год		5,0	5,2	5,9	3,6	4,9	4,1	5,5	7,7	5,7
2013 год		4,9	5,3	5,8	3,7	4,9	4,2	5,6	7,5	5,6
2012 год	3,8	5,2	4,9	5,9	3,7	4,9	4,1	5,5	7,4	-
составлено автором на основе данных информационных ресурсов TrendEconomy.com. – URL: http://data.trendeconomy.com ; Knoema.ru. – URL: https://knoema.ru ; Countries.World. – URL: https://ru.countries.world (дата обращения 1.10.2018).										

Представленная в таблице 17 статистика свидетельствует о наличии реальных финансовых проблем отечественной экономики на пути создания доверительных благ высокого качества, сопоставимых с мировым уровнем. Так если в 2015 году в РФ расходы государства на здравоохранение составили 3,4% от ВВП, то в США данные расходы были в два раза больше – 8,5%. В европейских странах, таких как Германия, Италия, Нидерланды, Норвегия, Великобритания аналогичные расходы оценивались в 9,4%, 6,7%, 8,6%, 8,5%, 7,9% от ВВП соответственно⁵⁴⁹. Уровень расходов государства на здравоохранение в России по статистике Всемирного Банка соизмерим с уровнем Бразилии. Среднегодовой темп роста государственных расходов на здравоохранение в России за период 2006-2015 год составил всего 0,02%.

⁵⁴⁹ Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ ..., с.16.

Расходы государства на образование в России ниже уровня других стран, но характеризуются не столь значительным разрывом. В 2015 году они составляли 4,2% от ВВП, в то время как в США, Австралии, Бразилии они были порядка 4,4%, 6,0%, 6,4% соответственно. В странах Европы – Германия, Нидерланды, Норвегия и Великобритания расходы государства на образование составляли 5,3%, 5,9%, 10,1% и 5,6% соответственно. Снижение финансирования сферы образования сопровождается закономерным сокращением числа бюджетных мест в учебных заведениях для приема абитуриентов. На сегодняшний день их число значительно превышает количество бюджетных мест в ВУЗах России. Аналогичная закономерность характерна и для многих учебных заведений среднего профессионального образования, что негативным образом сказывается на настроениях потребителей данных услуг.

Оппортунизм государства при финансировании сфер производства и распределения доверительных благ, на наш взгляд, также представлен проблемой неэффективного распределения денежных (целевых) средств между уровнями бюджета⁵⁵⁰. Финансирование ряда социально-значимых доверительных благ осуществляется в полном объеме или частично за счет средств бюджетов субъектов федерации, которые в свою очередь не в состоянии обеспечить на должном уровне потребность региона. Более 90% объема финансирования государственной социальной программы по обеспечению лекарственными препаратами граждан, страдающих орфанными заболеваниями, приходится на бюджеты регионов РФ. Данные лекарственные препараты на сегодняшний день являются одними из самых дорогостоящих, и потребность в них год от года растет, в результате для удовлетворения потребностей в них субъекты спроса и региональные органы исполнительной власти вынуждены искать иные источники финансирования.

Выделенная и частично обоснованная нами в работе проблема низкого уровня производственной инфраструктуры рынков доверительных благ, на

⁵⁵⁰ Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ ..., с.16.

наш взгляд, является формой косвенного оппортунизма государства, которая представлена слабостью кадрового и материально-технического обеспечения сфер производства доверительных благ.

Кадровая проблема изучаемых рынков состоит в низком уровне качественного и количественного обеспечения трудовыми ресурсами сфер производства доверительных благ. Данные проблемы, на наш взгляд, представляют собой оппортунизм государства ввиду того, что вопросы организации кадрового обеспечения, контроля качества их квалификации и права деятельности, находятся сугубо в государственной компетенции. Снижение числа участковых врачей в период с 2007 года по 2013 годы составило 14%. Дефицит данных специалистов еще в 2016 году оценивался в 25-30%⁵⁵¹. Профицит врачей клинических специальностей в стационарах в 2012 г. составлял 35 тыс. врачей⁵⁵². Программа «Земский доктор», предоставлявшая медицинским работникам, занятым в сельской местности, единовременные выплаты, не принесла ожидаемых результатов, оставив нерешенной проблему обеспечения сельской местности врачами. Сложность предложения благ высокого качества также в немалой степени обусловлена превышением объемов спроса над предложением, что влечет увеличение интенсивности труда. Для сравнения в 2014 году на участкового терапевта в Москве приходилось в среднем 3290 пациентов при нормативном значении 1700 человек⁵⁵³.

Проблема низкой компетенции специалистов сфер производства доверительных благ негативным образом сказывается на качестве данных благ. Так в ходе обеспечения лечебно-профилактических учреждений медицинским оборудованием в рамках реализации региональных программ модернизации здравоохранения (2011-2013 г.) была выявлена проблема отсутствия у медицинского персонала необходимой квалификации для

⁵⁵¹ Российское здравоохранение в новых экономических условиях: вызовы и перспективы: доклад НИУ ВШЭ по проблемам развития системы здравоохранения / С.В. Шишкин, И.М. Шейман, А.А. Абдин и др. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 82 с.

⁵⁵² Российское здравоохранение в новых экономических условиях ... Москва, 2017. С.26.

⁵⁵³ Российское здравоохранение в новых экономических условиях ... Москва, 2017. С.35.

работы на данных наименованиях оборудования, что повлекло увеличение времени оказания медицинской помощи в расчете на одного пациента («затягивание» процедур), временное отсутствие эксплуатации данного оборудования.

Авторская позиция о низком уровне материально-технического обеспечения сфер производства доверительных благ опирается на выделенные нами проблемы инфраструктуры рыночного, квазирыночного и нерыночного (общественного) секторов изучаемого рынка (параграф 1.3), а также обусловлена слабостью отечественной сырьевой базы, и территориальным дисбалансом (разнородностью) уровней материально-технического обеспечения сфер производства доверительных благ.

Проблема слабости отечественной сырьевой базы, на наш взгляд, препятствует созданию высококачественных доверительных благ и влечет импортную зависимость отраслей народного хозяйства⁵⁵⁴. Неспособность отечественной химической промышленности обеспечить фармацевтическое производство необходимыми субстанциями, делает российское производство импортозависимым (преимущественно от стран Юго-Восточной Азии), вынуждая российских производителей выпускать лекарственные средства на сырье сомнительного качества. Аналогичное справедливо и для отечественных рынков натуральной косметики и личной гигиены, нередко приобретающих растительное сырье во Франции, Италии, Германии.

Проблема территориального дисбаланса (разнородности) представлена примерами отсутствия в регионах необходимой материально-технической базы (наряду с кадровыми проблемами) для оказания высокотехнологичной медицинской помощи, что вынуждает потребителей обращаться в федеральные научно-клинические центры⁵⁵⁵. Наряду с этим, материально-

⁵⁵⁴ Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ ..., с.17.

⁵⁵⁵ В 2011г. доля пациентов, которым была оказана ВМП в региональных учреждениях здравоохранения составила 12,5%, в 2014 г. – 44%. (Фаррахов А.З. Основные подходы и особенности оказания гражданам Российской Федерации высокотехнологичной медицинской помощи в 2014 году. – URL: https://static-1.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/012/091/original/3-Slajdy_dlya_A.Z._Farrakhova.ppt?1389714984 (дата обращения 13.07.2019); Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти

техническая база поликлиник уступает стационарам, что мешает качественному и своевременному выявлению заболеваний на ранних стадиях.

Последствия выделенных в работе видов косвенного оппортунизма государства, на наш взгляд, влекут за собой сдерживание инновационного развития отечественной экономики и создают угрозу национальной экономической безопасности. Наличие «пробелов» в отечественном законодательстве, высокие барьеры для экономической деятельности и отсутствие должной финансовой поддержки со стороны государства лишают субъектов предложения стимулов и возможности для научно-исследовательской деятельности. Современное состояние материально-технической базы не позволяет проводить на должном уровне экспериментальные мероприятия, а низкооплачиваемость исследовательской деятельности делает данный труд малопривлекательным. На фармацевтическом рынке для субъектов предложения барьерами, сдерживающими инновационное развитие, выступают чрезмерная частота изменений законодательства об обращении лекарственных средств, длительный период клинических испытаний оригинальных лекарств, требующий значительных временных и экономических издержек⁵⁵⁶.

Таким образом, проведенный анализ видов и форм оппортунистического поведения государства позволил нам охарактеризовать его, как «бездействие и (или) недобросовестность действий представителей государственной власти за счет делегированных им полномочий или путем их превышения в отношении элементов рынка или институтов, регламентирующих производство, обмен и распределение доверительных благ⁵⁵⁷». Государство за счет наличия расширенного круга полномочий, и

субъектов Российской Федерации за 2014 год. – URL: https://static-0.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/026/627/original/Doklad_o_sostojanii_zdorovja_naselenija_2014.pdf?1434640648 (дата обращения 13.07.2019).

⁵⁵⁶ Хонл Т.А. Регулирование фармацевтического рынка: существует ли почва для развития инновационных фармацевтических препаратов в России? // Проблемы учета и финансов. – 2012. – №4(8). – С.73-75.

⁵⁵⁷ Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ ..., с.14.

механизма принуждения, способно действовать (или бездействовать) в личных интересах или в интересах заинтересованных лиц, пренебрегая при этом интересами общества. Выделенный нами прямой вид оппортунизма государства направлен на максимизацию личных выгод государственных служащих и осуществляется путем извлечения ими статусной ренты или за счет получения ими доступа к ресурсам и правительственным субсидиям. Косвенный оппортунизм государства представлен слабостью современной законодательной базы, дестабилизацией рыночных механизмов рынков доверительных благ, низким государственным финансированием сфер производства и распределения доверительных благ, слабостью кадрового и материального-технического обеспечения сфер производства доверительных благ.

Таким образом, полученные в ходе второго этапа нашего исследования результаты подтвердили актуальность и остроту проблемы оппортунистического поведения на современных рынках доверительных благ и позволили сделать ряд, на наш взгляд, важных научных выводов:

– устанавливающееся на рынках доверительных благ разделяющее равновесие по причине низкой эффективности рыночного сигнализирования на данных рынках носит формальный характер, в рамках которого у владельцев высококачественных доверительных благ могут формироваться оппортунистические намерения и при этом формально выполняться условия самоотбора согласно сигнальной модели М.Спенса;

– установление смешивающего равновесия на рынках доверительных благ обусловлено отсутствием на отдельных отраслевых рынках инструментов для сигнализирования, что не позволяет субъектам спроса дифференцировать для себя рыночные альтернативы. Причинами для этого выступают низкая значимость сигналов рыночной репутации и ценового рыночного сигнала;

– системообразующими социально-экономическими условиями для формирования и реализации оппортунизма субъектов рынка доверительных

благ выступают информационные, институциональные, конкурентные (рыночные), производственные и ценовые несовершенства рынков доверительных благ;

– в объектном разрезе оппортунизм на рынках доверительных благ представлен информационным, качественным, транзакционным, конкурентным и ценовым видами, где основополагающим выступает информационный вид оппортунистического поведения;

– в субъектном разрезе оппортунизм на рынках доверительных благ представлен действиями субъектов предложения, посредников предложения, посредников спроса, субъектов спроса. При этом тесная взаимосвязь субъектов одной логистической цепочки обуславливает двойственное положение каждого из них: с одной стороны, это положение потенциальной жертвы оппортунизма, и, с другой стороны, это положение источника оппортунизма;

– оппортунизм государства на рынках доверительных благ представлен прямым и косвенным видами. Прямой оппортунизм государства заключается в действиях бюрократического аппарата, направленных на максимизацию личных выгод за счет снижения общественного благосостояния. Косвенный оппортунизм государства представляет собой действия/бездействия представителей власти, способствующих формированию стимулов к оппортунизму и создающих условия для недобросовестного поведения иных субъектов рынка доверительных благ.

Высокие общественные и индивидуальные потери в результате оппортунистических действий субъектов рынка доверительных благ наряду с характерными для данного рынка несовершенствами функционирования требуют развития институтов и направлений ограничения данной модели поведения.

3 Институты ограничения оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке доверительных благ

3.1 Развитие институтов ограничения оппортунизма на рынке доверительных благ

Серьезные несовершенства рынков доверительных благ наряду с высокой потребительной и социальной значимостью благ, выступающих их объектами, свидетельствуют об острой необходимости корректировки рыночных «провалов» и необходимости развития механизмов ограничения оппортунизма. Сложность идентификации всех слабых сторон, присущих транзакциям с доверительными благами, свидетельствует, на наш взгляд, об объективной сложности искоренения явления оппортунизма на данных рынках.

Изучению механизмов ограничения оппортунистического поведения на современных рынках посвящены работы А.Олейника⁵⁵⁸, А.Баса⁵⁵⁹, В.Исакова (на примере транзакций налогообложения)⁵⁶⁰, способы предотвращения неоправданных конкурентных (информационных) преимуществ рассмотрены Л.Антосик⁵⁶¹, механизмы снижения трудового оппортунизма представлены в работах О.Бодрова⁵⁶², А.Стрижак⁵⁶³, Е.Козловой⁵⁶⁴, И.Ляшенко⁵⁶⁵,

⁵⁵⁸ Олейник А.Н. Институты взаимодействия экономической и политической власти: транзакционный подход: дисс. ... д-ра. экон. наук. – Москва, 2011. – 392 с.

⁵⁵⁹ Бас А.В. Указ соч., с.13.

⁵⁶⁰ Исаков В.А. Оппортунистическое поведение и механизмы его ограничения (на примере транзакции налогообложения): дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2008. – 178 с.

⁵⁶¹ Антосик Л.И. Информационная асимметричность рыночного пространства как условие монополизации экономики: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2006. – 177 с.

⁵⁶² Бодров О.В. Оппортунизм как форма ограничения экономической свободы фирмы // Актуальные проблемы экономики и права. – 2007. – №2. – С.13-17.; Бодров О.В. Трудовой оппортунизм как результат ограничения экономической свободы // Вестник экономики, права и социологии. – 2007. – №1. – С.6-11.

⁵⁶³ Стрижак А.Ю. Особенности эндогенного оппортунизма в системе взаимодействия хозяйствующих субъектов // Российское предпринимательство. – 2013. – №9 (231). – С.98-102.

⁵⁶⁴ Козлова Е.В. Экономические механизмы выявления и ограничения оппортунистического поведения в российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №10 (264). – С.117-121.; Козлова Е.В. Система мотивации как фактор ограничения оппортунистического поведения // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №15 (306). – С.137-140.

⁵⁶⁵ Ляшенко И.Ю. Совершенствование контрактов как метод смягчения проблемы постконтрактного оппортунизма сотрудников // Актуальные вопросы развития экономики России: сборник статей научно-практической конференции. – Воронеж, 2012. – С.191-194.

А.Баранова, И.Тюкавкина⁵⁶⁶, инструменты ограничения оппортунизма государственных служащих предложены Т.Ставцевой, Ф.Ставцевым⁵⁶⁷, Е.Чеботаренко⁵⁶⁸, О.Макшеевой⁵⁶⁹ и иными.

Применительно к рынкам доверительных благ, мы полагаем, что ограничение оппортунизма и снижение его неблагоприятных последствий предполагает одновременно внедрение и развитие новых институтов и (или) трансформации действующих институтов, совершенствование направлений социально-экономической политики государства с учетом объективных проблем изучаемого рынка, а также содействие формированию и укреплению в обществе отношений новой формации. Данная авторская позиция предопределила логику дальнейшего исследования.

Необходимость внедрения новых и (или) развитие действующих институтов регулирования рынка доверительных благ обусловлена, на наш взгляд, институциональной «неоформленностью» доверительных благ, слабостью институциональной среды изучаемого рынка, и отсутствием информативных рыночных сигналов, что препятствует установлению эффективного разделяющего равновесия на рынках доверительных благ.

Опираясь на результаты проведенного в работе сравнительного анализа величины трансакционных потерь для каждого этапа сделки по купле-продаже доверительных благ (параграф 1.3), в ходе которого нами был сделан вывод о наличии вероятности наступления на рынках доверительных благ крайне неблагоприятной для потребителя ситуации вида $\{ТС\ ex\ ante \rightarrow\ max; ТС\ ex\ post \rightarrow\ max\}$, нами были предложены две группы институтов ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ: институты

⁵⁶⁶ Баранов А.В., Тюкавкин И.Н. Механизмы ограничения оппортунистического поведения в России // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – № 8 (119). – С.66-70.

⁵⁶⁷ Ставцева Т.И., Ставцев Ф.А. Институциональные ограничения оппортунизма региональных чиновников // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – №2 (58). – С.99-105.

⁵⁶⁸ Чеботаренко Е.С. Формы проявления оппортунизма в экономике: причины и меры противодействия // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т.5. №4 (17). – С.385-388.

⁵⁶⁹ Макшеева О.А. Оппортунистическое поведение представителей власти // Известия Байкальского государственного университета. – 2009. – № 3 (65). – С.13-15.

предупреждения оппортунизма и институты снижения последствий оппортунизма, которые детально представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Институты ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ

Группа институтов ограничения оппортунизма	Институты ограничения оппортунизма
Институты предупреждения оппортунизма	<ul style="list-style-type: none"> – формирование государственной информационной системы: <ul style="list-style-type: none"> ✓ развитие подведомственных информационных ресурсов ✓ развитие информационных реестров ✓ развитие институтов рейтинговой оценки агентов – развитие института цензуры – совершенствование (ужесточение) института рекламы
Институты снижения последствий оппортунизма	<ul style="list-style-type: none"> – развитие института страхования профессиональной ответственности – развитие института компенсации «морального вреда» – развитие институтов досудебного разрешения споров – развитие институтов (мер) ответственности за оппортунистические действия
составлено автором	

Группа институтов предупреждения оппортунизма, по нашему мнению, должна быть представлена институтами, направленными на снижение асимметрии информации и развитие эффективных рыночных сигналов. Группа институтов снижения последствий оппортунизма должна включать институты, направленные на ликвидацию зон безответственности, формальное закрепление институтов ответственности и систем штрафных санкций, усовершенствование институтов разрешения споров.

Современная экономическая наука содержит различные взгляды и теоретические подходы к решению проблемы асимметрии информации на современных рынках, отдельные из них представлены в Приложении Я. Анализируя данные подходы мы пришли к выводу, что большинство современных исследователей видят решение данной задачи в развитие информационных баз и ресурсов, и в создание и развитие информационной инфраструктуры. Мы разделяем данный подход, полагая, что инструментом

для снижения асимметрии информации на современных рынках доверительных благ должно стать постепенное формирование государственной информационной системы, что в свою очередь позволит снизить стимулы недобросовестных субъектов предложения к оппортунизму.

При этом важно отметить, что в рамках изучения информационных несовершенств рынков доверительных благ, как условий для формирования и реализации оппортунизма (параграф 2.1), нами наряду с проблемой асимметричного распределения информации (скрытые от одного из контрагентов качественные характеристики благ) была выделена проблема ограниченной рациональности потребителей в связи с избыточным информационным предложением. Риск для потребителя бесконтрольного размещения в свободном доступе информации, сопряженной с доверительными благами, на наш взгляд, состоит в следующем:

- наличие возможности принятия потребителем во внимание «сложной» информации, интерпретация которой требует специальных профессиональных знаний, что может отрицательным образом отразиться на ее полезности для субъекта спроса (информация, как антиблаго);

- наличие возможности принятия потребителем во внимание информации, носящей субъективный характер и дискредитирующей субъектов предложения (частные мнения, отзывы).

Опасность принятия потребителем во внимание информации «сомнительного» качества, способной дезинформировать и ввести его в заблуждение, послужила основанием для авторского вывода о необходимости формирования государственной информационной системы, которая бы удовлетворяла одновременно двум критериям: доступности (открытости) информации и обеспечения качества информации.

Решение сформулированной нами задачи мы видим в развитие подведомственных информационных ресурсов, информационных реестров, институтов рейтинговой оценки агентов предложения доверительных благ, что позволило бы обеспечить принцип доступности информации. С целью

обеспечения принципа качества информации информационные ресурсы, формирующие государственную информационную систему, на наш взгляд, должны принадлежать определенным рыночным субъектам или государственной структуре, быть зарегистрированы в качестве источника информации, а значит должны предусматривать меру ответственности конкретных агентов за содержание и качество информационного материала.

На сегодняшний день, на наш взгляд, уже частично создана основа для государственной информационной системы, о чем свидетельствуют успешно функционирующие на рынках доверительных благ источники информации, среди которых следующие:

– государственные реестры и базы данных, подконтрольные государственным структурам (министерства, ведомства, научные и исследовательские институты): реестр аудиторов и аудиторских организаций, саморегулируемых организаций аудиторов Министерства финансов РФ⁵⁷⁰, реестр недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей)⁵⁷¹, единый реестр лицензий Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения⁵⁷², реестр лекарственных средств Министерства здравоохранения РФ⁵⁷³ и иные;

– официальные сайты учреждений: сайт национального медицинского исследовательского центра сердечно-сосудистой хирургии им.А.Н.Бакулева, национального медицинского исследовательского центра детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачева, ФГБОУ ВО МГУ им. М.В.Ломоносова, ФГАОУ ВО Российский университет дружбы народов и иные;

– рейтинги, находящиеся в открытом доступе.

Что касается информационных реестров и баз данных, то, на наш взгляд, данный институт можно было бы расширить в части их содержания.

⁵⁷⁰ https://www.minfin.ru/ru/performance/audit/reestr_audit.

⁵⁷¹ <http://zakupki.gov.ru/epz/dishonestsupplier/quicksearch>

⁵⁷² <http://www.roszdravnadzor.ru/services/licenses>

⁵⁷³ <https://grls.rosminzdrav.ru>

Сосредоточенная в данных реестрах (базах) информация могла бы содержать в случае товара сведения о контроле качества и сведения о документах контроля качества (сертификаты качества, декларации качества, регистрационные удостоверения), номер партии товара, дату изготовления, место и страну происхождения товара, состав товара. В случае услуги сведения об уровне образования исполнителя, месте и опыте работы, должность, реквизиты дипломов и сертификатов (аттестатов), сведения о курсах повышения квалификации, описание применяемых методик оказания услуг, опыт участия в конференциях, научные достижения.

На сегодняшний день, на наш взгляд, особо назрела потребность в данных реестрах на рынках товаров личной гигиены и натуральной косметики, на рынках компьютерных товаров, рынках услуг ремонта и технического обслуживания.

Необходимость развития института рейтинговой оценки агентов предложения на рынках доверительных благ обусловлена, на наш взгляд, потребностью в унификации индивидуальных достижений исполнителей и учреждений (организаций) в единый коэффициент (индекс) или группу коэффициентов, рассчитанных в соответствии с утвержденными методиками. Ранжирование полученных коэффициентов позволит выстроить рейтинговую таблицу, отражающую сравнительные квалификационные характеристики рыночных агентов и их конкурентные преимущества. Институт рейтинговой оценки на сегодняшний день широко применяется на рынках образовательных услуг для сравнения конкурентных преимуществ отечественных и мировых высших учебных заведений. Внедрение данного института в иные сферы предполагает формирование рейтинговой оценки по отдельным группам агентов: коммерческие медицинские клиники, городские школы, центры эстетической медицины и врачи-специалисты, оказывающие услуги в сфере эстетической медицины, аудиторские агентства, специалисты по контролю и аудиту, репетиторские агентства и репетиторы. Важно отметить, что данные рейтинги в идеале должны ранжировать идентичных

экономических агентов, находящихся в сопоставимых экономических условиях, сопоставимых географических пространствах и с учетом иных аспектов. Развитие института рейтинговой оценки, на наш взгляд, могло бы выполнять функции рыночного сигнала, способствуя наряду с иными инструментами снижения неопределенности качества установлению эффективного разделяющего равновесия на рынках доверительных благ.

Наряду с данными ресурсами, на наш взгляд, успешными информационными источниками, отвечающими выделенным нами критериям доступности и качества, являются такие информационные ресурсы (сайты в сети Интернет), как специализированное, справочно-информационное сетевое издание Ucheba.RU/Учеба.РФ, содержащее информацию по всем видам обучения, переподготовки и развитию карьеры в России и за рубежом, выходящее в сети Интернет⁵⁷⁴; проект «Ваш репетитор» – интернет-ресурс, представляющий профессиональное сообщество частных репетиторов, аккумулирующий анкеты преподавателей, отзывы потребителей и предоставляющий консультационные услуги в процессе выбора⁵⁷⁵; ежегодное издание справочника Видаль «Лекарственные препараты в России», выпускаемый АО «Видаль Рус»⁵⁷⁶ и иные. Практика функционирования данных информационных ресурсов могла бы быть учтена и использована при создании аналогичных источников информации.

В целом формирование предложенной государственной информационной системы позволило бы повысить доступность для потребителей информации о доверительных благах, и одновременно позволило бы четко разграничить источники информационного предложения на высококачественные и низкокачественные, давая потребителю право выбора, какими источниками руководствоваться, и наделяя его (потребителя) ответственностью за информационный, а потом и потребительский выбор.

⁵⁷⁴ Сайт Ucheba.RU. – URL: <https://www.uceba.ru> (дата обращения 15.05.2018).

⁵⁷⁵ Сайт сервис-проекта «Ваш репетитор». – URL: <https://repetitors.info> (дата обращения 15.05.2018).

⁵⁷⁶ Справочник Видаль «Лекарственные препараты в России». – URL: <https://www.vidal.ru> (дата обращения 15.05.2018).

В рамках предложенной нами группы институтов предупреждения оппортунизма на рынках доверительных благ мы также выделяем необходимость возрождения и развития института цензуры. Основанием для данной авторской позиции послужила причина стремительного увеличения бесконтрольного потока информации, качество и достоверность которого вызывают сомнение и опасение. Институт государственной цензуры подразумевает качественный и своевременный контроль содержания и распространения печатной продукции, веб-сайтов, кино-, фото-, радио-материалов, содержащих сведения, деструктивным образом влияющих на мышление и психику населения и сказывающихся на принятие ими потребительского решения. Ответственность за нарушение цензурных рамок и требований должна быть упорядочена и нормативно закреплена в виде юридических санкций.

Одновременно с этим в рамках группы институтов предупреждения оппортунизма на рынках доверительных благ нами в целях снижения конкурентного (рыночного) оппортунизма и для минимизации рисков импульсивного принятия решения было предложено совершенствование (ужесточения) института рекламной деятельности за счет реализации следующих задач:

- установление количественных лимитов рекламных сообщений (роликов) в СМИ для одного рыночного субъекта. Это в первую очередь актуально для таких товаров, как лекарственные средства, товары личной гигиены и натуральная косметика, а также для медицинских услуг и услуг эстетической медицины. Это позволит создать единые рыночные условия для всех субъектов предложения, лишив возможности агентов приобретать рыночные преимущества только за счет потребительской узнаваемости.

- ограничение частотности рекламных сообщений (роликов) в СМИ за единицу времени. Данная мера направлена на избежание установления доминирующего положения отдельных экономических агентов, частота воспроизведения рекламных роликов которых, чрезвычайно высока.

Вторая выделенная нами группа институтов ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ представлена институтами, направленными на снижение последствий оппортунизма, и призванными минимизировать трансакционные издержки субъектов спроса на защиту их потребительских прав в результате недобросовестных действий субъектов предложения. К институтам, составляющим данную группу и требующим развития, на наш взгляд, относятся институт страхования профессиональной ответственности, институт компенсации «морального вреда», институт досудебного разрешения споров, институт (меры) ответственности за оппортунистические действия.

Институт страхования профессиональной ответственности подразумевает под собой компенсацию субъектами предложения или посредниками вреда (ущерба), нанесенного субъекту спроса в процессе профессиональной деятельности. Объектом страхования выступают вред жизни и здоровью потребителя, имущественный ущерб, упущенные возможности третьих лиц, ошибки и ошибочные действия, которые повлекли ущерб и издержки. Страховыми являются только те случаи, которые наступили в результате неумышленных и непреднамеренных действий, и которые не регулируются отдельными отраслями права.

На сегодняшний день данная процедура является добровольной, исходя из чего, субъекты предложения сами оценивают вероятность наступления страхового случая и целесообразность заключения договора страхования. Характерная для трансакций с доверительными благами сложность или даже невозможность устранения потребительских потерь в результате неблагоприятного исхода сделки, обуславливает, по нашему мнению, необходимость развития данного вида страхования в отношении индивидуальной профессиональной деятельности, а именно в отношении врачебной и сестринской деятельности, аудиторской деятельности, автомеханической деятельности, экспертной и посреднической деятельности. Страхованию в сфере аудиторской деятельности, на наш взгляд, могли бы

подлежать, к примеру, риски причинения ущерба вследствие неумышленного повреждения или утраты документов предоставленных заказчиком для аудиторских мероприятий; причинение вреда при допуске неумышленной ошибки при оформлении аудитором заключений; причинение убытков при выполнении процессуальных мероприятий в ходе аудиторской деятельности; причинение убытков непреднамеренными действиями или бездействиями.

Одним из объектов, подлежащих страхованию, в рамках страхования профессиональной ответственности выступает причиненный потребителю в результате трансакции моральный вред. Понятие и механизмы компенсации морального вреда на сегодняшний день закреплены в статье 151 ГК РФ⁵⁷⁷, статьей 15 «Закона о защите прав потребителя»⁵⁷⁸. Положения данных статей свидетельствуют о проблеме институциональной (законодательной) неполноты данной категории, что не позволяет субъектам спроса, которым был причинен данный вид вреда, эффективно защищать свои права.

Позиция о необходимости уточнения и расширения категории «моральный вред», спецификации размеров компенсации морального вреда изложена в работах А.Табунщикова⁵⁷⁹, И.Фаст⁵⁸⁰, А.Пузыревой, М.Седельниковой⁵⁸¹, Р.Зорина, В.Кривель, А.Садовской⁵⁸², Т.Пушкиной⁵⁸³ и иных. Одновременно с этим, при решении проблемы институциональной

⁵⁷⁷ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ec459f13483f7f47883f57fda6aace1b2cb86ac4 (дата обращения 15.10.2019).

⁵⁷⁸ Федеральный закон РФ от 07.02.1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/19c8339aa764510f25f4afcea83230cbf14cb9d3 (дата обращения 15.10.2019).

⁵⁷⁹ Табунщиков А.Т. Компенсация морального вреда: проблемы теории и практики // Вестник Белгородского юридического института МВД России. – 2016. – №2. – С.66-68; Табунщиков А.Т. Компенсация морального вреда в России и за рубежом: многоаспектность проблемы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2009. – №2 (57). Том 7. – С.146-152.

⁵⁸⁰ Фаст И.А. Компенсация морального вреда при причинении вреда жизни и здоровью: практические итоги 25 лет существования института в Российской Федерации // Евразийская адвокатура. – 2018. – № 5 (36). – С. 58-75.

⁵⁸¹ Пузырева А.А., Седельникова М.Г. Правовые проблемы компенсации морального вреда в праве социального обеспечения // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. – №3 (48). – С.149-158.

⁵⁸² Зорин Р.Г., Кривель В.В., Садовская А.С. Характер и размер причиненного морального вреда в уголовном процессе // Евразийская адвокатура. – 2014. – №3 (10). – С. 53-60.

⁵⁸³ Пушкина Т.Н. Критерии определения размера компенсации морального вреда как основная проблема гражданско-правового института морального вреда // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2013. Вып.1. – С.170-175.

(законодательной) неполноты категории «моральный вред», А.Табунщиков обосновывает позицию о необходимости замены категории «моральный вред» на категорию «психический вред»⁵⁸⁴, согласно А.Эрделевскому, Е.Козарук также необходимо закрепление «презумпции морального вреда»⁵⁸⁵, а, по мнению, М.Кравцовой сегодня необходимо проведение психологической (психической) экспертизы⁵⁸⁶ для определения степени эмоциональных потрясений.

Согласно определению Е.Холоповой моральный вред характеризуется такими аспектами, как нарушение физического и психического здоровья, наличие субъективных переживаний, эмоциональных и физических страданий, душевной боли, форм эмоционального реагирования⁵⁸⁷. Данное определение свидетельствует, на наш взгляд, о характерных для морального вреда многообразии аспектов и характеристик, что в свою очередь позволяет нам сделать вывод о необходимости упорядоченного закрепления данных аспектов и характеристик в правовой дефиниции, что в перспективе позволит избежать неоднозначности и двусмысленности ее толкований.

Поскольку многообразие современных доверительных благ, представлено товарами и услугами, для одних из которых характерно наличие возможности устранения потребительских потерь, для вторых характерна сложность устранения потребительских потерь и для третьих невозможность устранения потребительских потерь (Приложение Е), то, на наш взгляд, унифицировать размер компенсации для всех доверительных благ нецелесообразно. Размер компенсационных выплат должен быть ранжирован в зависимости от тяжести причиненного вреда, условий

⁵⁸⁴ Табунщиков А.Т. Компенсация морального вреда в России ..., с.148.

⁵⁸⁵ Эрделевский А.М. Моральный вред и компенсация за страдания. – М.: Издательство ВЕК, 1998. – С.16.; Козарук Е.Г. Основания и условия наступления юридической ответственности за причинение морального вреда // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2009. – №3. Том 92. – С.144-149.

⁵⁸⁶ Кравцова М.А. Теория отражения и установления морального вреда, причиненного общественно опасным деянием // Материалы научно практической конференции «Теория и практика противодействия преступности: современные тенденции». – Минск: Академия МВД, 2012. – С.120-123; Енгальчев В.Ф., Южанинова А.Л. О судебно-психологической экспертизе морального вреда // Российский психологический журнал. – 2007. – №1. Том 4. – С.29-37.

⁵⁸⁷ Холопова Е.Н. Правовые основы судебно-психологической экспертизы по факту морального вреда в уголовном судопроизводстве: монография. – Калининград, 2003. – 112 с.

транзакции и специфики объекта транзакции, что должно также найти отражение в современном законодательстве.

С целью снижения издержек потребителей на разрешение транзакционных споров в результате оппортунистических действий на рынках доверительных благ нами была выделена необходимость развития института досудебного урегулирования данных споров. Досудебный порядок урегулирования споров представляет способ разрешения возникших в ходе или после сделки проблем путем взаимодействия сторон транзакции (переговоры, претензионный порядок) или с привлечением третьих лиц (посредничество), не прибегая к процедурам судебного разбирательства.

Применение института досудебного урегулирования споров на рынках доверительных благ в сравнении с процедурами судебного разрешения конфликтов, по нашему мнению, обладает рядом следующих преимуществ:

- издержки досудебного разбирательства ниже судебных издержек;
- процесс взаимодействия сторон при досудебном урегулировании споров строится на системе быстрой обратной связи;
- процесс досудебного урегулирования споров позволяет достичь компромиссного решения с оптимальным исходом для обеих сторон;
- процесс досудебного урегулирования споров менее стрессовый для потерпевшей стороны, нежели процесс судопроизводства;
- система досудебного разбирательства способствует активному развитию института посредничества.

Развитие института досудебного урегулирования споров на рынках доверительных благ, на наш взгляд, предполагает решение следующих задач:

- закрепление неотвратимости процедур досудебного урегулирования споров;
- регламентирование порядка досудебного разбирательства;
- внедрение института «медиации» в практику;
- развитие методологии областей юриспруденции, сопряженных с процессом досудебного урегулирования споров.

На наш взгляд, неотвратимость досудебного урегулирования споров должна быть обеспечена со стороны контрагентов обязательством закрепления и спецификации данной процедуры в контрактах, а со стороны государства разработкой типовых контрактов или отдельных типовых условий контрактов обязательных для применения. Несоблюдение процедур досудебного разрешения споров, на наш взгляд, допустимо только для случаев нарушений обязательств, повлекших за собой причинение вреда жизни и здоровью потребителей при оказании медицинских услуг или услуг эстетической медицины.

Регламентирование порядка досудебного разбирательства споров, на наш взгляд, предполагает закрепления в отечественном законодательстве порядка и этапов процедуры досудебного разбирательства, порядка оповещения контрагента о проведении экспертизы, разработку форм документального оформления результатов экспертиз, требований к квалификации агентов, уполномоченных на осуществление процедур досудебного разбирательства. Введение обязательства досудебного урегулирования споров между контрагентами транзакций с доверительными благами будет способствовать повышению уровня ответственности исполнителей и позволит «разгрузить» отечественную судебную систему.

Внедрение института «медиации» в практику рынков доверительных благ позволит разрешать возникшие транзакционные споры под контролем посредника – медиатора, достигая компромиссного результата и закрепляя достигнутые договоренности в виде соглашения. При этом мы соглашаемся с позицией А.Гатауллина и И.Жуковской, которые полагают, что для эффективного функционирования данного института необходимо соблюдение условий беспристрастности медиатора, добровольности, взаимоуважения, равноправия сторон, конфиденциальности и нейтральности третьей стороны⁵⁸⁸.

⁵⁸⁸ Гатауллин А.Г., Жуковская И.В. Особенности досудебного урегулирования споров с участием посредника // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2015. – №1(19). – С.97-101.

К областям юриспруденции, сопряженных с процессом досудебного урегулирования споров и методология которых, по нашему мнению, требует усовершенствования, относятся медицинская юриспруденция, методы экспертных исследований, отдельные вопросы защиты прав потребителей. По нашему мнению решение данной задачи предполагает внедрение в образовательные программы ВУЗов отдельных дисциплин или магистерских программ по подготовке специалистов по организации досудебного урегулирования споров.

В рамках группы институтов снижения оппортунизма нами предложено развитие институтов (мер) ответственности за оппортунистические действия. Ввиду сложности доказательства потребителем причинённого им ущерба, отсутствия институтов и критериев оценки степени вреда, отсутствия упорядоченной системы санкций многие действия оппортунистического характера на сегодняшний день так и остаются безнаказанными. Это способствует закреплению «нездоровых» отношений, подрывающих изнутри механизмы рыночного взаимодействия. На сегодняшний день по-прежнему законодательно не закреплена ответственность за деятельность незарегистрированных организаций, за неоднозначность и двусмысленность заключений экспертных организаций, неспецифицирована ответственность за причиненный моральный вред и за ряд иных недобросовестных действий. Исходя из этого с целью снижения последствий оппортунизма и блокирования стимулов к данному поведению необходимо нормативное закрепление мер ответственности за оппортунистические действия в виде систем штрафных и административных санкций, вплоть до уголовной ответственности.

Подводя итог целесообразно сделать вывод, что наличие вероятности трансакционных издержек потребителей на обоих этапах сделки с доверительными благами требует, на наш взгляд, внедрения и развития в практику институтов предупреждения оппортунизма и институтов снижения последствий оппортунизма.

Институты предупреждения оппортунизма должны быть направлены на снижение асимметрии информации и создание эффективных рыночных сигналов за счет формирования государственной информационной системы (развитие подведомственных информационных ресурсов, развитие информационных реестров, развитие института рейтинговой оценки агентов предложения), развитие института цензуры и совершенствование (ужесточение) института рекламы.

Институты снижения последствий оппортунизма должны быть направлены на ликвидацию зон безответственности, формальное закрепление институтов ответственности и систем штрафных санкций, усовершенствование институтов разрешения споров за счет развития института страхования профессиональной ответственности, института компенсации «морального вреда», институтов досудебного разрешения споров, институтов (мер) юридической ответственности за оппортунистические действия субъектов рынка доверительных благ.

3.2 Совершенствование направлений социально-экономической политики государства как инструмента борьбы с оппортунизмом

Вторым структурным элементом, требующим совершенствования и конструктивной трансформации для ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ и снижения его неблагоприятных последствий, на наш взгляд, выступает социально-экономическая политика государства. С учетом объективных проблем рынков доверительных благ, выделенных в рамках данного исследования (и не только), совершенствование социально-экономической политики государства с целью борьбы с оппортунизмом подразумевает под собой комплексный подход, включающий различные аспекты процесса воспроизводства доверительных благ и предполагающий трансформацию различных направлений политики государства. В рамках данной работы наше исследовательское внимание будет сфокусировано только на государственной политике в сфере контроля качества

доверительных благ и на финансовой политике. Предложенные нами конкретные меры совершенствования данных направлений государственной политики, как инструмента борьбы с оппортунизмом на рынках доверительных благ, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Направления и меры совершенствования социально-экономической политики государства, как инструмента борьбы с оппортунизмом на рынках доверительных благ

Направления государственной политики	Меры реализации направлений государственной политики
Политика контроля качества доверительных благ	<ul style="list-style-type: none"> – внедрение интегрированных систем менеджмента качества – развитие института контроля квалификации специалистов – совершенствование механизмов контроля за движением доверительных благ и их выходом на рынок; – развитие института саморегулируемых организаций – развитие стандартов оказания доверительных услуг
Финансовая политика	<ul style="list-style-type: none"> – финансовое стимулирование легальной деятельности – введение системы лекарственного страхования на фармацевтическом рынке
составлено автором	

С целью борьбы с оппортунизмом в рамках государственной политики в сфере контроля качества доверительных благ, по нашему мнению, должны быть предприняты меры по внедрению интегрированных систем менеджмента качества, развитию института контроля квалификации специалистов, совершенствование механизмов контроля за движением доверительных благ и их выходом на рынок, развитие института саморегулируемых организаций на рынках доверительных благ, развитие стандартов оказания доверительных услуг.

Изучению вопросов качества современных благ посвящено немало число работ. Различные теоретические взгляды на процесс сертификации представлены в работах Г.Калугиной⁵⁸⁹, В.Жуковской⁵⁹⁰, Т.Ветошкиной,

⁵⁸⁹ Калугина Т.Г. Сертификация квалификаций – новый этап // Профессиональное образование и рынок труда. – 2014. – №9. – С.8.; Калугина Т.Г. Система подготовки рабочих кадров: точки роста // Инновационное развитие профессионального образования. – 2019. – №3 (23). – С.13-25.

О.Полянок, Л.Дуловой⁵⁹¹, А.Зажигалкина, О.Мезенцевой, Д.Скобелева, А.Топоркова, И.Косоруковой⁵⁹². Изучению систем менеджмента качества посвящены работы Ю.Герцик⁵⁹³, С.Венига, С.Ворошилова, Е.Дубовской⁵⁹⁴, В.Давниса, П.Канапухина, А.Совы⁵⁹⁵, Л.Миэринь⁵⁹⁶, Т.Мухтасаровой, А.Погонина, А.Тяжелникова, Т.Брескиной, Л.Колосова⁵⁹⁷.

Неотъемлемым институтом контроля качества производства доверительных благ является система менеджмента качества. Система менеджмента качества представляет структурный механизм, направленный на оценку и контроль процесса производства доверительных благ на всех его этапах и обеспечение документального сопровождения, что позволяет своевременно выявлять отклонения производственного процесса от критериев и стандартов. Успешное внедрение систем менеджмента качества на предприятиях служит гарантией эффективного мониторинга и контроля качества доверительных благ.

Подтверждение соответствия систем менеджмента качества требованиям технических регламентов, стандартов и правил осуществляется в ходе процедур сертификации. По результатам данной процедуры уполномоченный орган по сертификации предоставляет предприятиям-

⁵⁹⁰ Жуковская В.Ю. Сертификация услуг: схемы и особенности // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2015. – №1. – С.17-21.

⁵⁹¹ Ветошкина Т.А., Полянок О.В., Дулова Л.А. Стандартизация и сертификация профессорско-преподавательского состава Вузов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – Т.2, №11. – С.298-302.

⁵⁹² Зажигалкин А.В., Мезенцева О.В., Скобелев Д.О., Топорков А.А., Косорукова И.А. Применение нормативной базы как инструмента совершенствования деятельности в области контроля качества лекарственных средств и медицинских изделий // Вестник Росздравнадзора. – 2015. – №3. – С.69-76.

⁵⁹³ Герцик Ю.Г. Внедрение систем менеджмента качества и риск менеджмента в здравоохранении и медицинской промышленности // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучения. – 2016. – №2. – С.92-93.

⁵⁹⁴ Вениг С.Б., Ворошилов С.А., Дубовская Е.Н. Современные проблемы функционирования систем менеджмента качества в высших учебных заведениях // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – Т.19, вып.1. – С.98-102.

⁵⁹⁵ Давнис В.В., Канапухин П.А., Сова А.Н. Использование инструментов маркетингового анализа в системе менеджмента качества продукции предприятия // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 7 (91). – С. 57-65.

⁵⁹⁶ Миэринь Л.А. Проблемы построения системы оценки функционирования национальной образовательной системы (НОС) // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. 2015. – С.218-225.

⁵⁹⁷ Мухтасарова Т.Р., Погонин А.В., Тяжелников А.А., Брескина Т.Н., Колосов Л.Л. Внедрение системы менеджмента качества в амбулаторно-поликлиническом объединении. Практика проведения предварительного аудита // Вестник Росздравнадзора. – 2013. – №6. – С.39-46.

заказчикам сертификат соответствия. На сегодняшний день сертификация систем менеджмента качества не является обязательной. Общие принципы менеджмента качества и требования к системам закреплены в стандарте ISO 9001, который взят за основу многими отечественными предприятиями при построении систем менеджмента качества.

Сложность и интеллектуальность современных доверительных благ, обусловленные наличием свойства многомерности у качественных характеристик данных благ, свидетельствуют о необходимости соответствия качества доверительных благ не только общим стандартам, но и специфическим отраслевым стандартам. Требования к организации производства и контроля качества лекарственных средств для медицинского и ветеринарного применения закреплены в стандарте GMP (Good Manufacturing Practice, надлежащая производственная практика), российским аналогом которого является ГОСТ Р 52249-2009⁵⁹⁸. Рекомендации по улучшению организации процессов в учреждениях здравоохранения представлены в стандарте ИСО IWA 1:2005⁵⁹⁹, идентичным которому в России является ГОСТ Р 53092-2008⁶⁰⁰. Рекомендации по построению системы менеджмента качества для учреждений образования отражены в стандарте IWA 2:2007⁶⁰¹, на основе которого в России разработан ГОСТ Р 52614.2-2006⁶⁰². Требования к системам менеджмента качества предприятий, занимающихся автомобильной промышленностью и производящих соответствующие запасные части отражены в стандарте ISO/TS 16949⁶⁰³, идентичным которому является ГОСТ Р ИСО/ТУ 16949-2009⁶⁰⁴.

⁵⁹⁸ ГОСТ Р 52249-2009 «Правила производства и контроля качества лекарственных средств».

⁵⁹⁹ ИСО IWA 1:2005 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению процессов в учреждениях здравоохранения» (IWA 1:2005 "Quality management systems - Guidelines for process improvements in health service organizations").

⁶⁰⁰ ГОСТ Р 53092-2008 Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению процессов в учреждениях здравоохранения.

⁶⁰¹ ISO/IWA 2:2007 «Системы менеджмента качества – Руководящие указания по применению ISO 9001:2000 в образовании».

⁶⁰² ГОСТ Р 52614.2-2006 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания по применению ГОСТ Р ИСО 9001:2001 в сфере образования».

⁶⁰³ ИСО/ТУ 16949:2009 «Системы менеджмента качества. Особые требования по применению ИСО 9001:2008 в автомобильной промышленности и организациях, производящих соответствующие запасные

Опираясь на представленный обзор отраслевых стандартов качества и принимая во внимание общие аспекты внедрения и функционирования интегрированных систем менеджмента качества, выделенные в работах Б.Герасимова, Е.Герасимовой, С.Колмыкова, Ю.Лукашиной, А.Сизикина⁶⁰⁵, Е.Григорян, С.Киреевой⁶⁰⁶, О.Голубенко, Е.Поглазовой⁶⁰⁷, Г.Валиевой, Е.Ситниковой⁶⁰⁸, нами был сделан вывод о необходимости разработки и внедрения на предприятиях и в учреждениях производящих и реализующих доверительные блага интегрированных систем менеджмента качества. Это, на наш взгляд, позволит контролировать множество качественных характеристик доверительных благ на соответствие установленным требованиям.

Внедрение систем менеджмента качества и их сертификации производителями доверительных благ требует в свою очередь наличия специалистов соответствующего уровня квалификации в организациях, уполномоченных для сертификации. Проблема низкой квалификации экспертов по вопросам организации производственного процесса доверительных благ должна быть решена, на наш взгляд, путем развития института целевой подготовки кадров для квалифицированного оказания услуг сертификации и экспертизы.

Одновременно с этим мы полагаем, что совершенствование институтов качества доверительных благ могло бы быть успешно осуществлено за счет частичного возрождения предыдущего опыта в вопросах качества, а именно

части» (ISO/TS 16949:2009 «Quality management systems - Particular requirements for the application of ISO 9001:2008 for automotive production and relevant service part organizations»).

⁶⁰⁴ ГОСТ Р ИСО/ТУ 16949-2009. Системы менеджмента качества. Особые требования по применению ИСО 9001:2008 в автомобильной промышленности и организациях, производящих соответствующие запасные части.

⁶⁰⁵ Герасимов Б.И., Герасимова Е.Б., Колмыков С.А., Лукашина Ю.Ю., Сизикин А.Ю. Научно-методические основы развития интегрированных систем менеджмента качества предприятий и организаций // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – №4 (144). – С.52-55.

⁶⁰⁶ Григорян Е.С., Киреева С.С. Методологические аспекты построения интегрированной системы менеджмента качества // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №2 (71). – С.62-66.

⁶⁰⁷ Голубенко О.А., Поглазова Е.Н. Что такое интегрированная система менеджмента (ИСМ)? // Символ науки. – 2017. – № 04-2. – С.65-69.

⁶⁰⁸ Валиева Г.Ф., Ситникова Е.Ю. Оценка степени реализации зарубежного опыта разработки и внедрения интегрированных систем качества на российских предприятиях // Вестник технологического университета. – 2017. – Т.20, №14. – С.99-101.

возврата к «советским» институтам качества. Ряд современных ГОСТов и нормативных актов, вступивших в действие, к примеру, в 90-е годы, содержат технологические «послабления», которые отрицательным образом сказываются на качестве благ, позволяют снижать количества полезных компонентов благ и добавлять иные составляющие.

Проблема качества доверительных благ напрямую связана с уровнем квалификации субъектов-исполнителей. Старший и средний медицинский персонал, провизоры и фармацевты, аудиторы подлежат обязательной сертификации, дающей им право на осуществление профессиональной деятельности. Для педагогических работников (преподавателей высшей школы, учителей) оценка уровня их квалификации осуществляется в ходе процедур аттестации. Для специалистов автомеханического сервиса и репетиторов процедура сертификации носит добровольный характер.

Трансформация процедур оценки квалификации специалистов на рынках доверительных благ уже коснулась сертификации медицинского (фармацевтического) персонала и аттестации учителей. Порядок допуска к профессиональной деятельности врачей и провизоров в соответствии с Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 23 апреля 2013 г. № 240н с 2017 года заменен на процедуру аккредитации, которая будет проводиться в три этапа, и включать тестирование, выполнение практических заданий и собеседований⁶⁰⁹. Модернизация процедур аттестации учителей, которая реализуется с 2019 года, позволяет учителям раньше срока «выходить» на аттестацию при наличии соответствующих достижений, дает возможность минуя одну категорию, получать иную категорию, позволяет учитывать достижения их учеников и положение в рейтинге, а также предполагает введение должностей старшего и ведущего учителя. Данные изменения имеют как свои плюсы, так и свои

⁶⁰⁹ Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 23 апреля 2013 г. № 240н г. Москва «О Порядке и сроках прохождения медицинскими работниками и фармацевтическими работниками аттестации для получения квалификационной категории». Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <https://rg.ru/2013/07/24/medattestacia-dok.html> (дата обращения 13.10.2017).

минусы, что свидетельствует о том, что модернизация института оценки квалификации исполнителей это еще незавершенный процесс, требующий доработок.

В любом случае трансформация института контроля квалификации должна быть направлена на стимулирование специалистов рынка доверительных благ к повышению своих умений и навыков, и одновременно на создание возможностей для самореализации и достойной оценки уровня профессионализма специалистов. Порядок сертификации (аттестации), на наш взгляд, должен позволять продемонстрировать и оценить уровень теоретических знаний, практические навыки (методические наработки), а также общий уровень эрудиции в ходе индивидуального собеседования. Ценность собеседования в процедуре сертификации (аттестации), на наш взгляд, состоит в непосредственной возможности членов комиссии в ходе прямой дискуссии сформировать представление о квалификации аттестующихся, что зачастую не представляется возможным выявить в результате тестирования и в ходе практических манипуляций. Организациями, уполномоченными на проведение сертификационных мероприятий, на наш взгляд, могли бы стать независимые центры сертификации, при которых будут формироваться комиссии с приглашенными членами, имеющими достижения в тех или иных научных областях и опыт работы, позволяющий им в полной мере оценить знания и навыки аттестующихся. Результаты сертификационных испытаний, экзаменов, собеседований целесообразно отражать в срочных сертификатах (аттестатах), содержащих информацию об организации, проводившей контрольные мероприятия и решение аттестационной комиссии.

Необходимость совершенствования механизмов контроля за движением доверительных благ и их выходом на рынок обусловлена в первую очередь проблемой стремительного развития теневого сектора рынков доверительных благ, что способствует формированию и реализации недобросовестных схем взаимодействия. Как было выделено нами ранее

процесс производства и распределения доверительных благ многостадийен и предполагает участие нескольких хозяйствующих субъектов. Тесная взаимосвязь субъектов одной логистической цепочки или одной транзакции на рынках доверительных благ обуславливает их двойственное положение: это положение потенциальной жертвы оппортунизма и положение источника оппортунизма. Риск оппортунистических действий и зачастую неоднократных в отношении доверительных товаров на любой стадии их жизненного цикла обуславливает необходимость внедрения институтов контроля качества, позволяющих своевременно отслеживать субъектами предложения их качество на любой стадии производственной цепочки и принимать для себя решение об их дальнейшем продвижении.

Возможность своевременного мониторинга и контроля качества доверительных товаров, на наш взгляд, предполагает введение в отечественную практику обязательства маркировки доверительных благ и нанесения штрих-кодов, учтенных в базах данных и системах контроля качества, а также обязательство нанесения отметок о результатах процедур валидации.

В практику отечественного фармацевтического рынка с января 2018 года внедряется система маркировки лекарственных препаратов, предполагающая нанесение на каждую упаковку двумерного матрикс-кода, и введение в действие Федеральной государственной информационной системы мониторинга движения лекарственных препаратов от производителя до конечного потребителя с использованием маркировки. Введение данного института предназначено «для организации непрерывного мониторинга движения лекарственных препаратов с использованием индивидуальной и групповой кодированной маркировки (сериализация и агрегация) и идентификации упаковок лекарственных препаратов в целях обеспечения

эффективного контроля качества лекарственных препаратов, находящихся в обращении, и борьбы с их фальсификацией⁶¹⁰».

Основой для внедрения данных институтов в практику, по нашему мнению, также должно послужить совершенствование нормативно-правовой базы. Это, на наш взгляд, предполагает не только законодательное закрепление институтов мониторинга и контроля качества доверительных благ, но и закрепление мер ответственности, в частности разработка мер коллективной ответственности всех субъектов логистической цепочки. Коллективная ответственность предполагает штрафные санкции в отношении всех субъектов предложения, которые имели объективную возможность выявить некачественный товар, но не воспользовались ею или сознательно пренебрегли ею, и «пропустили» товар в направлении к потребителю. Реализация данной меры нацелена не только на обеспечение возможности своевременного мониторинга и контроля качества доверительных благ, но и косвенно нацелена на формирование и поддержание репутации контрагентов.

Развитие института саморегулируемых организаций (СРО) на рынках доверительных благ призвано, на наш взгляд, в перспективе обеспечить эффективную организацию, мониторинг и контроль качества процессов производства и распределения доверительных благ, одновременно с этим выступая эффективным сигналом гарантии качества.

Согласно Федеральному закону № 315-ФЗ от 01.12.2007 г. «О саморегулируемых организациях» под саморегулированием понимается самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности, содержанием которой являются разработка и установление стандартов и

⁶¹⁰ Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30 ноября 2015 г. № 866 «Об утверждении концепции создания Федеральной государственной информационной системы мониторинга движения лекарственных препаратов от производителя до конечного потребителя с использованием маркировки». Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации. – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/documents/9490-prikaz-ot-30-noyabrya> (дата обращения 15.05.2018).

правил деятельности, контроль соблюдения требований стандартов и правил⁶¹¹.

Полномочия саморегулируемых организаций (СРО) включают разработку и установление условий членства; применение мер дисциплинарного воздействия в отношении своих членов; анализ деятельности членов; представление интересов членов СРО в их отношениях с органами государственной власти, органами местного самоуправления; организацию профессионального обучения, аттестацию работников членов СРО или сертификацию произведенных членами СРО товаров (работ, услуг); осуществление контроля за деятельностью членов в части соблюдения ими требований стандартов и правил СРО; рассмотрение жалоб на действия членов СРО и дел о нарушении членами требований стандартов и правил СРО; ведение реестра членов СРО в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом⁶¹².

На сегодняшний день данный институт находит практическое применение лишь для ряда отдельных сфер и отраслей экономики, таких как строительство, проектные работы и капитальный ремонт, проектирование, изыскательство, электроснабжение и отопление, аудиторская деятельность, рекламная деятельность, страхование и иные. Медленными темпами внедрение институтов СРО осуществляется в медицинской и фармацевтической сферах. В фармацевтической сфере функционируют НП «Стандарты Фармацевтического рынка», НП «Фармацевтическое единство», СРО Национальной фармацевтической палаты и иные. В сфере медицины – Национальная медицинская палата, Ассоциация частных клиник Москвы, Ассоциация частных клиник Санкт-Петербурга и иные. Вступление в данные организации на сегодняшний день является добровольным и не отменяет институт лицензирования.

⁶¹¹ Федеральный закон от 01.12.2007 N315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» // Общероссийская Сеть распространения правовой информации КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72967 (дата обращения 13.10.2017).

⁶¹² Там же.

Внедрение института СРО на рынках доверительных благ, на наш взгляд, должно быть направлено на решение следующих актуальных для данного рынка проблем:

- обеспечение контроля качества благ, создаваемых членами СРО, предоставление гарантий качества;
- поддержание высокого уровня логистических процессов;
- развитие систем контроля ценообразования на этапах жизненного цикла блага;
- минимизация недобросовестной конкуренции и гарантия защиты членов СРО от нее;
- обеспечение гарантий неотвратимости санкций и ответственности членов СРО, гарантий возмещения вреда.

На сегодняшний день положения Федерального закона № 315-ФЗ от 01.12.2007 г. «О саморегулируемых организациях» не адаптированы под особенности сфер производства, распределения и обмена социально значимых благ, для которых характерны сложность или невозможность устранения потребительских потерь в случае неблагоприятного исхода сделки. Это свидетельствует о первостепенной, на наш взгляд, необходимости адаптации данного нормативно-правового акта под специфику рынков доверительных благ.

Авторская позиция о необходимости развития стандартов оказания услуг продиктована потребностью в развитии институтов качества предоставляемых услуг (борьба с качественным оппортунизмом), потребностью контроля объемов предоставляемых услуг (транзакционный оппортунизм), потребностью борьбы с недобросовестным ценообразованием (завышенной стоимостью услуг).

Информационные несовершенства рынка доверительных благ не позволяют потребителям самостоятельно делать выводы о качестве благ (услуг) и одновременно об их необходимом объеме (количестве мероприятий). Это в свою очередь позволяет субъектам предложения

использовать неопределенность качества и ограниченную рациональность потребителей в целях извлечения индивидуальной ренты.

Развитие стандартов оказания услуг для всех типов доверительных благ, на наш взгляд, позволило бы ужесточить критерии качества, тем самым способствуя институциональной «оформленности» данных благ, упорядочить и нормативно закрепить перечень мероприятий, входящих в одну конкретную услугу, а также позволило бы на основе данного сформированного перечня рассчитать (и может быть в перспективе и нормативно закрепить) предельную величину полной стоимости услуг (сделки), выше которой их оказание не должно осуществляться.

К примеру, для расчета предельных величин стоимости полной сделки (курса лечения) на квазирынках медицинских услуг уже имеется необходимая нормативно-правовая база. Приказами Министерства здравоохранения РФ утверждена номенклатура медицинских услуг, утверждены стандарты специализированной медицинской помощи⁶¹³, включающие перечень мероприятий для диагностики заболеваний, перечень медицинских услуг для лечения заболевания, состояния и контроля за лечением, перечень лекарственных препаратов для медицинского применения, с указанием средних суточных и курсовых доз, изложены виды лечебного питания. В перспективе готовится разработка клинических протоколов диагностики и лечения. Законодательно утверждены правила обязательного медицинского страхования, закрепляющие методику расчетов тарифов на оплату медицинской помощи по ОМС⁶¹⁴. Очевидно, что данные институты уже позволяют рассчитать и закрепить на федеральном уровне предельные величины стоимости полной сделки для субъектов предложения медицинских услуг «квазирыночного» сектора рынка доверительных благ.

⁶¹³ Стандарты специализированной медицинской помощи. Материалы официального сайта Министерства здравоохранения Российской Федерации. – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/22/stranitsa-979/stranitsa-983/2-standarty-spetsializirovannoy-meditsinskoj-pomoschi> (дата обращения 15.05.2018).

⁶¹⁴ Приказ Министерства здравоохранения и социального развития России от 28.02.2011 г. № 158н «Об утверждении Правил обязательного медицинского страхования». Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111285/ (дата обращения 15.05.2018).

На сегодняшний день также уже разработаны и функционируют на федеральном уровне стандарты начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального образования, правила (стандарты) аудиторской деятельности, система технического обслуживания и ремонта техники. Усовершенствование данных институтов, их спецификация и установление стоимости каждого отдельного мероприятия в рамках услуги, на наш взгляд, позволило бы достичь «прозрачности» предоставляемых услуг на рынках доверительных благ.

При этом мы полагаем, что наличие стандартов оказания услуг и разработанные на их основе стоимостные ограничения сделок вовсе не свидетельствуют об отсутствии возможности проведения дополнительных мероприятий в случае если желаемый результат сделки не достигнут сверх закрепленных нормативов и предельных величин. Так как сделки, объектами которых выступают доверительные блага специфичны, то особенности и порядок исполнения сделок, не вписывающихся в данные стандарты или заранее предполагающие высокую степень риска, следует рассматривать в индивидуальном порядке. Индивидуальный подход подразумевает привлечение к принятию решения посредников, что, мы полагаем, также способствует повышению качества сделки. Для начала ими могут выступать внутренние посредники в рамках учреждения или организации, где осуществляется сделка.

Таким образом, на наш взгляд, развитие стандартов оказания услуг на рынках доверительных благ путем их нормативной спецификации, закрепление мероприятий, входящих в одну услугу, и закрепление стоимости доверительных благ, позволит решить следующие проблемы:

– повысит институциональную «оформленность» доверительных благ (услуг), что одновременно позволит снизить транзакционные издержки потребителей на защиту их потребительских прав и снизит субъективность (персонифицированность) восприятия потребителем качества данных благ;

– ограничит возможности для необоснованного завышения объемов (количества) услуг сверх стандартов, превышающих предельную величину стоимости сделки, тем самым снизив транзакционный и ценовой оппортунизм;

– повысит стимулы исполнителей услуг к ответственному решению и исполнению каждой сделки и каждого индивидуального случая;

– ограничит возможности и стимулы к злоупотреблению рыночной властью субъектами-монополистами.

Вторым направлением государственной политики на рынках доверительных благ, которое, на наш взгляд, также на сегодняшний день требует совершенствования в целях борьбы с оппортунизмом, является финансовая политика. В качестве конкретных мер ее совершенствования в работе предложена и теоретически обоснована необходимость финансового стимулирования легальной деятельности на рынках доверительных благ и необходимость введения системы лекарственного страхования на фармацевтическом рынке.

Необходимость стимулирования легальной деятельности на рынках доверительных благ, по нашему мнению, в первую очередь обусловлена уже выделенной нами ранее проблемой стремительного развития теневого сектора рынка доверительных благ, что способствует формированию и реализации недобросовестных схем взаимодействия.

На рынках инспекционных и опытных благ стимулирование легальной деятельности осуществляется государством путем снижения барьеров для входа на рынок, ослабления административных барьеров осуществления деятельности. На рынках же доверительных благ данные меры, на наш взгляд, нецелесообразны в связи с тем, что объектом данного рынка выступают блага с высокой индивидуальной и социальной значимостью. Исходя из этого институты контроля качества доверительных благ, институты предоставления прав деятельности, институты контроля ценообразования на доверительные блага неотъемлемы на изучаемых

рынках. Поэтому стимулирование и поддержание легальной деятельности субъектов предложения доверительных благ необходимо, на наш взгляд, осуществлять за счет мер финансовой поддержки, а именно:

- развития институтов поддержки малого и среднего бизнеса, задействованного в производстве доверительных благ;
- развития инструментов налоговых послаблений для субъектов, производящих блага с положительными внешними эффектами⁶¹⁵.

Институтам поддержки малого и среднего бизнеса на сегодняшний день уделяется немалое внимание. Для рынков доверительных благ они не менее актуальны и подразумевают активную финансовую помощь (субсидирование) субъектов предложения на региональном и федеральном уровнях за счет как бюджетных, так и внебюджетных средств. Государственная финансовая помощь, предоставляемая учреждениям и отдельным исполнителям, нацелена на снижение стимулов к нелегальной деятельности путем частичной компенсации производственных издержек и издержек на маркетинговые кампании. Финансовая поддержка позволит также стимулировать совершенствование профессиональных качеств субъектов предложения, внедрение инновационных методов и технологий в практическую деятельность, развитие здоровой конкуренции. Одновременно с этим развитие института грантовой поддержки производства доверительных благ, на наш взгляд, призвано морально стимулировать субъектов предложения, подчеркивая значимость и государственную заинтересованность в достижении данными субъектами высоких результатов.

Введение налоговых послаблений для субъектов предложения доверительных благ предполагает предоставление начинающим рыночным агентам налоговых скидок, налоговых освобождений (за счет уменьшения налоговой ставки или налогового оклада), освобождения от налогообложения отдельных видов имущества.

⁶¹⁵ Колосова М.А. Проблема теневой экономики на рынках доверительных благ // Сборников научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Казань. – 2018. – №5. – С.9-12.

Введение системы лекарственного страхования на фармацевтическом рынке обусловлено, на наш взгляд, необходимостью развития на данных рынках инструмента контроля ценообразования и ограничения ценового оппортунизма. Институт лекарственного страхования предполагает трансформацию традиционной для отечественного фармацевтического рынка субъектной схемы транзакции «потребитель – продавец» на схему «потребитель-государство - продавец», где государство выступает в качестве соплательщика. Частичная компенсация государством стоимости распространяется только в отношении рецептурных лекарственных препаратов, цены на которые «согласованы» с государством (установлены по договоренности между производителем и государством), и внесены в «позитивный перечень лекарственных средств».

Процентное соотношение доли стоимости лекарственного препарата оплачиваемой государством и доли оплачиваемой потребителем предположительно могло бы составить 40% и 60% соответственно. Однако окончательное решение о соотношении доли соплатежа требует тщательной проработки и должно основываться на объективных возможностях бюджета государства. Описанная модель лекарственного страхования в различных интерпретациях успешно реализуется во Франции, Италии, Норвегии, Швеции, Канаде, Австралии.

Эффективность предлагаемого инструмента в борьбе с оппортунизмом заключается в необходимости производителя с целью попадания в «позитивный» список и обеспечения для себя гарантированного сбыта «договариваться» с государством о цене лекарственных препаратов. Оппортунистически настроенный производитель, необоснованно завышающий при государственной регистрации цены на свои лекарственные средства, не попадает в «позитивный перечень» и не попадает под механизм соплатежа, теряя в результате рынок сбыта.

Подводя итог данного этапа исследования, целесообразно резюмировать, что успех в борьбе с оппортунистическими действиями

субъектов рынка доверительных благ будет во многом зависеть от эффективности мероприятий, проводимых в рамках направлений социально-экономической политики государства.

В целях ограничения качественного оппортунизма на рынках доверительных благ государством должны быть предприняты меры для совершенствования политики в сфере контроля качества доверительных благ. В качестве данных мер в работе предложено и обосновано внедрение интегрированных систем менеджмента качества, развитие института контроля квалификации специалистов, совершенствование механизмов контроля за движением доверительных благ и их выходом на рынок, развитие института саморегулируемых организаций на рынках доверительных благ, развитие стандартов оказания доверительных услуг.

Одновременно с этим в целях борьбы с оппортунизмом на рынках доверительных благ необходимо совершенствование финансовой политики государства, а именно необходимость финансового стимулирования легальной деятельности на данных рынках и целесообразность введения системы лекарственного страхования на фармацевтическом рынке.

3.3 Институт доверия как инструмент ограничения оппортунистического поведения на рынках доверительных благ

Грамотно выстроенная социально-экономическая политика государства на рынках доверительных благ наряду с эффективными рыночными и административными институтами, на наш взгляд, не в состоянии в полной мере справиться с проблемой оппортунизма субъектов данного рынка до тех пор, пока их мышление и поведение продиктовано корыстными антагонистическими мотивами. Современное общество должно само отказаться от подобной модели поведения, а это, на наш взгляд, подразумевает необходимость формирования межличностных отношений иной формации, основанных на доверии, заинтересованности и открытости,

сводящих на нет всяческие внутренние мотивы и стимулы к недобросовестному поведению.

Как было выделено нами в ходе исследования, на сегодняшний день изучению института доверия и его роли в принятии потребительского решения посвящено значительное число работ, среди которых труды О.Уильямсона, Д.Норта, Д.Уоллиса, Ф.Фукуямы, Дж.Коулмана, Д.МакАллистера, В.Радаева, А.Шаститко, А.Шмакова, А.Ляско, И.Яреско, А.Купрейченко, М.Богатыревой, С.Винокурова, П.Гурьянова, А.Медведь, Д.Щербаковой (ссылки на работы были даны ранее). В рамках изучения социально-экономических условий, способствующих формированию оппортунизма субъектов рынка доверительных благ, нами были указаны работы, в которых изложена, разделяемая нами позиция о низком уровне доверия современного общества. Это труды Н.Калюжной, О.Тахановой, Н.Байкова, В.Руденкина, Е.Реутова, М.Реутовой, Н.Романович, П.Аронсон, А.Мироновой.

Для рынков доверительных благ с высокой (абсолютной) степенью неопределенности качества, на наш взгляд, процесс наращивания доверия является приоритетным. Данная авторская позиция основана на полученных в рамках данного исследования результатах, а именно на теоретически обоснованной позиции об эффективности фактора доверия в качестве инструмента снижения неопределенности качества на рынках доверительных благ (п.1.3), на сформулированной в работе позиции о характерных в чистом виде для потребителей на рынках доверительных благ (в условиях недостатка явной информации, чтобы ставить качество доверительных благ под сомнение) только двух ситуаций (стратегий) – «доверие» или «недоверие» (п.1.3), и, наконец, на обоснованной зависимости величины транзакционных издержек потребителей на рынках доверительных благ от уровня доверия и институциональной «оформленности» доверительных благ.

Доверие, по мнению Ф.Фукуямы, является ядром «социального капитала», характеризующего «определенный потенциал общества или его

части⁶¹⁶». При этом понятие «доверие» целесообразно рассматривать на двух уровнях: деперсонифицированное и персонифицированное доверие⁶¹⁷. Деперсонифицированное доверие, в основе которого лежат общественные нормы, правила и убеждения, формирует и обуславливает представления индивидов о действительности, его модели поведения, позволяющие адаптироваться в социуме, минимизируя риски. Персонифицированное доверие представляет собой тип межличностных отношений, позволяющий взаимодействовать агентам без предостороженности и сомнений, издержек контроля, извлекая из данных отношений полезность и получая доступ к ресурсам.

Выделенная в рамках данного исследования проблема низкого уровня обобщенного доверия между членами современного общества (упадок духовности, личностная обособленность индивидов, отсутствие веры в намерения контрагентов, настороженность, п.2.1) порождает, на наш взгляд, рост стимулов к оппортунистическим действиям, что свидетельствует о необходимости повышения деперсонифицированного доверия и о целесообразности рассмотрения данного института в качестве инструмента ограничения оппортунистического поведения на рынках доверительных благ. Одновременно с этим низкая эффективность функционирующих на сегодняшний день рыночных сигналов на рынках доверительных благ, не позволяющих потребителю сформировать представления о качестве благ и о добросовестности субъектов предложения, обуславливает потребность в формировании персонифицированного доверия и также свидетельствует о целесообразности рассмотрения данного института в качестве инструмента ограничения оппортунистического поведения на рынках доверительных благ. Данные авторские позиции в обобщенном виде представлены на рисунке 6.

⁶¹⁶ Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, Ермак, 2004. – 730 с.

⁶¹⁷ Курбатова М.В., Левин С.Н., Каган Е.С. Структура социального капитала как фактор институционального развития региона // Общественные науки и современность. – 2010. – №6. – С.37-51.

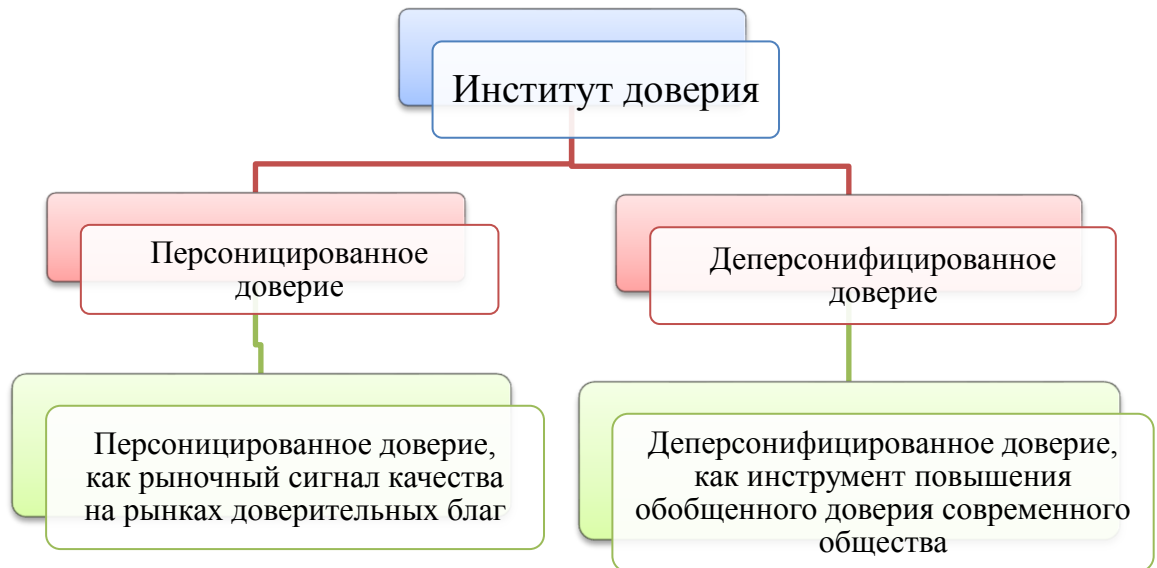


Рисунок 6 – Институт доверия как инструмент ограничения оппортунистического поведения на рынках доверительных благ

В ходе исследования нами неоднократно была изложена позиция о необходимости развития рыночных инструментов, способствующих дифференциации доверительных благ в условиях асимметрии информации. При изучении институтов ограничения оппортунизма, в рамках выделенной нами группы институтов предупреждения оппортунизма, направленных на снижение асимметрии информации и на развитие рыночных сигналов, нами была теоретически обоснована необходимость формирования государственной информационной системы, необходимость развития института цензуры и совершенствования (ужесточения) института рекламы. Мы полагаем, что перечень предложенных институтов целесообразно дополнить институтом персонифицированного доверия и рассматривать его в качестве инструмента рыночного сигналирования, способного, на наш взгляд, обеспечить эффективную дифференциацию рыночных альтернатив, как на рынках доверительных благ с разделяющим равновесием, так и на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием.

Общие модели установления разделяющего рыночного равновесия на рынках доверительных благ и смешивающего равновесием на данных рынках

представлены и теоретически обоснованы в параграфе 2.1. В данном параграфе мы предлагаем модифицировать ранее рассмотренные модели рыночного равновесия за счет инструмента персонифицированного доверия, способствующего установлению эффективного разделяющего равновесия.

Согласно общей модели рыночного равновесия на рынках доверительных благ функция полезности субъектов предложения описывается следующим образом:

$$U(w, e, \alpha_i) = u(w) - c(e, \alpha_i),$$

где c – издержки создания сигнала, e – уровень сигнала, w_i – вознаграждение i -того субъекта предложения.

В предложенном нами частном случае установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, где сигнальную функцию выполняет только «сигнал доверия», функция полезности субъектов предложения примет следующий вид:

$$U(w, \tau, \alpha_i) = u(w) - c(\tau, \alpha_i),$$

где α_i – тип субъекта предложения, c – издержки создания сигнала, τ – уровень сигнала доверия, w_i – вознаграждение i -того субъекта предложения.

При этом ограничения модели будут иметь следующий вид:

– субъект предложения не склонен к риску, что описывается возрастающей ($u'(w) > 0$) выпуклой ($u''(w) < 0$) функцией зависимости полезности от вознаграждения (дохода);

– величина издержек создания сигнала доверия характеризуется прямой зависимостью от его уровня ($\frac{\partial c}{\partial \tau} \geq 0$) и описывается законом убывающей предельной полезности ($\frac{\partial^2 c}{\partial \tau^2} \leq 0$);

– величина издержек создания сигнала доверия характеризуется отрицательной зависимостью от типа субъекта предложения ($\frac{\partial c}{\partial \alpha} < 0$);

– предельные издержки сигнализирования убывают по типу субъекта предложения ($\frac{\partial^2 c}{\partial \tau \partial \alpha} < 0$).

Графическая иллюстрация модели установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, где в качестве сигнала выступает институт доверия, представлена на рисунке 7:

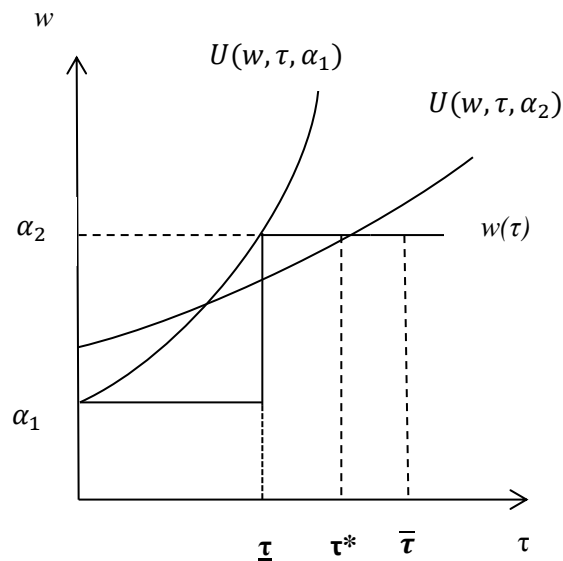


Рисунок 7 – Модель установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, где в качестве сигнала выступает институт доверия

Уровень сигнала доверия в интервале $[\underline{\tau}; \bar{\tau}]$ характеризует рыночного агента, как субъекта предложения высококачественных доверительных благ, в намерениях которого потребитель не сомневается и готов заплатить ему w_2 . Если уровень сигнала доверия находится в интервале $[0, \underline{\tau}]$, то потребитель заплатит w_1 . Очевидно, что субъектам предложения высококачественных доверительных благ для получения вознаграждения w_2 достаточно сигнала доверия уровня $\underline{\tau}$, а субъектам предложения низкокачественных доверительных благ, неспособным создавать данный уровень сигнала, целесообразно выбрать нулевой уровень сигнала (в рамках интервала $[0, \underline{\tau}]$).

Условия самоотбора при установлении разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, где в качестве рыночного сигнала выступает институт доверия, примет следующий вид:

– для субъектов предложения низкокачественных благ (α_1):

$$\begin{aligned} u(w_1) - c(\tau_1, \alpha_1) &\geq u(w_2) - c(\tau_2, \alpha_1) \leftrightarrow \\ &\leftrightarrow u(\alpha_2) - c(\tau^*, \alpha_1) \leq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_1) \end{aligned}$$

– для субъектов предложения высококачественных благ (α_2):

$$\begin{aligned} u(w_2) - c(\tau_2, \alpha_1) &\geq u(w_1) - c(\tau_1, \alpha_2) \leftrightarrow \\ &\leftrightarrow u(\alpha_2) - c(\tau^*, \alpha_2) \geq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_2). \end{aligned}$$

где τ^* – уровень сигнала доверия, при котором владельцам низкокачественных благ выгодно выбирать нулевой уровень сигнала, а владельцам высококачественных доверительных благ уровень τ^* ; τ_1, τ_2 – уровни сигнала доверия владельцев изкокачественных и высококачественных благ соответственно; w_1, w_2 – выигрыши владельцев низкокачественных и высококачественных доверительных благ соответственно.

Преимущество института доверия в качестве рыночного сигнала для установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ над выделенными нами ранее ценовым фактором и фактором рыночной репутации субъектов предложения обусловлено, на наш взгляд, следующим:

– информативностью и достоверностью передаваемого субъектами предложения сигнала доверия по причине его способности незамедлительно изменять свой уровень и тем самым своевременно отражаться на условии самоотбора;

– быстротой формирования фактора доверия и быстротой его снижения (утраты) в случае снижения качества благ, что не свойственно фактору рыночной репутации;

– отсутствием у агентов предложения возможности подачи ложного сигнала, что может быть характерно для ценового фактора.

Модификация классической сигнальной модели М.Спенса за счет включения в нее фактора (сигнала) доверия, на наш взгляд, позволяет описать механизм установления на рынках доверительных благ эффективного разделяющего равновесия, гарантирующего субъектам спроса, что агенты с уровнем сигнала доверия $[\underline{\tau}; \bar{\tau}]$ являются «истинными» владельцами высококачественных доверительных благ, у которых отсутствуют стимулы к снижению качества и оппортунизму. Утрата потребительского доверия в результате оппортунистических действий и, как результат, снижение сигнала доверия приведет к «переходу» субъекта-оппортуниста в группу владельцев низкокачественных благ (α_1), потери доли потребительского рынка, снижению его благосостояния и потребует от него издержек на восстановление потребительского доверия до уровня $\underline{\tau}$.

Важным преимуществом института доверия, на наш взгляд, также является его способность обеспечивать установление разделяющего равновесия на рынках доверительных благ со смешивающим рыночным равновесием. Возможность установления смешивающего равновесия на рынках доверительных благ мы аргументировали незначимостью ценового фактора и фактора рыночной репутации в качестве рыночного сигнала по причине установления единообразных цен на рынках с олигополистической структурой, в связи с тарифным ценообразованием на квазирынках медицинских услуг, по причине слабости сигнала рыночной репутации в отсутствии явных лидеров.

Субъекты спроса, в условиях смешивающего рыночного равновесия, не получают от субъектов предложения сигналы, позволяющие им дифференцировать доверительные блага, и одновременно с эти не имеют возможности предложить агентам предложения разное вознаграждение ($w - const$). В таком случае, когда цена представленных на рынке доверительных благ едина, то в качестве инструмента установления разделяющего равновесия, на наш взгляд, целесообразно рассматривать фактор доверия. При этом на рынках со смешивающим равновесием

институт доверия начинает выступать и в качестве рыночного сигнала, и в качестве фактора от которого зависит вознаграждение агентов предложения.

Субъекты предложения высококачественных доверительных благ на рынках со смешивающим равновесием, вызывающие у потребителей доверие, получают от субъектов спроса высокий кредит доверия τ_2 и тем самым гарантируют себе фиксированное вознаграждение w . Субъекты предложения, невызывающие у потребителей доверия (владельцы низкокачественных доверительных благ), получают от субъектов спроса низкий кредит доверия τ_1 и тем самым не могут гарантировать себе получение фиксированного стоимостного вознаграждения w .

Функция полезности субъектов предложения за счет включения в нее фактора доверия на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием будет иметь вид:

$$U(w, \tau, \alpha_i) = u(w(\tau_i)) - c(\tau_i, \alpha_i),$$

где α_i – тип субъекта предложения, c – издержки создания сигнала, τ_i – уровень сигнала доверия i -того субъекта предложения, $w(\tau_i)$ – вознаграждение i -того субъекта предложения, зависящее от уровня его сигнала доверия.

Величина $u(w(\tau_i))$ – сложная функция от вознаграждения i -того субъекта предложения, которое в свою очередь зависит от уровня доверия к нему и предопределяет объем спроса на благо.

Ограничения данной модели будут иметь следующий вид:

– полезность субъекта предложения описывается сложной функцией $u(w(\tau_i))$, где получение (неполучение) им фиксированного вознаграждения зависит от фактора доверия, а значит и полезность субъектов предложения описывается прямой зависимостью от величины доверия ($u'(\tau) > 0$, $u''(\tau) < 0$), что представлено на рисунке 8.

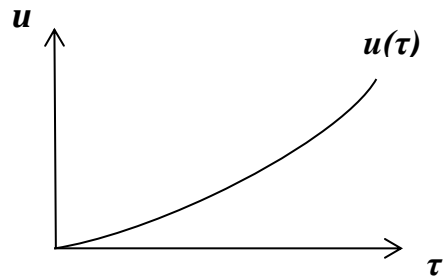


Рисунок 8 – Зависимость полезности субъекта предложения на рынках доверительных благ от фактора доверия

– иные ограничения аналогичны предыдущей рассмотренной нами модели: $\frac{\partial c}{\partial \tau} \geq 0$; $\frac{\partial^2 c}{\partial \tau^2} \geq 0$; $\frac{\partial c}{\partial \alpha} < 0$; $\frac{\partial^2 c}{\partial \tau \partial \alpha} < 0$.

Графическая иллюстрация модели установления разделяющего равновесия на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием по фактору доверия представлена на рисунке 9:

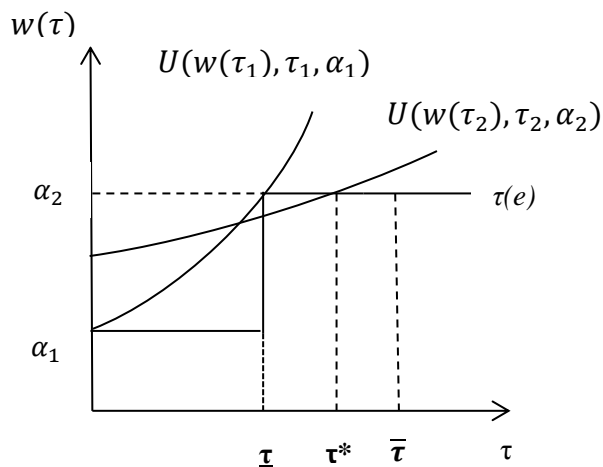


Рисунок 9 – Модель установления разделяющего равновесия по фактору доверия на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием

Субъекты предложения высококачественных доверительных благ передают сигнал доверия уровня τ^* и исходя из этого получают вознаграждение $w(\tau_2)$. Субъекты предложения низкокачественных

доверительных благ подают нулевой рыночный сигнал, который не позволяет им завоевать «кредит доверия», и в лучшем случае получают вознаграждение $w(\tau_1)$ или не получают его вообще.

Условие самоотбора по фактору доверия на рынках доверительных благ со смешивающим равновесием будет иметь следующий вид:

– для субъектов предложения низкокачественных благ (α_1):

$$u(w(\tau_1)) - c(\tau_1, \alpha_1) \geq u(w(\tau_2)) - c(\tau_2, \alpha_1)$$

$$u(\alpha_1) - c(\tau^*, \alpha_1) \leq u(\alpha_2) - c(0, \alpha_1)$$

– для субъектов предложения высококачественных благ (α_2):

$$u(w(\tau_2)) - c(\tau_2, \alpha_2) \geq u(w(\tau_1)) - c(\tau_1, \alpha_2)$$

$$u(\alpha_2) - c(\tau^*, \alpha_2) \geq u(\alpha_1) - c(0, \alpha_2).$$

Потребитель дифференцирует для себя субъектов предложения доверительных благ по фактору доверия, что стимулирует процесс сигнализирования и обеспечивает установление разделяющего равновесия.

Изучение методов формирования персонифицированного доверия на рынках доверительных благ подразумевает определение субъекта и направлений (инструментов). Субъектами формирования персонифицированного доверия на рынках доверительных благ, на наш взгляд, должны выступать субъекты предложения, являющиеся непосредственными источниками доверительных благ и информации о них.

Уникальность и одновременно эффективность института персонифицированного доверия, на наш взгляд, состоит в том, что данный институт является сложно детерминированным, что не позволяет идентифицировать формирующие его характеристики, а, следовательно, свидетельствует о сложности его искусственного воссоздания. Исходя из этого, мы полагаем, что в основе персонифицированного доверия лежат ценностно-моральные составляющие субъекта-источника доверия, которые формируются под влиянием обобщенного доверия (специфика данного института будет рассмотрена нами ниже), и поддерживается за счет

института рыночной репутации субъектов предложения и института организационной культуры субъектов предложения.

Рыночная репутация агентов предложения, как инструмент формирования (поддержания) персонифицированного доверия на рынках доверительных благ, в нашем понимании, не тождественна их высокому имиджу или успешному позиционированию себя перед потенциальными потребителями, а тождественна понятию авторитет и может быть охарактеризована за счет таких субъективных эпитетов, как надежность, уверенность, доверительность. Сигналом обратной связи от субъектов спроса к субъектам предложения является неоднократность транзакций (при наличии такой потребности), положительные отзывы, длительность взаимодействия. Это свидетельствует о сознательном потребительском выборе в пользу определенного субъекта предложения, что позволяет ему формировать свою клиентскую базу, способствует повышению уверенности в себе, стимулирует развитие профессиональных качеств и желание соответствовать статусу. Иными словами способствует развитию всех тех составляющих, которые укрепляют персонифицированное доверие к нему у субъектов спроса.

Эффективность института репутации на рынках доверительных благ заключается в прямой зависимости: чем выше качество и добросовестность профессиональной деятельности субъектов предложения, тем выше их рыночная репутация, и, как результат, выше устойчивые доверительные связи между контрагентами. Примером описанной зависимости выступает сложившаяся на Западе многолетняя практика услуг семейных докторов, длительность взаимодействия с которыми, позволяет выстроить надежные доверительные отношения, зачастую выходящие за пределы регламентированных рыночных транзакций.

Вторым направлением формирования персонифицированного доверия, на наш взгляд, является развитие и поддержание организационной культуры субъектов предложения. Одним из критериев идентификации доверительных

благ из многообразия современных благ, выделенных нами в начале исследования, является персонифицированный характер восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ, к причинам данной особенности мы отнесли: различия психоэмоционального восприятия качественных характеристик доверительных благ; различия физиологических особенностей восприятия качественных характеристик доверительных благ; различия в оценках потребителями целесообразности (неизбежности) потребления доверительных благ, различия в оценках сложности устранения транзакционных потерь в результате неблагоприятного исхода сделки. Выделенный нами институт организационной культуры субъектов предложения, на наш взгляд, призван воздействовать как раз на психоэмоциональное восприятие потребителем качественных характеристик доверительных благ.

Организационная культура представляет коллективно разделяемые ценности, убеждения и модели поведения членов организации, которые обуславливают характер и смысл их деятельности. Если рыночную репутацию мы отождествляем с индивидуальными характеристиками субъекта предложения – надежность, уверенность, доверительность, то организационную культуру мы склонны охарактеризовать через собирательные характеристики такие, как имидж, традиции, нормы поведения, и через такими эпитеты, как заинтересованность, активность.

Исходя из вышеизложенного развитие организационной культуры субъектов предложения, как инструмента формирования персонифицированного доверия на рынках доверительных благ, на наш взгляд, предполагает решение следующих задач:

– развитие института корпоративной культуры и делового общения, как инструмента повышения качества процесса взаимодействия и создания благоприятной транзакционной среды.

Усилия субъектов предложения должны быть направлены на разработку и внедрение в практику правил и стандартов взаимодействия с

субъектами спроса (разговор по телефону, приветствие и прощание, ведение диалога); правил и стандартов взаимодействия с коллегами в присутствии потребителя (заказчика), а также взаимодействия с конкурентами; правил обращения с информацией (неразглашение конфиденциальной информации, гарантии защиты персональных данных) и иные аспекты, составляющие корпоративную культуру организации;

- развитие института корпоративной социальной ответственности (КСО), как инструмента повышения ответственности перед субъектами спроса и обществом за результаты своей деятельности;

- разработка элементов и атрибутов визуального восприятия, фирменного стиля организаций, как инструментов формирования имиджа субъектов предложения.

Таким образом, мы полагаем, что предложенные и обоснованные в работе инструменты формирования персонифицированного доверия на рынках доверительных благ создадут возможности для установления эффективного разделяющего равновесия на данных рынках по средствам сигнальной функции, а также за счет стимулов к повышению качества доверительных благ, профессиональных качеств и организационной культуры субъектов предложения.

Переходя к изучению института «деперсонифицированного» доверия на рынках доверительных благ целесообразно еще раз подчеркнуть, что необходимость его формирования на изучаемых рынках продиктована, на наш взгляд, потребностью в повышении обобщенного доверия современного общества. Субъектом формирования деперсонифицированного доверия на рынках доверительных благ, на наш взгляд, должно выступать государство, от которого зависят приоритетные направления развития общества и которое призвано корректировать провалы данного рынка. Предложенные нами в рамках данной работы направления и инструменты формирования деперсонифицированного доверия на рынках доверительных благ представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Направления и инструменты формирования деперсонифицированного доверия на рынках доверительных благ

Направления формирования деперсонифицированного доверия	Инструменты формирования деперсонифицированного доверия
создание благоприятной социально-экономической «платформы» для построения новых отношений	- повышение национального благосостояния населения - повышение индивидуального благосостояния населения
трансформация ценностных ориентаций и моделей поведения населения	- укрепление гражданской идентичности - создание условий для личностной самореализации - трансформация приоритетов системы образования
повышение степени доверия к государству и государственным институтам у членов общества	- формирование государством чувства правовой защищенности у населения: ✓ закрепление и реализация принципа неотвратимости наказания ✓ предоставление гарантии неотвратимости компенсации морального вреда - практическое подкрепление реальными действиями государства иных моделей поведения, основанных на доверии
составлено автором	

В первую очередь наша авторская позиция состоит в том, что построение общественных отношений, основанных на доверии, не представляется возможным в условиях современного социального неравенства, низкого уровня общественного благосостояния и низкого качества жизни населения. Данная позиция опирается на эмпирически полученные выводы Роберта Д.Патмэна о наличии между уровнем доверия, солидарности, успешным сотрудничеством и уровнем экономического развития регионов прямой пропорциональной зависимости⁶¹⁸. Наряду с этим нами также были приняты во внимание результаты исследований Г.Хофстеда (работа «Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations»), доказавшего наличие обратной связи между

⁶¹⁸ Putnam R. The Strange Disappearance of Civic America. 1996. – URL: https://www.eastauroraschools.org/cms/lib/NY19000901/Centricity/Domain/344/AP_Chapter_4_THE_STRANGE_DISAPPEARANCE_OF_CIVIC_AMERICA.pdf (дата обращения 15.10.2019); Putnam R. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life // The American Prospect. 1993. – URL: <http://staskulesh.com/wp-content/uploads/2012/11/prosperouscommunity.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

индивидуализмом и уровнем экономического развития: чем выше уровень благосостояния населения, тем ниже проявления индивидуализма⁶¹⁹.

Наше теоретическое обоснование позиции о необходимости создания благоприятной социально-экономической «платформы» для построения новых общественных и хозяйственных отношений опирается на проведенном в работе анализе статистических данных, а также на логико-формальных методах исследования. Согласно децильному коэффициенту фондов разрыв уровня денежных доходов между 10% населения РФ с самыми высокими доходами и 10% с самыми низкими в 2016 году оценивался в 15,7 раз. Коэффициент Джини в 2016 году составил 0,414⁶²⁰. Согласно материалам доклада швейцарского банка «Credit Suisse» о глобальном богатстве за 2018 год, Россия была признана страной с самым большим имущественным неравенством: 10% самого обеспеченного населения страны принадлежит 82% национального богатства страны⁶²¹. В связи с этим россияне все чаще вынуждены придерживаться модели поведения, именуемой «Стабильность жизни», пренебрегая такими ценностями и ориентирами как «Самореализация» и «Духовность»⁶²².

Серьезный разрыв в уровне благосостояниями между гражданами современного общества обуславливает, на наш взгляд, сложившуюся напряженную социально-экономическую обстановку и тенденцию роста негативных явлений, таких как антагонизм, социальная напряженность, конфликтогенность, оппортунизм. Данные выводы дали нам основание говорить о необходимости серьезных усилий со стороны государства для повышения национального и индивидуального благосостояния населения.

⁶¹⁹ Fougère M., Moulettes A. The Construction of the Modern West and the Backward Rest in Hofstede's Culture's Consequences. Published in the Journal of Multicultural Discourses. – URL: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/36893/Foug_re_Moulettes_Modern_West_Backward_Rest.pdf?sequence=6 (дата обращения 15.10.2019).

⁶²⁰ www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/poverty/# (дата обращения: 10.10.2017).

⁶²¹ Концентрация богатства в РФ выше, чем в США. Официальный сайт Независимой газеты. – URL: http://www.ng.ru/economics/2018-10-18/4_7335_money.html (дата обращения 09.06.2019).

⁶²² Лебедева Н.М, Татарко А.Н. Ценности и социальный капитал как основа социально-экономического развития // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2010. – Том 2, №1. – С.17-34.

Повышение национального благосостояния, на наш взгляд, должно быть реализовано за счет мер, направленных на повышение уровня валового национального дохода (ВНД) на душу населения, снижение уровня инфляции и уровня безработицы. Повышение индивидуального благосостояния населения, на наш взгляд, предполагает повышение размеров оплаты труда, введение прогрессивной системы налогообложения, замедление роста тарифов ЖКХ, снижение ставок по кредитам, обеспечение беспрепятственного доступа к социальным гарантиям.

Таким образом, построение общественного уклада, основанного на устойчивых доверительных связях, на наш взгляд, в первую очередь предполагает повышение уровня общественного благосостояния, создание условий для качественной жизни населения, снижение социальной напряженности и стабилизации настроений в обществе.

Предложенная в работе трансформация ценностных ориентаций и моделей поведения населения, как направление формирования деперсонифицированного доверия, предполагает построение духовной модели общества взамен на укрепившуюся в обществе конкурентную (антогонистическую) систему отношений за счет укрепления гражданской идентичности, создания условий для личностной самореализации индивидов, трансформации приоритетов системы образования.

Категоричная смена ценностей, угасание нравственности, повышение стимулов к «ложным» целям (величие, успех) повлекли переориентацию индивидов на материальные ценности и максимизацию индивидуальной полезности, эгоцентризм (группоцентризм), расчетливость и соперничество. Высокий уровень неопределенности наряду с прогрессирующей тревожностью привели к формированию нового типа отношений, основанных на негативных ожиданиях и оборонительной модели поведения. Сформировавшиеся психологические барьеры между агентами и атомизация общества препятствуют развитию связей и взаимозаинтересованности между субъектами. Пути разрешения современного духовного кризиса мы видим в

создание государством благоприятных условий для формирования обобщенного доверия и для смены психоэмоциональных настроений в обществе.

Духовное оздоровление современного общества, на наш взгляд, предполагает возврат к духовной модели поведения, на протяжении ни одного столетия являвшейся основой для межличностных отношений в нашем государстве. Капиталистический способ мышления, господствующий на сегодняшний день, укрепился в российском обществе только 2-3 десятка лет назад, отодвинув на второй план многовековую духовную модель поведения. Это свидетельствует о низкой инертности данной модели поведения и о наличии реальной возможности возврата к старой модели. Формирование нового духовного общества предполагает укрепление единой гражданской идентичности, национального самосознания, формирование чувств гордости и одновременно чувства ответственности за судьбу страны и народа. Мы полагаем, что объединение и достижение сплоченности общества возможно путем формирования государственной идеологии, как системы взглядов и ценностей, основанных и пропагандирующих духовное единство народа, общность, терпимость, честность, правдивость и иные добродетели во всех сферах общественной жизни. Необходимость возрождения и закрепления в умах подрастающего поколения института авторитета, пропаганда трудовых и общественных достижений, возрождение престижа профессий учителя, педагога, врача.

Одновременно с этим трансформация ценностных ориентаций и моделей поведения населения, на наш взгляд, должна осуществляться за счет наличия у индивида возможности наряду с удовлетворением базовых инстинктов и достижением высокого уровня благосостояния в полной мере реализовывать свой профессиональный и творческий потенциал. В противовес тенденциям невротизации общества и роста числа случаев девиантного поведения личностная самореализация способствует формированию здорового эмоционального фона индивида,

благоприятствующего искреннему взаимодействию и стимулирующего труд высокого качества. На сегодняшний день все чаще приходится констатировать факты отсутствия заинтересованности в результатах профессиональной деятельности, как со стороны руководства, так и стороны специалистов, устоявшиеся должностные иерархии, отсутствие стимулов для инвестиций «в себя» влекут за собой низкую инициативность, потерю интереса к труду, профессиональную неудовлетворенность и риск недобросовестных действий.

Исходя из этого, мы полагаем, что стимулирование трудовой заинтересованности на уровне государства должно предполагать внедрение программ поддержки молодых специалистов, программ повышения квалификации специалистов из бюджетных и внебюджетных источников финансирования, создание условий для сочетания практической и научной деятельности, предоставление возможности апробации полученных теоретических результатов на практике.

Третьей составляющей, направленной на смену ценностных ориентаций и моделей поведения населения, на наш взгляд, является трансформация приоритетов системы образования. Современные образовательные программы ориентированы преимущественно на развитие интеллекта, формирование профессиональных качеств и навыков студентов с целью получения в ближайшей перспективе конкурентных преимуществ на рынке труда, уделяя незначительное внимание гармоничному развитию личности. Институт образования, наделенный функциями духовного оздоровления современного общества, на наш взгляд, нуждается на сегодняшний день в трансформации за счет его переориентации на развитие духовной составляющей личности, пропаганды человеческих ценностей, уделения внимания таким дисциплинам как история, литература, философия, религия, культурология. Данные меры направлены на воспитание личностей, способных гармонично аккумулировать в себе как ментальные, так и духовные составляющие. Наряду с этим, мы также обращаем внимание на

необходимость укрепления этической и нравственной составляющих современного образования за счет дисциплин психология, деловое общение, деонтологии (в случае медицинского образования), формирования у обучающихся личной и социальной ответственности перед субъектами и обществом в целом.

Наряду с усилиями государства по формированию доверия между членами общества важным направлением государственной деятельности, на наш взгляд, должно являться формирование у членов общества доверия к нему самому, как полноценному субъекту рынка доверительных благ. Мы убеждены, что уверенность общества в действиях государства является определяющим фактором формирования деперсонифицированного доверия, что обусловлено широтой его функций на рынках доверительных благ.

Процесс формирования государством у членов общества доверительных межличностных отношений предполагает наряду с созданием и внедрением новых институтов, норм и ценностей, одновременно необходимость значительных усилий с его стороны на содействие их принятию, адаптации и закреплению в обществе. Это, на наш взгляд, требует на государственном уровне решения двух задач: формирование государством чувства правовой защищенности у населения и практическое подкрепление реальными действиями государства иных моделей поведения, основанных на доверии.

Формирование государством чувства правовой защищенности у населения предполагает, на наш взгляд, реализацию следующих задач:

- предоставление гарантий неотвратимости компенсации морального вреда;
- закрепление и реализация принципа неотвратимости наказания за недобросовестные действия.

Повышение чувства защищенности и формирование у субъектов спроса ощущения государственного соучастия в случае причинения им морального вреда подразумевает усилия государства на спецификацию мер

компенсации морального вреда, определения штрафных санкций в зависимости от тяжести нанесенного вреда, обеспечения компенсации вреда путем принуждения агента его причинившего.

Формальное закрепление принципа неотвратимости наказания за недобросовестные действия субъектов предложения и реальное воплощение данного принципа со стороны правоохранительных органов, на наш взгляд, позволят сформировать незыблемую уверенность среди субъектов спроса рынка доверительных благ в их защищенности, равенстве перед законом и судом, повысив доверие к государству и государственным институтам.

Уверенность общества в добросовестной деятельности государства формируется на реальных примерах (практическое подкрепление) его деятельности, способствующих закреплению норм и ценностей, основанных на доверии. Большая часть рентоориентированных действий государственных служащих скрыта от общества, а факты оппортунизма не представлены в должной мере в средствах массовой информации. Добросовестное и доброжелательное отношение со стороны государственных служащих члены общества могут проследить только в случае их личного опыта взаимодействия с представителями власти, а также опираясь на официальную статистику динамики коррупционных действий в государственных структурах. Личный опыт формируется в случаях вымогательства, с которыми сталкиваются субъекты рынка доверительных благ при получении квот на медицинскую помощь или для целевого приема в ВУЗы, для трудоустройства или получения разрешений на отдельные виды деятельности. Примерами коррупционных действий бюрократического аппарата являются обнародованные примеры недобросовестной материальной «наживы» крупных чиновников, случаи сокрытия незаконных действий третьих лиц, обеспечение их безнаказанности в обмен на личные выгоды.

Таким образом, формирование деперсонифицированного доверия, на наш взгляд, должно быть направлено на создание условий для зарождения

новых психоэмоциональных настроений в обществе, на построение открытых доверительных общественных и транзакционных отношений среди субъектов рынка доверительных благ и, наконец, на смену закрепившихся в обществе деструктивных моделей поведения.

Важно отметить, что ситуация высокого доверия, способствующая активной экономической деятельности, в свою очередь способна породить и негативные явления, такие как злоупотребление доверием. В результате «слепого» доверия потребитель не подвергает сомнению качество товаров, он не несет издержек измерения и издержек спецификации прав собственности, что создает условия для реализации корыстных интересов недобросовестных субъектов предложения⁶²³. Негативный результат «слепого» доверия Д.Дж.МакАллистер называет «второе лицо доверия⁶²⁴». В этой связи мы разделяем, позицию А.Шмакова, утверждающего, что эффективным механизмом защиты от оппортунизма является умеренное недоверие, которое в сочетании с не максимальным, а с оптимальным уровнем доверия способно привести к росту благосостояния общества⁶²⁵.

Подводя итог необходимо резюмировать, что наша авторская позиция состоит в том, что борьба с оппортунизмом современного общества предполагает изменение моделей поведения членов общества, формирование отношений, основанных на доверии, заинтересованности и открытости, отношений лишенных мотивов к недобросовестному поведению. В качестве анти-оппортунистического инструмента на рынках доверительных благ в работе предложено рассматривать институт доверия, включающий уровни персонифицированного доверия и деперсонифицированного доверия.

⁶²³ Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения ..., с.46.

⁶²⁴ McAllister D. The second face of trust: Reflections on the dark side of interpersonal trust in organizations. 1997. Research on Negotiation in Organizations, Volume 6, pages 87-111. – URL: https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Mcallister3/publication/239612698_The_second_face_of_trust_Reflections_on_the_dark_side_of_interpersonal_trust_in_organizations/links/0f317539a98d2f399f000000.pdf (дата обращения 2.05.2019).

⁶²⁵ Шмаков А.В. Воздействие фактора доверия на процесс принятия экономических решений // Terra Economicus. – 2014. – Том 12. №3. – С.29-47.

Эффективность института персонифицированного доверия, как инструмента ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ, заключается в его способности выступать в качестве эффективного рыночного сигнала для субъектов спроса, обеспечивая установление на рынках доверительных благ эффективного разделяющего равновесия. Преимуществом института доверия в качестве рыночного сигнала является его информативность и достоверность, что проявляется в его способности незамедлительно изменять свой уровень, быстрота его формирования субъектами предложения и быстрота его снижения (утраты) в случае снижения качества благ (что не свойственно фактору рыночной репутации), отсутствие у агентов предложения возможности подачи ложного сигнала доверия (что может быть характерно для ценового сигнала).

Эффективность института деперсонифицированного доверия, как инструмента ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ, состоит в его способности к повышению обобщенного уровня доверия современного общества и формированию в обществе отношений новой формации.

Подводя итог третьему этапу нашего исследования, мы приходим к ряду важных, на наш взгляд, выводов:

– экономическая политика государства, направленная на ограничение оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынках доверительных благ, предполагает реализацию на практике трех составляющих: развитие институтов ограничения оппортунизма, совершенствование направлений социально-экономической политики государства, содействие развитию института доверия на уровнях персонифицированного доверия и деперсонифицированного доверия;

– развитие институтов ограничения оппортунизма подразумевает развитие институтов предупреждения оппортунизма, а именно формирование государственной информационной системы (развитие подведомственных информационных ресурсов, развитие информационных реестров, развитие

института рейтинговой оценки агентов предложения), развитие института цензуры, совершенствование (ужесточение) института рекламы. Снижение последствий оппортунизма подразумевает развитие института страхования профессиональной ответственности, института компенсации «морального вреда», института досудебного разрешения споров, институтов (мер) юридической ответственности за оппортунистические действия субъектов рынка доверительных благ;

– совершенствование направлений социально-экономической политики государства, как инструмента борьбы с оппортунизмом на рынках доверительных благ, подразумевает совершенствование политики в сфере контроля качества доверительных благ и финансовой политики государства;

– развитие института доверия на рынках доверительных благ обусловлено в случае деперсонифицированного доверия необходимостью повышения обобщенного доверия между членами общества, а в случае персонифицированного доверия необходимостью развития инструмента рыночного сигнализирования, позволяющего потребителю сформировать представление о качестве блага и о добросовестности субъекта предложения.

Заключение

Усложнение качественных характеристик современных благ и трансформация их свойств с позиции товара, с позиции рыночных отношений и с позиции институтов, организующих и регулирующих процессы их производства, распределения, обмена и потребления, свидетельствуют о постепенном расширении типологических границ благ.

Современное доверительно благо – это экономическое благо, характеризующееся доминирующим количеством скрытых от потребителя качественных характеристик, которые отличаются низкой способностью трансформации в явные характеристики, при этом качественным характеристикам данных благ присуще свойство многомерности и персонифицированный характер их восприятия потребителем.

Выделенные в работе особенности качественных характеристик доверительных благ позволили сформулировать критерии их идентификации, выделить и охарактеризовать виды товаров и услуг, соответствующие данным критериям, и сделали очевидным контрактные угрозы в сделках, объектами которых они выступают. Типологические особенности доверительных благ вывели на первый план проблему асимметрии информации между участниками экономических отношений, последствиями которой являются преимущественное информационное положение субъектов предложения и проблема неопределенности качества субъектов спроса.

Наряду с этим контрактные угрозы в сделках с доверительными благами обусловлены специфичностью транзакций и разовым характером сделок, отсутствием возможности расторжения контракта, невозможностью или сложностью устранения потребителем транзакционных потерь, отсутствием у потребителя возможности самостоятельного принятия решения. Усиливают данные угрозы наличие неэластичного спроса, высокая потребительская стоимость доверительных благ, невзаимозаменяемость доверительных благ, способность к созданию доверительными благами положительных внешних эффектов.

Наличие среди многообразия доверительных благ товаров и услуг, распределяющихся рыночным, квазирыночным и нерыночным путем обуславливают специфику спроса и предложения, модели конкуренции, механизмы ценообразования и финансирования, степень вмешательства государства в процесс производства, распределения и обмена доверительных благ, а также наличие многоуровневой субъектной структуры, представленной наряду с субъектами, непосредственно нуждающимися в полезности доверительных благ, многообразием иных субъектов, вовлеченных в процесс их предоставления.

В качестве особенности предложения на рынках доверительных благ с монополистической конкуренцией выделена высокая значимость ценового фактора, как инструмента дифференциации доверительных благ в условиях неопределенности качества. На рынках с олигополистической структурой ненаблюдаемость качественных характеристик благ и отсутствие явных преимуществ одного из конкурентов влечет установление олигополистами единообразных цен и ценовое усреднение альтернатив. Для монополий рынка доверительных благ присущ устойчивый характер рыночной власти, а выделенная проблема неполноты рынков доверительных благ обуславливает неотъемлемость реализации посреднической деятельности для обеспечения доступности изучаемых благ.

В условиях монополий предложения на квазирынках доверительных благ власть данных хозяйствующих субъектов носит устойчивый характер по причине асимметрии информации, сложности замещения полезности доверительных благ полезностью других благ, многолетней государственной организацией системы образования и здравоохранения. На квазирынках с олигополистической конкуренцией серьезная власть олигополистов (близкая к монопольной власти) объясняется гарантированным спросом, отсутствием необходимости контроля стратегий конкурентов и согласования рыночных интересов.

Предложение в нерыночном (общественном) секторе рынка доверительных благ представлено государственной монополией их производства и распределения, бюджетным финансированием, полным покрытием государством потребительских расходов.

Теоретические представления о специфике спроса на рынках доверительных благ расширены в исследовании за счет выделенной структуры неопределенности качества на данных рынках, предложенных инструментов для ее снижения, выделенных специфических факторов спроса.

Неопределенность качества потребителей на рынках доверительных благ выше, чем на рынках опытных благ и инспекционных благ, и описывается во всех секторах изучаемого рынка трехфакторной моделью, структурными элементами которой выступают неопределенность качества, обусловленная доминирующим числом скрытых качественных характеристик, неопределенность качества, обусловленная наличием свойства многомерности у качественных характеристик доверительных благ; неопределенность качества, обусловленная персонифицированным (субъективным) характером восприятия потребителем качественных характеристик доверительных благ. При этом инструменты, способные ее снизить, характеризуются на сегодняшний день низкой развитостью, что свидетельствует о сложности устранения проблемы неопределенности качества на данных рынках.

Специфика рынка доверительных благ и в частности проблема неопределенности качества обуславливают особенности потребительского поведения и величину трансакционных потерь потребителей. Разработанные модели трансакционных потерь потребителей для каждого этапа сделки по купле-продаже доверительного блага продемонстрировали, что в рамках рыночного сектора рынка доверительных благ потребители склонные к риску принимают решение с позиции ситуации «доверие» или «недоверие», не неся предконтрактные трансакционные издержки на снижение неопределенности

качества. Не склонные к риску потребители принимают решение с позиции ситуаций «доверие», «сомнение», «подозрение» или «недоверие», неся при этом нулевые, высокие, чрезвычайно высокие или нулевые предконтрактные трансакционные издержки соответственно.

На квазирынках медицинских услуг в связи с отсутствием альтернатив для выбора потребитель принимает решение с позиции ситуации «доверие» или ситуации «недоверие», неся нулевые предконтрактные трансакционные издержки. На квазирынках образовательных услуг, руководствуясь фактором сложности устранения потребительских потерь, потребитель принимает решение с позиции ситуаций «доверие», «сомнение», «подозрительность», «недоверие», неся незначительные, значительные, чрезвычайно высокие или незначительные предконтрактные трансакционные издержки соответственно.

В рамках нерыночного (общественного) сектора рынка доверительных благ потребители принимают решение всегда с позиции ситуации «доверие» и несут нулевые трансакционные издержки.

В случае неблагоприятного исхода сделки постконтрактные трансакционные издержки потребителей на защиту потребительских прав по причине институциональной «неоформленности» доверительных благ могут достигать значительных или чрезвычайно высоких размеров в рыночном и квазирыночном секторах рынка доверительных благ, и только в нерыночном (общественном) секторе данные трансакционные издержки равны нулю.

В ходе исследования было доказано, что потребительский выбор на рынках доверительных благ зависит как от традиционных факторов спроса, так и от специфических факторов, зависящих от неопределенности качества и обуславливающих величину трансакционных издержек потребителей: количества явных качественных характеристик доверительных благ, влияние рыночных сигналов, потребительский опыт (*ex post*), доверие потребителей, влияние специфического человеческого капитала (услуги посредников), институциональная «оформленность» доверительных благ, факторы склонности потребителей к риску, наличие/отсутствие у потребителей

альтернатив для выбора, сложность устранения потребительских потерь в случае неблагоприятного исхода сделки. При этом доказана разная значимость специфических факторов спроса в рамках секторов рынка доверительных благ и на разных этапах сделок с доверительными благами.

Несовершенства рынков доверительных благ создают условия для формирования стимулов к оппортунизму у заинтересованных в том субъектов, при наличии у них возможности оставаться незамеченными после их совершения и при отсутствии необходимости нести бремя ответственности за содеянное.

Теоретически обоснованная в работе низкая сравнительная эффективность процесса сигнализирования на рынках доверительных благ, как механизма обеспечивающего установление рыночного равновесия, позволила сформулировать авторскую позицию о формальном характере разделяющего равновесия на рынках доверительных благ, в рамках которого у владельцев высококачественных доверительных благ могут формироваться оппортунистические намерения. В случаях, когда ключевые выделенные в работе инструменты рыночного сигнализирования, а именно ценовое сигнализирование и сигнализирование за счет рыночной репутации субъектов предложения незначимы, на рынках доверительных благ устанавливается ситуация смешивающего рыночного равновесия, в условиях которого стимулы к оппортунизму могут формироваться у всех субъектов предложения.

Выделенные в работе особенности и проблемы функционирования рынка доверительных благ позволили сделать вывод о наличии на данных рынках социально-экономических условий, способствующих формированию оппортунистических намерений, влекущих неэффективность распределения ресурсов, снижение индивидуального и общественного благосостояния. Данные условия были сгруппированы с позиции информационных, институциональных, конкурентных (рыночных), производственных и ценовых несовершенств рынка доверительных благ. Это позволило

предложить авторскую классификацию оппортунистического поведения на рынках доверительных благ, включающую информационный, транзакционный, конкурентный (рыночный), качественный и ценовой оппортунизм, где основополагающим выступает информационный вид недобросовестного поведения.

Проведенный в работе эмпирический анализ недобросовестных действий на отраслевых рынках доверительных благ России в субъектном и объектном разрезе позволил сделать вывод о том, что данные рынки характеризуются многообразием видов и форм проявления оппортунизма, а также позволил выявить наличие субъектной взаимозависимости, обуславливающей проблему двойственного положения агентов: с одной стороны, это положение потенциальной жертвы оппортунизма, и, с другой стороны, это положение источника оппортунизма.

Оппортунистическое поведение государства на рынках доверительных благ рассмотрено в работе с позиции прямого и косвенного оппортунизма. Прямой оппортунизм, в результате которого происходит перераспределение части богатства в пользу представителей власти, проявляется в поведении государственных служащих, ориентированном на поиск статусной ренты или на получение доступа к ресурсам. Косвенный оппортунизм государства способствует формированию недобросовестных намерений иных субъектов рынка доверительных благ и находит проявление в слабости законодательной базы, дестабилизации рыночных механизмов, низком государственном финансировании сфер производства и распределения доверительных благ, слабости кадрового и материально-технического обеспечения сфер производства доверительных благ.

Высокие общественные и индивидуальные потери в результате оппортунистических действий субъектов рынка доверительных благ требуют развития институтов и направлений ограничения данной модели поведения. Экономическая политика государства, направленная на ограничение оппортунистического поведения, с авторской позиции предполагает

реализацию на практике трех составляющих: развитие институтов ограничения оппортунизма, совершенствование направлений социально-экономической политики государства, содействие развитию института доверия на уровнях персонифицированного и деперсонифицированного доверия.

Институты предупреждения оппортунизма должны быть направлены на снижение асимметрии информации и создание эффективных рыночных сигналов за счет формирования государственной информационной системы (развитие подведомственных информационных ресурсов, развитие информационных реестров, развитие института рейтинговой оценки агентов предложения), развития института цензуры и совершенствования (ужесточения) института рекламы.

Институты снижения последствий оппортунизма должны быть направлены на ликвидацию зон безответственности, формальное закрепление институтов ответственности и систем штрафных санкций, усовершенствование институтов разрешения споров за счет развития института страхования профессиональной ответственности, института компенсации «морального вреда», институтов досудебного разрешения споров, институтов (мер) юридической ответственности за оппортунистические действия субъектов рынка доверительных благ.

Успех в борьбе с оппортунистическими действиями субъектов рынка доверительных благ будет также во многом зависеть от эффективности мероприятий, проводимых в рамках направлений социально-экономической политики государства. В рамках исследования были предложены меры совершенствования политики в сфере контроля качества доверительных благ, а именно необходимость внедрения интегрированных систем менеджмента качества, развитие института контроля квалификации специалистов, совершенствование механизмов контроля за движением доверительных благ и их выходом на рынок, развитие института саморегулируемых организаций на рынках доверительных благ, развитие стандартов оказания доверительных

услуг. В целях борьбы с оппортунизмом на рынках доверительных благ также в работе теоретически обоснована необходимость совершенствования финансовой политики государства за счет развития мер финансового стимулирования легальной деятельности на данных рынках и введения системы лекарственного страхования на фармацевтическом рынке.

Одновременно с этим в рамках исследования была сформулирована авторская позиция, что борьба с оппортунизмом современного общества предполагает изменение моделей поведения членов общества, формирование отношений, основанных на доверии и лишенных мотивов к недобросовестному поведению. Исходя из этого, в качестве анти-оппортунистического инструмента на рынках доверительных благ предложено рассматривать институт доверия, включающий уровни персонифицированного доверия и деперсонифицированного доверия.

Эффективность института персонифицированного доверия, как инструмента ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ, обоснована его способностью выступать в качестве эффективного рыночного сигнала для субъектов спроса, обеспечивая установление на рынках доверительных благ эффективного разделяющего равновесия. Преимуществом института доверия в качестве рыночного сигнала является его информативность и достоверность, что проявляется в его способности незамедлительно изменять свой уровень; быстрота его формирования субъектами предложения и быстрота его снижения (утраты) в случае снижения качества благ, что не свойственно фактору рыночной репутации; отсутствие у агентов предложения возможности подачи ложного сигнала доверия, что может быть характерно для ценового сигнала.

Эффективность института деперсонифицированного доверия, как инструмента ограничения оппортунизма на рынках доверительных благ, состоит в его способности к повышению обобщенного уровня доверия современного общества и формированию отношений новой формации.

Список литературы

1. Абалкин Л.И. Парадокс макроанализа или антиэффект монополизма // Экономика и жизнь. – 1992. – №4.
2. Абдуллина С.В. Роль и значение посредничества в современном обществе // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №1. – С.54-58.
3. Абросимова О.Ю. Естественные монополии в России: особенности развития и способы эффективного регулирования: дисс. ... канд. экон. наук. – Нижний Новгород, 2012. – 193 с.
4. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Доминирующее положение и антиконкурентные соглашения // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2004. – Том 2. №2. – С.112-127.
5. Авдашева С.Б., Шаститко А.Е. Развитие конкуренции в отраслях с естественно монопольным компонентом: Основания, варианты, ограничения. – М., 2005. – 35 с.
6. Авдашева С.Б., Калмычкова Е.Н., Шаститко А.Е. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – Т.11. №1. – С.89-123; №2. – С.234-270; №3 – С.381-424; №4. – С.562-610.
7. Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.Н. Экономические основы экономической политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – №2. – С.234-270.
8. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм. Перевод Е.И.Николаенко. – URL: https://igiti.hse.ru/data/413/313/1234/5_1_4Akerl.pdf. Оригинальный текст: Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v.84, August 1970, p.488-500.
9. Аксеновой-Сорохтей Ю.Н., Новикова В.Е., Пожиловой Е.В., Барановской Е.А., Климкиной Е.И. Фармацевтические и юридические аспекты фальсификации лекарственных средств // Вестник Смоленской государственной медицинской академии. – 2016. – Т.15, №2. – С.102-111.
10. Александрова Н.А. Рентные отношения в государственных организациях: дисс. ... докт. экон. наук. – Кострома, 2006. – 301 с.
11. Александрова Н.А. Статусная рента в новой политической экономии // Вестник Костромского государственного университета. – 2011. – №4. – С.15-20.
12. Аналитический отчет о состоянии конкуренции на товарном рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами на территории Архангельской области по итогам 2012-2013 г. Официальный сайт Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области. – URL: <http://arhangelsk.fas.gov.ru/analytic/8422> (дата обращения 17.01.2017).
13. Андрушак Г.В. Квазирынки в экономике общественного сектора // Вопросы образования. – 2005. – №4. – С.346-364.
14. Антосик Л.И. Информационная асимметричность рыночного пространства как условие монополизации экономики: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2006. – 177 с.
15. Апокин А., Юдкевич М. Анализ студенческой занятости в контексте российского рынка труда // Вопросы экономики. – 2008. – №6. – С.98-110.

16. Аристова Е.В. Специфические особенности медицинской услуги как экономической категории // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2012. – №2. – С.224-228.
17. Аристотель. Политика I,3. Сочинения в 4-х томах. – М., Мысль, 1983. – 830 с.
18. Аронсон П.Я. Утрата институционального доверия в российском здравоохранении // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2006. – №2. Том 9. – С.120-131.
19. Артемьев И.Ю. Совершенствование антимонопольного законодательства как инструмент модернизации экономики // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2011. – №2. – С.4-9.
20. Аткинсон Э.Б., Стиглиц Дж. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 801 с.
21. Аузан А.А. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 447 с.
22. Багаутдинов Р.А. Сущность и причины неопределенности в экономике России // Вестник экономики, права и социологии. – 2008, № 6. Экономика. – С.6-9.
23. Багаутдинова Н.Г., Сафиуллин Л.Н., Сафиуллин Н.З. Utility and demand in the new economy // Procedia Economic and finance. Volume 9. 2014. 3-5 July 2014.
24. Байков Н.М. Доверие как основополагающий базис гражданского общества // Власть и управление на Востоке России. – 2018. – №1 (82). – С.55-64.
25. Балл Г.А. Общественное благо «оборона» и нравственный долг // Общественные науки и современность. – 2014. – №3. – С.173-175.
26. Балог М.М., Троян В.В. Основные подходы к вопросам определения и измерения коррупции // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – №2. – С.53-65.
27. Баранов А.В., Тюкавкин И.Н. Механизмы ограничения оппортунистического поведения в России // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – № 8 (119). – С.66-70.
28. Баранов И.Н. Конкуренция в сфере здравоохранения. Научные доклады, №1. – СПб.: ВШМ СПбГУ, 2010. – 55 с.
29. Бас А.В. Экономические и институциональные ограничения оппортунистического поведения субъектов рыночной экономики: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2009. – 173с.
30. Безденежных Т.И., Шапкин В.В. Информационная асимметрия на рынке труда выпускников вузов // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера и технологии. – 2014. – №1 (19). – С.21-26.
31. Белецкий Д.И. Социально-экономические условия формирования фармацевтического рынка в России: дисс. канд. экон. наук. – М., 2019. – 158 с.
32. Беляев В.И. Трудовой оппортунизм: сущность и формы проявления // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – №398. – С.169-177.
33. Белокрылов К.А. Перспективы цифровизации воспроизводства в государственном секторе // Россия: тенденции и перспективы развития: сборник трудов конференции. Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук. – 2018. – С.243-247.
34. Бентам И. Введение в основания нравственности и законодательства. – М.: РОССПЭН, 1998. – 415 с.

35. Берг Л.Н. Проблемы законодательного обеспечения научной деятельности в России // Актуальные проблемы российского права. – 2015. – №1(50) январь. – С.25-31.
36. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля. Стратегический подход. – Москва: Вильямс, 2008. – 1181 с.
37. Бернацкий И.В. Военная сфера жизни общества: сущность, особенности и структура // Армия и общество. – 2013. – №3 (35). – С.20-25.
38. Богатырева М. Институт доверия как фактор формирования транзакционных издержек: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Иркутск, 2011. – 20 с.
39. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Издательство «Республика»; Издательство «Культурная революция», 2006. – 269 с.
40. Бодров О.В. Оппортунизм как форма ограничения экономической свободы фирмы // Актуальные проблемы экономики и права. – 2007. – №2. – С.13-17.
41. Бодров О.В. Трудовой оппортунизм как результат ограничения экономической свободы // Вестник экономики, права и социологии. – 2007. – №1. – С.6-11.
42. Броуэр Л. Фармацевтическая и продовольственная мафия. – Издательский дом «Княгиня Ольга». – 1999. – URL: http://royallib.com/book/brouer_lui/farmatsevticheskaya_i_prodovalstvennaya_mafiya.html (дата обращения 27.01.2017).
43. Бычкова С.М., Итыгилова Е.Ю. Этапы возникновения и развития контроля качества аудиторской деятельности в России // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2015. – №1. – С.33-62.
44. Валиева Г.Ф., Ситникова Е.Ю. Оценка степени реализации зарубежного опыта разработки и внедрения интегрированных систем качества на российских предприятиях // Вестник технологического университета. – 2017. – Т.20, №14. – С.99-101.
45. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии. – М.: Изограф, 2000. – 448 с.
46. Вальцев С.В. Закат человечества // Проблемы современной науки и образования. – 2012. – №2 (2). – С.23-30.
47. Вальцев С.В. Отчуждение и закат человечности // Проблемы современной науки и образования. – 2012. – №6(6). – С.20-24.
48. Василенко О.В. Потребительский риск: здоровье, деньги, душевное равновесие // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. – 2009. – №1(9). – С.38-43.
49. Винер Дж. Концепция полезности в теории ценности и ее критерии. Серия «Вехи экономической мысли». Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.78-116 (380 с.)
50. Винокуров С.С. Коррупция и сети неформальных отношений // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. 2015. – С.277-280.
51. Винокуров С., Гурьянов П., Медведь А. Влияние фактора доверия на международное движение капитала // Общество и экономика. – 2017. – №3-4. – С.68-81.

52. Винокуров С.С., Медведь А.А., Миэринь Л.А. Несовершенство информации в макроэкономическом моделировании // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2017. – №5 (107). – С.7-15.
53. Винокурова М.А. Оказание медицинской помощи ненадлежащего качества: научное и юридическое понятие // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2017. – №5. – С.79-84.
54. Веблен Т. Теория праздного класса. Экспертно-аналитический портал «Центр гуманитарных технологий: гуманитарные технологии и развитие человека». – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5890> (дата обращения 21.12.2013).
55. Ведерникова Н.И. Ценообразование на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 1999. – 161 с.
56. Вениг С.Б., Ворошилов С.А., Дубовская Е.Н. Современные проблемы функционирования систем менеджмента качества в высших учебных заведениях // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – Т.19, вып.1. – С.98-102.
57. Ветошкина Т.А., Полянок О.В., Дулова Л.А. Стандартизация и сертификация профессорско-преподавательского состава Вузов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – Т.2, №11. – С.298-302.
58. Вольчик В.В., Жук А.А., Корытцев М.А. Конкурентная среда рынка высшего образования Ростовской области // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2017. – Том 15, №3. – С.178-196.
59. Вольчик В.В., Скорев М.М. Институциональная инерция и развитие российской системы образования // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Том 1, №4. – С.55-63.
60. Вэриан Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход. – М.: Издательство Юнити. 1997. – 767 с.
61. Газизуллин Н.Ф., Нуруллина А.Х. Конкурентоспособность экономики: комплексный подход // Проблемы современной экономики. – 2010. – №2 (34). – С.532-534.
62. Галкин В.В. Макроэкономика. Тема 4. Факторы неопределенности в экономике. Риск и капитал (Часть 1). – URL: <http://vadimgalkin.ru/politics/macroeconomics/uncertainties/> (дата обращения 5.09.2019).
63. Гатауллин А.Г., Жуковская И.В. Особенности досудебного урегулирования споров с участием посредника // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2015. – №1(19). – С.97-101.
64. Где потребителю искать защиты своих прав. Материалы официального сайта ВЦИОМ. – URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=13313> (дата обращения 19.09.2016).
65. Герасимов Б.И., Герасимова Е.Б., Колмыков С.А., Лукашина Ю.Ю., Сизикин А.Ю. Научно-методические основы развития интегрированных систем менеджмента качества предприятий и организаций // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – №4 (144). – С.52-55.
66. Герцик Ю.Г. Внедрение систем менеджмента качества и риск менеджмента в здравоохранении и медицинской промышленности // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучения. – 2016. – №2. – С.92-93.
67. Глазьев С.Ю. Перспективы российской экономики в условиях глобальной конкуренции // Дети и молодежь – будущее России. – 2007. – Вып.37. – С.35-44.

68. Гоббс Т. Основы философии. Часть 2. О человеке (1658). Сочинения в 2т. Т.1. – М. Мысль, 1989. – 622 с.
69. Гоголева Т.Н. Конкуренция и механизм ее регулирования в системе внешнеторговых отношений: дисс. ... д-ра. экон. наук. – Воронеж, 2005. – 309 с.
70. Гоголева Т.Н. Конкуренция: Сущность, закономерность, регулирование: Монография. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2004. – 200 с.
71. Гоголева Т.Н., Ляшенко И.Ю. Информационная составляющая функционирования рынка труда // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Раздел: Проблемы институциональной теории. – 2011. – Выпуск 40-1. – С.53-57.
72. Гоголева Т.Н., Ляшенко И.Ю. Рынок труда: проблема асимметрии информации о работодателях // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – №7(64). – С.13-19.
73. Гоголева Т.Н., Попова Ю.А. Теоретические подходы к определению содержания конкуренции // Современные проблемы экономической теории: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – 2003. – Вып.1, Ч.1. – С.44-47.
74. Гоголева Т.Н., Щепина И.Н., Федяева Н.А. Устойчивость естественной монополии на региональных рынках: методологические предпосылки анализа // Вестник Балтийского федерального университета им. И.Канта. – Калининград, 2012. – №3. – С.91-98.
75. Голубенко О.А., Поглазова Е.Н. Что такое интегрированная система менеджмента (ИСМ)? // Символ науки. – 2017. – № 04-2. – С.65-69.
76. Горина А.С., Орешкина С.А. Проблемы и последствия информационной асимметрии на рынке труда // Вестник Прикамского социального института. – 2016. – 3 (75). – С.41-46.
77. Городилов М.А. Проблемы применения законодательства в сфере защиты аудиторской тайны // Вестник Пермского университета. Экономика. – 2010. – Вып. 4 (7). – С.41-49.
78. ГОСТ 34.003-90 Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Термины и определения. Электронный фонд правовой и научно-технической информации. – URL: <http://npropris.ru/wp-content/uploads/2015/09/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2-34.003-90.pdf> (дата обращения 13.10.2016)
79. ГОСТ Р ИСО/ТУ 16949-2009. Системы менеджмента качества. Особые требования по применению ИСО 9001:2008 в автомобильной промышленности и организациях, производящих соответствующие запасные части.
80. ГОСТ Р 52249-2009 «Правила производства и контроля качества лекарственных средств».
81. ГОСТ Р 52614.2-2006 «Системы менеджмента качества. Руководящие указания по применению ГОСТ Р ИСО 9001:2001 в сфере образования».
82. ГОСТ Р 53092-2008 Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению процессов в учреждениях здравоохранения.
83. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – URL:

- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ec459f13483f7f47883f57fda6aace1b2cb8bac4 (дата обращения 15.10.2019).
84. Грабова О.Н. Экономические отношения в производстве общественных благ: дисс. канд. экон. наук. – Кострома, 2003. – 160 с.
85. Гребнев Л.С. Рынок, услуги и образование: между экономикой и правом // Экономика образования. – 2012. – №2. – С.144-149.
86. Григорян Е.С., Киреева С.С. Методологические аспекты построения интегрированной системы менеджмента качества // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №2 (71). – С.62-66.
87. Гужвин П.А. Усиление видового разнообразия благ в информационной экономике // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2009. – №2(26). – С.12-16.
88. Гурьянов К.В., Шатилов Я.С. Взаимодействие правоохранительных органов и общественных организаций в противодействии компьютерному контрафакту // Информационная безопасность регионов. – 2011. – №1 (8). – С.99-105.
89. Гусев Н.К., Бердугин В.А. Некоторые вопросы оценки качества медицинской помощи в системе здравоохранения Российской Федерации // Здравоохранение Российской Федерации. – 2016. – 60(5). – С.228-233.
90. Давнис В.В., Канапухин П.А., Сова А.Н. Использование инструментов маркетингового анализа в системе менеджмента качества продукции предприятия // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 7 (91). – С. 57-65.
91. Даниленко Л.Н. Теоретические подходы к анализу рентной экономики (рентного государства) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – №23 (212). – С.29-40.
92. Даниленко Л.Н. Феномен рентоориентированного поведения в институциональном аспекте // Мир России. – 2013. – №3. – С.35-59.
93. Данилова Ю.Р. Фальсифицированные лекарственные средства как один из отрицательных факторов развития фармацевтической отрасли России // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2013. – №15 (116). – С.88-94.
94. Дело Ростовского УФАС России – результат взаимодействия с ОНФ «За честные закупки». Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: <https://fas.gov.ru/spheres/41> (дата обращения 25.09.2018).
95. Дементьев Н.В. Экономическая безопасность в структуре национальной безопасности современной России // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №5-6 (027-028). – С.76-82.
96. Демченко В.А. Понятие халатности медицинских работников при осуществление профессиональной деятельности в уголовном праве // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – №409. – С.164-166.
97. Джевонос У.С. Об общей математической теории политической экономии. Серия «Вехи экономической мысли. Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.67-77 (380 с).
98. Дженсен М., Меклинг У. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. – Вып. 4. – 2004. – С.118-191.

99. Довгучиц С.И., Чупин М.А. К вопросу о степени воздействия государственных расходов на национальную оборону на уровень экономической активности // Экономический журнал. – 2006. – №13. – С.69-81.
100. Додлова М.Ч., Юдкевич М.М. «Обмен дарами» в отношениях государственных служащих // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – Том 11, №3. – С.337-363.
101. Доклад о лицензировании образовательной деятельности органами государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющими переданные полномочия Российской Федерации в сфере образования, в 2017 году. Материалы Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки. – Москва, 2018. – 47 с.
102. Доклад об итогах деятельности федеральной службы по надзору в сфере образования и науки за 2017 год. Материалы Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки. – URL: http://obrnadzor.gov.ru/ru/open_government/plans_and_reports (дата обращения 13.11.2018).
103. Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2014 год. – URL: https://static-0.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/026/627/original/Doklad_o_sostojanii_zdorovja_naselenija_2014.pdf?1434640648 (дата обращения 13.07.2019).
104. Долгин А.Б. Экономика символического обмена. – М., ИНФРА-М, 2006. – 632 с.
105. Дондоков С.Б. Недобросовестное поведение вузов в образовательных отношениях: причины и меры противодействия // Вопросы экономики и права. – 2010. – №11. – С.70-75.
106. Драганчук Л.С. Рынок образовательных услуг и его регулирование // Вестник КемГУ. – 2012. – №4 (52). Т.1. – С.284-289.
107. Дудка О.Ф. Юридическая ответственность медицинских работников. Досудебная и судебная практика по делам о профессиональных нарушениях в ЛПУ Томской области // Сибирский медицинский журнал. – 2013. – Том 28, №4. – С.115-121.
108. Евдокименко Е.Ю. Понятие информационного шума в социально-гуманитарных науках // Молодой ученый. – 2013. – №10. – С.564-566.
109. Ельшин Л.А. Формирование ценовых сигналов и их влияние на развитие национальной рыночной системы: дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2004. – 144 с.
110. Еляков А.Д. Информационная перегрузка людей // Социологические исследования. – 2005. – № 5. – С.114-121.
111. Енгальчев В.Ф., Южанинова А.Л. О судебно-психологической экспертизе морального вреда // Российский психологический журнал. – 2007. – №1. Том 4. – С.29-37.
112. Ершова И.В. Лицензирование медицинской и фармацевтической деятельности: правовые нормы, доктрины, судебная практика // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2015. – №1. – С.128-141.
113. Желева О.В. Уголовная ответственность за ненадлежащее оказание медицинской помощи // Вестник Костромского государственного университета. – 2019. – №1. – С.218-221.

114. Железов Б.В., Кудюкин П.М., Шувалова О.Р. Эффективность системы образования: взгляд потребителя образовательных услуг // Вопросы образования. – 2009. – №2. – С.187-210.
115. Жидков А.С. Концепция общественного блага и развитие сферы услуг // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2017. – №4 (23). – С.46-54.
116. Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора / Е.Н.Жильцов, П.В.Савченко, И.А.Погосов. – М: ИНФРА-М, 2010. – 762 с.
117. Жукова А.В., Макаревич М.Л. Проблемы отсутствия специальной правовой регламентации сегмента натуральной косметики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №6 (32). – С.74-79.
118. Жуковская В.Ю. Сертификация услуг: схемы и особенности // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2015. – №1. – С.17-21.
119. Завадская В.В. Специфика образовательных услуг и их маркетинг // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – №2 (20). – С.66-71.
120. Завалько Н.А. Специфические особенности образовательных услуг в аспекте маркетинговых отношений // Креативная экономика. – 2011. – Том 5. № 6. – С.80-84.
121. Завьялова Л.В., Китаева Т.Н. К вопросу о роли и значении посреднической деятельности в рыночной экономике // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – №2. – С.188-196.
122. Зажигалкин А.В., Мезенцева О.В., Скобелев Д.О., Топорков А.А., Косорукова И.А. Применение нормативной базы как инструмента совершенствования деятельности в области контроля качества лекарственных средств и медицинских изделий // Вестник Росздравнадзора. – 2015. – №3. – С.69-76.
123. Зарубина О.А. Медико-социальные услуги в системе оказания медицинской помощи населению // Экономика и социальная политика. – 2016. – №1. Январь-февраль. – С.25-29.
124. Захарова Е.Н., Глюстен Т.Г. Рейтинг вузов как инструмент снижения асимметрии информации на рынке доверительных услуг // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2013. – №3 (127). – С.248-255.
125. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 170 с.
126. Заховаева А.Г. Ценность и смысл понятие «духовность» на изломе нравственных парадигм // Ценности и смыслы. – 2017. – №5 (51). – С.111-117.
127. Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2015 году: Государственный доклад. – М: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2015 г. – 292 с.
128. Зворыкина Т.И., Сильчева Л.В., Гогаева О.В. К вопросу разработки новых стандартов как основного критерия повышения качества образования // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2016. – Том 10. №3. – С.50-58.
129. Зизекалова Е.А. Проблемы и перспективы государственного регулирования аудиторской деятельности в России // Ars administrandi. Искусство управления. – 2019. – Том 11. Номер 3. – С.437-454.
130. Зимина Е.В., Стрижкина В.Н. Вопросы финансирования льготного обеспечения лекарственными препаратами пациентов с редкими (орфанными) и

- хроническими заболеваниями с учетом порядка и стандартов оказания медицинской помощи (на примере Алтайского края) // Academy. – 2018. – № (29). – С.38-41.
131. Зорин Р.Г., Кривель В.В., Садовская А.С. Характер и размер причиненного морального вреда в уголовном процессе // Евразийская адвокатура. – 2014. – №3 (10). – С.53-60.
132. Зуева М.В. Формирование и развитие состава и функционального назначения аудиторско-консалтинговых услуг: дисс. ... канд. экон. наук. – Москва, 2010. – 163 с.
133. Зуенок Т.В. Формирование информационной асимметрии на рынке образовательных услуг высшей школы // Вестник БДУ. – 2009. – Сер.2 №2. – С.68-71.
134. Ибрагимова А.Н., Базаркина О.В. Разработка оптимальных дескриптивных моделей транзакционных издержек институциональных потребителей рынка антацидных и противоязвенных лекарственных препаратов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Медицина. Фармация. – 2013. – №4 (147). Выпуск 21. – С.246-249.
135. «Изменение мотивации потребителей в кризис» по материалам Profi Online Research. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/social/crisis.htm> (дата обращения 19.09.2016).
136. Иликбаева Е.С. Фальсифицированные, недоброкачественные и незарегистрированные лекарственные средства как предмет преступления, предусмотренного статьей 238.1 Уголовного кодекса Российской Федерации // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2017. – №2 (36). – С.76-79.
137. Илюхина Р.В., Фирсов И.В. Институт обеспечения экономической безопасности и противодействия теневой экономике // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – №7. – С.13-16.
138. Илюшина М. Коммерческие сделки: теория и практика: учебно-практическое пособие / М.Н. Илюшина, М.Ю. Челышев, Р.И. Ситдикова; под общей редакцией М.Н. Илюшиной; Министерство юстиции Российской Федерации, Российская правовая академия. – М.: РПА МЮ РФ, 2005. – 264 с.
139. Исаков В.А. Оппортунистическое поведение и механизмы его ограничения (на примере транзакции налогообложения): дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2008. – 178 с.
140. Искандарян Г.О. Классификация и особенности современных медицинских услуг // Вестник университета. – 2014. – №6. – С.115-118.
141. Исмагилова Г.Н., Сафиуллин Н.З. Формирование институтов качества: измерение качества товаров и удовлетворенности потребителей // Казанский экономический вестник. – 2015. – №1(15). – С.34-42.
142. ИСО/ТУ 16949:2009 «Системы менеджмента качества. Особые требования по применению ИСО 9001:2008 в автомобильной промышленности и организациях, производящих соответствующие запасные части» (ISO/TS 16949:2009 «Quality management systems - Particular requirements for the application of ISO 9001:2008 for automotive production and relevant service part organizations»).
143. ИСО IWA 1:2005 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению процессов в учреждениях здравоохранения» (IWA 1:2005 "Quality management systems - Guidelines for process improvements in health service organizations").

144. Итоги осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе за 2017 год. Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: https://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame (дата обращения 25.09.2018).
145. Казанцев С.Я., Тузлукова М.В. Специфика причин совершения ятрогенных преступлений // Вестник Московского университета МВД России. – 2014. – №12. – С.168-170.
146. Казбакова Э.Л. Влияние института посредничества на рыночное взаимодействие экономических агентов: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2002. – 167 с.
147. Как пытаются заработать на страхе перед эпидемией. Интернет-портал "Российской газеты". – URL: <http://www.rg.ru/2009/11/12/grimaski.html> (дата обращения 19.09.2016).
148. Калашников К.Н. Ресурсное обеспечение российского здравоохранения: проблемы территориальной дифференциации // Экономические и социальные перемены. – 2015. – 1(37). – С.72-86.
149. Калашников К.Н., Калачикова О.Н. Доступность и качество медицинской помощи в контексте модернизации здравоохранения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 2 (32). – С.130-143.
150. Калюжнова Н.Я. Экономика недоверия (институт доверия и его роль в конкурентоспособности регионов) // Экономика региона. – 2014. – №1. – С.56-64.
151. Калюжнова Н.Я. Экономика недоверия: роль социального капитала в России // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2012. – Том 4, № 2. – С.74-82.
152. Калугина Т.Г. Сертификация квалификаций – новый этап // Профессиональное образование и рынок труда. – 2014. – №9. – С.8.
153. Калугина Т.Г. Система подготовки рабочих кадров: точки роста // Инновационное развитие профессионального образования. – 2019. – №3 (23). – С.13-25.
154. Камаев В.Д. Учебник по основам экономической теории. – М.: «ВЛАДОС», 1994. – 379 с.
155. Каминская Т.М. О развитии квазирыночных отношений в здравоохранении // Экономическая теория. – 2006. – №2. – С.17-24.
156. Камышова А.Б. Государственные и рыночные регуляторы: перспективы взаимодействия в евразийском пространстве // Государство и рынок: механизмы и институты евразийской интеграции в условиях усиления глобальной гиперконкуренции: коллективная монография. Издательство: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – С.206-216.
157. Канапухин П.А. Закономерность эволюции экономических интересов и механизмы их реализации в экономике России: дисс. д-ра. экон. наук. – Воронеж, 2008. – 409 с.
158. Канапухин П.А. Человек как субъект рыночной экономики. Глава 15: Конкуренция и монополия в рыночной экономике // Актуальные проблемы рыночной экономики. – Воронеж, 2005. – С.243-254.
159. Канапухин П.А., Семенова О.А. Государственная политика продовольственной безопасности в России // Социально-экономические, институциональные и рыночные трансформации в условиях формирования

- цифровой экономики: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2019 г. – С.83-85.
160. Капелюшников Р.И. Мобильность и идентичность руководителей российских промышленных предприятий. – М: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. №7.
161. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. – М., 1990. – 90 с.
162. Карпов В.И., Новокшанов О.Н., Павлов Д.Б. Теоретические основы обеспечения безопасности личности, общества и государства: учебное пособие. – М., 2010. – 236 с.
163. Квачахия Л.Л. Экономические особенности и проблемы льготного лекарственного обеспечения // Иннов: электронный научный журнал. – 2018. – №3 (36). – С.15.
164. Кибак И.А. Психолого-правовые ошибки в законотворческой деятельности // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2011. – №3(5). – С.66-71.
165. Клейн Э. Коррупция в российских вузах // Terra Economicus. – 2011. – Том 9. №1. – С.60-70.
166. Клопотова Л.М. Некоторые проблемы повышения качества высшего образования // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – №2(3). – С.62-65.
167. Ключищева В.Г., Алябьева А.Ю. Коррупция и ее классификация. Функционирование национального и мирового рынков в условиях глобальной нестабильности. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Издательство: Издательско-полиграфический центр «Научная книга». Воронеж, 2017. – 253 с.
168. Козарук Е.Г. Основания и условия наступления юридической ответственности за причинение морального вреда // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2009. – №3. Том 92. – С.144-149.
169. Козлова Е.В. Оппортунистическое поведение на рынке фриланса в России // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – №14 (396). Экономические науки. Вып.55. – С.102-108.
170. Козлова Е.В. Система мотивации как фактор ограничения оппортунистического поведения // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №15 (306). – С.137-140.
171. Козлова Е.В. Сравнительный анализ оппортунистического поведения в российских и зарубежных корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №8 (363). Экономика. Вып.48. – С.134-142.
172. Козлова Е.В. Формы проявления оппортунистического поведения менеджеров в крупных российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №32 (247). – С.78-81.
173. Козлова Е.В. Экономические механизмы выявления и ограничения оппортунистического поведения в российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №10 (264). – С.117-121.
174. Козменкова С.В., Кемаева С.А. Аудит: проблемные вопросы и пути развития // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – 3(345). – С.31-43.
175. Колосова М.А. Анализ форм оппортунистического поведения на рынке доверительных благ (на примере фармацевтического рынка) // Актуальные

- вопросы экономических наук: сборник материалов LIV Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – С.11-16.
176. Колосова М.А. Доверительное благо, как объект современного рынка: понятие, виды и формы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Экономика. Информатика». – 2017 г. – № 16 (265). Выпуск 43. – С.50-59.
177. Колосова М.А. Институт посредничества на рынке доверительных благ: анализ сильных и слабых сторон // Научный рецензируемый журнал «Научные ведомости Белгородского государственного университета». – 2018. – Том 45, №3. – С.473-480.
178. Колосова М.А. Оппортунистическое поведение государства на рынке доверительных благ // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации». – 2017. – С.14-18.
179. Колосова М.А. Проблема идентификации доверительных благ. Материалы международной научно-практической конференции «Экономика и менеджмент: от вопросов к решениям». г.Томск, 2016. – С.16-20.
180. Колосова М.А. Проблема теневой экономики на рынках доверительных благ // Сборников научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Казань. – 2018. – №5. – С.9-12.
181. Колосова М.А. Специфика конкурентных отношений на рынке доверительных благ. Материалы VII Международной научно-практической конференции «Научный форум: Экономика и менеджмент». – № 5(7). – М., 2017. – С.153-158.
182. Колосова М.А. Условия формирования оппортунистического поведения субъектов рынка доверительных благ // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2017. – №3. – С.41-48.
183. Концентрация богатства в РФ выше, чем в США. Официальный сайт Независимой газеты. – URL: http://www.ng.ru/economics/2018-10-18/4_7335_money.html (дата обращения 09.06.2019).
184. Корогодин И.Т. Конкурентные отношения в экономических системах: концептуальные подходы к анализу // Экономическая система региона: особенности конкурентных отношений: сборник научных трудов. – Воронеж, 2003. – С.8-10.
185. Королев А.И. Тенденции оппортунистического поведения в условиях экономики неравновесности: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – 171 с.
186. Корытцев М.А. Современная экономическая теория реформирования общественного сектора и становление квазирыночных институтов // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2008. – Том 6. №4. – С.6-8.
187. Корытцев М.А. Эволюция теоретической концепции квазирынков в контексте реформирования общественного сектора национальной экономики // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2009. – Том 7 №1 Часть 2. – С.9-13.
188. Косова И.В., Ибрагимова А.Н., Базаркина О.В. Анализ транзакционных издержек в исследовании фармацевтических рынков // Вестник РУДН, серия Медицина. – 2013. – №2. – С.33-38.

189. Корнева С.С. Посредничество как трансакционный институт: сущность, виды, тенденции развития: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Самара, 2008. – 22 с.
190. Коробкова О.К. Особенности спроса на медицинские услуги в Российской Федерации // Вопросы экономики и права. – 2011. – №1. – С.178-181.
191. Коробкова О.К. Экономическая трактовка понятия «медицинская услуги» // Экономическая теория. – 2010. – №9 (70). – С.65-68.
192. Корпоративный менеджмент. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». – URL: <http://www.cfin.ru/vernikov/kias/consulting.shtml> (дата обращения 11.10.2015).
193. Корьева А.Н. Экономические отношения в сфере здравоохранения: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Кострома, 2005. – 24 с.
194. Котляров И. Механизмы использования посредников при дистрибуции услуг. Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2012. – Том 3, №3. – С.97-110.
195. Коуз Р. Природа фирмы (англ. The nature of the firm). Серия «Вехи экономической мысли». Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С.11–32.
196. Кравцова М.А. Теория отражения и установления морального вреда, причиненного общественно опасным деянием // Материалы научно практической конференции «Теория и практика противодействия преступности: современные тенденции». – Минск: Академия МВД, 2012. – С.120-123.
197. Красиков О.В., Рощина И.В. Оппортунизм и трудовой оппортунизм работников: общие и специфические черты, причины проявления // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2018. – №42. – С.119-128.
198. Крие А., Жаллэ Ж. Внутренняя торговля. – М.: Прогресс: Универс, 1993. – 192 с.
199. Кузьминов Я.И. Образование в России: что мы можем сделать? // Вопросы образования. – 2004. – №1. – С.5–30.
200. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 444 с.
201. Кузнецова О.В., Маркелова Е.С. Оппортунизм в трудовых отношениях как социально-экономическая проблема // Экономика Профессия Бизнес. – 2017. – №1. – С.34-37.
202. Кузнецова Т.А., Репп П.В. Координация профессиональных и образовательных стандартов как механизм эффективного управления качеством образования // Университетское управление: практика и анализ. – 2016. – №103 (3). – С.62-72.
203. Купаева Н.А. Тенденции развития рынка частных благ: дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – 178 с.
204. Купаева Н.А. Теоретические основы организации рынка частных благ // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2006. – №14 (3). – С.39-44.
205. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 571 с.
206. Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия – общие и дифференцирующие признаки // Мотивация в психологии управления: материалы

- Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. А.В. Капцов. Самара: СГА, 2006. – С.8-16.
207. Курбатова М.В., Каган Е.С. Оппортунизм преподавателей вузов как способ приспособления к усилению внешнего контроля // *Journal of Institutional Studies* (Журнал институциональных исследований). – 2016. – Том 8. №3. – С.116-136.
208. Курбатова М.В., Левин С.Н., Каган Е.С. Структура социального капитала как фактор институционального развития региона // *Общественные науки и современность*. – 2010. – №6. – С.37-51.
209. Курмышев И.Н. Информационная асимметрия и рынок труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2012. – 169 с.
210. Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления. Серия «Вехи экономической мысли. Вып.1. Теория потребительского поведения и спроса. Под. ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С.326-336 (380 с.).
211. Ланская О.А., Дудоров Т.Д. Характеристика деяний медицинских работников, влекущих причинение вреда жизни или здоровью пациента // *Юридическая наука*. – 2018. – №3. – С.115-119.
212. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности и социальный капитал как основа социально-экономического развития // *Journal of institutional studies* (Журнал институциональных исследований). – 2010. – Том 2, №1. – С.17-34.
213. Лебедева Ю.Н. Информационная асимметрия как условие бюрократизации отношений бизнеса и власти: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2011. – 168 с.
214. Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб: Макет, 1995. – 311 с.
215. Левченко В.И., Савельева И.Е. Актуальные проблемы борьбы с контрафактной фармацевтической продукцией: гражданско- и уголовно-правовые аспекты // *Проблемы экономики и юридической практики*. – 2017. – №2. – С.7-10.
216. Лившиц К.А. Организационно-экономические механизмы совершенствования системы фармацевтических услуг: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2004. – 158 с.
217. Лин А.А., Соколов Б.И., Орлов А.С. Фармацевтический рынок: реклама лекарственных препаратов // *Проблемы современной экономики*. – 2015. – 2 (54). – С.311-316.
218. Липатова И.А., Хайруллина Э.Р. Статусная рента: теория, исследование. Роль государства в регулировании процесса распределения статусной ренты в экономике России // *Вестник Казанского технологического университета*. – 2011. – №16. – С.280-285.
219. Локтев К.И. Развитие духовности как средство преодоления культурного шока в условиях глобализации // *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*. – 2015. – №3 (20). – С.95-100.
220. Ломов В.А. Влияние рентоориентированного поведения на развитие национальной экономики // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. – 2011. – №1 (35). – С.151-156.
221. Ломов В.А. Социально-экономические последствия рентоориентированного поведения в условиях посткризисного развития Российской Федерации // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. – 2011. – №1 (35). – С.148-150.

222. Ломовцева О.А., Мордвинцев А.И. Условия и векторы развития социальной инфраструктуры регионов России // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2012. – №2. – С.14-18.
223. Ляско А. Доверие и транзакционные издержки // Вопросы экономики. – 2003. – №1. – С.42-58.
224. Ляшенко И.Ю. Асимметрия информации и ее особенности на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2010. – 202 с.
225. Ляшенко И.Ю. Последствия асимметрии информации на рынке труда // Экономика образования. – 2012. – №2. – С.155-158.
226. Ляшенко И.Ю. Рынок труда: исследование асимметрии информации: монография; науч. ред. Т.Н. Гоголева. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2012. – 172 с.
227. Ляшенко И.Ю. Совершенство информации, реклама и цена товара // Институциональные проблемы развития национальной экономики: сборник статей Международной научно-практической конференции Onlin. – Воронеж, 2012. – С.18-21.
228. Ляшенко И.Ю. Совершенствование контрактов как метод смягчения проблемы постконтрактного оппортунизма сотрудников // Актуальные вопросы развития экономики России: сборник статей научно-практической конференции. – Воронеж, 2012. – С.191-194.
229. Ляшенко И.Ю., Крапивина А.С. Значение рекламы для функционирования фирмы и рынков (включая информационный аспект) // Функционирование национального и мирового рынков в условиях глобальной нестабильности: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2017. – С.171-174.
230. Ляшенко И.Ю., Пьяных Т.С. Роль и место бренда в современной экономике // Актуальные проблемы развития отраслевых рынков: национальный и региональный уровень: сборник статей 3-ей Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2019. – С.126-130.
231. Маврина Л.В. Особенности оппортунистического поведения экономических агентов в условиях трансформации институциональной среды: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2010. – 24 с.
232. Мазурина М.А. Развитие рынка информационных услуг как фактор снижения асимметрии информации: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2011. – 216 с.
233. Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Бахрах О.А. К вопросу о коррупции в здравоохранении // Психология в экономике и управлении. – 2012. – №2. – С.82-87.
234. Макшеева О.А. Оппортунистическое поведение представителей власти // Известия Байкальского государственного университета. – 2009. – №3(65). – С.13-15.
235. Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг высшего профессионального образования как экономической системы: автореф. дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2010. – 26 с.
236. Малеин В.М. Экономическая природа образовательной услуги как доверительного блага // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – №2. – С.67-72.

237. Малкина М.Ю. Институциональные основы снижения качества товаров и услуг в условиях рыночной экономики (ответ И.В. Розмаинскому) // *Journal of institutional studies* (Журнал институциональных исследований). – 2014. – Том 6, №4. – С.77-97.
238. Малкина М.Ю., Абросимова О.Ю. Институциональный анализ естественных монополий в современной России // *Journal of Institutional Studies* (Журнал институциональных исследований). – 2012. – Том 4, №4. – С.117-132.
239. Маркс К. Сочинения. Т.24: Капитал. Критика политической экономики. Т.1, Кн.1: Процесс производства капитала. – М.: Госполитиздат, 1960. – 907 с.
240. Мартянов В.С. Рентная демократия // Научный ежегодник института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2016. – Том 16. №3. – С.41-60.
241. Мартюкова Е.Г. Оппортунизм и издержки оппортунистического поведения в российской экономике: идентификация и оценка: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 202 с.
242. Матершева В.В. Институт семьи: формирование и развитие человеческого капитала // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Экономика и управление. – Воронеж, 2006. – №2. – С.144-152.
243. Матершева В.В. Образование как потребительское и инвестиционное благо // Системное моделирование социально-экономических процессов: труды 32-ой Международной научной школы-семинара. – Воронеж, 2009. – Ч.2. – С.305-309.
244. Матершева В.В. Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в Воронежской области // Динамика макроэкономических показателей РФ и их влияние на экономический рост: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2011. – С.125-128.
245. Матершева В.В. Спрос на образование в России и теория человеческого капитала // Вестник Костромского государственного университета. – Кострома, 2006. – №11. – С.133-138.
246. Матершева В.В. Теория сигналов и реформа образования // Системное моделирование социально-экономических процессов: сборник трудов 31 международной научной школы-семинара. – Воронеж, 2008. – Ч.3. – С.50-56.
247. Матершева В.В., Бутурлакина Е.В. Измерение масштабов коррупции: мифы и реальность // Россия на пути к устойчивому развитию: социально-политические и экономические аспекты: материалы VIII научной конференции. – Воронеж, 2006. – Ч.2. – С.29-51.
248. Матершева В.В., Ларионова А.В. Основные тенденции высшего образования в России // Рыночные институты и конкуренция в современной экономике России: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2012. – С.136-138.
249. Матершева В.В., Чекмарев В.В. Институционализация сферы образования России // Экономика образования. – Москва, 2014. – №4. – С.93-110.
250. Матчин В.Т. Неопределенность в информационном поле // Международный научный электронный журнал Перспективы науки и образования. – 2017. – 3(27). – С.8-12.
251. Марущак И.И., Ольховская М.О. Регулирование оборота лекарственных препаратов как объектов интеллектуальной собственности // Пространство и Время. – 2014. – № 1(15). – С.242-245.

252. Маршалл А. Принцип экономической науки. Книга 2. Глава 2. Прогресс, 1993. Электронная библиотека royallib.com. – URL: https://royallib.com/book/marshall_alfred/printsipi_ekonomicheskoy_nauki.html (дата обращения 30.06.2019).
253. Медведь А.А., Щербакова Д.В. Проблема доверия и способы ее разрешения в международных инвестиционных отношениях // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3: Экономические, гуманитарные и общественные науки. – 2017. – №1. – С.28-36.
254. Меликова Л.М. Методологические аспекты исследования экономической категории «коррупция»: формы проявления // Новые технологии. – 2012. – №1. – С.154-158.
255. Менгер К. Основания политической экономии. Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/menger_o/ (дата обращения 5.02.2013).
256. Мизес Л. Социализм. Экономический и социологический анализ. – М.: Catallaxy, 1994. – 416 с.
257. Микроэкономика: учебник / А.Л. Дмитриев [и др.] ; под ред. А.Л. Дмитриева. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – С.250-254.
258. Милгром П., Робертс Дж. Ценовые и рекламные сигналы качества продукции. Серия «Вехи экономической мысли». Том 5. Теория отраслевых рынков. – СПб.: Экономическая школа, 2003. – С.212-246 (670 с.).
259. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент (в 2 томах). Том 1. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – 472 с.
260. Миронова А.А. Доверие, социальный капитал и субъективное благополучие индивида // Общественные науки и современность. – 2014. – №3. – С.44-52.
261. Миропольский Д.Ю. Экономическая теория и типы хозяйственных систем // Экономика и управление. – 2007. – №2 (28). – С.22-28.
262. Миропольский Д.Ю., Попов А.И., Миэринь Л.А. Экономический человек: демифологизация рациональности, свободы и индивидуализма // // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. 2015. – С.3-9.
263. Мицель А.А., Козлов С.В. Модели олигополии // Известия Томского политехнического университета. – 2011. – Т.311, №6. – С.4-8.
264. Миэринь Л.А. Проблемы построения системы оценки функционирования национальной образовательной системы (НОС) // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: научная конференция профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам научно-исследовательской деятельности университета. 2015. – С.218-225.
265. Миэринь Л.А., Винокуров С.С., Медведь А.А. Моделирование информационных аспектов принятия решений // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 4 (64). – С.54-58.
266. Морозов А.Е. Общественные блага в системе экономических интересов: дисс. канд. экон. наук. – Самара, 2002. – 166 с.
267. Морозова И.А., Волков С.К., Мысин М.Н. Развитие инфраструктуры сферы образования и возможности применения инструментов государственно-частного партнерства // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2014. – №15 (186). – С.48-57.

268. Мохов А.А. Законодательство Российской Федерации о клинических медицинских организациях: проблемы и перспективы // *Здравоохранение Российской Федерации*. – 2016. – 60(4). – С.203-207.
269. Мухтасарова Т.Р., Погонин А.В., Тяжельников А.А., Брескина Т.Н., Колосов Л.Л. Внедрение системы менеджмента качества в амбулаторно-поликлиническом объединении. Практика проведения предварительного аудита // *Вестник Росздравнадзора*. – 2013. – №6. – С.39-46.
270. Мясникович М.В., Пузиков В.В. Основные направления обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы. Монография. – Минск. Изд-во «Экономика и право», 2003. – 451 с.
271. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Издательство «Дело», 2003. – 360 с.
272. Назарова В.В. Виды ценовой конкуренции на рынке медицинских услуг // *Проблемы современной экономики*. – 2011. – №4 (40). – С.385-388.
273. Нейман С.Ю., Кацнель С.А. Качество образования vs образовательная услуга – дуализм российской высшей школы // *Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий*. – 2018. – №1 (25). – С.130-135.
274. Неретина Е.А., Макарец А.Б. Особенности продвижения образовательной услуги как доверительного товара // *Интеграция образования*. – 2009. – №3. – С.15-21.
275. Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория. – М.: «Эдитория УРСС», 2002. – 415 с.
276. Нижегородцев Р.М., Ярославская Д.И. Управление «рынком лимонов»: институциональный анализ проблемы неблагоприятного отбора // *Проблемы управления*. – 2007. – №5. – С.2-14.
277. Новосельцев Н.Ю. Рынок медицинских услуг и его особенности // *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество*. – 2011. – №2. – С.82-88.
278. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Нестеренко. – М: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – 180 с.
279. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. – 2 изд. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с.
280. Обыденов А.Ю. Стратегическое конкурентное преимущество: ресурсно-институциональный взгляд // *Российский журнал менеджмента*. – 2016. – Том 14, №1. – С.87-110.
281. Овчаров А.С. Коррупция в системе теневых экономических отношений: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2003. – 183 с.
282. Овчинникова О.П., Овчинникова Н.Э. Финансирование высшего образования в развитых странах и России: анализ современных тенденций // *Финансы и кредит*. – 2017. – Т.23, №38. – С.2305-2316.
283. Одинцова М.И. Институциональная экономика: учебник для академического бакалавриата. 4-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 459 с.
284. Олейник А.Н. Институты взаимодействия экономической и политической власти: транзакционный подход: дисс. ... д-ра. экон. наук. – Москва, 2011. – 392 с.
285. Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М.: Инфра-М, 2002. – 416 с.

286. Олейник Е.В., Потрикеева О.Л. К вопросу о профессиональных и образовательных стандартах // Гуманитарно-педагогические исследования. – 2017. – Том 1. №2. – С.79-83.
287. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп. – М.: Фонд экономической инициативы, 1995. – 174 с.
288. Ольховская М.О. Регистрация лекарственных препаратов в качестве объектов интеллектуальной собственности как способ борьбы с контрафактом // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2012. – № 3(7). – С.74-76.
289. Ольшевский В.Г. Экономическая безопасность в системе национальной безопасности: история и современность // Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции «Проблемы геополитики, геоэкономики и международных отношений. Продвижение НАТО и Евросоюза на Восток – Проблемы безопасности России, стран СНГ, Европы и Азии». – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2010.
290. Ольшевский В.Г. Экономика национальной безопасности: сущность, особенности, проблемы изучения // Экономические исследования. 2011. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomika-natsionalnoy-bezopasnosti-suschnost-osobennosti-problemy-izucheniya> (дата обращения 20.10.2019).
291. Ореховский П.А. Однородность потребительских предпочтений: существует ли кривая спроса? // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2013. – №4. Том 4. – С.60-72.
292. Петрова Н.Г. О нерешенных проблемах обеспечения качества медицинской помощи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 11. Медицина. – 2018. – Т.13. Вып.1. – С.83-90.
293. Перхов В.И., Люцко В.В. Макроэкономические расходы на здравоохранение в России и зарубежом // Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. – 2019. – №2. – С.334-345.
294. Письмо Министерства здравоохранения РФ от 11 марта 2014 г. №16-3/10/1-1084 «Рекомендации по внесению изменений в региональные «дорожные карты», направленные на повышение эффективности здравоохранения». Информационно-правовой портал «ГАРАНТ.РУ». – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70513428> (дата обращение 27.01.2017).
295. Плесовский П.А. Медицинская услуга как социальное и экономическое благо // Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2007. – №4. – С.54-62.
296. Плотников В.А. Понятие смешанной экономики: эволюция развития и современная трактовка // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2018. – Том 8. № 2 (27). – С.8-16.
297. Пожаров А.И. Военная экономика России: история и теория. Монография. – М.: ВФЭУ, 2005. – 417 с.
298. Пожаров А.И. Экономика национальной безопасности: реальность и наука // Экономика военного строительства. – 2010. – №1(9). – С.37-48.
299. Политическая экономия / Под ред. Радаева В.В. – М.: Издательство МГУ, 1992. – 414 с.
300. Полищук Л.И. Микроэкономическая теория: проблемы асимметричной информации и общественных благ. – М.: Российская экономическая школа, 2003. – 94 с.

301. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. Официальный сайт Лаборатории математической экономики ЦЭМИ РАН. – URL: http://mathecon.cemi.rssi.ru/vm_polterovich/files/ep99001.pdf (дата обращения 19.09.2016).
302. Полтерович В.М., Попов В.В., Тонис А.С. Экономическая политика, качество институтов и механизмы «ресурсного проклятия». Доклад к VIII Международной научной конференции «Модернизация экономики и общественное развитие». Москва, 3-5 апреля 2007 г. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007. – 98 с.
303. Полянская Е.В. Понятие «медицинская услуга» и основные подходы к ее классификации // Молодой ученый. – 2010. – №1-2. Т.1. – С.244-247.
304. Попов Е.В., Ерш Е.В. Оппортунизм на производственных предприятиях // Управленец. – 2015. №2 (54). – С.60-64.
305. Попов Е.В., Симонова В.Л. Оценка внутрифирменного оппортунизма работников и менеджеров // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С.108-117.
306. Попов Е.В., Симонова В.Л. Эндогенный оппортунизм в теории «принципала-агента» // Вопросы экономики. – 2005. – №3. – С.118-130.
307. Постановление о назначении административного наказания от 06 апреля 2011 года Управления по тарифам Орловской области. Дело №01-17-10.
308. Постановление о назначении административного наказания от 03 мая 2011 года Управления по тарифам Орловской области. Дело №01-17-15.
309. Постановление Правительства Российской Федерации от 29 октября 2010г. N865 г. Москва "О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов". Интернет-портал "Российской газеты". – URL: <http://www.rg.ru/2010/11/03/pravila2-dok.html> (дата обращения 16.06.2016).
310. Постановление Правительства РФ от 15 сентября 2015г. N979 «О внесении изменений в Постановление Правительства РФ от 29 октября 2010г. №865 и об утверждении методики расчета устанавливаемых производителями лекарственных препаратов предельных отпускных цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов при их государственной и перерегистрации». Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_186127/ (дата обращения 25.09.2018).
311. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития России от 28.02.2011 №158н «Об утверждении Правил обязательного медицинского страхования». Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111285/ (дата обращения 15.05.2018).
312. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 23 апреля 2013г. N240н г. Москва «О Порядке и сроках прохождения медицинскими работниками и фармацевтическими работниками аттестации для получения квалификационной категории». Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <https://rg.ru/2013/07/24/medattestacia-dok.html> (дата обращения 13.10.2017).
313. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30 ноября 2015г. №866 «Об утверждении концепции создания Федеральной государственной информационной

системы мониторинга движения лекарственных препаратов от производителя до конечного потребителя с использованием маркировки». Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации. – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/documents/9490-prikaz-ot-30-noyabrya> (дата обращения 15.05.2018).

314. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 20 декабря 2012г. N1175н г. Москва «Об утверждении порядка назначения и выписывания лекарственных препаратов, а также форм рецептурных бланков на лекарственные препараты, порядка оформления указанных бланков, их учета и хранения». Интернет-портал «Российской газеты». – URL: <http://www.rg.ru/2013/07/03/lekarstva-dok.html> (дата обращения 24.09.2018).

315. Пристансков В.Д. Основы формирования криминалистической теории расследования ятрогенных преступлений // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2015. – Сер.14. Вып.4. – С.57-70.

316. Протокол №055 об административном правонарушении от 25 апреля 2013 года Управления по тарифам Орловской области.

317. Пузырева А.А., Седельникова М.Г. Правовые проблемы компенсации морального вреда в праве социального обеспечения // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. – №3 (48). – С.149-158.

318. Пушкина Т.Н. Критерии определения размера компенсации морального вреда как основная проблема гражданско-правового института морального вреда // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». – 2013. – Вып.1. – С.170-175.

319. Пшеницин В.В., Кирасиров О.М. Управление качеством услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2017. – №1 (8). – URL: <http://e-journal.omgau.ru/index.php/2017/1/35-statya-2017-1/778-00305> (дата обращения 15.10.2019).

320. Радаев В.В. Изменение конкурентной ситуации на российских рынках: (на примере розничных сетей) // Вопросы экономики. – 2003. – №7. – С.57-77.

321. Радаев В.В. Некоторые институциональные условия формирования российских рынков // Социологический журнал. – 1998. – № 3/4. – С.57-85.

322. Радаев В.В. Эволюция организационных форм в российской розничной торговле // Вопросы экономики. – 2006. – №10. – С.41-62.

323. Радаев В.В. Формирование новых российских рынков: трансакционные издержки, формы контроля и деловая этика. – М.: Центр политических технологий, 1998. – 328 с.

324. Реутов Е.В., Реутова М.Н. Социальное доверие в Российском обществе: тенденции и противоречия // Россия и современный мир. – 2014. – № 1 (82). – С.173-181.

325. Рогачев А.Ф, Скопина И.В. Развитие региональных потребительских рынков в эпоху глобализации // Финансы и кредит. – 2004. – № 23. – С.64-67.

326. Родионова Н. Модель «экономического человека» в системе экономических знаний // Высшее образование в России. – 2006. – №9. – С.56-67.

327. Рожкова Е.В. Медицинские услуги: понятие и особенности // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2011. Том 7. Выпуск 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/meditsinskie-uslugi-ponyatie-i-osobennosti> (дата обращения 15.10.2019).

328. Робинсон Дж. В. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – URL:http://gallery.economicus.ru/cgi-bin/frame_rightn.pl?type=in&links=./in/robinson/works/robinson_w2.txt&img=works_small.gif&name=robinson (дата обращения 30.08.2019).
329. Розанова Н.М., Бакаев С.С. Эффект репутации на рынках доверительных товаров: деятельность ИТ-компаний в России // Terra Economicus. – 2010. – Том 8 №2. – С.44-56.
330. Романович Н.А. Доверие как культурный феномен в ситуации неопределенности // Международный научный журнал «Символ науки». – 2015. – №8. – С.299-305.
331. Романчук Я.Ч. Система здравоохранения – пример провала государства // Менеджер здравоохранения. – 2010. – №11. – С.58-68.
332. Романчук Я.Ч. Система здравоохранения – пример провала государства. Часть 2 // Менеджер здравоохранения. – 2010. – №12. – С.50-56.
333. Ромашенко Т.Д. Высшее образование как смешанное общественное благо // Актуальные проблемы менеджмента, маркетинга и информационных технологий: сборник научных трудов. – Воронеж, 2006. – С.196-201.
334. Ромашенко Т.Д. Национально-государственные интересы в системе экономической безопасности // Экономические отношения в трансформируемой России: эволюция, проблемы преобразования: Сборник статей межрегиональной научной конференции. – 2002. – Вып.1. – С.51-54.
335. Ромашенко Т.Д. Социальные детерминанты экономической безопасности России // Социально-экономические проблемы современного рынка труда: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2013. – С.132-135.
336. Ромашенко Т.Д. Экономическая безопасность национального хозяйства: Теория, методология, формирование в России: монография. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного ун-та, 2003. – 216 с.
337. Ромашенко Т.Д., Воронина С.А. Проблемы финансирования образования как общественного блага // Социально-экономические проблемы России и перспективы их решения: материалы Международной научно-практической конференции. – Орел, 2006. – С.102-106.
338. Ромашенко Т.Д., Ивлева М.Г. Системный подход к анализу воспроизводства общественных благ // Современная экономика: проблемы и решения: научно-практический журнал. – Воронеж, 2016. – №2. – С.17-30.
339. Российское здравоохранение в новых экономических условиях: вызовы и перспективы: доклад НИУ ВШЭ по проблемам развития системы здравоохранения / С.В. Шишкин, И.М. Шейман, А.А. Абдин и др. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 82 с.
340. Рощина Я.М. Как на рынках «особенных благ» формируются суждения о качестве // Экономическая социология. – Сентябрь 2015. – Т.16. №4. – С.108-116.
341. Рубинштейн А.Я. К теории рынков «опекаемых благ» (научный доклад). – М.: Институт экономики РАН, 2008. – 52 с.
342. Рубинштейн А.Я. Мериторика и экономическая социодинамика: дискуссия с Р.Масгрейвом // Вопросы экономики. – 2009. – № 11. – С.98-109.
343. Руденкин В.Н. Доверие к государственным и общественным институтам как условие гражданской самоорганизации // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2015. – №1. – С.52-59.

344. Руденко В.А. Духовный кризис современного российского общества как следствие догоняющей модернизации // Общество: политика, экономика, право. – 2009. – №1-2. – С.32-35.
345. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: Инфра-М, 2005. – 722 с.
346. Саблин Д.С. Производство общественных благ как реализация экономических функций государства в рыночном хозяйстве // TERRA ECONOMICUS. – 2006. – №4. – С.256-261.
347. Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. – 1993. – вып.3. – С.16-38.
348. Самуэльсон П. Монополистическая конкуренция: революция в теории. Серия «Вехи экономической мысли». Т.2. Теория фирмы. Под ред. В.М.Гальперина. – СПб.: Экономическая школа. 1999. – С.354-370 (534 с.).
349. Самуэльсон П. Чистая теория общественных расходов. Серия «Вехи экономической мысли». Т.4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Сост. и общ.ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.371-376 (560 с.).
350. Сафиуллин Н.З., Исмагилова Г.Н. Методологические особенности формирования потребительского спроса на товары длительного пользования при асимметричности информации. Вестник Казанского государственного аграрного университета. – №1(19). – 2011. – С.39-43.
351. Седова А.В. Общественные блага в современной системе рыночных отношений: дисс. канд. экон. наук. – Самара, 2005. – 186 с.
352. Сей Ж.Б. Трактат по политической экономии. Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/sey_traktat/ (дата обращения 5.02.2013).
353. Селищев А.С. Микроэкономика. – СПб: Питер, 2002. – 448 с.
354. Селищева Т.А., Кан Е.Н. Информация как нематериальный фактор экономического роста // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2015. – №2. – С.1-8.
355. Семеко Г.В. Финансовое обеспечение системы образования: глобальные тенденции и особенности России // Россия и современный мир. – 2019. – №3 (104). – С.89-107.
356. Синельников Т.Т. Аналитический портрет системы здравоохранения в РФ: инфраструктурные и финансово-экономические проблемы // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2010. – №4 (105). – С.112-117.
357. Скляр Т.М. Управление здравоохранением: государство или рынок? // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2003. – Сер.8. Вып.1 (№8). – С.76-94.
358. Скоков Р.Ю. Теория благ и рынки аддитивных товаров // Журнал экономической теории. – 2017. – №1. – С.58-70.
359. Скоробогатов А.С. Институциональная экономика. Курс лекций. – СПб.: ГУ-ВШЭ, 2006.
360. Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Институт лингвистических исследований; под. ред. А.П.Евгеньевой. – 4-е издание. – М.: Рус.яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Т.1. – 702 с.
361. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М: Издательство «Эксмо», 2016. – 1056 с.

362. Ставцева Т.И., Ставцев Ф.А. Институциональные ограничения оппортунизма региональных чиновников // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – №2 (58). – С.99-105.
363. Стандарты специализированной медицинской помощи. Материалы официального сайта Министерства здравоохранения Российской Федерации. – URL: <https://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/22/stranitsa-979/stranitsa-983/2-standarty-spetsializirovannoy-meditsinskoj-pomoschi> (дата обращения 15.05.2018).
364. Стародубов В.И., Улумбекова Г.Э. Здравоохранения России: проблемы и решения // ОРГЗДРАВ: Новости. Мнения. Обучение. Вестник ВШОУЗ. – 2015. – №1 (1). – С.12-27.
365. Степанова Т.Е. Интеллектуальное посредничество как институт трансакций инноваций // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы II Международной научно-практической конференции. В 2т. Т.1.; М-во образования Республики Беларусь, УО «Белорусский государственный экономический университет». – Минск: БГЭУ, 2009. – С. 225-227.
366. Стиглер Дж. Ломаная кривая спроса олигополиста и жесткие цены. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С.402–431 (534 с.).
367. Стиглер Дж. Теория олигополии. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – С.371–401 (534 с.).
368. Стиглер Дж. Экономическая теория информации. Серия «Вехи экономической мысли». Том 2. Теория фирмы. Под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – С. 432-437 (536 с.).
369. Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. – М.: Инфра-М, 1997. – 720 с.
370. Стрижак А.Ю. Особенности эндогенного оппортунизма в системе взаимодействия хозяйствующих субъектов // Российское предпринимательство. – 2013. – №9 (231). – С.98-102.
371. Сударкина Х.В. Маркетинг образовательных услуг Вуза: особенности, возможности, перспективы // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2012. – №8 (133). – С.138-142.
372. Сура М.В., Герасимова К.В., Омеляновский В.В., Авксентьева М.В. Оценка необходимых финансовых затрат на лекарственное обеспечение больных с редкими заболеваниями в РФ // Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. – 2014. – Том 7, №3. – С.36-43.
373. Сухарев О.С. Институциональные и технологические изменения: границы анализа эволюционной теории // Журнал институциональных исследований. – 2013. – Том 5 (номер 2). – С.88-115.
374. Сухарев О.С. Институциональный анализ производства общественных благ // Terra Economicus. – 2013. – Том 11. №1. – С.65-80.
375. Сухарев О.С. Информация и агенты: как формируется модель поведения // Экономическая наука современной России. – 2016. – №3 (74). – С.43-55.
376. Сухарев О.С. Информационная экономика: знание, конкуренция и рост. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 287 с.

377. Сухарев О.С. Общественные блага и внешние эффекты в свете теории «экономической дисфункции». Экономика, финансы и кредит: сборник научных трудов. – Брянск, СЭИ БГУ, 2003. – С.28-33.
378. Сухарев О.С. Экономическая теория информации: коррекция классических аксиом потребительского поведения // Журнал экономической теории. – 2018. – Т.15. №1. – С.1-13.
379. Сухарев О.С. Экономическая теория потребления: виды, свойства и полезность благ // Журнал экономической теории. – 2019. – №1. – С.60-75.
380. Сучков А.В. Анализ дефиниций понятий «врачебная ошибка», «ятрогения», «дефект оказания медицинской помощи» как цель установления обстоятельств, подлежащих доказыванию по профессиональным преступлениям, совершенным медицинскими работниками // Вятский медицинский вестник. – 2010. – №2. – С.70-78.
381. Сушкова О.В. Актуальные проблемы и перспективы развития правового регулирования рекламы лекарственных средств, медицинских изделий и биологически активных добавок // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. – 2019. – Т.9, №1. – С.67-76.
382. С января по май в Россию было ввезено готовых лекарств на сумму 184 млрд. рублей. Материалы ресурса «Фармацевтический вестник». – URL: <http://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/obzory/rnc-pharma-s-janvarja-po-maj-v-rossiju-bylo-vvezeno-gotovyx-lekarstv-na-summu-184-mlrd-rublej.html#.V2Zi3dKLR1s> (дата обращения 19.09.2016).
383. Табунщиков А.Т. Компенсация морального вреда в России и за рубежом: многоаспектность проблемы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2009. – №2 (57). Том 7. – С.146-152.
384. Табунщиков А.Т. Компенсация морального вреда: проблемы теории и практики // Вестник Белгородского юридического института МВД России. – 2016. – №2. – С.66-68.
385. Таллок Г. Потери благосостояния от тарифов, монополий и воровства. Серия «Вехи экономической мысли». Том 4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Сост. и общ. ред. А.П. Заостровцева. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С.435-448 (560 с).
386. Тамбовцев В.Л. Общественные блага и общественные интересы: есть ли связь? // Вопросы экономики. – 2014. – №11. – С.25-40.
387. Тамбовцев В.Л. Пятый рынок. Экономические проблемы производства информации. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – 127 с.
388. Тамбовцев В.Л. Реформа российского образования и экономическая теория // Вопросы экономики. – 2005. – №3. – С.4-19.
389. Тамбовцев В.Л. Стандарты государственных услуг (Экономическая теория и российские реформы) // Общественные науки и современность. – 2006. – №4. – С.5-20.
390. Тамбовцев В.Л. Управленческое решение как экономическое благо // Общественные науки и современность. – 2013. – №1. – С.160-168.
391. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика: Учебник. – 4 изд., испр. и доп. – М.: Юрайт-Издат. 2006. – 376 с.
392. Таханова О.В. Оценка института доверия как фактора благосостояния и развития экономики России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2018. – Том 45. №3. – С.465-472.

393. Тертышный С.А. Коррупция как форма рентоориентированного поведения и проблема ее измерения в экономике России // Вопросы экономической теории. Макроэкономика. – 2012. – №2. – С.83-87.
394. Тищенко Е.В., Фролова Е.Ю. Актуальные вопросы уголовно-правовой и экспертной оценки неблагоприятных исходов медицинской деятельности // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2013. – №6. – С.90-94.
395. Ткач О.П. Влияние рентоориентированного поведения на процессы накопления капитала в российской экономике: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2012. – 177 с.
396. Тлюстен Т.Г. Особенности продвижения услуг высшего образования как доверительных благ на региональном рынке: дисс. ... канд. экон. наук. – Майкоп, 2013. – 165 с.
397. Тлюстен Т.Г. Особенности продвижения услуг высшего образования как доверительных благ на региональном рынке: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Майкоп, 2013. – 32 с.
398. Тогунов И.А. Конкуренция в здравоохранении и медицине. Корпоративный менеджмент. – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/health_system.shtml (дата обращения 15.10.2019).
399. Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н.Ушакова. – М.: Государственный университет «Советская энциклопедия»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935-1940. (4 т.)
400. Толстяков Р.Р., Феногенова М.С. Маркетинговые посредники на рынке образовательных услуг // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т.9, №9. – С.79-83.
401. Тоффлер Э. Шок будущего. – М: ООО «Издательство «АСТ», 2002. – 557 с.
402. Трещевский Ю.И., Герасимова Н.А. Особенности управления организациями здравоохранения в современных условиях // Вестник Белгородского ун-та потребительской кооперации. – Белгород, 2007. – № 2(17). – С.18-22.
403. Трещевский Ю.И., Папазян А.С. Экономическое содержание образовательных услуг высшей школы // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2006. – №9. Часть 2. – С.233-238.
404. Трещевский Ю.И., Папазян А.С. Развитие высшего и среднего образования Воронежской области // Вестник Воронежского военного ин-та. – Воронеж, 2008. – №1(5). – С.337-347.
405. Трубникова Е.И. Асимметрия информации и тенденции рынка научных публикаций // Высшее образование в России. – 2017. – №3. – С.26-36.
406. Туган-Барановский М.И. Периодические промышленные кризисы: история английских кризисов. Общая теория кризисов. – М.: Наука, 1997. – 574 с.
407. Тузлукова М.В. Причины и условия, способствующие совершению ятрогенных преступлений // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – №9 (131). – С.122-126.
408. Тутов Л.А., Шаститко А.Е. Ограниченная рациональность: проблемы системности определения в междисциплинарном контексте // Общественные науки и современность. – 2005. – №2. – С.117-127.
409. Тутоков А.В. Основные детерминанты компьютерной преступности в Российской Федерации // Пробелы в российском законодательстве. Юридический журнал. – 2018. – №3. – С.82-84.

410. Уильямсон Оливер И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. – 1993. – вып.3. – С.39-49.
411. Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат, 1996. – 702 с.
412. Улумбекова Г.Э. Здоровоохранение России. Что надо делать. Научное обоснование «Стратегии развития здравоохранения РФ до 2020 года». – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. – 592 с.
413. Улумбекова Г.Э. Научное обоснование направлений развития здравоохранения РФ на среднесрочный период: дисс. ... канд. мед. наук. – М., 2013. – 470 с.
414. Улумбекова Г.Э. Управление качеством медицинской помощи в РФ: от планирования до улучшения. Часть I. Планирование качества медицинской помощи в РФ: анализ действующей нормативной базы и показатели качества медицинской помощи // ОРГЗДРАВ: новости, мнения, обучение. Вестник ВШОУЗ. – 2016. – №2. – С.43-62.
415. Уродовских В.Н. Управление рисками предприятия: Учеб. пособие. – М.: ВЗФЭИ, 2009. – 130 с.
416. Файзрахманова Н.Ф. Расследование оборота фальсифицированных и недоброкачественных лекарственных средств, биологически активных добавок: дисс.... канд. юр. наук. – Москва, 2013. – 276 с.
417. Фаррахов А.З. Основные подходы и особенности оказания гражданам Российской Федерации высокотехнологичной медицинской помощи в 2014 году. – URL: https://static-1.rosminzdrav.ru/system/attachments/attaches/000/012/091/original/3-Slajdy_dlya_A.Z._Farrahova.ppt?1389714984 (дата обращения 13.07.2019)
418. Фармацевтический рынок России. Январь 2016. Материалы аналитического агентства DSM Group. – URL: http://dsm.ru/docs/analytics/january_2016_pharmacy_analysis.pdf (дата обращения 19.09.2016).
419. ФАС: «Новартис Фарма» установила монопольно высокую цену на препарат «Тайверб». Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы. – URL: <https://fas.gov.ru/spheres/24> (дата обращения 25.09.2018).
420. ФАС в СМИ: фармацевтика лидирует по количеству картелей. Материалы сайта Федеральной антимонопольной службы России. – URL: <https://fas.gov.ru/publications/17482> (дата обращения 17.09.2019).
421. Фаст И.А. Компенсация морального вреда при причинении вреда жизни и здоровью: практические итоги 25 лет существования института в Российской Федерации // Евразийская адвокатура. – 2018. – № 5 (36). – С. 58-75.
422. Фаттахов Ф.Г. Разработка и реализация конкурентных стратегий предпринимательских структур на отраслевых рынках мериторных благ: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2013. – 22 с.
423. Федеральный закон от 01.12.2007 N315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» // Общероссийская Сеть распространения правовой информации КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72967 (дата обращения 13.10.2017).
424. Федеральный закон РФ от 07.02.1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». – URL:

- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/19c8339aa764510f25f4afcea83230cbf14cb9d3 (дата обращения 15.10.2019).
425. Филатов А.Ю. Модель ценовой олигополии с несовершенной эластичностью спроса // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука, 2009. – С.130-145.
426. Филатов А.Ю. Модели олигополии: современное состояние // Теория и методы согласования решений. – Новосибирск: Наука, 2009. – С.29-60.
427. Фисюн В.В. Противодействие незаконному обороту лекарственных средств и фармацевтических препаратов: уголовно-правовой и криминологический аспекты: дисс. ... канд. юр. наук. – Москва, 2011. – 210 с.
428. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 864 с.
429. Фролова А.В. Развитие взаимодействия государственного и частного секторов в сфере производства общественных благ: дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2010. – 192 с.
430. Фукуяма Ф. Доверие. – М.: Изд-во «Хранитель», 2006. – 730 с.
431. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, Ермак, 2004. – 730 с.
432. Фурин А.Г. Трансакционные издержки при оказании платных образовательных услуг: особенности, виды и формы проявления // Интернет-журнал «Наукоедение». 2016. Том 8, №5. – URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN516.pdf> (дата обращения 15.10.2019).
433. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. – 702 с.
434. Хасанов Г.Г. Разработка управленческих решений в условиях неопределенности: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Оренбург, 2002. – 20 с.
435. Хованов Н.В. Анализ и синтез показателей при информационном дефиците. – СПб., 1996. – 196 с.
436. Хованов Н.В. Математические модели риска и неопределенности. – СПб. 1998. – 204 с.
437. Хованов Н.В. Математические основы теории шкал измерения качества. – Л., 1982. – 185 с.
438. Ходжсон Дж. Скрытые механизмы убеждения: институты и индивиды в экономической теории // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Т.1. №4. – С.11-30.
439. Холопова Е.Н. Правовые основы судебно-психологической экспертизы по факту морального вреда в уголовном судопроизводстве: монография. – Калининград, 2003. – 112 с.
440. Хонл Т.А. Регулирование фармацевтического рынка: существует ли почва для развития инновационных фармацевтических препаратов в России? // Проблемы учета и финансов. – 2012. – №4(8). – С.73-75.
441. Цымлянская О.А. Рыночная экономика: границы государственного сектора: дисс. канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 1998. – 145 с.
442. Чеботаренко Е.С. Формы проявления оппортунизма в экономике: причины и меры противодействия // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т.5. №4 (17). – С.385-388.

443. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории стоимости) / пер. с англ. Э.Г. Лейкина и Л.Я. Розовского. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
444. Чернышев А.В. Анализ современного состояния и пространственных различий ресурсного обеспечения и показателей функционирования системы здравоохранения в ЦФО // Вестник ТГУ. – 2013. – Том 18, вып.1. – С.313-318.
445. «Что за лекарство Фризиум?». Материалы АО «Аргументы и факты». – URL: https://aif.ru/society/healthcare/chto_za_lekarstvo_frizium (дата обращения 20.10.2019).
446. Шабров Р.В., Шадрин А.Д. Лицензирование фармацевтической деятельности: проблемы законодательного регулирования // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. – 2015. – №10. – С.58-63.
447. Шабров Р.В., Шадрин А.Д., Никитина М.И. Правовые аспекты продвижения лекарственных средств // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. – 2017. – №1-2. – С.8-21.
448. Шагалиева В.А. Закон «О защите прав потребителей»: проблемы неверного толкования и злоупотребления. Потребительский экстремизм // Science Time. – С.485-490.
449. Шаравская Н.А. Проблемы регулирования цен на лекарственные препараты в Российской Федерации и возможные пути их решения. Презентация. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной службы РФ. – URL: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30852.html (дата обращения 21.12.2013).
450. Шаститко А.Е. Картель: организация, стимулы, политика противодействия // Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т.11. №4. – С.31-56.
451. Шаститко А.Е. Неинституциональная экономическая теория. МГУ им. М.В. Ломоносова. Экон. фак. – М.: ТЕИС, 1998. – 424 с.
452. Шаститко А. Новая теория фирмы. – М.: МГУ им. Ломоносова. Экономический факультет. – М.: ТЕИС, 1996. – 134 с.
453. Шаститко А.Е. Теорема Коуза: проблемы и недоразумения // Вопросы экономики. – 2002. – № 10. – С. 96-102.
454. Шаститко А.Е. Структурная неопределенность и институты // Общественные науки и современность. – 2018. №4. – С.177–190.
455. Шигабутдинова Н.Ф., Камалтдинова Р.М. Развитие современного рынка аудиторских услуг в России // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2012. – №4. – С.58-61.
456. Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2008. – 318 с.
457. Шишкин С.В. Реформа финансирования российского здравоохранения. – М.: ИЭПП, 2000. – 444 с.
458. Шкалаберда Я.Л. Асимметрия информации в рыночной системе хозяйствования: дисс. ... канд. экон. наук. – Москва, 2007. – 224 с.
459. Щепин О.П., Дятлов В.Ю. Здравоохранение как социально-экономическая система // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2012. – №3. – С.3-5.
460. Щепин В.О. Обеспеченность населения Российской Федерации основным кадровым ресурсом государственной системы здравоохранения // Проблемы

- социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2013. – №6. – С.24-28.
461. Щепин В.О. Структурно-функциональный анализ коечного фонда лечебно-профилактических организаций государственной системы здравоохранения Российской Федерации // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2014. – Т.22. №1. – С.15-18.
462. Щепина И.Н., Гоголева Т.Н. Модели оптимальной торговой политики на олигополистических рынках // Современные проблемы экономической теории: Сборник статей международной конференции. – 2003. – Ч.IV. – С.544-557.
463. Шмаков А.В. Воздействие фактора доверия на процесс принятия экономических решений // Terra Economicus. – 2014. – Том 12. №3. – С.29-47.
464. Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2000. – 407 с.
465. Экономика здравоохранения: учеб. пособие / под науч. ред. М.Г. Колосницыной, И.М.Шеймана, С.В.Шишкина; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШУ, 2008. – 479 с.
466. Экономика общественного сектора: учебное пособие / Г.А.Ахинов, Е.Н.Жильцов. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 345 с.
467. Эрделевский А.М. Моральный вред и компенсация за страдания. – М.: Издательство ВЕК, 1998. – 188 с.
468. Эрроу К. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. – М.: ГУ ВШЭ, 2004. – 204 с.
469. Эрроу К. Неопределенность и экономика благосостояния здравоохранения. Серия «Вехи экономической мысли». Т.4. Экономика благосостояния и общественный выбор. Под общ. ред. А.П. Заостровцева. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – 560 с.
470. Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2003. – 140 с.
471. Юдкевич М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных благ // Экономический журнал ВШЭ. – 1998. – №3. – С.358-378.
472. Юдкевич М.М. Образование как доверительное благо. Презентация доклада на конференции «Внешняя оценка образования», 4 декабря 2009г., ГУ ВШЭ. – URL: <http://www.eurekanet.ru/ewww/info/14587.html>.
473. Юхачев С.А. Коррупция как экономические отношения социума: дисс.. д-ра экон. наук. – Тамбов, 2010. – 291 с.
474. Яacobсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 364 с.
475. Яacobсон Л.И. Экономика общественного сектора. Основы теории государственных финансов. Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 275с.
476. Яреско И.И. Доверие как институт и его влияние на трудовые отношения // Социально-экономические проблемы современного рынка труда: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2013. – С.210-212.
477. Ярцева Н.А. Неопределенность как феномен современной экономической среды // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. Экономика и экономические науки. – 2009. – С.134-137.
478. Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, v.84, August 1970, p.488-500.

479. Autor D. Lecture Note: Market Signaling – Theory and Evidence. November 17, 2003. – URL: <http://economics.mit.edu/files/552> (дата обращения 15.10.2019).
480. Bagwell K. The economics of advertising, Introduction. March 09, 2001. – URL: <http://mmrg.pbworks.com/w/file/48538261/Bagwell%2001w.pdf> (дата обращения 02.05.2019).
481. Bardhan P. Corruption and development // *Journal of Economic Literature*. 1997. Vol.25. – pp. 1320-1346.
482. Barzel Y. Measurement cost and the organization of market. *Journal of Law and Economics*, Vol. 25, No. 1 (Apr., 1982), pp. 27-48.
483. Bester H., Dahm M. Credence goods, Costly Diagnosis, And Subjective Evaluation. Ludwig-Maximilians-Universität München. 2014. – URL: <https://epub.uni-muenchen.de/21900/1/483.pdf> (дата обращения 30.06.2019).
484. Bonroy O., Lemarie` S., Tropeano J-P. Credence goods, experts and risk aversion. Grenoble Applied Economics Laboratory (GAEL). 2010. – URL: https://www.parisschoolofeconomics.eu/IMG/pdf/Bonroy_0910.pdf (дата обращения 30.06.2019).
485. Brown J., Minor D. Misconduct in Credence Good Markets. December, 2012. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2186336 (дата обращения 15.09.2019)
486. Casholli M., Knechel W.R., Lin H., Sappington D.E.M. Competitive Procurement of Auditing Services with Limited Information. *European Accounting Review*, 2013. 22(3), 573–605.
487. Caswell J.A., Mojduszka E.M. Using Informational Labelling to Influence the Market for Quality in Food Products. *American Journal of Agricultural Economics*, 1996, 78(5), 1248–53.
488. Cho I.K., Kreps D.M. Signaling Games and Stable Equilibria. *The Quarterly Journal of Economics*, 102, 1987, p.179-221.
489. Coleman J.S. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press, 1990. – 993 p.
490. Georgiadis G. Module 16: Signaling. Kellogg School of Management. Northwestern University. – URL: https://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/georgiadis/Teaching/Ec515_Module16.pdf (дата обращения 15.10.2019).
491. Giannakas K. Information Asymmetries and Consumption Decisions in Organic Food Product Markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 2002, 50, 35–50.
492. Glazer A., Hassin R. The economics of cheating in the taxi market. *Transportation Research Part A*, 17: 25-31, 1983. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0191260783901309> (режим доступа 15.09.2019).
493. Gruber J., Owings M. Physician financial Incentives and cesarean section delivery. *RAND Journal of Economics*. 1996. Vol.27, №1: 99–123.
494. Darby M., Karni E. Free competition and the optimal amount of fraud // *Economica* 12. – 1973. – pp. 67 - 88.
495. Demsetz H., Alchian A. Production, Information Costs and Economic Organization, *American Economic Review*. 1972. – URL: https://www.researchgate.net/publication/3229097_Production_Information_Costs_and_Economic_Organization (дата обращения 30.08.2019).

496. Dixon H. Oligopoly Theory Made Simple. Chapter 6, Surfing Economics, pp. 125-160.
497. Dixon H. The Perfectly competitive outcome as the equilibrium in an Edgeworthian price–quantity game. *Economic Journal*, 1992, (102): 301–309. – URL: http://huwdixon.org/publication_archive/articles/ej1992.pdf (дата обращения 1.09.2019).
498. Dulleck U., Kerschbamer R. Experts vs. Discounters: Consumer Free-Riding and Experts Withholding Advice in Markets for Credence Goods. *International Journal of Industrial Organization*, 2009, 27(1), 15–23. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167718708000404>.
499. Dulleck U., Kerschbamer R. On Doctors, Mechanics, and Computer Specialists: The Economics of Credence Goods. *Journal of Economic Literature*, 2006. 44(1), p.5-42.
500. Dulleck U., Kerschbamer R., Sutter M. The economics of credence goods: An experiment on the role of liability, verifiability, reputation, and competition. *American Economic Review*, 101: 526–555, 2011.
501. Eisenhardt K. Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*. 1989, 14 (1): 57–74. – URL: https://www.jstor.org/stable/258191?seq=1#metadata_info_tab_contents (дата обращения 15.02.2019).
502. Ellis R.P., McGuire T.G. Hospital response to prospective payment: Moral hazard, selection, and practice-style effects. *Journal of Health Economics*, 15 (3): 537–555, 1995.
503. Emons W. Credence goods monopolists. *International Journal of Industrial Organization*. 2001. 19: 375-389.
504. Emons W. Credence Goods and Fraudulent Experts. *Journal of Economic Literature Classification Numbers: D45, D82, L15*. 1996.
505. Fougère M., Moulettes A. The Construction of the Modern West and the Backward Rest in Hofstede's Culture's Consequences. Published in the *Journal of Multicultural Discourses*. – URL: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/36893/Foug_re_Moulettes_Modern_West_Backward_Rest.pdf?sequence=6 (дата обращения 15.10.2019).
506. Janssen M., Roy S. Regulating False Disclosure, Working Paper № 1705. May 2017. – URL: <https://homepage.univie.ac.at/Papers.Econ/RePEc/vie/viennp/vie1705.pdf> (дата обращения 30.08.2019)
507. Janssen M., Roy S. Signaling quality through prices in an oligopoly. *Games and Economic Behavior*, 68 (2010). – pp.192-207.
508. Ismagilova G.N., Danilina E.I., Gafurov I.R., Ismagilov R.I., Safiullin L.N. Asymmetric information and consumer demand. *Asian Social Science*. 24, 2014. – p.203-208.
509. ISO/IWA 2:2007 «Системы менеджмента качества – Руководящие указания по применению ISO 9001:2000 в образовании».
510. Koçkesen L. Microeconomics II Signaling. Koç University. – URL: <http://home.ku.edu.tr/~lkockesen/teaching/mamicro/handouts/10%20Signaling%20Handout.pdf> (дата обращения 15.10.2019).
511. Kohlberg E., Mertens J.F. On the Strategic Stability of Equilibria. *Econometrica*. 54 (5), 1986. – p.1003–1037.
512. Kreps D., Wilson R. Sequential Equilibria, *Econometrica*, Vol.50, №4. 1982. pp.863-894.

513. Krueger A. The Political Economy of the Rent-Seeking Society // *American Economic Review*. 1974. Vol. 64. No. 3. – pp. 291-303.
514. Lancaster K.J. A new approach to consumer theory // *The Journal of Political Economy*. Vol 74, №2 (1966), pp.132-157. – URL: <http://www.dklevine.com/archive/refs41385.pdf> (дата обращения 15.12.2017)
515. Laussel D, Resende J. Complementary Monopolies with asymmetric information. May 2, 2019. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3121668 (дата обращение 1.09.2019).
516. Le Grand J., Bartlett W. *Quasi-Markets and Social Policy*. – London: The Macmillan Press Ltd., 1993. – 241p.
517. Lee J., Muller R., Vermeulen D. A Characterization of Separating Equilibrium in Multidimensional signaling Games. November 9, 2011. – URL: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=SSCW2012&paper_id=94 (дата обращения 15.10.2019).
518. Maskin E., Riley J. Monopoly with Incomplete Information. Vol. 15, No. 2 (Summer, 1984), pp. 171-196. – URL: <https://www.jstor.org/stable/2555674?seq=1> (дата обращения 30.08.2019).
519. McAllister D. The second face of trust: Reflections on the dark side of interpersonal trust in organizations. 1997. *Research on Negotiation in Organizations*, Volume 6, pages 87-111. – URL: https://www.researchgate.net/profile/Daniel_Mcallister3/publication/239612698_The_second_face_of_trust_Reflections_on_the_dark_side_of_interpersonal_trust_in_organizations/links/0f317539a98d2f399f000000.pdf (дата обращения 2.05.2019).
520. McGuire T.G. In *Handbook of Health Economics*. 2000. Chapter 9, p.461–536.
521. Milgrom P., Roberts J. Informational Asymmetries, Strategic Behavior, and Industrial Organization. *The American Economic Review*. 1987, 77 (2): 184–193. – URL: https://www.researchgate.net/publication/4724195_Informational_Asymmetries_Strategic_Behavior_and_Industrial_Organization (дата обращения 30.08.2019).
522. Milgrom P., Roberts J. Limit Pricing and Entry Under Incomplete Information: An Equilibrium Analysis. *Econometrica*. 1982, 50 (2): 443–460. – URL: <https://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/milgromRoberts82-limitpricing.pdf> (дата обращения 30.08.2019)
523. Mussa M., Rosen S. Monopoly and Product Quality. *Journal of Economic Theory*. Volume 18, Issue 2, August 1978, p.301-317. – URL: <https://www.pims.math.ca/files/Mussa-Rosen.pdf> (дата обращения 1.09.2019).
524. Ordonez G. Notes on Signaling Games. *ECON 201B - Game Theory*. February 23, 2007. University of Pennsylvania. – URL: <https://www.sas.upenn.edu/~ordonez/pdfs/ECON%20201%202007/SEQ.pdf> (дата обращения 15.10.2019).
525. Ozerturk S. Signaling Games and Perfect Bayesian Equilibria (PBE). *Southern Methodist University*. – URL: <http://faculty.smu.edu/ozerturk/signaling.pdf> (дата обращения 15.10.2019)
526. Parakhonyak A., Janssen M. Service Refusal in Regulated Markets for Credence Goods // *Higher School of Economics Research Paper No 8*, 2011. – 17 Pages.
527. Rees R. The Theory of Principal and Agent – Part I. *Discussion Papers*, October, 1984. – URL:

https://www.academia.edu/20967816/The_Theory_of_Principal_and_Agent_Part_1
(дата обращения 15.02.2019).

528. Roddie Ch. Theory of signaling games. December 7, 2011. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1959914 (дата обращения 15.10.2019).

529. Putnam R. The Prosperous Community: Social Capital and Public Life // The American Prospect. 1993. – URL: <http://staskulesh.com/wp-content/uploads/2012/11/prosperouscommunity.pdf> (дата обращения 15.10.2019).

530. Putnam R. The Strange Disappearance of Civic America. 1996. – URL: https://www.eastauroraschools.org/cms/lib/NY19000901/Centricity/Domain/344/AP_Chapter_4_THE_STRANGE_DISAPPEARANCE_OF_CIVIC_AMERICA.pdf (дата обращения 15.10.2019).

531. Safiullin L.N., Safiullin N.Z., Bagautdinova N.G., Gafurov I.R. Influence of quality of the goods on satisfactions of consumers. January 2012.

532. Shleifer A., Vishny R. Corruption // Quarterly Journal of Economics. 1993. Vol.108. No.3. – pp.599-617.

533. Simon H.A. Rational Decision Making in Business Organizations // American Economic Review, 1979, v.69, p.493–513. – URL: https://www.academia.edu/7437639/Rational_Decision_Making_in_Business_Organizations (дата обращения 1.09.2019).

534. Sobel J. Signaling Games. May 31, 2007. – URL: https://econweb.ucsd.edu/~jsobel/Paris_Lectures/20070527_Signal_encyc_Sobel.pdf (дата обращения 15.10.2019).

535. Spence M. Job market signalling // Quarterly Journal of Economics, vol. 87 n.3, 1973, pp. 355–374.

536. Spence M. Competitive and Optimal Responses to Signals: An Analysis of Efficiency and Distribution // Journal of Economic Theory, 7, 1974, pp. 296–332. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0022053174900982> (дата обращения 30.08.2019).

537. Stackelberg H.F. Marktform und Gleichgewicht (Market Structure and Equilibrium), translated by Bazin D., Hill R., Urch L. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. – URL: <https://epdf.pub/market-structure-and-equilibrium.html> (дата обращения 1.09.2019).

538. Stiglitz J. Principles of Macroeconomics. Stanford University, 1996. – p.143-144.

539. Tappata M.E. Rockets and Feathers: Understanding Asymmetric Pricing (May 1, 2008). RAND Journal of Economics, Vol.40, No.4, 2009. 26 p.

540. Teteryatnikova M., Janssen M. Horizontal Product Differentiation: Disclosure and Competition // The Journal of Industrial Economics. 2016. No.56, p.589-620. – URL: https://homepage.univie.ac.at/mariya.teteryatnikova/Research/disclosure_revision4.pdf (дата обращения 1.09.2019).

541. Wallis D., North D. Measuring the transactional sector in the American Economy, 1870-1970. Chicago. 1986. – p.95-162.

542. Wolinsky A. Competition in markets for credence goods. – URL: <https://www.kellogg.northwestern.edu/research/math/papers/1099.pdf> (дата обращения 30.08.2019).

543. Yildiz M. Signaling. 14.12 Game Theory. – URL: https://web.mit.edu/14.12/www/02F_slides_sig.pdf (дата обращения 15.10.2019).

544. <http://data.trendeconomy.com>

545. <http://www.gks.ru>
546. <https://grls.rosminzdrav.ru>
547. <https://knoema.ru>;
548. https://www.minfin.ru/ru/performance/audit/reestr_audit/
549. <https://repetitors.info>
550. <http://www.roszdravnadzor.ru>
551. <https://ru.countries.world>
552. <https://www.uceba.ru>
553. <https://www.vidal.ru>
554. <https://wiki2.org/en/Opportunism>
555. <http://zakupki.gov.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ «БЛАГО»

Исследователь	Определение категории «блага»
Аристотель	средства к жизни и благосостоянию людей ⁶²⁶
Т.Гоббс	все, что является объектом стремления или желания человека ⁶²⁷
И.Бентам (<i>Bentham J. An introduction to the principles of morals and legislation</i>)	средства, ведущие к достижению цели ⁶²⁸
Ф.В.Д. де Форбоне (<i>Forbonnais F.V.D.de. Principes et observations économiques, tomes I,II, 1767</i>)	«собственность, которая не делает годовой объем производство, такая как ценная мебель, фрукты, предназначенные для потребления» ⁶²⁹
Г.Ф. Ле Трон (<i>Le Trosne, Guillaume-François, De l'intérêt social, par rapport à la valeur, la circulation, à l'industrie et au commerce intérieur et extérieur, 1777</i>)	средства, противопоставляемые многообразию человеческих потребностей для их удовлетворения ⁶³⁰
Ж.Б.Сей (<i>Say J.B. Cours d'économie politique pratique. Guillaumin et C-ie, libraires. I. 1852</i>)	«средства, которые мы имеем для удовлетворения наших потребностей» ⁶³¹
Л.Г. Якоб (<i>Jacob L.H. Grundsätze der Nationalökonomie oder Nationalwirthschaftslehre. – Nachdruck der Ausg.Halle, 1805</i>)	все, что служит для удовлетворения человеческих потребностей ⁶³²
Г.Гуфеланд (<i>Hufeland G. Neue Grundlegung der Staatswirthschaftskunst. I, §1, 1807</i>)	всякое средство для достижения человеком цели ⁶³³
Г. Шторх (<i>Storch H. Cours d'économie politique, ou Exposition des principes qui déterminent la prospérité des nations, I, 1815</i>)	«приговор, выносимый нашим суждением на счет полезности предметов ... делает их благом» ⁶³⁴
А.Маршалл (<i>Marshall A. Principles of</i>	желаемая вещь, удовлетворяющая человеческую потребность ⁶³⁵

⁶²⁶ Аристотель. Политика I,3. Сочинения в 4-х томах. – М., Мысль, 1983. – 830 с.

⁶²⁷ Гоббс Т. Основы философии. Часть 2. О человеке (1658). Сочинения в 2т. Т.1. – М. Мысль, 1989.- 622 с.

⁶²⁸ Бентам И. Введение в основания нравственности и законодательства. – М.: РОССПЭН, 1998. – 415 с.

⁶²⁹ Менгер К. Основания политической экономии // Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/menger_o/ (дата обращения 5.02.2013).

⁶³⁰ Менгер К. Указ соч.

⁶³¹ Сей Ж.Б. Трактат по политической экономии // Библиотека учебной и научной литературы. 2012. – URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/sey_traktat/ (дата обращения 5.02.2013).

⁶³² Менгер К. Указ соч.

⁶³³ Менгер К. Указ соч.

⁶³⁴ Менгер К. Указ соч.

⁶³⁵ Маршалл А. Принцип экономической науки. Книга 2. Глава 2. Прогресс, 1993. Электронная библиотека royallib.com. – URL: https://royallib.com/book/marshall_alfred/printsipi_ekonomicheskoy_nauki.html (дата обращения 30.06.2019).

<i>Economics, 1890).</i>	
Г.Ф.В.Рошер (<i>Roscher G.F.W. System der Volkswirtschaft: ein Hand-und Lesebuch für Geschäftsmänner und Studierende, 1886</i>)	все то, что признано годным для удовлетворения истинной человеческой потребности ⁶³⁶
К. Менгер (<i>Menger C. Grundsätze der Volkswirtschaftslehre, 1871</i>)	то, что удовлетворяет человеческие потребности ⁶³⁷
Д.Ушаков	то, что служит к удовлетворению потребностей, материальны е утехи жизни (книжн.) ⁶³⁸
А.Евгеньева	то, что служит к удовлетворению каких-либо человеческих потребностей, дает материальный достаток, доставляет удовольствия ⁶³⁹
Е.Румянцева	все то, что является полезным для человека, служит для удовлетворения их потребностей ⁶⁴⁰
составлено автором	

⁶³⁶ Менгер К. Указ соч.

⁶³⁷ Менгер К. Указ соч.

⁶³⁸ Толковый словарь русского языка / под ред. Д.Н.Ушакова. – М.: Государственный университет «Советская энциклопедия»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935-1940. (4 т.)

⁶³⁹ Словарь русского языка: в 4-х т./ РАН, Институт лингвистических исследований; под ред. А.П.Евгеньевой. – 4-е издание. – М.: Рус.яз.; Полиграфресурсы, 1999. – Т.1. – 702 с.

⁶⁴⁰ Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: Инфра-М, 2005. – 722с.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Научный подход	Характеристика общественного благосостояния
Индивидуалистские подходы	
Функция А.Бергсона- П.Самуэльсона	Общественное благосостояние представляет функцию от кардиналистских полезностей членов общества, даже при наличии среди них противоположных полезностей: $W_{BS} = (U_1, U_2, \dots, U_n)$, где n - число членов сообщества U_1, U_2, \dots, U_n - их кардиналистские полезности.
Критерий Парето (вектор общественного благосостояния)	Вектор общественного благосостояния по Парето представляет вектор ординалистских функций полезности членов общества
Утилитаристский подход (И.Бентам)	Функция благосостояния Бентама является частным случаем функции Бергсона-Самуэльсона и предполагает предоставление наибольшего счастья для наибольшего числа людей: $W_B = U_1 + U_2 + \dots + U_n$.
Дж. Викри и Дж. Харшаньи	Функция общественного благосостояния строиться на индивидуальных функциях полезности фон Неймана-Моргенштерна, которые в условиях неопределенности индивиды стремятся максимизировать: $\sum \pi_i U_i$, где U_i - полезность, которую можно получить, оказавшись на месте индивида i ; π_i – вероятность оказаться на месте индивида i .
Критерий Дж.Роулза	Функция общественного благосостояния не предполагает абсолютного равенства и зависит от индивидуальной полезности наименее обеспеченных членов общества, как социальной группы: $W_R = \min (U_1, U_2, \dots, U_n)$.
Патерналистские подходы	
Эгалитарный критерий	Общественное благосостояние предполагает равное распределение полезностей между членами общества: любое распределение с равными полезностями предпочтительнее любого распределения с неравными полезностями
Либертаристская концепция (теория процедурной справедливости Р.Нозика)	Попытки достичь равенства ограничивают или разрушают свободу; наилучшим распределительным механизмом выступает рынок; роль государства должна быть минимальной (обеспечение порядка и безопасности граждан, принуждение к исполнению контрактов).
Дж.Бьюкенен и Г.Таллок	Государство должно осуществлять те виды деятельности, которые одобряют члены общества, т.к. они не смогут отрицательно сказаться на благосостоянии общества
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ (ТОВАРОВ И УСЛУГ)

Наименование доверительного блага	Характеристика доверительного блага
медицинские услуги	услуга (деятельность), направленная на оздоровление организма, восстановление его физического и психического состояния, имеющая самостоятельное потребительское значение и обличенная в стоимостную форму ⁶⁴¹ <i>Медицинская помощь (более широкая категория) представляет собой деятельность, направленную на поддержание и восстановление здоровья населения, включающую в себя комплекс мер медицинского характера (эквивалентных нескольким медицинским услугам), оказываемую на безвозмездной основе, и не имеющую стоимостного выражения</i> ⁶⁴²
услуги эстетической медицины	медицинская услуга, направленная на преобразование внешних данных потребителей (пациентов) путем медицинских мероприятий
образовательные услуги	услуга (деятельность), оказываемая специализированными организациями и направленная на преобразование человеческого капитала потребителя по средствам передачи ему знаний, умений, навыков, позволяющих впоследствии самостоятельно осуществлять профессиональную деятельность
репетиторские услуги	образовательная услуга в виде индивидуального образовательного взаимодействия между обучающим и обучающимся, носящий стоимостной характер;
услуги труда	услуга (деятельность), выраженная в наборе профессиональных и индивидуальных характеристик работника, рыночная стоимость которого выражается в величине заработной платы;
услуги национальной безопасности	услуга, целью которой является обеспечение и поддержание состояния защищенности страны и национальных интересов от потенциальных угроз по средствам взаимодействия органов государственной власти и общественных организаций
техническое обслуживание и ремонт	услуга (ремонт), оказываемая в виде комплекса систематических или принудительных мероприятий по поддержанию работоспособности или оценки исправности техники/оборудования в процессе их эксплуатации
аудиторско-консалтинговые услуги	услуга (интеллектуальная деятельность), направленная на независимую проверку

⁶⁴¹ Коробкова О.К. Экономическая трактовка понятия «медицинская услуги» // Экономическая теория. – 2010. – №9 (70). – С.65-68.

⁶⁴² Полянская Е.В. Понятие «медицинская услуга» и основные подходы к ее классификации // Молодой ученый. – 2010. – №1-2. Т.1. – С.244-247; Коробкова О.К. Экономическая трактовка понятия «медицинская услуги» // Экономическая теория. – 2010. – №9 (70). – С.65-68.

	финансовой отчетности организации, анализ, обоснование, выработку рекомендаций в отношении его дальнейшей деятельности, стратегическое планирование и исследование рынков сбыта ⁶⁴³
лекарственные препараты	товар, призванный за счет своих лечебных свойств путем воздействия на организм оказывать пользу здоровью человека
предметы личной гигиены и натуральная косметики	товары, предназначенные для удовлетворения индивидуальных гигиенических потребностей, для ухода за волосами и телом (зубная паста, крем, шампуни и иные)
компьютерные товары	товары, предназначенные для сбора, хранения, обработки, передачи и использования данных, или ресурсы, необходимые для безопасного и качественного сбора, обработки, хранения, воспроизведения информации ⁶⁴⁴
составлено автором	

⁶⁴³ Корпоративный менеджмент. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент». – URL: <http://www.cfin.ru/vernikov/kias/consulting.shtml> (дата обращения 11.10.2015).

⁶⁴⁴ ГОСТ 34.003-90 Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Термины и определения. Электронный фонд правовой и научно-технической информации. – URL: <http://npopris.ru/wp-content/uploads/2015/09/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2-34.003-90.pdf> (дата обращения 13.10.2016)

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

ТРАДИЦИОННЫЕ ОСНОВАНИЯ КЛАССИФИКАЦИИ БЛАГ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Основание классификации	Вид блага	Характеристика блага
<i>- по редкости</i>	– экономические блага	редкие блага, потребление которых требует отказа от иных благ, что влечет за собой проблему выбора
	– неэкономические блага	создаются природой без усилий человека и не предполагают отказ от иных благ в свою пользу
<i>- по вещественному воплощению</i>	– материальные блага	материальные блага вещественного характера, которые поддаются чувственному восприятию индивида
	– нематериальные блага	блага, не имеющие вещественного воплощения, представляющие собой результат или эффект оказываемых услуг, внутренние (здоровье, творческие способности, деловые качества) или внешние атрибуты индивида (партнерские отношения, репутация)
<i>- по кратности потребления</i>	– долговременные блага	блага, способные удовлетворять потребности человека неоднократно на протяжении определенного промежутка времени
	– недолговременные блага	блага, потребление которых носят разовый характер и исчезают полностью в процессе их потребления
<i>- по готовности к потреблению:</i>	– прямые блага	блага готовые к непосредственной продаже или потреблению и не нуждающиеся в предварительной обработке
	– косвенные блага	блага, представляющие ресурсы, удовлетворяющие потребность не напрямую, а как средства, с помощью которых будут произведены прямые блага
<i>– по возможности отчуждения</i>	– передаваемые блага	блага, которые могут отчуждаться от человека, т.е. внешние блага
	– непередаваемые блага	блага, которые не могут отчуждаться от человека: личные качества и способности человек
<i>- по сочетанию свойств несоперничества и неисключаемости</i>	– частные блага	блага, характеризуются свойствами соперничества и исключаемости, влияют на индивидуальную полезность одного потребителя и оказывают нулевую полезность остальным
	– общественные блага	блага, характеризуются неисключаемостью из процесса потребления никого из индивидов, доступностью в равной степени всем членам общества
	– смешанные блага:	блага, в различной степени сочетают свойства неисключаемости и несоперничества
	<i>перегружаемые блага</i>	свойство несоперничества характерно до определенного уровня, сверх

		которого потребители вынуждены конкурировать за него
	<i>клубные блага</i>	характеризуются свойствами неисключаемости и несоперничества для определенного круга потребителей
	<i>смешанные блага с преобладанием свойств частных</i>	приносят полезность только конкретному потребителю, но представляют интерес для общества ввиду значительных внешних эффектов
<i>- по характеру, создаваемых внешних эффектов</i>	– мериторные блага	социально значимые блага, спрос на которые со стороны индивидов ввиду недооценки ими их общественной полезности отстает от установок общества
	– аддиктивные блага	«недостойные» блага, способные вызывать потребительскую зависимость и создавать отрицательные экстерналии
<i>- по характеру распределения</i>	– рыночные блага	блага, характеризующиеся рыночным характером распределения, свободным ценообразованием, финансированием за счет прибыли частных фирм
	– «квазирыночные» (квазиобщественные) блага	блага, которым присущи рыночные характеристики, но в виду их способности создавать внешние эффекты государство берет на себя или наделяет иных субъектов рынка частью рыночных функций в процессе их распределения (производство, издержки потребления, стимулирование спроса)
	– нерыночные блага	блага, предоставляемые (и распределяемые) государством или некоммерческими организациями, неконкурентные и неисключаемые
<i>- в зависимости от эластичности спроса по доходу</i>	– низкокачественные блага	характеризуются неэластичным спросом по доходу
	– стандартные блага:	характеризуются эластичным спросом по доходу
	<i>блага первой необходимости</i>	потребление не изменяется при изменении дохода в виду их высокой потребительской стоимости
	<i>товары второй необходимости</i>	спрос изменяется пропорционально изменению доходов
	<i>предметы роскоши</i>	при увеличении дохода увеличивается спрос на блага, демонстрирующие состоятельность и достаток их владельцев
<i>- по взаимозависимости свойств благ относительно друг друга</i>	– взаимозаменяемые блага (субституты)	взаимозаменяемы и способны удовлетворять идентичные потребности
	– дополняемые блага (комплименты)	взаимодополняемыми, так как способны удовлетворять потребности лишь в комплексе друг с другом
	– несопряженные блага	обладают независимыми свойствами относительно друг друга, потребности в них не связаны

	– несовместимые блага	исключают их одновременное потребление, в противном случае они переходят в статус «антиблага»
<i>- по возможности оценки качественных характеристик благ на этапах сделки</i>	– инспекционные (исследуемые) блага	блага, качественные характеристики которых можно идентифицировать и оценить до заключения контракта, ни потребляя их (издержки измерения минимальны)
	– экспериментальные (опытные) блага	блага, качественные характеристики которых можно идентифицировать до заключения контракта, но проверить их можно только в процессе потребления – после заключения контракта (процесс выбора сопряжен с издержками)
	– доверительные блага	блага, качественные характеристики которых не могут быть идентифицированы потребителем самостоятельно ни до момента потребления, ни в процессе потребления товаров (процесс выбора сопряжен со значительными издержками)
<i>- по характеру принятия потребительского решения</i>	– блага повседневного спроса:	блага, принятие решения в отношении которых, сопряжено с минимальными издержками
	<i>основные блага</i>	блага, которые покупаются регулярно
	<i>блага импульсивной покупки</i>	блага, приобретаемые импульсивно, без предварительного планирования
	<i>блага для экстренных случаев</i>	блага приобретаемые при возникновении срочной необходимости
	– блага предварительного выбора:	блага принятие решения в отношении которых сопровождается издержками на оценку альтернатив
	<i>однородные (гомогенные) блага</i>	блага которые для потребителя идентичны, и он руководствуется только ценой
	<i>разнородные (гетерогенные) блага</i>	блага различия между которыми для потребителя важны, поэтому он занимается поиском до тех пор, пока не будет найден предпочтительный вариант
	– блага особого спроса	блага к которым имеются особые предпочтения
	– блага пассивного спроса	блага которые не покупают, хотя и нуждаются в них
	<i>новые блага пассивного спроса</i>	блага о которых потребитель еще не знает
<i>обычные блага пассивного спроса</i>	блага в которых существует необходимость, но покупатели еще не мотивированы на их удовлетворение	
<i>- по государственной приоритетности</i>	- опекаемые блага	блага, производство и потребление которых связано с государственной активностью
составлено автором		

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Типологическая характеристика медицинской услуги,
как доверительного блага

Критерии классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде причин заболевания, форм (симптомов) его проявления, способов (методов) лечения, целесообразности медицинских мероприятий и рисках
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	обусловлена длительностью наступления результата сделки, субъективностью потребительских оценок, наличием свойства многомерности качественных характеристик, ограниченной рациональностью потребителей
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в уровне профессионализма и опыта врача/медицинского персонала, используемого оборудования, применяемых технологий и протоколов, условий оказания услуг, своевременности и оперативности услуг, физиологических особенностей пациентов
<i>Персонафицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен физиологическими особенностями пациента, характером проявления заболевания, ожиданиями потребителей
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	– долговременное благо, если сделка носит долговременный характер – недолговременное благо, если сделка носит разовый характер
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичный актив, сделки в отношении которых носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	– блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер (первичный прием, экстренный случай) – блага, сделки в отношении которых, могут носить повторяющийся характер (периодическое медицинское наблюдение)
<i>По наличию у потребителя возможности устранения трансакционных потерь</i>	блага, трансакционные потери в отношении которых, не поддаются ликвидации (необратимый исход сделки) или сложно поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	– отсутствие возможности расторгнуть контракт (единовременная услуга); – наличие возможности расторгнуть контракт
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	– отсутствие возможности выбора (квазирыночные отношения); – наличие возможностью выбор (рыночные отношения).
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	благо, характеризующееся высокой потребительской стоимостью, неэластичностью спроса
<i>По степени социальной значимости:</i>	мериторное благо (опекаемое благо)

<i>По критерию несоперничества/ неисключаемости:</i>	– смешанное общественное благо (перегружаемое), – частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного и квазирыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	невозмозаменяемые услуги (услуги отдельных врачей-специалистов), взаимозаменяемые услуги, взаимодополняемые (услуги врачей и услуги функциональной, ультразвуковой, лучевой диагностики), несовместимые медицинские услуги, оказание которых одновременно способно негативно сказаться на здоровье.
составлено автором	

Типологическая характеристика услуг эстетической медицины, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде причин заболевания, форм (симптомов) его проявления, способов лечения, целесообразности проводимых мероприятий и рисках
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после заключения сделки он не может оценить ее результат по причине ограниченной рациональности, наличия свойства многомерности у характеристик услуг, длительности наступления результата, субъективности восприятия качественных характеристик услуг
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в уровне профессионализма врача/медицинского персонала, используемого оборудования, медицинских технологий, условий оказания услуг
<i>Персонализированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен индивидуальными физиологическими особенностями пациента и характером проявления заболевания
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	– долговременное благо, если сделка носит долговременный характер – недолговременное благо, если сделка носит разовый характер
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичный актив, сделки в отношении которых носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	– блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер – блага, сделки в отношении которых, могут носить повторяющийся характер
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, не поддаются ликвидации (необратимый исход сделки) или сложно поддаются ликвидации

<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	– отсутствие возможности расторгнуть контракт (в случае единовременной сделки (услуга пластической хирургии); – наличие возможности расторгнуть контракт (в случае последовательного характера услуги)
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	наличие возможностью выбора (носят избирательный характер)
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо, предметы роскоши
<i>По степени социальной значимости:</i>	не создают выраженных внешних эффектов
<i>По критерию несоперничества/ неисключаемости:</i>	частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– не взаимозаменяемые блага в случае стандартного набора проводимых манипуляций; – не взаимозаменяемые блага в случае уникальных мероприятий
составлено автором	

Типологическая характеристика образовательной услуги, как доверительного блага

Критерий классификации	Характеристика
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	Качественные характеристики в виде квалификации профессорско-преподавательского состава, состояния материально-технической базы, востребованности профессий, трудоустройстве выпускников
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после ее заключения он не может оценить результат ввиду наличия свойства многомерности у характеристик благ, длительности наступления результата и сложности поэтапной оценки качества
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в личных качествах и уровне профессионализма обучающего, индивидуальных способностях обучающегося, научно-исследовательском потенциале исполнителя, уровне инфраструктуры, усилий и способностях группы, в которой идет обучение (эффект сообучения) ⁶⁴⁵
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен интеллектуальными особенностями обучающегося, особенностями его психологического восприятия материала и педагогического процесса, мотивацией и усилиями ⁶⁴⁶
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	долговременное благо

⁶⁴⁵ Малеин В.М. Институциональный механизм регулирования рынка образовательных услуг высшего профессионального образования как экономической системы: автореф. дисс. канд. экон. наук. – Саратов, 2010. – 26с.

⁶⁴⁶ Дондоков С.Б. Недобросовестное поведение ВУЗов в образовательных отношениях: причины и меры противодействия // Вопросы экономики и права. – 2010. – №11. – С.70-75.

<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичное благо, сделки в отношении которых, носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер
<i>По наличию у потребителя возможности устранения трансакционных потерь</i>	блага, трансакционные потери в отношении которых, сложно поддаются ликвидации (моральные, временные потери, экономические издержки)
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, потребители могут расторгнуть
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо с высокой потребительской стоимостью
<i>По степени социальной значимости:</i>	мериторное благо, направленное на удовлетворение потребности общества в квалифицированных кадрах, на повышение уровня интеллектуального капитала нации (опекаемое благо)
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	смешанное общественное благо (перегружаемое)
<i>По характеру распределения:</i>	благо квазирыночного и рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– незаменимые услуги (услуги высшего медицинского, военного образования в пределах отдельного территориального пространства, услуги ВУЗов с «сильной» сигнальной функцией – МГУ им.М.В.Ломоносова, Первый МГМУ им.И.М.Сеченова, Академия Русского Балета); – взаимозаменяемые услуги (услуги ВУЗов обучающихся по программам «Экономика», «Юриспруденция», «Лингвистика»).
составлено автором	

Типологическая характеристика репетиторской услуги, как доверительного блага

Критерий классификации	Характеристика
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде квалификационных навыков репетитора, особенностей педагогического процесса, объема знаний, который должен получить обучающийся
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после ее заключения он не может оценить результат в виду неосвязаемости результата, сложности его оценки ввиду наличия свойства многомерности у характеристик благ, пролонгированности образовательного процесса во времени
<i>Наличие свойства многомерности у качественных</i>	проявляется в аспектах квалификации, опыта, методик репетитора, его педагогических способностей и одновременно в индивидуальных способностях ученика, набор ранее

<i>характеристик благ</i>	приобретенных знаний
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен индивидуальными психоэмоциональными особенностями учеников, их стимулами и ожиданиями
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	долговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности активов</i>	специфичные блага, сделки в отношении которых, носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, можно расторгнуть в виду последовательного характера оказания услуги
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора и высокой избирательностью в процессе принятия решения
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо
<i>По степени социальной значимости:</i>	не создает внешних эффектов
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– взаимозаменяемые услуги (услуги репетиторов математики по школьной программе); – невзаимозаменяемые услуги (услуги репетиторов восточных языков)
составлено автором	

Типологическая характеристика услуг труда, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде уровня образования соискателя, его профессиональных качествах, мотивации к саморазвитию, опыта и личных качествах ⁶⁴⁷ , которые в виду субъективных барьеров не могут быть продемонстрированы в процессе отбора
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее

⁶⁴⁷ Ляшенко И.Ю. Асимметрия информации и ее особенности на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2010. – 202 с.

<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после ее заключения он может частично идентифицировать характеристики принципала за счет анализа результатов, достигнутых в ходе испытательного периода или его трудовой деятельности
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в умении и навыках, приобретенных в процессе обучения, индивидуальных способностях, уровне эрудиции, работоспособности, коммуникативных навыках, уровне внутренней культуры
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен психоэмоциональным восприятием субъекта спроса (работодателя), его установками и ожиданиями от соискателя
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	долговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичные блага, сделки в отношении которых, носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят повторяющийся характер (наличие возможности использовать предыдущий опыт)
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, можно расторгнуть (в рамках трудового законодательства)
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо
<i>По степени социальной значимости:</i>	не создает выраженных внешних эффектов
<i>По критерию несоперничества/ неисключаемости:</i>	частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– взаимозаменяемые блага (услуги труда выпускников бухгалтерских, юридических специальностей, фармацевтов); – невзаимозаменяемые блага (высококвалифицированный труд врача, опытного переводчика).
составлено автором	

Типологическая характеристика услуг национальной безопасности, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики процесса оказания и результата услуг национальной безопасности, за исключением материально воплощенных объектов в виде оборонных комплексов
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик в явные характеристики</i>	обусловлена непрерывным (долгосрочным) характером отношений, отсутствием возможности оценки потребителем уровня развитости элементов услуги
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в реальных или потенциальных угрозах, их источниках, структурных компонентах системы обеспечения безопасности: геополитической, политической, военной, демографической, экологической, информационной, духовно-нравственной, социальной, экономической безопасности ⁶⁴⁸
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен индивидуальными ощущениями потребителей, комфортностью жизнедеятельности, ожиданиями
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	долговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	неспецифичное благо (сделки носят неспецифичный характер)
<i>По частоте сделок</i>	непрерывный (постоянный) характер сделки
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, не поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт и возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся отсутствием возможности самостоятельного потребительского выбора (отсутствие альтернатив) блага, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо
<i>По степени социальной значимости:</i>	полезность блага в полной мере достается всем членам общества ввиду наличия свойств неисключаемости и несоперничества, положительный внешний эффект свидетельствует о мериторных свойствах блага (опекаемое благо)
<i>По критерию несоперничества/ неисключаемости:</i>	чистое общественное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо нерыночного характера распределения

⁶⁴⁸ Дементьев Н.В. Экономическая безопасность в структуре национальной безопасности современной России // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №5-6 (027-028). – С.76-82.

<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	невозмозаменяемое благо (монополия предложения)
составлено автором	

Типологическая характеристика аудиторско-консалтинговых услуг, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде уровня профессионализма и образования консультанта-аудитора, опыт работы, интенсивность, добросовестность
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после ее заключения он может частично идентифицировать характеристики услуги в случае достигнутых по результатам аудита результатов
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в уровне эрудиции исполнителя услуг, знании законодательства и особенностей сферы деятельности заказчика, конъюнктуры отрасли, рыночных рисков, владение исполнителем программными продуктами
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен ожиданиями и текущим финансово-экономическим положением потребителя (заказчика)
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	недолговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичные блага, сделки в отношении которых, носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят разовый (единократный) характер, но могут носить и повторяющийся характер
<i>По наличию у потребителя возможности устранения трансакционных потерь</i>	блага, трансакционные потери в отношении которых, сложно поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, могут быть расторгнуты в случае неэффективных результатов и рекомендаций ⁶⁴⁹ , но это не лишает его экономических издержек и издержек упущенных выгод
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо (высокая потребительная стоимость)

⁶⁴⁹ Зуева М.В. Формирование и развитие состава и функционального назначения аудиторско-консалтинговых услуг: дисс. ... канд. экон. наук. – Москва, 2010. – 163 с.

<i>По степени социальной значимости:</i>	не создает внешних эффектов
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	взаимозаменяемые, идентичные услуги
составлено автором	

Типологическая характеристика услуг технического обслуживания и ремонта, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде используемых технологий и методов, материалов и оборудования, причин обуславливающих необходимость работ и объем работ
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики услуги, а после ее заключения он может частично идентифицировать скрытые характеристики спустя определенный период времени или по средствам услуг посредников
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в стандартах оказания услуг, используемых технологиях и методиках, требованиях к материалам и оборудованию, наличие альтернативных методов решения проблемы
<i>Персонализированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен характером причиненного дефекта, и субъективными оценками потребителей качества в связи с отсутствием у них специфических знаний об услуге
<i>По вещественному воплощению:</i>	нематериальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	недолговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	непередаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	специфичное благо, сделки в отношении которого, носят специфичный характер
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер или могут носить повторяющийся характер (наличие возможности использования опыта)
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя</i>	блага, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты

<i>возможности расторгнуть контракт</i>	
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандарное благо
<i>По степени социальной значимости:</i>	не создает внешних эффектов
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– взаимозаменяемые блага – невзаимозаменяемые блага: эксклюзивные услуги, работы, аналоги которых не представлены на рынке (например, услуги сервисных центров отдельных фирм по обслуживанию оборудования).
составлено автором	

Типологическая характеристика лекарственных препаратов, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде составных компонентов лекарственных препаратов, целесообразности применения лекарственных препаратов, показаний к применению, побочной симптоматике
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики товара, а после ее заключения он не может оценить результат в виду пролонгированности момента наступления эффекта и объективной невозможности его самостоятельной оценки
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в технологии изготовления, физико-химических свойствах, совместимости с иными препаратами, вероятность появления побочной симптоматики, аспекты технологического процесса, результаты клинических испытаний
<i>Персонализированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен физиологическими особенностями восприятия, характером проявления заболевания
<i>По вещественному воплощению:</i>	материальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	недолговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	передаваемое благо

<i>По специфичности актива</i>	неспецифичное благо (сделки неспецифичны)
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят разовый характер (опыт предыдущих сделок бесполезен) и может носить повторяющийся (потребность в отдельных наименованиях препаратов может возникать в течение жизни не однократно, но при этом заболевание может иметь разные проявления ⁶⁵⁰)
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, не поддаются ликвидации или сложно поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты, исходя из единоразового акта купли-продажи (оплата полной стоимости продукции), но при этом потребитель может прервать потребление в случае возникших сомнений
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	– блага, характеризующиеся отсутствием возможности самостоятельного потребительского выбора ввиду рецептурного отпуска, безвозмездного предоставления отдельным категориям граждан; – блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора (самолечение и пренебрежение назначениями).
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо с высокой потребительской стоимостью и вынужденным характером спроса
<i>По степени социальной значимости:</i>	Мериторное благо с выраженным общественным эффектом (опекаемое благо). Аддиктивное благо ⁶⁵¹ , что обусловлено в случае наркотических средств вызыванием привыкания, в случае иных лекарственных средств их способностью приводить к неизгладимым последствиям для потребителя в случае их чрезмерного потребления.
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	смешанное общественное благо с преобладанием свойств частного
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– незаменимые блага (оригинальные препараты ⁶⁵²); – взаимозаменяемые блага (воспроизведенные препараты – «дженерики» ⁶⁵³ , содержащие активное вещество, как у

⁶⁵⁰ Экономика здравоохранения: учеб. пособие / под науч. ред. М.Г. Колосницыной, И.М.Шеймана, С.В.Шишкина; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд.дом ГУ ВШУ, 2008. – С.12.

⁶⁵¹ Потребление лекарственных препаратов оказывает полезность до определенного момента (свойство убывающей предельной полезности), достигнув которого происходит полное насыщение или достижение терапевтического результата, после чего каждая дополнительная единица «блага» несет отрицательную полезность. Кривая полезности, проходя через «точку насыщения», начинает стремительно убывать, а благо переходит в статус «антиблага».

⁶⁵² Оригинальные лекарственные препараты представляют впервые синтезированное и модифицированное вещество, прошедшее полный цикл исследований, получившее патент, в рамках которого временно устанавливается монополия фирмы-производителя на его выпуск (Экономика здравоохранения ... М., 2008. С.242.)

⁶⁵³ Истинность толкования категории взаимозаменяемости на фармацевтическом рынке делает неизбежным обращение к фармакологической терминологии и использование для обозначения свойства взаимозаменяемости, закрепленного в фармацевтической научной литературе понятия – терапевтическая эквивалентность (биоэквивалентность). Условиями терапевтической эквивалентности (биоэквивалентности) являются: разрешение к применению лекарств, как эффективных и безопасных; содержание одинаковых активных веществ, одинаковые лекарственные формы и дозировки, аналогичные способы введения и соответствие стандартам по чистоте и подлинности; подобие лекарств, установленное путем сравнительного изучения вызываемых ими эффектов, путем сравнительных клинических исследований, путем изучения концентрации лекарств в биологических жидкостях; наличие надлежащей инструкции; признание лекарств, произведенными в соответствии с правилами Належащей производственной практики (GMP). Только

	<p>оригинального препарата, производящиеся после окончания срока действия патента любой фармацевтической компанией⁶⁵⁴);</p> <p>– взаимодополняемые препараты, применяемые в комбинированной лекарственной терапии;</p> <p>– «независимые» препараты, показания к потреблению которых не связано между собой;</p> <p>– «несовместимые» препараты, приводящие к нежелательным (небезопасным) последствиям (фармакологическая несовместимость).</p>
составлено автором	

Типологическая характеристика компьютерных товаров, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	технические характеристики (вид операционной системы, объем оперативной памяти, характеристики жесткого диска, процессора, функциональные характеристики программных продуктов и иные)
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики товара, а после заключения сделки скрытые характеристики могут быть частично идентифицированы путем самостоятельной оценки (преимущественно в случае очевидного неэффективного выбора) или за счет услуг посредников
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в функционально-технических характеристиках блага, стандартах качества, альтернативных современных благах и их характеристиках
<i>Персонализированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен характером потребности, ожиданиями потребителей, сравнительными потребительскими оценками рыночных альтернатив
<i>По вещественному воплощению:</i>	материальное благо
<i>По кратности потребления:</i>	долговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	передаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	неспецифичные блага, сделки в отношении которых, неспецифичны

наличие в воспроизведенных препаратах аналогичных оригинальному препарату активных веществ не свидетельствует об их терапевтической эквивалентности, что обусловлено возможными различиями в параметрах качества действующей активной субстанции, наличием в их составе тех или иных вспомогательных веществ, в особенностях усвоения и эффективности данных благ. Заявление о взаимозаменяемости одних лекарственных препаратов относительно других требует доказательств для каждого лекарственного препарата. В противном случае подобного рода заявления ошибочны.

⁶⁵⁴ Экономика здравоохранения ... М., 2008. С.242.

<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых носят разовый характер
<i>По наличию у потребителя возможности устранения трансакционных потерь</i>	блага, трансакционные потери в отношении которых, поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты в виду одномоментного акта купли-продажи (оплата полной стоимости единицы продукции), но при этом потребитель может прервать потребление в случае возникших сомнений
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо, предметы роскоши
<i>По степени социальной значимости:</i>	не проявляет мериторных свойств (не создает внешних эффектов)
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	чистое частное благо, потребление каждой единицы которого одним индивидом исключает из данного процесса иных индивидов, сокращает его количество и полезность для остальных
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	<ul style="list-style-type: none"> – взаимозаменяемые блага (модели процессоров, антивирусные программы); – невзаимозаменяемы (блага) – эксклюзивные программные продукты и системы (операционные системы); – взаимодополняющие блага
составлено автором	

Типологическая характеристика предметов личной гигиены и натуральной косметики, как доверительных благ

Критерий классификации	Характеристика блага
<i>Наличие скрытых от потребителя качественных характеристик блага</i>	качественные характеристики в виде составных компонентов товара, красителей, стабилизаторов, ароматизаторов, иных веществ, экологическая чистота товара, безопасность товара
<i>Количество скрытых характеристик блага</i>	доминирующее
<i>Низкая способность трансформации скрытых характеристик благ в явные характеристики</i>	до заключения сделки потребитель не в состоянии идентифицировать скрытые характеристики товара, а после заключения сделки потребитель может частично идентифицировать характеристики блага самостоятельно (преимущественно в случае очевидного неэффективного выбора) или за счет услуг посредников
<i>Наличие свойства многомерности у качественных характеристик благ</i>	проявляется в технологии изготовления, стандартах качества, совместимости с физиологическими особенностями потребителей, наличие/отсутствие натуральных и синтетических компонентов
<i>Персонифицированный характер восприятия качественных характеристик благ</i>	обусловлен физиологическими особенностями потребителей, их ожиданиями
<i>По вещественному воплощению:</i>	материальное благо

<i>По кратности потребления:</i>	недолговременное благо
<i>По готовности к потреблению:</i>	прямое благо
<i>По возможности отчуждения:</i>	передаваемое благо
<i>По специфичности актива</i>	неспецифичность блага, сделки в отношении которых, неспецифичны
<i>По частоте сделок</i>	блага, сделки в отношении которых, носят повторяющийся характер (наличие возможности использования предыдущего опыта)
<i>По наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь</i>	блага, транзакционные потери в отношении которых, сложно поддаются ликвидации
<i>По наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт</i>	блага, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты исходя из единократного акта купли-продажи (оплата полной стоимости продукции), но при этом потребитель может прервать потребление в случае возникших сомнений
<i>По наличию у потребителя возможности принятия самостоятельного решения</i>	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора
<i>По эластичности спроса по доходу:</i>	стандартное благо, предметы роскоши
<i>По степени социальной значимости:</i>	не проявляет мериторных свойств
<i>По критерию несоперничества/неисключаемости:</i>	чистое частное благо
<i>По характеру распределения:</i>	благо рыночного характера распределения
<i>По взаимозависимости свойств благ относительно друг друга:</i>	– взаимозаменяемые блага; – невзаимозаменяемые блага (личные предпочтения потребителя в результате опыта)
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

АВТОРСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Основание классификации	Вид доверительных благ	Характеристика вида доверительного блага	Пример доверительного блага
по степени специфичности актива*	блага, сделки в отношении которых носят специфичный характер	блага, сделки в отношении которых, максимально эффективны только в случае заключения их с определенными потребителями, испытывающими в них «острую» потребность, и не представляющие ценности для других потребителей	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, образовательные услуги, услуги труда, репетиторские услуги, аудиторско-консалтинговые услуги, услуги технического обслуживания и ремонта
	блага, сделки в отношении которых неспецифичны	блага, сделки в отношении которых, эффективны для любых групп потребителей	сделки с предметами личной гигиены и натуральной косметики, сделки с компьютерными товарами услуги национальной безопасности, лекарственные препараты
по частоте сделок*	блага, сделки в отношении которых носят разовый характер	блага, потребность в которых возникает единократно или случайно (предыдущий опыт отсутствует либо неэффективен в виду морального устаревания блага, наличия различий в причинах потребности, в виду уникальности исполнителя)	образовательные услуги, репетиторские услуги, медицинские услуги, услуги эстетической медицины, аудиторско-консалтинговые услуги, услуги технического обслуживания и ремонта, сделки с компьютерными товарами, лекарственные препараты
	блага, сделки в отношении которых носят или могут носить повторяющийся характер	блага, потребность в которых может возникать через определенный промежуток времени или носит повторяющийся характер (позволяет потребителю частично использовать опыт предыдущих сделок)	медицинские услуги, услуги труда, услуги эстетической медицины, аудиторско-консалтинговые услуги, услуги технического обслуживания и ремонта, лекарственные препараты, предметы личной гигиены и натуральной косметики
по наличию у потребителя возможности устранения транзакционных потерь	блага, транзакционные потери в отношении которых, не поддаются устранению	блага, отрицательный результат потребления которых потребитель объективно не в состоянии ликвидировать (компенсировать) в связи с необратимым характером потерь	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, лекарственные препараты услуги национальной безопасности
	блага, транзакционные потери в отношении которых, сложно	блага, отрицательный результат потребления которых потребитель в состоянии ликвидировать только путем значительных усилий	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, лекарственные препараты образовательные услуги, аудиторско-

	поддаются устранению		консалтинговые услуги, предметы личной гигиены и натуральной косметики
	блага, трансакционные потери в отношении которых, поддаются устранению	блага, отрицательный результат потребления которых потребитель в состоянии ликвидировать (компенсировать)	репетиторские услуги, услуги труда, услуги технического обслуживания и ремонта, компьютерные товары
по наличию у потребителя возможности расторгнуть контракт	блага, сделки (контракты) в отношении которых можно расторгнуть	блага, которым присущ поэтапный характер потребления, что позволяет в случае возникших сомнений потребителю прервать их потребление (сделку), предотвратив неблагоприятный исход	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, образовательные услуги, репетиторские услуги, услуги труда аудиторско-консалтинговые услуги
	блага, сделки (контракты) в отношении которых не могут быть расторгнуты	– услуги, характеризующиеся исчерпывающим воздействием (перенесение полезности блага), в результате чего потребитель лишен возможности изменить исход сделки; – товары, сделки в отношении которых, не могут быть расторгнуты исходя из единовременного акта купли-продажи (полная оплата стоимости), но при этом потребитель может не потреблять благо или прервать потребление	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, услуги технического обслуживания и ремонта, услуги национальной безопасности, лекарственные препараты, предметы личной гигиены и натуральной косметики, компьютерные товары
по наличию у потребителя возможности самостоятельно принимать решение	блага, характеризующиеся возможностью самостоятельного потребительского выбора	блага, в отношении которых, потребитель обладает возможностью принимать активное участие в принятии решения и прикладывать усилия для осуществления выбора	медицинские услуги, услуги эстетической медицины, образовательные услуги, репетиторские услуги, услуги труда, аудиторско-консалтинговые услуги, услуги технического обслуживания и ремонта, лекарственные препараты, компьютерные товары, предметы личной гигиены и натуральной косметики
	блага, характеризующиеся отсутствием возможности самостоятельного потребительского выбора	блага, в отношении которых, потребители лишены возможности волеизъявления и участия в принятии решения	услуги национальной безопасности, медицинские услуги, лекарственные препараты
составлено автором * Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат. 1996. – 702 с.			

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНТРАКТНЫХ УГРОЗ
НА РЫНКАХ ИНСПЕКЦИОННЫХ, ОПЫТНЫХ И
ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ**

Степень контрактной угрозы	«Относительно» доверительные блага		«Абсолютно» доверительные блага
	Инспекционные блага	Опытные блага	Доверительные блага
угроза взаимозависимости	высокая	высокая	высокая
угрозы честности и преданности	высокая	высокая	высокая
угроза нечеткой спецификации прав собственности	малая	средняя	высокая
межвременные риски	средняя	высокая	высокая
угроза слабой институциональной среды (в период реформ)	малая	средняя	высокая
угроза измерения характеристик благ	малая	высокая	чрезвычайно высокая
угроза доверия	средняя	высокая	чрезвычайно высокая
угроза специфичности транзакции	малая	средняя	высокая
угроза невозможности или сложности устранения потребителем транзакционных потерь	малая	средняя	высокая
угроза невозможности самостоятельного принятия решения потребителем	малая	малая	высокая
угроза невозможности расторжения контракта	средняя	средняя	высокая
угроза разового характера сделки	малая	средняя	высокая
составлено автором, оценка контрактных угроз произведена по четырем критериям: «малая» степень – низкий уровень угрозы; «средняя» степень – относительный уровень угрозы; «высокая» степень – значительный уровень угрозы; «чрезвычайно высокая» степень – максимальный уровень угрозы.			

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

**ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ
В РЫНОЧНОМ СЕКТОРЕ РЫНКОВ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ**

Основания анализа	Особенности проявления
Модели конкуренции	монополистическая конкуренция, олигополия, монополия
Особенности предложения	<ul style="list-style-type: none"> – преимущественное информационное положение субъектов предложения в результате асимметрии информации; – высокая значимость ценового фактора в качестве инструмента дифференциации потребителем доверительных благ в условиях монополистической модели рынка; – тенденция ценового усреднения благ в условиях олигополистической модели рынка; – устойчивый характер монопольной власти; – неполнота рынков доверительных благ; – высокая значимость института посредничества
Ценообразование	свободное ценообразование
Финансирование предложения	частное финансирование
Вмешательство в рыночный механизм	содействие и регулирование государством рыночного предложения
Особенности спроса	<ul style="list-style-type: none"> – «абсолютная» неопределенность качества для потребителей; – на предконтрактном этапе сделки значительные или чрезвычайно высокие трансакционные издержки потребителей на снижение неопределенности качества в ситуации «сомнение» и в ситуации «подозрительность» соответственно, незначительные трансакционные издержки потребителей в ситуации «доверие»; – на постконтрактном этапе сделки значительные или максимальные трансакционные издержки на защиту потребительских прав в случае неблагоприятного исхода; – «особый» или предварительный характер спроса в случае первичной сделки с доверительными благами. – неэластичный характер спроса в связи с высокой потребительной стоимостью доверительных благ – спрос спровоцирован предложением – наличие государственного спроса на доверительные блага.
составлено автором	

ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Группа инструментов	Виды инструментов
правовые инструменты	<ul style="list-style-type: none"> – институты собственности; – институт юридической ответственности; – институт договора; – институт разрешения трансакционных споров; – институты права деятельности (институт лицензирования, аккредитации)
финансовые инструменты	<ul style="list-style-type: none"> – льготное налогообложение (налоговые скидки, освобождения, выведения из-под налогообложения); – поддержка инвестиционной деятельности (возмещение издержек на реализацию инвестиционных проектов, затрат по лизинговым платежам, затрат на погашение процентов по инвестиционным кредитам); административное содействие инвестиционной деятельности; – институты поддержки субъектов малого и среднего бизнеса; – грантовая поддержка (платежи), поддержка инновационной деятельности.
антимонопольные инструменты	<ul style="list-style-type: none"> – институты стимулирования конкуренции; контроль административных и рыночных барьеров; институты процесса реализации благ; – институты контроля ценообразования (установление предельных отпускных цен); – институты контроля рекламной деятельности и иных источников информации
торговые инструменты	<ul style="list-style-type: none"> – таможенные пошлины – нетарифные барьеры (квоты, лицензии, запреты) – преференции и национальные режимы: условия, ограничения и запреты товаров иностранного производства
инструменты (институты) контроля качества	<ul style="list-style-type: none"> – системы и стандарты качества, институты (документы) качества, – институты курирования субъектов предложения в регионах федеральными центрами; – развитие интегрированных связей между учебными заведениями и предприятиями отрасли, научными и клиническими центрами
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ К

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Группа объектов инфраструктуры	Объекты группы
Институциональная инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> – органы, осуществляющие контролирующие функции (Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения, Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки, Федеральное медико-биологическое агентство, Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии и иные); – научно-исследовательские институты и отделения РАН; – государственный аппарат.
Рыночная инфраструктура	<p>антимонопольная служба, торгово-промышленная палата, страховые компании, банковские системы, центры занятости населения, маркетинговые службы</p>
Производственная инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> – предприятия отраслей народного хозяйства, снабжающие ресурсами производство доверительных благ (сельское хозяйство, машиностроение, химическая и фармацевтическая, легкая промышленности); – источники трудовых ресурсов и человеческого капитала (образовательные учреждения, институты повышения квалификации, сертификационные центры); – предприятия связи, транспорта, объекты энергетической инфраструктуры.
Информационная инфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> – центры предоставления государственных и муниципальных услуг (МФЦ), медицинские информационно-аналитические центры (МИАЦ); – средства массовой информации (СМИ), рекламные агентства, информационные ресурсы (сайты) органов исполнительной власти; – компьютерные и информационные сети.
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКАХ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Факторы предложения	Сектор рынка	Характеристика влияния
количество продавцов в отрасли (степень монополизации)	рыночный, квазирыночный	Увеличение субъектов предложения ведет к увеличению уровня совокупного предложения
величина барьеров для входа/выхода в отрасль	рыночный	Высокие барьеры входа в отрасль и необходимость значительного капитала для производства затрудняет процесс выхода на рынок новых субъектов, сокращая совокупное предложение
цены на ресурсы	рыночный	Увеличение цен на ресурсы ведет к увеличению себестоимости продукции и к сокращению совокупного предложения
высокая потребительная стоимость благ	рыночный, квазирыночный, нерыночный (общественный)	Высокая потребительская стоимость блага и вынужденный спрос, не зависящий от предпочтений потребителя, создает возможности для манипуляции субъектами предложения ценой, качеством и объемом предложения
влияние посредников	рыночный	Участие коммерческих посредников в предоставлении доверительных благ повышает доступность данных благ для потребителей, стимулирует конкуренцию
развитость институциональной среды	рыночный, квазирыночный, нерыночный (общественный)	Развитость институциональной среды: наличие основополагающих институтов производства, обмена и распределения доверительных благ, способствует снижению издержек производства и издержек производственного взаимодействия, повышению совокупного предложения
развитость инфраструктуры	рыночный, квазирыночный, нерыночный (общественный)	Развитость инфраструктуры, наличие необходимых производственных и рыночных объектов, научно-исследовательских институтов, клинических баз положительным образом сказывается на уровне и качестве предложения
развитость научно-технической сферы производства	рыночный, квазирыночный, нерыночный (общественный)	Развитие науки и техники позволяет в долгосрочном периоде снизить издержки производства единицы продукции, а стремительное развитие информационных технологий расширить возможности сбыта, что влечет рост уровня совокупного предложения

государственная «опека» производства и предоставления доверительных благ	рыночный	Государственная поддержка и активное субсидирование производства доверительных благ ведет к увеличению уровня совокупного предложения
положительные внешние эффекты для общества от индивидуального потребления доверительных благ	квазирыночный	Положительные внешние эффекты для общества от индивидуального потребления смешанных общественных (квазирыночных) доверительных благ побуждают государство создавать квазирыночные механизмы для их производства и обеспечивая справедливое их распределение между всеми членами общества.
высокая общественная полезность доверительных благ	нерыночный (общественный)	Высокая общественная полезность отдельных доверительных благ побуждают государство полностью брать на себя бремя производства, распределения, финансирования данных благ
объем государственного финансирования	квазирыночный	Увеличение объема финансирования производства доверительных благ влечет увеличение рыночного предложения и повышения качества благ
количество потребителей (объем спроса)	квазирыночный	Увеличение числа потребителей прямо пропорционально сказывается на величине рыночного предложения
внешние факторы	нерыночный (общественный)	не зависят от политики государства, его интересов и приоритетов, и обусловлены влиянием экзогенных факторов
внутренние факторы	нерыночный (общественный)	зависят от национальной политики государства (в том числе развитость институциональной среды, развитость инфраструктуры, научно-техническая развитость сферы производства)
составлено автором		

ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ФАКТОРОВ (ТИПОВ) НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Автор классификации	Факторы (типы) неопределенности
В.Н. Уродовских ⁶⁵⁵	<ul style="list-style-type: none"> – спонтанность природных процессов и явлений, стихийные бедствия – случайность социально-экономических и технологических процессов – вероятностный характер научно-технического прогресса – недостаточность информации об исследуемом объекте, процессе, явлении – ограниченность ресурсов при принятии и реализации решений – ограниченность сознательной деятельности человека, различия в социально-психологических установках, оценках, поведении
Р.А. Багаутдинов ⁶⁵⁶	<ul style="list-style-type: none"> – несовершенная и асимметричная информация, ее недостаток или избыток (информационная неопределенность); – несовершенство используемого инструментария, вычислительная сложность, ограничения по методам принятия решений, ошибки анализа, моделирования (инструментарная неопределенность); – случайность, источник которой заключается в большом количестве фирм, преследующих собственные интересы, что приводит к неисчерпаемости экономической среды, бесконечным комбинациям взаимодействия экономических агентов (неопределенность стратегического взаимодействия); – противодействие, которое проявляется в несовпадении интересов сторон и выражается в различных формах, а также в непредвиденных ситуациях.
Г.Г. Хасанов ⁶⁵⁷	<ul style="list-style-type: none"> – объективная невозможность полного познания человеком окружающего мира, – случайность, – неполнота и неточность информации, – поведение среды, – информационная избыточность, – непрофессионализм лица, принимающего решение, – ограничения в ситуации принятия решений, ограничения по времени и элементам пространства, параметров, характеризующих факторы принятия решений.
Н.А. Ярцева ⁶⁵⁸	<p>1. По степени известности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - явные факторы – источники неопределенности, о которых исследователь знает (неточность имеющейся информации); - неявные факторы – источники неопределенности, неизвестные

⁶⁵⁵ Уродовских В.Н. Управление рисками предприятия: Учеб. пособие. – М.: ВЗФЭИ, 2009. – С.110-115.

⁶⁵⁶ Багаутдинов Р.А. Сущность и причины неопределенности в экономике России // Вестник экономики, права и социологии. – 2008. – № 6. Экономика. – С.6-9.

⁶⁵⁷ Хасанов Г.Г. Разработка управленческих решений в условиях неопределенности: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Оренбург, 2002. – 20 с.

⁶⁵⁸ Ярцева Н.А. Неопределенность как феномен современной экономической среды // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. Экономика и экономические науки. – 2009. – С.134-137.

	<p>исследователю.</p> <p>2. По отношению к рассматриваемому объекту:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внешние факторы; - внутренние факторы. <p>3. По возможности воздействия</p> <ul style="list-style-type: none"> - устранимые факторы – источники неопределенности, которые можно нейтрализовать; - неустранимые факторы – действие этих источников неопределенности не поддается влиянию. <p>4. По продолжительности действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - временные факторы – источники неопределенности, которые носят преходящий характер, их действие ограничено некоторым периодом времени; - постоянные факторы – источники неопределенности, которые существуют всегда. <p>5. По характеру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективные факторы; - субъективные факторы. <p>6. По природе происхождения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономические факторы; - научно-технические факторы; - политические факторы; - социально-психологические факторы; - естественно-природные факторы.
В.В. Галкин ⁶⁵⁹	<ul style="list-style-type: none"> – неопределенность, вызываемая недостатком информации; – неопределенность, вызванная необходимостью адекватно обработать и истолковать имеющуюся информацию; – неопределенность – как следствие возникающих эмерджентных (внезапно возникающих) факторов.
В.Т. Матчин ⁶⁶⁰	<p>1. Субъективная неопределенность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - моральная - институциональная - стереотипная - низкая квалификация - психофизическое несоответствие <p>2. Объективная неопределенность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - полевая - инструментальная - стохастическая - когнитивная - неопределенность теории - неопределенность метода - информационное несоответствие - большие данные - недостаток информации
составлено автором	

⁶⁵⁹ Галкин В.В. Макроэкономика. Тема 4. Факторы неопределенности в экономике. Риск и капитал (Часть 1). – URL: <http://vadim-galkin.ru/politics/macroeconomics/uncertainties/> (дата обращения 5.09.2019).

⁶⁶⁰ Матчин В.Т. Неопределенность в информационном поле // Международный научный электронный журнал Перспективы науки и образования. – 2017. – 3(27). – С.8-12.

ПРИЛОЖЕНИЕ Н

ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК
В ЗАРУБЕЖНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Группа транзакционных издержек	Вид транзакционных издержек
классификация П.Милгрона и Д.Робертса ⁶⁶¹	
координационные издержки	- издержки определения деталей контракта - издержки определения партнеров - издержки непосредственной координации
мотивационные издержки	- издержки, связанные с неполнотой информации - издержки, связанные с оппортунизмом
классификация Норта-Эггертсона ⁶⁶²	
издержки до заключения сделки (ex ante)	- издержки поиска информации - издержки ведения переговоров - издержки составления контракта
издержки после заключения сделки (ex post)	- издержки мониторинга - издержки принуждения - издержки на защиту прав собственности
классификация Оливера И. Уильямсона ⁶⁶³	
издержки до заключения сделки (ex ante)	- издержки поиска информации - издержки ведения переговоров - издержки измерения - издержки заключения контракта
издержки после заключения сделки (ex post)	- издержки мониторинга и предупреждения оппортунизма - издержки спецификации и защиты прав собственности - издержки защиты от третьих лиц
классификация Э.Фуруботна и Р.Рихтера ⁶⁶⁴	
рыночные транзакционные издержки	- издержки поиска и информационные издержки - издержки ведения переговоров и принятия решений - издержки мониторинга и обеспечения исполнения контракта
управленческие транзакционные издержки	- издержки создания, поддержания или изменения организационного дизайна - издержки эксплуатации организации.
политические транзакционные издержки	- издержки создания, поддержания и изменения формальной и неформальной политической организации системы; - издержки эксплуатации государственного устройства (затраты на оборону, законодательную систему,

⁶⁶¹ Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент (в 2 томах). Том 1. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – 472 с.

⁶⁶² Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты. – М.: Дело, 2000. – 407с.; Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Нестеренко. – М: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – С.180.

⁶⁶³ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат, 1996. – С.55-56.

⁶⁶⁴ Фуруботн Э.Г, Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного ун-та, 2005. – 702с.

	образование, транспорт).
классификация Р.И. Капелюшникова⁶⁶⁵:	
Трансакционные издержки	- издержки поиска информации - издержки ведения переговоров - издержки измерения - издержки спецификации и защиты прав собственности - издержки оппортунистического поведения
Трансформационные издержки	<i>издержки по трансформации физических свойств товаров в процессе использования факторов производства</i>
Организационные издержки	<i>издержки фирмы по обеспечению контроля и распределению ресурсов, а также издержки по минимизации оппортунистического поведения</i>
классификация М.М.Юдкевич⁶⁶⁶:	
информационные издержки	- издержки приобретения качественной информации (по вопросам заключения контракта и мониторинга его исполнения) - издержки приобретения фоновой (количественной) информации (издержки выбора партнера и типа контракта)
издержки, связанные с определением и защитой прав собственности	- издержки юридического закрепления и мониторинга исполнения контракта - издержки обеспечения закрепленных прав.
составлено автором	

⁶⁶⁵ Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности. – М., 1990. – 90 с.

⁶⁶⁶ Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2003. – С.22.

ПРИЛОЖЕНИЕ О

АНАЛИЗ СПРОСА НА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКАХ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Наименование доверительного блага	Сделки, носящие повторяющийся характер	Сделки, носящие разовый характер или случаи первичного потребления	
	Повседневный спрос	Предварительный спрос	Особый спрос
медицинские услуги	+	–	+
услуги эстетической медицины	+	–	+
образовательные услуги	–	–	+
репетиторские услуги	–	–	+
услуги труда	+	+	+
услуги технического обслуживания и ремонта	+	–	+
услуги аудиторско- консалтинговые	+	–	+
услуги национальной безопасности	+	–	–
лекарственные препараты	+	–	+
предметы личной гигиены и натуральная косметики	+	–	+
компьютерные товары	–	+	+
составлено автором «+» – наличие спроса; «–» – отсутствие спроса.			

ПРИЛОЖЕНИЕ П

ФАКТОРЫ СПРОСА НА РЫНКАХ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Факторы спроса	Сектор	Характеристика влияния на спрос
Традиционные факторы		
цена блага	рыночный, квазирынки образовательных услуг	Увеличение цен на доверительные блага влечет снижение совокупного спроса (в меньшей степени актуально для благ с высокой потребительной стоимостью)
уровень дохода потребителей	рыночный, квазирынки образовательных услуг	Снижение индивидуального дохода потребителей отрицательным образом сказывается на величине спроса, побуждая потребителя отказываться от привычных благ в пользу более дешевых (в меньшей степени актуально для благ с высокой потребительной стоимостью)
количество потребителей	рыночный, квазирыночный	Увеличение числа потребителей, прямо пропорционально сказывается на величине рыночного спроса
цена на блага-субституты	рыночный, квазирынки образовательных услуг	Снижение цен на субституты побуждает потребителей отказаться от привычных благ в пользу более дешевых
потребительские ожидания	рыночный, квазирыночный нерыночный (общественный)	Оптимистические настроения влекут повышение спроса на блага, пессимистические настроения и настороженность потребителей влекут снижение спроса на блага
сезонность	рыночный, квазирыночный	Спрос на отдельные доверительные блага подвержен сезонным колебаниям или отсутствует в отдельные периоды
высокая потребительная стоимость благ	рыночный, квазирыночный, нерыночный (общественный)	Высокая потребительская стоимость блага порождает вынужденный спрос, не зависящий от предпочтений потребителя
нефункциональные факторы (эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена)	рыночный квазирынки образовательных услуг	Подверженность потребителей мнению большинства, потребность в исключительности, привлечении внимания и демонстрации личного статуса сказываются на характере и объеме спроса
Специфические факторы		
Величина явных характеристик благ	рыночный (ex ante + ex post), квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post),	Чем больше величина явных характеристик доверительных благ, тем ниже степень неопределенности качества и ниже транзакционные издержки потребителей

	квазирынки медицинских услуг (ex post)	
рыночные сигналы	рыночный (ex ante + ex post) квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post)	Достоверные рыночные сигналы позволяют снизить степень неопределенности качества потребителей, способствуют рациональному выбору, снижают трансакционные издержки
потребительский опыт (ex post)	рыночный (ex post), квазирынки образовательных услуг (ex post) квазирынки медицинских услуг (ex post)	В случае неотрицательного опыта потребитель не несет постконтрактные издержки на защиту своих потребительских прав, в случае отрицательного спроса потребитель вынужден нести постконтрактные трансакционные издержки.
доверие потребителей	рыночный (ex ante + ex post), квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post), квазирынки медицинских услуг (ex ante + ex post) нерыночный (общественный) (ex ante)	Чем выше доверие, тем ниже потребитель оценивает вероятность обмана со стороны контрагента, тем менее он предосторожен, тем ниже трансакционные издержки снижения неопределенности качества
специфический человеческий капитал (услуги посредников)	рыночный (ex ante + ex post) квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post) квазирынки медицинских услуг (ex post)	Привлечение носителей специфического человеческого капитала (посредников) способствует снижению неопределенности качества, обусловленной наличием свойством многомерности у характеристик доверительных благ
институциональная «оформленность» доверительных благ	рыночный (ex ante + ex post) квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post) квазирынки медицинских услуг (ex post)	Чем более институционально «оформлено» доверительное благо, тем ниже степень неопределенности качества потребителей, тем более специфицированы его права, тем ниже его трансакционные издержки
склонность потребителей к риску	рыночный (ex ante)	Готовность потребителей к риску обуславливает низкую степень предосторожности при принятии решения и меньшую величину трансакционных издержек на снижение неопределенности качества
наличие/отсутствие у потребителей альтернатив для выбора	рыночный (ex ante), квазирыночный (ex ante), нерыночный (общественный) (ex ante)	Наличие у потребителей альтернатив для выбора побуждает их нести предконтрактные трансакционные издержки с целью снижения неопределенности качества и осуществления рационального выбора; в случае отсутствия у потребителей альтернатив для выбора потребители не мотивированы на снижение неопределенности качества
сложность устранения потребительских потерь в случае неблагоприятного исхода сделки	рыночный (ex ante + ex post) квазирынки образовательных услуг (ex ante + ex post)	Чем сложнее ликвидировать потребительские потери в результате неблагоприятного исхода сделки, тем выше трансакционные издержки потребителей на снижение неопределенности качества и спецификацию прав собственности
составлено автором		

ПРИЛОЖЕНИЕ Р

**ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ «КВАЗИРЫНОК»
В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ШКОЛАХ**

Автор определения	Определение «квазирынка»
Л.Мизес	«искусственные рынки ⁶⁶⁷ »
Ж.Ле Гран, В.Бартлетт	«система отношений между экономическими агентами, в которых производители конкурируют за право предоставления услуг потребителям, чьи расходы финансируются государством ⁶⁶⁸ »
В.Ван де Вэн	«свободный рынок, где ценообразование в принципе определяется рыночными силами, но в рамках нормативной базы, установленной государством в целях соблюдения принципа общественной солидарности и обеспечения эффективного функционирования рынка ⁶⁶⁹ »
Л.Якобсон	«часть государственного сектора экономики, в котором поставщики и покупатели, находящиеся в собственности государства, с помощью механизма контрактации разделяются с целью возникновения конкуренции и достижения эффективной аллокации ресурсов X-эффективности ⁶⁷⁰ »
М.Корытцев	«...экономические институты, в рамках которых организуется государственное финансирование спроса и стимулируется конкурентное взаимодействие между субъектами, среди которых преобладают некоммерческие организации ⁶⁷¹ »
К.Белокрылов	«... рынок действует частично, следовательно, преобладает нерыночный способ координации экономической деятельности, нерыночный тип организации обмена деятельностью, нерыночное взаимодействие интересов ⁶⁷² »
составлено автором	

⁶⁶⁷ Мизес Л. Социализм. Экономический и социологический анализ. – М.: Catallaxy, 1994. – 416 с.

⁶⁶⁸ Le Grand J., Bartlett W. Quasi-Markets and Social Policy. – London: The Macmillan Press Ltd., 1993. – 241 p.

⁶⁶⁹ Экономика здравоохранения ... М., 2008. С.362.

⁶⁷⁰ Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С.298-300.

⁶⁷¹ Корытцев М.А. Эволюция теоретической концепции квазирынков ..., с.10.

⁶⁷² Белокрылов К.А. Перспективы цифровизации воспроизводства в государственном секторе // Россия: тенденции и перспективы развития: сборник трудов конференции. Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук. – 2018. – С.243-247.

ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В КВАЗИРЫНОЧНОМ СЕКТОРЕ РЫНКОВ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Основания анализа	Особенности проявления
Модели конкуренции	олигополия, монополия
Специфика предложения	<ul style="list-style-type: none"> – преимущественное информационное положение субъектов предложения в результате асимметрии информации, смещенной в их сторону; – предложение осуществляется организациями, находящимися в государственной собственности; – расходы потребителей на приобретение доверительных благ покрываются государством или третьими лицами; – устойчивый характер монопольной власти; – серьезная власть субъектов-олигополистов (близкая к монопольной власти); – неполнота квазирынков доверительных благ; – высокая значимость института посредничества (государство, страховщики).
Ценообразование	регулируемое (тарифное)
Финансирование предложения	бюджетное финансирование
Вмешательство в рыночный механизм	вмешательство государства в рыночный механизм путем стимулирования производства, распределения и финансирования
Специфика спроса	<ul style="list-style-type: none"> – ситуация «абсолютной» неопределенности качества для потребителей; – нулевые предконтрактные транзакционные издержки потребителей в ситуации «доверие» или ситуации «недоверие» на квазирынках медицинских услуг; – незначительные предконтрактные транзакционные издержки потребителей в ситуации «доверие», значительные в ситуации «сомнение» и чрезвычайно высокие в ситуации «подозрительность» на квазирынках образовательных услуг; – значительные или максимальные постконтрактные транзакционные издержки на защиту потребительских прав в случае неблагоприятного исхода сделок на квазирынках медицинских услуг и образовательных услуг; – постоянный или вынужденный характер спроса на квазирынках медицинских услуг; – «особый» характер спроса на квазирынках образовательных услуг; – неплатежеспособный спрос на квазирынках медицинских услуг; – спрос спровоцирован предложением на квазирынках медицинских услуг; – отсутствие у потребителей альтернатив для выбора.
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ Т

ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В НЕРЫНОЧНОМ
(ОБЩЕСТВЕННОМ) СЕКТОРЕ РЫНКОВ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Основания анализа	Особенности проявления
Модели конкуренции	монополия
Специфика предложения	<ul style="list-style-type: none"> – преимущественное информационное положение субъектов предложения в результате асимметрии информации, смещенной в их сторону; – предложение осуществляется государственными структурами; – расходы потребителей на приобретение доверительных благ покрываются государством.
Ценообразование	нерыночное
Финансирование предложения	бюджетное финансирование
Вмешательство в рыночный механизм	отсутствие рыночных механизмов, централизованное управление
Специфика спроса	<ul style="list-style-type: none"> – ситуация «абсолютной» неопределенности качества для потребителей; – нулевые трансакционные издержки потребителей; – постоянный характер спроса; – безвозмездный характер потребления – отсутствие у потребителей альтернатив для выбора – отсутствие у потребителей возможности отказа от потребления – отсутствие конкуренции между потребителями за блага
составлено автором	

ПРИЛОЖЕНИЕ У

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ «ОППОРТУНИСТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ»
В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ШКОЛАХ

Автор определения	Определение оппортунистического поведения
К.Маркс	противопоставление марксистских взглядов оппозиционной позиции большинства ⁶⁷³
Т.Веблен	оппортунистическое поведение берет свое начало в хищническом темпераменте и хищническом образе мыслей, которые, в свою очередь, трансформируясь способны привести к мошенничеству или даже к насильственным захватам ⁶⁷⁴
Дж.Р. Шелл	когда договорное соглашение, обещание, намерение или понимание сделки не в полной мере соблюдается стороной договора, по корыстным мотивам, потому что это может «сойти с рук» и/или потому что есть стимул для этого ⁶⁷⁵ .
О.Уильямсон	недостаток искренности, откровенности, честности в отношениях, включающий действия на основе собственных интересов и такие явные формы обмана ⁶⁷⁶ , как ложь, воровство, мошенничество, проявляющийся в получение выгод от других участников сделки или использовании чужих слабостей в своих интересах ⁶⁷⁷
Э. Фуруботн и Р.Рихтер	нарушение или «похищение» относительных прав собственности лицом или лицами, которым эти требования предъявлены ⁶⁷⁸
А.Шаститко	способ действия экономического агента в соответствии с собственными интересами, не ограниченного соображениями морали и противоречащего интересам других агентов ⁶⁷⁹
А.Олейник	использовании асимметричной информации для своей выгоды в ущерб интересам контрагентов ⁶⁸⁰
В. Тамбовцев	поведение, нацеленное на обман контрагента с целью повышения собственной выгоды ⁶⁸¹
М.Одинцова	поведение индивида, который стремится получить одностороннюю выгоду за счет партнера ⁶⁸²
А.Нестеренко	«стремление индивида реализовать собственные эгоистические интересы, что сопровождается проявлениями коварства и обмана ⁶⁸³ »

⁶⁷³ Маркс К. Сочинения. Т.24: Капитал. Критика политической экономики. Т.1, Кн.1: Процесс производства капитала. – М.: Госполитиздат, 1960. – 907 с.

⁶⁷⁴ Веблен Т. Теория праздного класса. Экспертно-аналитический портал «Центр гуманитарных технологий: гуманитарные технологии и развитие человека». – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5890> (дата обращения 21.12.2013).

⁶⁷⁵ <https://wiki2.org/en/Opportunism> (дата обращения 01.12.2019).

⁶⁷⁶ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат, 1996. – С.43.

⁶⁷⁷ Уильямсон Оливер И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. – 1993. – вып.3. – С.39-49.

⁶⁷⁸ Фуруботн Э., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2005. – 702с.

⁶⁷⁹ Шаститко А. Новая теория фирмы. – М.: МГУ им. Ломоносова. Экономический факультет. – М.: ТЕИС, 1996. – С.95.

⁶⁸⁰ Олейник А.Н. Институциональная экономика. – М.: Инфра-М, 2002. – 416 с.

⁶⁸¹ Аузан А.А. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория. – М.: ИНФРА-М, 2011. – С.26.

⁶⁸² Одинцова М.И. Институциональная экономика. – М., 2008. – С.93.

⁶⁸³ Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория. – М.: «Эдитория УРСС», 2002. – С.322.

Е.Попов, В.Симонова	«преднамеренное скрытое действие агента, основанное на использовании информационных преимуществ и направленное на достижение личного интереса в ущерб другим участникам имплицитного соглашения ⁶⁸⁴ »
П.Канапухин	«преследования эгоистических, узкокорыстных интересов, неограниченные соображениями морали ⁶⁸⁵ »
А.Королев	стремление индивида реализовать эгоистический институциональный интерес к транзакционной деятельности, не ограниченной моральными устоями, по отчуждению и присвоению прав собственности при помощи искажения информации, с нанесением материального и морального ущерба другим лицам ⁶⁸⁶
Е. Мартюкова	экономические отношения по поводу одностороннего перераспределения прав собственности в ущерб экономическим интересам контрагентов, основанные на преднамеренном использовании асимметрии информации ⁶⁸⁷
составлено автором	

⁶⁸⁴ Попов Е.В, Симонова В.Л. Оценка внутрифирменного оппортунизма работников и менеджеров // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С.108-117.

⁶⁸⁵ Канапухин П.А. Закономерность эволюции экономических интересов и механизмы их реализации в экономике России: автореф. дисс. д-ра. экон. наук. – Воронеж, 2008. – С.26.

²⁴² Королев А.И. Тенденции оппортунистического поведения в условиях экономики неравновесности: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – С.41-42.

⁶⁸⁷ Мартюкова Е.Г. Оппортунизм и издержки оппортунистического поведения в российской экономике: идентификация и оценка: дисс. канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2013. – С.42.

**ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ОППОРТУНИСТИЧЕСКОГО
ПОВЕДЕНИЯ В ЗАРУБЕЖНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ШКОЛЕ**

Вид оппортунистического поведения	Характеристика оппортунистического поведения
– по стадиям проявления ⁶⁸⁸ :	
предконтрактный оппортунизм (ex ante)	вид оппортунизма, возникающего на стадии поиска партнера и выбора товара (до заключения сделки). Является следствием скрытой от экономических агентов информации и скрытых характеристик благ (hidden characteristics).
постконтрактный оппортунизм (ex post)	вид оппортунизма, проявляющееся на стадии исполнения контракта (после заключения сделки). Сопряжен с вероятностью скрытых действий (hidden action) одного из контрагентов, ведущих к проблеме морального риска (отлынивание) или с вероятностью скрытых намерений (hidden intentions), ведущих к проблеме вымогательства.
– в соответствии с признаком соотношения объекта анализа со средой ⁶⁸⁹ :	
эндогенный (внутренний) оппортунизм	вид оппортунизма, где источник проявления недобросовестных действий находится внутри обособленной хозяйственной единицы (например, внутри предприятия).
экзогенный (внешний) оппортунизм	вид оппортунизма, где источник проявления недобросовестных действий находится вне обособленной хозяйственной единицы (вне организации или предприятия).
– по степени открытости ⁶⁹⁰ :	
открытый оппортунизм (явный оппортунизм)	вид оппортунистического поведения, результат и формы проявления которого можно проследить в явном виде
скрытый оппортунизм (неявный оппортунизм)	вид оппортунистического поведения, проявление которого невозможно проследить в явном виде и выявить который возможно только постфактум
– по характеру реализации ⁶⁹¹ :	
злонамеренный оппортунизм (грубый оппортунизм)	вид оппортунистического поведения, в случае которого связь поведения и причиненного ущерба очевидна (к

⁶⁸⁸ Уильямсон Оливер И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация. – СПб: Лениздат, 1996. – С.97.

⁶⁸⁹ Королев А.И. Тенденции оппортунистического поведения в условиях экономики неравновесности: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2007. – С.71-72.; Маврина Л.В. Особенности оппортунистического поведения экономических агентов в условиях трансформации институциональной среды: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Казань, 2010. – С.14.

⁶⁹⁰ Мартюкова Е.Г. Оппортунизм и издержки оппортунистического поведения в российской экономике: идентификация и оценка: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2013. – 201 с; Бас А.В. Экономические и институциональные ограничения оппортунистического поведения субъектов рыночной экономики: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2009. – С.12.

⁶⁹¹ Бас А.В. Указ соч., с.12.; Козлова Е.В. Формы проявления оппортунистического поведения менеджеров в крупных российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №32 (247). – С.78-81.

	примеру, для предприятия это воровство, отлынивание от работы, сознательный обман партнеров и т.д.)
незлонамеренный оппортунизм	«поведение, в случае которого высокий риск принимаемых решений, которые могут трактоваться в русле интересов фирмы, на деле связан с потерями (дорогостоящие проекты, связанные с расширением деятельности) ⁶⁹² »
стратегический оппортунизм	«вид оппортунизма, проявляющийся в асимметричном распределении информации, что позволяет скрыть часть действий одной стороны от другой ⁶⁹³ »
естественный оппортунизм	отступление от условий ранее заключенного контракта вследствие изменения обстоятельств
Составлено автором	

⁶⁹² Бас А.В. Указ соч., с.12.

⁶⁹³ Козлова Е.В. Формы проявления оппортунистического поведения менеджеров в крупных российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №32 (247). – С.78-81.

ПРИЛОЖЕНИЕ X

АНАЛИЗ ВИДОВ И ФОРМ ОППОРТУНИЗМА СУБЪЕКТОВ РЫНКА ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке медицинских услуг

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
Оппортунизм субъектов предложения (врачи, медицинский персонал)				
<ul style="list-style-type: none"> – врачебная халатность: путаница образцов биологического материала, халатность в технологии манипуляций, не соблюдение правил гигиены, отклонение от протоколов, пренебрежение принципами медицинской этики и деонтологии; – постановка ложного диагноза, выбор неоптимального способа лечения и лекарственной терапии, – неоправданный риск при выполнении манипуляций, оперативных вмешательствах; – неблагоприятный результат в ходе умысла, причинение вреда в ходе медицинских мероприятий; – оказание услуг с использованием технологий, которыми врач не владеет. 	<ul style="list-style-type: none"> – завышение объемов услуг; – отсутствие подготовительных и диагностических услуг; – отсутствие лицензии у организации на право деятельности, сертификата у врача; – работа на неаттестованном оборудовании, оказание услуг в не соответствующих условиях, – неправильность формирования операционных бригад; – не предоставление заключений врача, документальных результатов анализов и диагностических мероприятий. – нарушение регламента трансплантации органов и тканей; – нарушение правил оформления рецептов. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – дискредитация конкурентов (в коммерческом секторе рынка). 	<ul style="list-style-type: none"> – искажение диагнозов, историй болезни; – не информирование пациентов о возможных рисках и побочных эффектах; – отказ в ознакомлении с историей болезни; – отражение неполной информации в историях болезни; – предоставление информации третьим лицам; – отказ в предоставлении сведений о квалификации врача.
Оппортунизм посредников предложения (коммерческие посредники)				
<i>О т с у т с т в у ю т</i>				
Оппортунизм посредников спроса (Бюро медико-социальной экспертизы, Бюро судебно-медицинской экспертизы, Врачебные комиссии ЛПУ, независимые комиссии оценки качества медицинской помощи)				
<ul style="list-style-type: none"> – неполнота освидетельствования; – необоснованность заключений; – приуменьшение степени тяжести причинённого вреда (нанесенных увечий); – халатность при работе с биологическим материалом, при исследованиях; 	<ul style="list-style-type: none"> – нарушение регламента экспертизы; – отсутствие прав на деятельность; – заочное освидетельствование (без должных оснований); – сговор с медицинскими учреждениями, с лабораториями, осуществляющими 	–	–	<ul style="list-style-type: none"> – приуменьшение степени тяжести причинённого вреда (нанесенных увечий); – ложные заключения; – формализм заключений.

<ul style="list-style-type: none"> – пренебрежение фактами, доказательствами, материалами; – избегание выводов о наличии/отсутствии «преступления», о причинно-следственной связи между медицинскими мероприятиями и неблагоприятным исходом. 	<ul style="list-style-type: none"> исследование; – нарушение правил оформления протоколов; – участие к экспертизе заинтересованных лиц. 			
<i>Опportunизм субъектов спроса (домохозяйства)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – невыполнение назначений (несоблюдение предписаний); – отсутствие явки в установленный врачом срок; – самолечение; – некорректность поведения. 	<ul style="list-style-type: none"> – несоблюдение пациентом правил подготовки к медицинским манипуляциям или отсутствие предварительных обследований; – нарушение периодичности мероприятий; – не предоставление соответствующих материалов (заключений ранее проведенных мероприятий, результатов обследований); – несвоевременное обращение к экспертным организациям. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – некорректность поведения между пациентами; – не соблюдение очередности посещения между пациентами. 	<ul style="list-style-type: none"> – умалчивание фактов, симптомов, побочных реакций; – умалчивание о наличии аллергических реакций и хронических заболеваниях, непереносимости препаратов; – умалчивание о ранее проведенных оперативных вмешательствах.
составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения субъектов на рынке образовательных услуг

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
<i>Оппортунизм субъектов предложения (образовательные учреждения)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – некомпетентность лектора, предоставление минимального объема материала, – отклонение от образовательных стандартов; – чрезмерное использование книжного материала, неподготовленность, – разговор на отвлеченные темы, формализм в преподнесении материала, – низкая интенсивность (к примеру, в результате совмещения преподавателем работы в нескольких учреждениях), – несоответствие инфраструктуры: отсутствие необходимой материально-технической базы, научных и клинических баз, информационных ресурсов; – продажа дипломов. 	<ul style="list-style-type: none"> – низкая организация образовательного процесса, пропуск занятий/отмены занятий; – протекционизм при вступительных экзаменах, в ходе аттестаций, сговор и протекционизм в ходе предзащитных мероприятий; – написание преподавателями на возмездной основе аттестационных и выпускных работ, «подкладывание» билетов на зачетах/экзаменах, репетиторские услуги, предоставляемые членами аттестационных комиссий (экзаменаторами), – предложение трудновыполнимых заданий и занижение аттестационных баллов с целью протекции одних абитуриентов за счет других; – эксплуатация труда студента с последующей гарантией положительной оценки. 	<ul style="list-style-type: none"> – предоставление услуг по тарифам выше рыночных; – дополнительные издержки потребителя непредусмотренные договором; – вымогательство и взятки за высокие результаты обучения. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – дезинформирование абитуриентов о характере предоставляемых услуг; – заблаговременное предоставление экзаменационных вариантов заданий; – предоставление информации о ходе приема отдельным заинтересованным лицам.
<i>Оппортунизм посредников предложения (коммерческие посредники)</i>				
<i>О т с у т с т в у ю т</i>				
<i>Оппортунизм посредников спроса (агентства по международным образовательным программам)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – протекционизм услуг низкорейтинговых образовательных учреждений. 	<ul style="list-style-type: none"> – не закрепление форс-мажорных ситуаций и мер ответственности в контракте; – невыполнение обязательств, регламентов; – сговор с образовательными учреждениями; – обман, посредника после оплаты услуг (исчезновение посредников). 	<ul style="list-style-type: none"> – завышение цен; – «откаты» в результате сговора с образовательными учреждениями; – дополнительные издержки, непредусмотренные контрактом. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – дезинформирование потребителей; – расхваливание услуг отдельных образовательных учреждений.
<i>Оппортунизм субъектов спроса (обучающиеся, их законные представители, третьи лица)</i>				

– невыполнение студентом заданий; – невнимательность и халатность; – недисциплинированность.	– непосещение занятий; – сдача экзаменов за плату; – списывание и несамостоятельность (выполнение заданий третьими лицами).	–	– сговор с представителями учебного заведения; – подкуп представителей учебного заведения с целью протекции.	– обман; – предоставление ложной информации и документов.
составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке репетиторских услуг

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
<i>Оппортунизм субъектов предложения (репетиторы, учебные центры)</i>				
– некомпетентность и не педагогичность поведения; – отсутствие адаптации материала под ученика, предоставление заданий более высокого уровня; – неподготовленность к занятию, трата времени на не отвечающий потребности заказчика материал, разговор на отвлеченные темы, большую часть урока говорит студент, а не репетитор; – выполнение заданий репетитором за ученика.	– занятие с несколькими обучающимися одновременно, – недисциплинированность; – отсутствие у репетитора необходимого образования, повышений квалификации; – неоправданное установление дополнительных уроков сверх предусмотренных контрактом.	– завышенные цен выше средне рыночных	– критика работы коллег; – ложь и клевета.	– дезинформирование потребителей; – гарантии и необоснованные обещания; – преувеличение личных и профессиональных качеств репетитора; – преуменьшение уровня знаний ученика, как повод к дополнительным занятиям.
<i>Оппортунизм посредников предложения (сайты, агентства)</i>				
	– привлечение посредниками к сотрудничеству студентов ВУЗов еще не обладающих необходимой квалификацией и опытом.		– привлечение клиентов за счет предоставления эксклюзивных услуг, создания уникального имиджа при этом не отвечающих требованиям.	– преувеличение профессиональных качеств репетиторов, – бравоирование успехами, достижениями учеников, наличием международных сертификатов.
<i>Оппортунизм посредников спроса</i>				
<i>О т с у т с т в у ю т</i>				

Оппортунизм субъектов спроса (обучающиеся)				
– отсутствие необходимых базовых знаний; – пассивность и неусидчивость; – невнимательность.	– непосещение занятий; – недисциплинированность; – невыполнение домашних заданий	– просрочка оплаты		– дезинформирование репетитора; – сокрытие информации.
Составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке эстетической медицины

Качественный оппортунизм	Транзакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
Оппортунизм субъектов предложения (врачи, медицинский персонал)				
– халатность манипуляций, несоблюдение правил гигиены, пренебрежение степенью риска; – не проведение подготовительных мероприятий, – использование неисправного и (или) не поверенного оборудования, использование несоответствующих стандартам качества материалов; – причинение вреда, нанесение увечий в ходе мероприятий хронических заболеваний, побочной симптоматики, обезображивание.	– проведение мероприятий в несоответствующих условиях, пренебрежение принципами медицинской этики; – отсутствие необходимой квалификации врача, оказание услуг с использованием технологий, которыми врач не владеет; – отсутствие сертификата специалиста врача, лицензии на право деятельности организации.	– издержки на ликвидацию неблагоприятного результата.	– критика работы коллег; – «искусственное» не отвечающее требованиям качества расширение спектра предоставляемых услуг.	– умалчивание о рисках, побочных эффектах; – навязывание услуг, введения в заблуждение о целесообразности услуг; – агрессивная реклама; – психологическое воздействие на потребителя – гипноз.
Оппортунизм посредников предложения (коммерческие посредники)				
<i>О т с у т с т в у ю т</i>				
Оппортунизм посредников спроса (Бюро судебно-медицинской экспертизы, независимые комиссии оценки качества медицинской помощи)				
– неполнота и приуменьшение степени причинённого вреда (нанесенных увечий); – пренебрежение фактами, доказательствами, материалами;	– нарушение регламента; – отсутствие у посредников прав на деятельность (отсутствие лицензии); – заочное освидетельствование; – сговор с субъектами предложения, с	– издержки, не предусмотренные договором	–	– приуменьшение степени причинённого вреда (нанесенных увечий); – ложные заключения; – формализм.

– избегание выводов о наличии/отсутствии «преступления», о причинно-следственной связи между медицинскими мероприятиями и неблагоприятным исходом.	лабораториями, осуществляющими исследование материалов; – нарушение правил оформления протоколов; – участие в экспертизе заинтересованных лиц.			
Оппортунизм субъектов спроса (домохозяйства)				
– невыполнение назначений; – отсутствие явки в установленный срок; – самолечение; – некорректность поведения.	– нарушение периодичности посещения исполнителя; – невыполнение предписаний (назначений), выполнение недолжным образом; – неправильное применение лекарств.	–	–	– умалчивание о наличии аллергических реакций и хронических заболеваниях, непереносимости препаратов, о побочных реакциях.
составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке труда

Качественный оппортунизм	Транзакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
Оппортунизм субъектов предложения (наемные работники)				
– некомпетентность и низкая интенсивность; – отлынивание, совмещение работы; – нарушение трудового распорядка; – имитация деятельности; – создание «помех» для работы коллег, работа за счет других работников; – конфликтность.	– недисциплинированность, невыполнение работы в срок, отлынивание и отвлечение, отсутствие на рабочем месте; – отсутствие желания и действий для повышения квалификации; – некорректность поведения, поведение несоответствующее репутации фирмы, агрессия.	– требование от работодателя вознаграждения, не соответствующее квалификации и качеству труда	– преувеличение навыков и личных качеств работников в резюме; – использование личных связей, протекционизм.	– обман и дезинформирование работодателя о квалификации, опыте работы, навыках; – предоставление недействительных документов, незаконным образом приобретенных дипломов; – разглашение коммерческой тайны организации.
Оппортунизм посредников предложения (коммерческие посредники)				
<i>О т с у т с т в у ю т</i>				
Оппортунизм посредников спроса (Центры занятости)				

	– пассивность и незаинтересованность посредника; – ориентированность на достижение приемлемого результата.	–	– протекция отдельных работников (соискателей вакансии).	– сокрытие информации, дезинформирование; – лоббирование интересов соискателей вакансии
Опportunизм субъектов спроса (работодатели)				
– сверхурочная работа, дополнительные задания; – завышенные требования; – наличие напряженного психологического климата.	– поручение заданий не входящих в круг обязанностей работника; – неоплачиваемая сверхурочная работа и работа в выходные дни; – отказ от программ повышения квалификации.	– оплата труда, не соответствующая качеству и интенсивности труда; – субъективная система бонусов в отношении отдельных сотрудников.	–	– непредставление полной информации и характере и условиях труда
составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке аудиторско-консалтинговых услуг

Качественный оппортунизм	Транзакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
Опportunизм субъектов предложения (аудиторы, консультанты)				
– некомпетентность и халатность, – недостоверность и неполнота аудита, необоснованность выводов и заключений; – использование в процессе анализа только внутренних факторов, выборочного способа аудита; – применение «устаревших» методик, отклонение от стандартов; – субъективность суждений аудитора к организации; – несоответствие заключений аудитора действительности; – пренебрежение аудиторской этикой.	– отсутствие предаудиторского (ознакомительного) этапа, – отсутствие плана/программы проверки, – отсутствие опыта в анализируемой сфере, – сжатые сроки (недостаточность временного периода для оценки рыночной ситуации).	– стоимость услуг выше средне рыночного уровня; – увеличение стоимости услуг постфактум (необходимость в дополнительных издержках в процессе оказания услуги).	– дискредитация конкурентов; – гарантии и неоправданные обещания.	– разглашение фактов о деятельности организации; – умалчивание о нарушениях, о потенциальных рисках и угрозах, сокрытие информации; – умалчивание о негативных отзывах иных заказчиков, ложь, обман.
Опportunизм посредников предложения (коммерческие посредники)				
<i>О т с у т в у ю т</i>				
Опportunизм посредников спроса (транзакционные посредники)				

<i>Отсутствуют</i>				
Опportunизм субъектов спроса (организации, индивидуальные предприниматели)				
– невыполнение/отклонение от рекомендаций аудитора; – некомпетентность потребителя (сложность исправления выявленных нарушений).	– не предоставление комфортных условий для деятельности аудитора; – ограничение временных сроков для исполнителя.	–	–	– не предоставление необходимой для аудита информации; – утаивание и введение в заблуждение аудиторов
составлено автором				

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке технического обслуживания и ремонта

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
Опportunизм субъектов предложения (сервисные центры, инженеры, механики)				
– некомпетентность исполнителей, отклонение от технологии и услуги, не отвечающие стандартам качества, – не устранение проблем (полное или частичное); – использование материалов и запасных частей бывших в употреблении; – причинение в процессе услуг дефектов.	– завышение объемов услуг; – отсутствие гарантий качества; – формальность профилактических (регламентных) работ; – недостаточность или чрезмерное количество диагностических мероприятий; – нарушение сроков услуг; – отказ в удовлетворении претензии; – отсутствие лицензии на право деятельности, метрологических аттестатов.	– изменение цены по мере выполнения работ; – необходимость издержек потребителя в рамках гарантийных обязательств; – устранение причиненных дефектов за счет потребителя; – отказ в уменьшении стоимости услуг на размер причиненных дефектов.	– критика услуг, ранее оказанных потребителю иными субъектами предложения; – преувеличение навыков и знаний субъектов предложения.	– некомпетентные заключения; – аргументация в пользу необходимости работ и издержек; – умалчивание о проведенных работах, непредставление документальных подтверждений; – обман.
Опportunизм посредников предложения (коммерческие посредники)				
<i>Отсутствуют</i>				
Опportunизм посредников спроса (центры автотехнической экспертизы, судебно-техническая экспертиза, независимые эксперты)				
– недостоверность и ложность заключений посредников; – занижение степени ущерба; – халатность.	– некомпетентность, отсутствие узкопрофильных специалистов, опыта и квалификации; – сговор с субъектами предложения.	– занижение восстановительной стоимости; – занижение рыночной стоимости (оценки).	–	– непредставление разъяснений о дефектах; – отсутствие документального подтверждения фактов причинения дефектов.

Опportunизм субъектов спроса (домохозяйства, учреждения)				
– неправильная эксплуатация товара;	– нарушение периодичности технического обслуживания;			– умалчивание о нарушениях в работе оборудования, об истинных причинах неполадок.
– нарушение температурного режима, эксплуатация в несоответствующих условиях.	– позднее уведомление исполнителя о наличии дефектов, о нарушениях в работе;	–	–	
– не обращение к исполнителю в рамках гарантийного периода.				
составлено автором				

Анализ опportunистического поведения хозяйствующих субъектов на фармацевтическом рынке

Качественный опportunизм	Трансакционный опportunизм	Ценовой опportunизм	Конкурентный опportunизм	Информационный опportunизм
Опportunизм субъектов предложения (производители, поставщики)				
– несоответствие лекарственных препаратов требованиям качества, безопасности, эффективности;	– несоответствие помещений и оборудования для производства, хранения и транспортировки;	– завышение цен на лекарственные препараты в том числе путем перерегистрации фактических предельных отпускных цен производителей.	– привлечение потребителей путем незаконной рекламы;	– искажение документов, маркировки и информации о побочной симптоматике и противопоказаниях, о наименовании товара, страны происхождения, фирмы-изготовителя, количестве, принадлежности к товарной партии,
– замена содержимого - активного вещества, наличие добавок или посторонних включений;	– ненадлежащая маркировка;			
– отклонения по массе, объему, концентрации, плотности;	– несоответствие упаковки требованиям безопасности;			– использование на товарных знаках обозначений, используемых на товарах других фирм (контрафакция).
– использование субстанций, качество которых не подтверждено;	– отсутствие необходимой квалификации у персонала, халатность персонала;			
– отклонение при производстве от технологических стандартов;	– регистрация и реализация лекарственных средств под видом БАД.			
– отсутствием систем менеджмента качества на предприятии.				
Опportunизм посредников предложения (дистрибьюторы, розничный сектор (аптеки))				

– нарушение технологии и температурного режим хранения; – реализация препаратов с истекшим сроком годности.	– недобросовестная деятельность интернет-аптек; – реализация лекарственных препаратов без рецептов; – взаимодействие коммерческих посредников с врачами с целью продвижения конкретных товаров; – реализация лекарственных препаратов, не прошедших государственную регистрацию.	– завышение оптовых (розничных) надбавок выше предельных отпускных размеров, установленных субъектом РФ; – повышение цен в сезонные периоды, периоды эпидемий.	– взаимодействие с врачами и ЛПУ; – картельные сговоры между участниками рынка.	– искажение информации; – умалчивание о наличии препаратов для одних потребителей и реализация их другим; – предоставление рекомендаций о целесообразности использования тех или иных препаратов, «помощь» в выборе лекарств при отсутствии заключений врача.
<i>Опportunизм посредников спроса (врачи)</i>				
– формализм, невнимательность и халатность к противопоказаниям, сопутствующим заболеваниям, индивидуальной непереносимости; – некомпетентность врачей.	– сотрудничество с производителями, дистрибьюторами по протекции препаратов; – неправильность оформления рецептов; – незаконное выписывание психотропных и наркотических веществ.	– выписывание более дорогих торговых наименований лекарств при наличии на рынке дешевых дженериков.	–	– гарантии эффекта отдельных торговых наименований препаратов; – введение пациентов в заблуждение, аргументация в пользу неизбежности применения препаратов.
<i>Опportunизм субъектов спроса (домохозяйства, учреждения)</i>				
– невыполнение назначений врача; – нарушение периодичности приема лекарств, прерывание курса лечения; – передозировка; – использование препаратов с истекшим сроком годности ⁶⁹⁴ .	– самолечение (самостоятельность выбора); – приобретение рецептурных препаратов без наличия рецепта; – предоставление поддельных рецептов ⁶⁹⁵ .	–	–	– умалчивание об аллергических реакциях, хронических заболеваниях, непереносимости, побочных реакциях; – умалчивание о приеме иных лекарств (проблема совместимости)
составлено автором				

⁶⁹⁴ Колосова М.А. Анализ форм оппортунистического поведения на рынке доверительных благ (на примере фармацевтического рынка) // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов LIV Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – С.11-16.

⁶⁹⁵ Колосова М.А. Анализ форм оппортунистического поведения ..., с.15.

Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов на рынке компьютерных товаров

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
<i>Оппортунизм субъектов предложения (производители/продавцы)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – предложение (копирование и распространение) нелегальных версий операционных систем, программного обеспечения; – контрафактные версии книг, развлекательных и деловых программ, музыкальных носителей; – контрафактные программное обеспечение для воспроизведения. 	<ul style="list-style-type: none"> – реализация некачественных информационных ресурсов по средствам Интернет; – нарушение целостности упаковки, не плотное закрытие, халатность при транспортировке; – отказ в замене товара ненадлежащего качества, отказ принять жалобу. 	<ul style="list-style-type: none"> – реализация товаров по ценам выше рыночных; – реализация контрафактной продукции по ценам оригинальных товаров; – отказ возмещения убытков, причинённых потребителю некачественного товара. 	<ul style="list-style-type: none"> – контрафакт уникальных товаров; – дискредитация конкурентов. 	<ul style="list-style-type: none"> – искажение маркировок, информации в документах; – обман в отношении наименования, страны происхождения, фирмы-изготовителя, номера партии, – использование товарных знаков, обозначений, принадлежащих фирмам-рыночным лидерам.
<i>Оппортунизм посредников предложения (магазины, компьютерные центры)</i>				
–	<ul style="list-style-type: none"> – нарушение условий хранения, нарушение целостности упаковки; – нарушение сроков устранения неполадок, возврата денег, замены товара. 	<ul style="list-style-type: none"> – завышение рыночных надбавок на товар. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – замена этикеток и сопроводительной документации; – обман в отношении наименования, страны происхождения, фирмы-изготовителя, номера партии.
<i>Оппортунизм посредников спроса (компьютерно-техническая экспертиза, сервисные центры)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – занижение степени дефекта или ложные заключения об их отсутствии; – недостоверность заключений; – халатность. 	<ul style="list-style-type: none"> – некомпетентность, отсутствие необходимой техники, специалистов (опыта и квалификации); – сговор с субъектами предложения; – отказ в ремонте, предусмотренном гарантийными обязательствами. 	<ul style="list-style-type: none"> – занижение восстановительной стоимости; – занижение рыночной стоимости (оценки). 	–	<ul style="list-style-type: none"> – не предоставление устных разъяснений о дефектах; – отсутствие документального закрепления (подтверждения) причиненных дефектов.
<i>Оппортунизм субъектов спроса (домохозяйства, учреждения)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – неправильная эксплуатация; – нарушение температурного режима, эксплуатация в несоответствующих условиях. 	<ul style="list-style-type: none"> – позднее уведомление о нарушениях в работе; – не обращение к исполнителю в рамках гарантийного периода. 	<ul style="list-style-type: none"> – требования возмещения убытков (издержки экспертизы), в случае, когда дефект возник не по вине производителя/продавца. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – умалчивание об истинных причинах, вызвавших неполадки.
составлено автором				

**Анализ оппортунистического поведения хозяйствующих субъектов
на рынке товаров личной гигиены и натуральной косметики**

Качественный оппортунизм	Трансакционный оппортунизм	Ценовой оппортунизм	Конкурентный оппортунизм	Информационный оппортунизм
<i>Оппортунизм субъектов предложения (производители, поставщики/продавцы)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – отклонения по органолептическим характеристикам: вкус, запах, консистенция; наличие сгустков, комков, инородных частиц; – добавление токсичных компонентов, красителей, ароматизаторов, консервантов; – уменьшение количества товара за счет уменьшения размера тары. 	<ul style="list-style-type: none"> – нарушение целостности упаковки; – халатность при транспортировке и хранении; – отсутствие у продавца сертификатов качества на товары; – отказ в замене товара ненадлежащего качества; – нечеткость и размытость букв на упаковке, бледность красок, сложность читаемости дат изготовления, срока годности. 	<ul style="list-style-type: none"> – реализация товаров по ценам выше их рыночной стоимости; – реализация контрафактной продукции по ценам оригинальных товаров; – отказ возмещения убытков, причинённых потребителю некачественного товара. 	<ul style="list-style-type: none"> – производство товаров, оформленных (упаковка, цветовая гамма) идентично товарам мировых брендов или их наименование созвучно рыночным лидерам (контрафакция). 	<ul style="list-style-type: none"> – несоответствие содержимого и маркировки; – обман потребителя о положительных клинических испытаниях и гарантиях эффекта; – отсутствие на упаковке места происхождения, условий хранения, дат изготовления/срока годности, кода партии, штрих кода страны происхождения, отсутствие русскоязычной маркировки.
<i>Оппортунизм посредников предложения (магазины, розничные точки)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – реализация товаров с истекшим сроком годности; – нарушение условий хранения товара. 	<ul style="list-style-type: none"> – нарушение целостности упаковки; – обман в отношении по массы, объема товара. 	<ul style="list-style-type: none"> – завышение цен выше средних рыночных. 	–	<ul style="list-style-type: none"> – замена этикеток производителей; – обман в отношении массы товара, объема наполнения, состава товара.
<i>Оппортунизм посредников спроса (врачи-косметологи, стоматологи)</i>				
<ul style="list-style-type: none"> – рекомендации без учета индивидуальных особенностей потребителя; – формализм, беспристрастность и незаинтересованность. 	<ul style="list-style-type: none"> – продвижение (протекция) продукции отдельных фирм в результате сотрудничества с ними. 	–	–	<ul style="list-style-type: none"> – гарантии эффекта от отдельных наименований товаров; – введение пациентов в заблуждение (аргументации о неизбежности потребления товара).
<i>Оппортунизм субъектов спроса (домохозяйства)</i>				

<ul style="list-style-type: none">– нарушение систематичности использования;– неправильность использования;– нарушение условий хранения, техники безопасности.	<ul style="list-style-type: none">– приобретение товара в не отведенных для этого местах;– использование товара после истечения срока годности.	<ul style="list-style-type: none">– приобретение зарекомендовавших себя товаров мировых брендов по необоснованно низким ценам (контрафактная продукция).	–	<ul style="list-style-type: none">– умалчивание о личных предпочтениях, о индивидуальных физиологических особенностях.
составлено автором				

ПРИЛОЖЕНИЕ Ц

Сведения о ВУЗах, в которые по решению Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки запрещен прием абитуриентов, которые лишены государственной аккредитации, прекращено или приостановлено действие лицензий в период с января по ноябрь 2018 года.

Период проверки	ВУЗы, в которые запрещен прием абитуриентов	ВУЗы, которые лишены государственной аккредитации	ВУЗы, в которых прекращено действие лицензии	ВУЗы, в которых приостановлено действие лицензии
с 26 октября по 2 ноября 2018 года	1. АНО ВО «Международный институт управления и права»; 2. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Краснодаре; 3. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Калининграде; 4. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Новосибирске; 5. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Ереване Республики Армения; 6. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Наро-Фоминске Московской области; 7. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Гатчине Ленинградской области; 8. Филиал ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Бокситогорске Ленинградской области.	1. ГАОУ ВО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт». 40.00.00 Юриспруденция (бакалавриат); 38.00.00 Экономика и управление (специалитет); 39.00.00 Социология и социальная работа (магистратура).	1. ОАНО ВО «Московский институт психологии».	-
19 октября по 26	-	-	НОЧУ ВО «Московский	НОУ ВО Московскому

октября 2018 года			Институт Телевидения и Радиовещания «Останкино».	технологическому институту.
с 12 октября по 19 октября 2018 года	-	-	-	МОУ ВО «Институт права и экономики»
с 5 октября по 12 октября 2018 года	ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет».	-	-	1. ЧОУ ДПО «Академия Современного Образования»; 2. НБОУ «Институт экономики и социального развития»
10 августа по 16 августа 2018 года	1. ЧОУ ВО «Сочинский институт моды, бизнеса и права»; 2. ОУ ВО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права».	-	-	-
с 03 августа по 09 августа 2018 г.	1. НОЧУ ВО «Кубанский медицинский институт»; 2. ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский институт экономики и управления».	ФГБОУ ВО «Волжский государственный университет водного транспорта» 38.00.00 Экономика и управление (подготовка кадров высшей квалификации).	ЧОУ ВО «Первый московский юридический институт».	Религиозная образовательная организация высшего образования Евроазиатская богословская семинария Ассоциации христиан веры евангельской «Церковь Божия».
27 июля по 02 августа 2018 г.	ЧОУ ВО «Региональный институт бизнеса и управления».	1. ОАНО ВО «Волжский университет имени В.Н. Татищева» (институт) 05.00.00 Науки о земле (бакалавриат). 06.00.00 Биологические науки (бакалавриат). 09.00.00 Информатика и вычислительная техника (бакалавриат). 15.00.00 Машиностроение (бакалавриат). 38.00.00 Экономика и управление (бакалавриат, специалитет, подготовка кадров высшей квалификации). 39.00.00 Социология и социальная работа (бакалавриат). 40.00.00 Юриспруденция (бакалавриат, специалитет, подготовка кадров высшей квалификации).		

		<p>42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело (бакалавриат).</p> <p>45.00.00 Языкознание и литературоведение (бакалавриат, подготовка кадров высшей квалификации).</p> <p>52.00.00 Сценические искусства и литературное творчество (специалитет).</p> <p>2. АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»</p> <p>10.00.00 Информационная безопасность (бакалавриат).</p> <p>37.00.00 Психологические науки (бакалавриат, магистратура).</p> <p>38.00.00 Экономика и управление (бакалавриат).</p> <p>40.00.00 Юриспруденция (бакалавриат).</p> <p>44.00.00 Образование и педагогические науки (бакалавриат).</p> <p>3. ООВО (Ассоциация) «Кисловодский гуманитарно-технический институт»</p> <p>38.00.00 Экономика и управление (бакалавриат).</p> <p>40.00.00 Юриспруденция (бакалавриат, подготовка кадров высшей квалификации).</p> <p>47.00.00 Философия, этика и религиоведение (подготовка кадров высшей квалификации).</p>		
5 июля по 12 июля 2018 года	АНО ВО «Институт «Верхневолжье».			
28 июня по 5 июля 2018 года	НБОУ «Институт экономики и социального развития»	<p>Уральский социально-экономический институт (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»</p> <p>38.00.00 Экономика и управление (бакалавриат)</p>		
1 по 8 июня 2018	Религиозную ОО ВО Евроазиатскую	1. ОУ ВО «Тверской институт экологии		ОАНО ВО «Московский

года	богословскую семинарию Ассоциации христиан веры евангельской «Церковь Божия».	и права»		институт психологии»
11 мая по 18 мая 2018 года		1. ЧОУ ВО «Региональный институт бизнеса и управления» в полном объеме		
6 по 20 апреля 2018 года			АНО ВО «Московский областной гуманитарный институт»	ОЧУ ВО «Академия МНЭПУ»
30 марта по 6 апреля 2018 года			1. Нижегородского филиала АНО ВО «Университет Российского инновационного образования»; 2. АНО ВО «Институт экономики»	ЧОУ ВО «Первый московский юридический институт»
с 23 марта по 30 марта 2018 года	1. АНО ВО «Институт социально-экономического прогнозирования и моделирования»; 2. АНО ВО «Гуманитарный институт» (г. Москва).			НОУ ВО «Московский институт банковского дела»
22 февраля по 02 марта 2018 года	1. ЧОУ ВО «Институт телевидения, бизнеса и дизайна»; 2. ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет».			
с 16 февраля по 22 февраля 2018 года			УВО «Международная Гуманитарно-Техническая Академия» (институт)	
с 9 февраля по 16 февраля 2018 года	ОГБОУ ВО «Смоленский государственный институт искусств»			1. НОЧУ ВО «Московский Институт Телевидения и Радиовещания «Останкино»; 2. НОУ ВПО «Подольский социально-спортивный институт».
со 2 по 9 февраля 2018 года		ОАНО ВО «Московский институт психологии» (в полном объеме)	НОУ ВО «Московский институт физической культуры и спорта»	
с 9 января по 12 января 2018 года				НОУ ВО «Московская академия экономики и права»

ПРИЛОЖЕНИЕ Ч

**СТАТИСТИКА ОППОРТУНИЗМА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ
ЗА ПЕРИОД 2014 год – 1 полугодие 2018 года**

Лекарственные средства и фармацевтические субстанции	2015 год		2016 год		2017 год		2018 год (1-е полугодие)	
	Количество торговых наименований	Количество серий	Количество торговых наименований	Количество серий	Количество торговых наименований	Количество серий	Количество торговых наименований	Количество серий
Недоброкачественные лекарственные средства	317	701	281	533	213	434	84	132
Лекарственные средства, которые отозваны производителями (импортерами)	351	952	205	1365	150	372	84	308
Фальсифицированные препараты	9	23	10	11	6	6	4	5
Фальсифицированные фармацевтические субстанции:	1	2	-	-	2	25	-	-
Препараты, изготовленные из них	1	2	-	-	4	61	-	-
Контрафактные лекарственные средства	16	33	17	29	9	17	6	7
составлено автором на основе информации о результатах государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств в 2015, 2016, 2017, 1-м полугодии 2018 года Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. – URL: http://www.roszdravnadzor.ru								

ПРИЛОЖЕНИЕ Ш

**СТРУКТУРА ПОКАЗАТЕЛЕЙ НЕСООТВЕТСТВИЯ КАЧЕСТВА
ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, ИЗЪЯТЫХ ИЗ ОБРАЩЕНИЯ (доля, %)**

Показатель несоответствия	2015	2016	2017	2018
Количественное определение	21,9	22,8	24,5	19,1
Маркировка	13,9	11,3	12,9	5,5
Растворение	13,1	3,5	1,7	5,5
Описание	9,8	10,3	11,9	9,8
Упаковка	9,4	13,9	14,7	
Механические включения	6,0	3,8	2,4	7,1
Подлинность	5,6	3,5	2,2	7,7
Посторонние примеси	4,1	7,9	6,4	18
Однородность дозирования			10,7	
pH			1,9	
Другие показатели	16,4	21,1	10,7	27,3
составлено автором на основе информации о результатах государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств в 2014, 2015, 2016, 2017, 1-м полугодии 2018 года Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. – URL: http://www.roszdravnadzor.ru (дата обращения 02.07.2019г.)				

ПРИЛОЖЕНИЕ Э.

ПРИМЕРЫ РОСТА ЦЕН ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Примеры роста зарегистрированных цен производителей за счет временного ухода препаратов из обращения

Наименование лекарственного препарата	Средневзвешенная цена за 1 полугодие 2009 г., руб.	Средневзвешенная цена за 2 полугодие 2009 г., руб.	Зарегистрированная цена в 2010 г., руб.	Рост цен, %
Норвадин	19,41	не было поставок	142,30	633%
Тамоксифен-Ферейн	12,20	не было поставок	67,00	450%
Дротаверин МС	3,72	не было поставок	18,06	385%
Анаприлин	4,54	не было поставок	17,64	289%
Аспаркам-УБФ	11,50	не было поставок	27,62	140%
Омепразол	20,00	не было поставок	47,00	135%
Атенолол	9,38	не было поставок	19,80	111%

Шаравская Н. Проблемы регулирования цен на лекарственные препараты в Российской Федерации и возможные пути их решения. Презентация. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной службы РФ. – URL: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30852.html (дата обращения 21.12.2013).

Примеры роста зарегистрированных цен производителей за счет сравнения со средневзвешенной ценой

Наименование лекарственного препарата	Фактическая средневзвешенная цена за 2 полугодие 2009 г., руб.	Заявленная на регистрацию средневзвешенная цена, руб.	Зарегистрированная цена в 2010 г., руб.	Рост цен, %
Кальция глюконат, таблетки 500 мг, 10 шт.	1,18	8,25	8,18	593,22%
Индапамид, таблетки покрытые оболочкой 2,5 мг, 10 шт.	11,70	54,00	54,00	361,54%
Лоперамид, таблетки 2 мг, 10 шт.	6,73	19,09	19,09	183,66%
Лоратадин, таблетки 10 мг, 10 шт.	17,18	41,04	41,04	138,88%
Овенкор (Симвастатин), таблетки покрытые оболочкой 10 мг, 10 шт.	189,44	446,39	446,39	135,64%
Овенкор (Симвастатин), таблетки покрытые оболочкой 20 мг, 10 шт.	217,29	507,24	507,24	133,44%
Офлоксацин, таблетки покрытые пленочной оболочкой 200 мг, 10 шт.	15,82	35,78	35,78	126,17%

Шаравская Н. Проблемы регулирования цен на лекарственные препараты в Российской Федерации и возможные пути их решения. Презентация. Официальный сайт Федеральной Антимонопольной службы РФ. – URL: http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_30852.html (дата обращения 21.12.2013).

ПРИЛОЖЕНИЕ Ю

**НАРУШЕНИЯ ПОРЯДКА ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН
НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ, ВЫЯВЛЕННЫЕ УПРАВЛЕНИЕМ
ПО ТАРИФАМ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ХОДЕ ЕЖЕГОДНЫХ ПРОВЕРОК**

Расчет формирования цены на препарат «Лирика»

Наименование лекарственного препараты	Цена производителя с НДС, руб.	Оптовая цена с НДС, руб	Розничная надбавка ЗАО "Атолл-Фарма", %	Розничная цена ЗАО "Атолл-Фарма", руб.	Предельная розничная надбавка в соотв-ии с Приказом №88-Г, %	Превышение надбавки, %	Сумма превышения, руб.
Лирика 75 мг 14 шт; серия 0376121 производитель PfizerManufacturing	514,89	541,31	14,9	618,00	10,00	4,9	25,20
составлено автором на основе Протокола №055 об административном правонарушении от 25 апреля 2013 года Управления по тарифам Орловской области							

Расчет формирования цены на препарат «Депакрин хроно»

Наименование лекарственного препарата	Цена производителя с НДС, руб.	Оптовая цена с НДС, руб	Розничная надбавка ЗАО "Атолл-Фарма", %	Розничная цена ЗАО "Атолл-Фарма", руб.	Предельная розничная надбавка в соотв-ии с Приказом №88-Г, %	Превышение надбавки, %	Сумма превышения, руб.
Депакринхроно, Таблетки пролонгированного действия п/о 500 мг №30 производитель Sanofi-Winthrop Industrie (Франция)	510,10	529,87	14,7	605,00	10,00	4,7	24,12
составлено автором на основе Протокола №055 об административном правонарушении от 25 апреля 2013 года Управления по тарифам Орловской области							

Расчет формирования цены на препарат «Амлодипин»

Наименование лекарственного препарата	Цена производителя с НДС, руб.	Оптовая цена с НДС, руб	Розничная надбавка МУП "Аптека №27", %	Розничная цена МУП "Аптека №27", руб.	Предельная розничная надбавка в соотв-ии с Приказом №88-Г, %	Превышение надбавки, %	Сумма превышения, руб.
«Амлодипин» таблетки 10 мг, серия 040609, производитель ООО «Озон» (Россия)	79,32	89,63	23,73	108,45	15,00	8,73	1,07

составлено автором на основе Постановления о назначении административного наказания от 06 апреля 2011 года Управления по тарифам Орловской области. Дело №01-17-10.

Расчет формирования цены на крем «Равел СР»

Наименование лекарственного препарата	Цена производителя с НДС, руб.	Оптовая цена с НДС, руб	Розничная надбавка МУП "Мценсфармация", %	Розничная цена МУП "Мценсфармация", руб.	Предельная розничная надбавка в соотв-ии с Приказом №88-Г, %	Превышение надбавки, %	Сумма превышения, руб.
Равел СР табл. пролонг.дейст-я п/о 1,5 мг., №20. Серия 3260709 Производитель ООО КРКА-Рус (Россия)	114,91	107,36	16,43	125,00	15,00	1,43	0,40

составлено автором на основе Постановления о назначении административного наказания от 18 апреля 2011 года Управления по тарифам Орловской области. Дело №01-17-03.

Расчет формирования цены на крем «Мезим-форте»

Наименование лекарственного препарата	Цена производителя с НДС, руб.	Оптовая цена с НДС, руб	Розничная надбавка МП "Аптека №28", %	Розничная цена МП "Аптека №28", руб.	Предельная розничная надбавка в соотв-ии с Приказом №88-Г, %	Превышение надбавки, %	Сумма превышения, руб.
Мезим-форте, таблетки покрытые оболочкой №20, производитель Берлин-Фарма	53,56	61,59	19,99	72,30	15,00	4,99	2,68

составлено автором на основе материалов Постановления о назначении административного наказания от 03 мая 2011 года Управления по тарифам Орловской области. Дело №01-17-15.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМЫ АСИММЕТРИИ
ИНФОРМАЦИИ НА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКАХ

Автор подхода	Инструменты снижения асимметрии информации
Я.Шкалаберда ⁶⁹⁶	<ul style="list-style-type: none"> – маркетинговая кампания фирм, – корпоративное управление рисками, – развитие государством законодательной базы, единой информационной инфраструктуры, информационных баз данных, институтов и организаций, осуществляющих изучение и анализ основных параметров рынка
Ю.Лебедева ⁶⁹⁷	<ul style="list-style-type: none"> – на макроуровне: формирование модели субсидиарного государства, взаимодействующего с обществом и характеризующегося открытостью и доступностью информации об услугах госучреждений через систему электронного правительства; – на мезоуровне: формирование системы оплаты труда чиновников в зависимости от результатов, достигнутых в соответствующих отраслях и сферах национальной экономикой; – на микроуровне: выполнение норм государственного мышления и поведения бюрократа, контроль за соблюдением этических и моральных норм государственными служащими
И.Ляшенко ⁶⁹⁸	<p>Применительно к рынкам труда:</p> <ul style="list-style-type: none"> – административно-законодательные методы: устанавливаемые в административном порядке требования раскрытия определенной информации в отношении различных субъектов рынка труда, а также контроль; – экономические методы: стимулирующие контракты и просвечивание, или фильтрация; – сигнальные методы: сигнал о качестве рабочей силы – диплом об образовании; – организационные методы: совершенствование коммуникационных каналов и технологий; совершенствование организационной структуры предприятия; создание специализированных организаций-посредников; – институциональные методы: использования института социальной ответственности бизнеса, института корпоративной культуры
И. Курмышев ⁶⁹⁹	<ul style="list-style-type: none"> – на рынках труда со стороны соискателей – сигнализирование, на рынках труда со стороны работодателей – фильтрация, – на рынках образовательных услуг – увеличение информационной прозрачности образовательных услуг в аспекте качества подготовки специалистов, в механизме сигнализирования (в отношении рынка труда) и фильтрации (в

⁶⁹⁶ Шкалаберда Я.Л. Асимметрия информации в рыночной системе хозяйствования: дисс. ... канд. экон. наук. – Москва, 2007. – 224 с.

⁶⁹⁷ Лебедева Ю.Н. Информационная асимметрия как условие бюрократизации отношений бизнеса и власти: дисс. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2011. – 168 с.

⁶⁹⁸ Ляшенко И.Ю. Асимметрия информации и ее особенности на рынке труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2010. – 202 с.

⁶⁹⁹ Курмышев И.Н. Информационная асимметрия и рынок труда: дисс. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2012. – 169 с.

	<p>отношении своих выпускников).</p> <p>– со стороны государства – меры по обеспечению возможности реализации описанных выше механизмов.</p>
М. Мазурина ⁷⁰⁰	<p>– развитие рынка информационных услуг путем распространения и широкого коммерческого использования сети Интернет, совершенствование правовой базы, создание механизма защиты прав собственности на информацию, введение льготных условий функционирования информационных учреждений, разработка средств для контроля качества предоставляемых ими услуг;</p> <p>– развитие информационной инфраструктуры в регионах, устранение зависимости рынка от импорта технологий, проведение государственной программы информатизации России, повышение информационной культуры населения, создание условий для преодоления информационного неравенства посредством преодоления неравномерности развития рынка информационных услуг по территориальному признаку и по доступности.</p>
составлено автором	

⁷⁰⁰ Мазурина М.А. Развитие рынка информационных услуг как фактор снижения асимметрии информации: дисс. ... канд. экон. наук. – Саратов, 2011. – 216 с.