

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Учебно-методическое пособие

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Байкальский государственный университет

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Учебно-методическое пособие

Иркутск
Издательство Байкальского государственного университета
2019

УДК 330.341.2(075.8)
ББК 65.Д40.119.7
И71

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Составители

д-р экон. наук, проф. Т.В. Огородникова, канд. экон. наук, доц. С.Г. Абуздина
(кафедра экономической теории и институциональной экономики)

Рецензенты канд. экон. наук, доц. М.Г. Чурина
канд. экон. наук, доц. И.Б. Максимов

И71 Институциональная экономика [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / сост. Т.В. Огородникова, С.Г. Абуздина. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2019. – 141 с. – Режим доступа: <http://lib-catalog.bgu.ru>.

Учебно-методическое пособие содержит учебную программу, методические указания по изучению курса, тесты, ситуационные задания, вопросы для самоконтроля, глоссарий.

Предназначено для самостоятельной работы студентов бакалавриата направления «Менеджмент» профиля УМБ очной и заочной форм обучения.

УДК 330.341.2(075.8)
ББК 65.Д40.119.7

Оглавление

Предисловие	4
1. Структура дисциплины «Институциональная экономика»	5
2. Методические указания по выполнению отдельных видов самостоятельной работы.....	8
2.1. Методические указания по выполнению заданий «Рабочая тетрадь»	8
2.2. Требования к написанию реферата.....	11
2.3. Методические рекомендации по подготовке научного доклада	13
2.4. Методические указания по использованию в обучении метода «mini case-study» (обучающие примеры).....	18
2.5. Методические указания по работе с литературой.....	21
3. Рабочая тетрадь	24
4. Обучающие примеры. Ситуационный анализ в институциональной экономике (mini case-study)	54
5. Данные для анализа	104
6. Вопросы для анализа	129
7. Глоссарий.....	135
Список рекомендуемой литературы	140

Предисловие

Данное учебное пособие предназначено для реализации самостоятельной работы по изучению курса «Институциональная экономика». Эта дисциплина вооружает будущих специалистов знаниями норм и правил поведения экономических субъектов, умением анализировать сложные институциональные изменения в обществе, расширяет представления о рынке, фирмы и государстве в условиях институциональных трансформаций.

Представленное учебное пособие знакомит студентов со структурой дисциплины «Институциональная экономика», содержит методические указания по выполнению отдельных видов учебной работы: подготовка к семинарским занятиям, написание рефератов, докладов, выполнение ситуационных заданий, выполнение тестов. В пособие включены вопросы для самоконтроля, глоссарий.

1. Структура дисциплины «Институциональная экономика»

1. Общая характеристика институционализма:

1.1. Понятие и причины формирования институционализма. Основные отличия институционального подхода к предмету и методу экономических исследований. Особенности социально-экономических изменений в мире к концу XIX – началу XX вв., обусловившие востребованность обществом идей институционализма.

1.2. Традиционный институционализм и его характеристика (Т. Веблен, Дж. Коммонс, У. Митчелл, Дж. Мюрдаль).

1.3. Современный институционализм и его основные направления. Роль «старого» институционализма, классической и неклассической школ в формировании методологии современного институционализма. Неоинституционализм и новая институциональная экономика.

2. Институты, нормы, правила:

2.1. Понятия институтов и их роль в функционировании экономики. Понятия институциональной среды, институтов, норм и правил. Основные классификации институтов. Функции институтов. Институты современной экономики.

2.2. Нормы и правила как базовые элементы институтов. Основные классификации норм и правил. Соотношение формальных и неформальных норм и правил, возможные последствия их различных сочетаний в рамках национальных экономик разного типа. Легальные и нелегальные, легитимные и нелегитимные нормы. Понятие институциональных ловушек.

2.3. Рациональность как норма поведения. Принцип оптимизации – критерий рациональности поведения экономического субъекта в рамках классической школы. Классификация рациональности поведения по М. Веберу, Г. Саймону, О. Уильямсону. Факторы, ограничивающие рациональность экономических субъектов. Роль информационного фактора и когнитивных способностей в концепции ограниченной рациональности Г. Саймона.

3. Теория прав собственности:

3.1. Теория прав собственности: основные виды правомочий. Роль Р. Коуза в разборе данной теории. Понятие права собственности. Собственность на материальные объекты: проблема частной собственности. Ресурсы общего пользования.

3.2. Спецификация прав собственности. Особенности методологических предпосылок теории прав собственности. Понятие «пучка прав и правомочий». Подход А. Оноре к разграничению правомочий. Роль четкой специфики прав собственности во взаимоотношениях экономических субъектов. «Поведенческое значение» норм собственности. Экономический анализ прав собственности.

3.3. Внешние эффекты производства и потребления. Теорема Коуза – Стиглера. Частные и государственные формы интериоризации внешних эффектов.

4. Трансакционные издержки:

4.1. Понятия «транзакция» и «транзакционные издержки». Причины выделения этого класса издержек в рамках институционального направления.

4.2. Основные формы (виды) транзакционных издержек. Издержки поиска информации и их растущая роль в условиях усиливающейся неопределенности в экономике и обществе. Рынки «лимонов» и проблемы, формируемые ими для современных участников рыночных сделок. Соотношение ценовых и неценовых сигналов на современных рынках. Издержки оппортунистического поведения. Роль неполной и асимметрично распределенной информации в формировании данных издержек. Понятия предконтрактного и постконтрактного оппортунизма. Факторы, способные усиливать или сдерживать склонности участников экономических сделок к оппортунистическому поведению.

4.3. Асимметрия информации.

5. Теория игр:

5.1. Теория игр, как один из важнейших методов институционального анализа. Теория игр – необходимый элемент методологии экономических исследований в условиях наличия фактора неопределенности. Основные причины предпочтения институционалистами теории игр в качестве одного из методологических обоснований институциональных исследований.

5.2. Игровые стратегии. Краткая характеристика разновидностей игр, применяемых в институциональных исследованиях (с особым акцентом на стратегические игры). Возможные варианты стратегий, используемых при исследовании процессов взаимодействий экономических субъектов в условиях неопределенности. «Дилемма заключенных», равновесие Дж. Нэша, максиминная, смешанная, эволюционно-стабильная.

6. Теория контрактов:

6.1. Контракт: понятие и сущность. Виды контрактов. Связь теории контрактов с теориями прав собственности и транзакционных издержек.

6.2. Классификация контрактов. Основные составляющие контракта. Структура контракта. Полный и несовершенный контракт. Проблемы, предшествующие контракту.

7. Новая институциональная экономическая теория фирмы:

7.1. Ортодоксальная неоклассическая фирма. Сопоставление фирмы и рынка с позиций институционализма.

7.2. Фирма как организация, роль транзакционных издержек в определении природы фирмы и ее границ (Р. Коуз). Причины возможного роста транзакционных издержек внутри фирмы. Издержки оппортунистического поведения на уровне фирмы. Формы постконтрактного оппортунизма: издержки отлынивания и издержки вымогательства (А. Алчиан и Г. Демсец), издержки ведения переговоров и подписания контракта (П. Милгром, Дж. Робертс). Фирма как сеть контрактов. Связь транзакционной теории фирмы с теорией неполных контрактов (О. Уильямсон).

8. Новая институциональная экономическая теория государства:

8.1. Позиции разных школ по вопросу возникновения государства и эволюции роли государства в функционировании развитии экономики. Особенно-

сти государства как специфической разновидности организации с позиций институционализма. Связь теории государства как организации с теорией общественного выбора.

8.2. Основные особенности модели государства Д. Норта. Институциональная трактовка функций государства. Понятие социального контракта на макроуровне. Основная идея модели «стационарного бандита».

2. Методические указания по выполнению отдельных видов самостоятельной работы

2.1. Методические указания по выполнению заданий «Рабочая тетрадь»

Рабочие тетради по макроэкономике представляют собой методические материалы для организации самостоятельной подготовки студентов. Работа с ними ведется дома, а затем наиболее важные для усвоения дискуссионные проблемы по усмотрению преподавателя выносятся для общего обсуждения на семинаре. Как правило, это в первую очередь относится к подготавливаемым студентами эссе. По мере надобности может также проводиться общая проверка тетрадей. Студентам рекомендуется обращаться к преподавателю по всем вопросам, вызвавшим затруднения или несогласие с предлагаемыми в тетрадях решениями.

Каждая тема состоит из трех разделов:

1. **«Вопросы по заданной теме».** Этот раздел призван выработать навыки корректного экономического мышления, а именно: выделения главных логических элементов темы и установления их взаимосвязей; анализа системы используемых доказательств; выявления основных последствий рассматриваемых закономерностей. Он содержит контрольные вопросы, которые помогают повторить ключевые моменты соответствующей темы, и задания, нацеленные на выявление логических взаимосвязей.

2. **«Тесты».** Этот раздел предназначен для самоконтроля. Решая предлагаемые задачи и сравнивая свои решения с ответами, следует внимательно обдумать причины, по которым определенный ответ считается правильным. Обратите внимание на то, что среди тестов могут встречаться «неправильные», в которых верным не является ни один из приведенных вариантов или, наоборот, верны несколько ответов. Помните, что ваша работа с тестами не сводится к необходимости угадать верный ответ. Оставленное свободное место позволяет прокомментировать избранное решение. Особенно это важно именно в «сомнительных» случаях (ни один из предусмотренных в тесте вариантов ответа не точен, есть несколько верных вариантов и др.).

3. **«Эссе»** является главным заданием для студента. Следует выбрать одну тему эссе из предлагаемых к каждому занятию вариантов и написать соответствующую работу. Рекомендуемый размер эссе – 2–3 машинописных страницы. Цель написания эссе состоит в формировании у студента умения вырабатывать и корректно аргументировать свою точку зрения на новые для автора (а часто и объективно спорные) проблемы. То есть делать именно то, что составляет значительную часть практической работы любого экономиста.

Отправным моментом работы над эссе должно быть обдумывание своего рода подсказок, сгруппированных под заголовком: «Обратите внимание на следующие аспекты проблемы». Переписывать все эти пункты в само эссе не обязательно, они играют роль «затравки» или вспомогательной конструкции, помогающей выкристаллизоваться вашему мнению (когда здание готово, строительные леса убирают). Вообще эссе считается своего рода промежуточным жанром между научным и литературным произведением. Оно призвано показать скорее

общий подход к проблеме, чем проанализировать ее детально. Важно понимать при этом, что особо ценится свежий взгляд на проблему, выделяющий кроме (или даже вместо!) наводящих вопросов какие-либо ее новые стороны.

Следует также иметь в виду, что многим темам эссе сознательно придан провокационный характер, то есть вынесенный в их заголовок вопрос допускает как положительный, так и отрицательный ответ. Студенту не обязательно при этом придерживаться изложенной в учебнике или на лекции позиции. Это соответствует сыгравшему огромную роль в развитии научной мысли приему *advocate diabolo* («адвокат дьявола»). В соответствии с ним для достижения полной уверенности ученый должен попытаться выдвинуть все мыслимые возражения против общепринятой точки зрения, т.е. как бы дать высказаться представителю противной стороны («дьявола»). Только в том случае, если научная позиция выдерживает подобную атаку «адвоката дьявола», ее можно считать надежно обоснованной. Студент волен, поэтому, выбрать любую точку зрения: отстаивать общепринятые взгляды или взять на себя роль «адвоката дьявола». Важно лишь, чтобы аргументация в обоих случаях была максимально сильной и убедительной.

Особое внимание при подборе тем эссе уделено получению студентами первичных навыков приложения теоретических положений к практике. Поэтому во многих случаях студенту полезно мысленно поставить себя на место экономиста-практика (руководителя фирмы, государственного регулирующего ведомства, банка и т.п.) и писать текст как бы от его имени, с учетом его (или его организации) интересов.

Написание эссе предполагает изложение самостоятельных рассуждений по теме, выбранной студентом и связанной с тематикой курса (в данном случае микроэкономической теории). Таблицы статистической информации, ксерокопии используемых периодических статей и другие дополнительные материалы оформляются в виде приложений и не ограничиваются в объеме.

Само написание эссе предполагает работу в спокойной домашней обстановке, когда есть возможность еще раз просмотреть учебную и научную литературу, сопоставить знания, полученные в разных частях курса, привлечь дополнительные источники информации. При написании эссе следует стремиться создать максимально сжатый текст, затрагивающий, однако, все основные аспекты проблемы.

В ходе анализа избранной темы эссе студент может выразить свое согласие (несогласие) с определенными выводами печатных изданий, обосновав свою точку зрения на основе теоретико-экономических положений. Также высказаться о соответствии изучаемых теоретических моделях рассматриваемой ситуации, указав на соответствие (несоответствие) определенных предпосылок, а также по возможности привести свое мнение относительно решения тех проблем, которые он обнаружил при написании работы.

Характер изложения материала:

– все приводимые суждения по возможности должны быть логически обоснованы и опираться на изучаемые макроэкономические закономерности;

- приветствуется уместное использование графиков, диаграмм и других наглядных форм представления информации;
- все стандартные экономические модели считаются известными и не требуют подробного изложения в рамках работы (за исключением случаев, когда в работе требуется внести в них какие бы то ни было изменения или дополнения).

Критерии оценки:

- самостоятельность суждений;
- обоснованность высказываемых суждений;
- полнота раскрытия темы;
- сдача работы в срок.

Оформление работы:

- работа должна иметь титульный лист;
- размер шрифта – 14; межстрочные интервалы – 1,5;
- выделение важных моментов курсивом или жирным шрифтом;
- оформление графиков, таблиц, рисунков, математических формул;
- оформление сносок и цитат;
- оформление списка литературы.

Соответствующее соотношение между частями работы:

Введение – 10 % от объема всей работы; основная часть – 40 % от объема всей работы; примеры, подтверждающие основную идею – 40 % от объема всей работы; заключение – 10 % от объема всей работы.

Написание эссе:

1. Подготовка к написанию эссе.

Прежде чем составлять план вашего ответа, убедитесь в том, что вы внимательно прочитали и правильно поняли вопрос, поскольку он может быть интерпретирован по-разному, а для того чтобы его осветить, существует несколько подходов; следовательно, вам необходимо будет выбрать вариант подхода, которому вы будете следовать, а также иметь возможность обосновать ваш выбор. При этом содержание вопроса может охватывать широкий спектр проблем, требующих привлечения большого объема литературы. В этом случае следует освещать только определенные аспекты этого вопроса. У вас не возникнет никаких проблем, если вы не будете выходить за рамки очерченного круга, а ваш выбор будет вполне обоснован, и вы сможете подкрепить его соответствующими доказательствами.

Прежде чем приступить к написанию эссе, проанализируйте имеющуюся у вас информацию, а затем составьте тезисный план.

Структура эссе: вступление, основная часть (развитие темы), заключение.

Введение. Суть и обоснование выбранной темы. Должно включать краткое изложение вашего понимания и подход к ответу на данный вопрос. Полезно осветить то, что вы предполагаете сделать в работе, и то, что в ваше эссе не войдет, а также дать краткие определения ключевых терминов. При этом постарайтесь свести к минимуму число определений.

Основная часть. Данная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также их обоснование исходя из имеющихся данных, других аргу-

ментов и позиций по этому вопросу. Предлагаемая вами аргументация (или анализ) должна быть структурирована. В основной части вы должны логически обосновать, используя данные или строгие рассуждения, вашу аргументацию или анализ. Не ссылайтесь на работы, которые не читали сами. Небрежное оперирование данными, включая чрезмерное обобщение, снижает оценку. Следует избегать повторов. Необходимо писать коротко, четко и ясно, придерживаясь следующих требований:

- структурно выделять разделы и подразделы работы;
- логично излагать материал;
- обосновывать выводы;
- приветствуется оригинальность выводов;
- отсутствие лишнего материала, не имеющего отношение к работе;
- способность построить и доказать вашу позицию по определенным проблемам на основе приобретенных вами знаний;
- аргументированное раскрытие темы на основе собранного материала.

Заключение. Наличие необходимых выводов из работы. Обоснование выводов автора. Указание на дальнейшие направления развития темы.

2.2. Требования к написанию реферата

Реферат – жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнута индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь.

Реферат – это сочинение небольшого объема, свободно выражающее индивидуальные впечатления и размышления по поводу услышанного, прочитанного, просмотренного. Цель работы – раскрыть предложенную тему путем приведения каких-либо аргументов. Реферат не может содержать много идей. Оно отражает только один вариант размышлений и развивает его. При написании реферата старайтесь четко на поставленный вопрос и не отклоняйтесь от темы. Реферат строго индивидуальная работа и не терпит соавторства.

Написание реферата предполагает изложение самостоятельных рассуждений по теме, выбранной студентом и связанной с тематикой курса (в данном случае микроэкономической теории). Таблицы статистической информации, ксерокопии используемых периодических статей и другие дополнительные материалы оформляются в виде приложений и не ограничиваются в объеме.

Характер изложения материала:

- все приводимые суждения по возможности должны быть логически обоснованы и должны опираться на изучаемые экономические закономерности;
- приветствуется уместное использование графиков, диаграмм и других наглядных форм представления информации;
- все стандартные экономические модели считаются известными и не требуют подробного изложения в рамках работы (за исключением случаев, когда в работе требуется внести в них какие бы то ни было изменения или дополнения).

Критерии оценки:

- самостоятельность суждений;
- обоснованность высказываемых суждений;
- полнота раскрытия темы;
- сдача работы в срок.

Оформление работы:

- работа должна иметь титульный лист;
- размер шрифта – 14; межстрочные интервалы – 1,5;
- выделение важных моментов курсивом или жирным шрифтом;
- оформление графиков, таблиц, рисунков, математических формул;
- оформление сносок и цитат;
- оформление списка литературы.

Соответствующее соотношение между частями работы

Объем работы – 3–5 страниц. Введение – 10 % от объема всей работы; основная часть – 40 % от объема всей работы; примеры, подтверждающие основную идею – 40 % от объема всей работы; заключение – 10 % от объема всей работы.

Написание реферата

Подготовка к написанию реферата.

Прежде чем составлять план вашего ответа, убедитесь в том, что вы внимательно прочитали и правильно поняли тему, поскольку она может быть интерпретирована по-разному, а для того чтобы ее осветить, существует несколько подходов; следовательно, вам необходимо будет выбрать вариант подхода, которому вы будете следовать, а также иметь возможность обосновать ваш выбор. При этом содержание выбранной темы может охватывать широкий спектр проблем, требующих привлечения большого объема литературы. В этом случае следует освещать только определенные аспекты этой темы. У вас не возникнет никаких проблем, если вы не будете выходить за рамки очерченного круга, а ваш выбор будет вполне обоснован, и вы сможете подкрепить его соответствующими доказательствами.

Прежде чем приступить к написанию реферата, проанализируйте имеющуюся у вас информацию, а затем составьте тезисный план.

Структура реферата: вступление, основная часть (развитие темы), заключение.

Введение. Суть и обоснование выбранной темы. Должно включать краткое изложение вашего понимания и подход к ответу на данный вопрос. Полезно осветить то, что вы предполагаете сделать в работе, и то, что в ваш реферат не войдет, а также дать краткие определения ключевых терминов.

Основная часть. Данная часть предполагает развитие вашей аргументации и анализа, а также их обоснование исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Предлагаемая вами аргументация (или анализ) должна быть структурирована. В основной части вы должны логически обосновать, используя данные или строгие рассуждения, вашу аргументацию или анализ. Не ссылайтесь на работы, которые не читали сами. Небрежное оперирование данными, включая чрезмерное обобщение, снижает оценку. Следует

избегать повторений. Необходимо писать коротко, четко и ясно, придерживаясь следующих требований:

- структурно выделять разделы и подразделы работы;
- логично излагать материал;
- обосновывать выводы;
- приветствуется оригинальность выводов;
- отсутствие лишнего материала, не имеющего отношение к работе;
- способность построить и доказать вашу позицию по определенным проблемам на основе приобретенных вами знаний;
- аргументированное раскрытие темы на основе собранного материала.

Заключение. Наличие необходимых выводов из работы. Обоснование выводов автора. Указание на дальнейшие направления развития темы.

Тематика рефератов (эссе) приведена в рабочих тетрадях студентов.

2.3. Методические рекомендации по подготовке научного доклада

Подготовка научного доклада выступает в качестве одной из важнейших форм самостоятельной работы студентов.

Научный доклад представляет собой исследование по конкретной проблеме, изложенное перед аудиторией слушателей. Это может быть выступление на семинарском занятии, конференции научного студенческого общества («Недели науки») или в рамках проводимых во многом зависит от правильной организации самого процесса подготовки научного доклада.

Работа по подготовке доклада включает не только знакомство с литературой по избранной тематике, но и самостоятельное изучение определенных вопросов. Она требует от студента умения провести анализ изучаемых экономических процессов, способности наглядно представить итоги проделанной работы, и что очень важно – заинтересовать аудиторию результатами своего исследования. Следовательно, подготовка научного доклада требует определенных навыков.

Подготовка научного доклада включает несколько этапов работы:

1. Выбор темы научного доклада.
2. Подбор материалов.
3. Составление плана доклада. Работа над текстом.
4. Оформление материалов выступления.
5. Подготовка к выступлению.

Остановимся более подробно на каждом из перечисленных этапов подготовительной работы.

2.3.1. Выбор темы научного доклада

Подготовка к научному докладу начинается с выбора темы будущего выступления. Практика показывает, что правильно выбрать тему – это значит наполовину обеспечить успешное выступление. Конечно же, определяющую роль в этом вопросе играют интересы, увлечения и личные склонности студента, непо-

средственная связь темы доклада с будущей или настоящей практической работой (если это студенты вечернего отделения). Определенную помощь при избрании темы может оказать руководитель научного кружка, преподаватель, ведущий семинарские занятия или читающий лекционный курс. И все-таки при выборе темы и ее формулировке необходимо учитывать следующие требования:

1. Тема выступления должна соответствовать Вашим познаниям и интересам. Здесь очень важен внутренний психологический настрой. Интерес порождает воодушевление, возникающее в ходе работы над будущим докладом. Тема, ставшая для Вас близкой и волнующей, способна захватить и увлечь аудиторию слушателей.

2. Не следует выбирать слишком широкую тему научного доклада. Это связано с ограниченностью докладчика во времени. Студенческий доклад должен быть рассчитан на 10–15 минут. За такой промежуток времени докладчик способен достаточно полно и глубоко рассмотреть не более одного – двух вопросов.

3. Научный доклад должен вызвать интерес у слушателей. Он может содержать какую-либо новую для них информацию или изложение спорных точек зрения различных авторов по освещаемой проблеме.

Студент, приступающий к подготовке научного доклада, должен четко определить цель будущего выступления.

Понятно, что до изучения литературы по выбранной теме довольно сложно сформулировать конкретную цель своего исследования. В этом случае необходимо обозначить общую цель или целевую установку. Конкретная целевая установка дает направление, в котором будет работать докладчик, помогает осознано и целенаправленно подбирать необходимый материал.

Поясним эту мысль на конкретном примере. Студентом избрана следующая тема: «Роль крупных предприятий в рыночной экономике». Можно в качестве общей цели поставить перед собой задачу определить истинное место крупных компаний в современной экономике.

Известно, что критерием успешного выступления является наличие контакта, возникающего между докладчиком и аудиторией. Любой контакт предполагает включенность обеих сторон – и докладчика, и слушателей – в мыслительную деятельность. **Чтобы вызвать интерес, необходимо в начале выступления сформулировать цель научного доклада.**

Определив и обозначив цель доклада, в дальнейшем следует приступить к подбору материалов. А это уже второй этап подготовительной работы.

2.3.2. Подбор материалов

Работа по подбору материалов для доклада связана с изучением экономической литературы.

Изучение литературы по выбранной теме желательно начинать с просмотра нескольких учебников по экономической теории. Это позволит получить общее представление о вопросах исследования. Дальнейший поиск необходимой информации предполагает знакомство с тремя группами источников. Первая группа – это официальные документы российского правительства. Вторая

группа включает монографии, научные сборники, справочники. К третьей группе относятся материалы периодической печати – журнальные и газетные статьи. Именно в этой группе в основном содержатся новые сведения и факты, приводятся последние цифровые данные.

2.3.3. Составление плана доклада

Работа над текстом

После того как работа по подбору источников завершена и имеется определенное представление об избранной теме, можно составить предварительный план. При этом необходимо учесть, что предварительно составленный план будет изменяться и корректироваться в процессе дальнейшего изучения темы. И хотя этот план не имеет конкретно обозначенных границ, его составление позволит сформировать основу создаваемого доклада и уже на этом этапе обозначить контуры будущего выступления. В дальнейшем, по мере овладения изучаемым материалом, начальный план можно будет дополнять, совершенствовать и конкретизировать.

Работу над текстом будущего выступления можно отнести к наиболее сложному и ответственному этапу подготовки научного доклада. Именно на этом этапе необходимо произвести анализ и оценку собранного материала, сформулировать окончательный план.

Приступая к работе над текстом доклада, следует учитывать структуру его построения.

Научный доклад должен включать три основные части: вступление, основную часть, заключение.

Вступление представляет собой краткое знакомство слушателей с обсуждаемой в докладе проблемой. «Самая тяжелая задача во время деловой беседы – расположить к себе в ее начале и добиться успеха в ее конце», – мнение известного американского психолога Дейла Карнеги¹.

Действительно, хотя вступление непродолжительно по времени (всего 2–3 минуты), оно необходимо, чтобы пробудить интерес в аудитории и подготовить почву для доклада.

Вступление подобно увертюре, так как оно определяет не только тему предстоящего доклада, но и дает лейтмотив всего выступления. Вступление способно заинтересовать слушателей, создать благоприятный настрой для будущего восприятия.

Необходимо начать с главной мысли, которая затем займет центральное место. Удачно сформулированные во вступлении несколько фраз способны обеспечить успех всего доклада.

Начать доклад нужно с обращения к аудитории. Следующие фразы должны быть предельно просты и лаконичны. «Уважаемые коллеги! Известно, что крупные компании составляют основу экономического потенциала любого государства. Составляя небольшую часть общей численности компаний страны, они создают большую долю ее национального богатства, в экономической литературе конкурентное преимущество фирм-гигантов традиционно объясняется

получением ими эффекта масштаба. Однако крупной фирмой пройден длительный путь развития, в процессе которого определился ряд новых факторов, способных повысить ее конкурентоспособность. Что же на самом деле позволяет обеспечить крупной компании эффективную деятельность? Что помогает ей несмотря на недостатки в целом сохранять высокую конкурентоспособность?»

Основная часть является логическим продолжением вопросов, обозначенных автором во введении. Именно в этой части доклада предстоит раскрыть тему выступления, привести необходимые доказательства (аргументы).

Для того чтобы правильно построить основную часть своего доклада, необходимо составить ее подробный план. Важность составления такого плана связана с основной задачей автора. Он должен в течение 10 минут, отведенных на основную часть, суметь представить и изложить авторскую точку зрения по обозначенной в теме доклада проблеме.

Наличие подробного плана позволяет выполнить эту задачу, дает возможность автору в сжатой форме донести свои идеи до аудитории и уложиться в установленный регламент.

Каким образом следует излагать материал в основной части доклада?

Текст научной работы отличается от всякого другого своей логичностью. Поэтому выделение вопросов в основной части должно соответствовать логике проблемы, обозначенной в докладе. Существуют также наиболее общие принципы представления материала:

1. От частного к общему. Данный принцип изложения материала предполагает следующее его представление. В начале доклада приводятся примеры, на основании которых делается обобщение.

Примеры, приводимые в докладе, должны быть красочными, запоминающимися, тщательно отобранными. Автору не следует использовать в докладе случайные факты и делать на их основе далеко идущие выводы.

При изложении материала необходимо также учесть, что для анализа проблемы нужно использовать больший объем сведений и фактов, чем непосредственно требуется для написания текста выступления. Резервный материал делает доклад более ярким и убедительным. «Хороший доклад – это тот, за которым стоит много резервного материала, значительно больше, чем оратор имел возможность использовать». Резервный материал может быть также использован для ответа на возможные вопросы аудитории.

2. От общего к частному. Данный принцип предполагает изложение общих теоретических положений, которые затем конкретизируются и разъясняются. Вот один из возможных вариантов использования данного принципа. «В настоящее время в экономике любого государства центральное место принадлежит крупной компании. Ею удерживаются ключевые позиции во всех сферах хозяйства. Так, например, в промышленности США на долю двухсот крупнейших компаний приходится 40 % ВВП страны. В большинстве отраслей обрабатывающей промышленности Америки наиболее крупные компании сосредоточили от 25 до 100 % отраслевого производства. Отечественным крупным бизнесом обеспечивается более 50 % объема выпуска промышленной продукции. Аналогичным образом обстоят дела в большинстве стран мира».

3. Принцип историзма. Обычно данный принцип изложения материала используется при анализе истории излагаемой проблемы.

Часто отдельные моменты доклада излагаются по принципу от общего к частному, другие – с использованием принципа историзма, или восхождения от частных примеров к общему выводу.

Работая над основной частью, автор должен знать, что общим правилом для любого научного доклада является доказательность высказываемых утверждений. Каждый тезис (тезис – концентрированное выражение отдельной мысли доклада), приводимый в докладе, необходимо обосновать, привести в качестве доказательства несколько цифр, фактов или цитат. При этом важно соблюдать **«золотую середину»** и не перегружать доклад избытком цифр. Они должны приводиться с большим ограничением. Человеческое сознание не может одновременно воспринимать более чем 7 (+ –) 2 цифр. Следует избегать простого перечисления чисел. Их лучше сгруппировать, проклассифицировать и представить в виде графика или диаграммы.

Нельзя злоупотреблять поговорками, пословицами или забавными историями. Любая пословица должна органически вписываться в содержание доклада. Образность выступления создается логикой его построения и его убедительностью.

Заключение имеет целью обобщить основные мысли и идеи выступления. Его, как и весь доклад, необходимо подготовить заранее в спокойной и неторопливой обстановке. На экспромт не следует рассчитывать. «Завершение выступления действительно представляет собой стратегически наиболее важный раздел речи. То, что оратор говорит в заключении, его последние слова продолжают звучать в ушах слушателей, когда он уже закончил свое выступление, и видимо, их будут помнить дольше всего».

В заключении можно кратко повторить основные выводы и утверждения, прозвучавшие в основной части доклада. На заключение можно возложить также функцию обобщения всего представленного докладчиком материала.

Теперь, когда доклад написан, следует приступить к его оформлению.

2.3.4. Оформление материалов выступления

Подготовленный Вами доклад и Ваше будущее выступление в аудитории направлено на его слуховое восприятие. Устная речь предоставляет оратору дополнительные средства воздействия на слушателей: голос, интонация, мимика, жесты. Однако одновременно следует успешно использовать способность слушателей **ВИДЕТЬ**.

Автор научного доклада может прекрасно дополнить свое выступление, используя диаграммы, иллюстрации, графики, изображения на доске, чертежи, плакаты.

Чтобы использование наглядных пособий произвело предполагаемый эффект, необходимо учитывать следующие правила:

1. Целесообразно использовать наглядный материал. Если же необходимость в его демонстрации отсутствует, применение будет только отвлекать внимание слушателей.

2. Графики, плакаты и диаграммы готовятся заранее.
 3. Изображения должны быть видны всем. Сложным статистическим таблицам следует придать доступную форму диаграмм или графиков.
 4. Наглядные материалы необходимо демонстрировать аудитории, а не самому себе.
 5. Тезисы доклада должны быть тесно связаны с изображением наглядных материалов.
 6. Чтобы не отвлекать внимание аудитории, нужно своевременно их убирать и переходить к демонстрации других материалов.
 7. Необходимо делать паузу в Вашем выступлении, если аудитория занята рассматриванием наглядных материалов.
- Итак, мы подошли к завершающему этапу работы над научным докладом – к подготовке выступления.

2.3.5. Подготовка к выступлению

Подготовив материал для доклада, следует решить вопрос о записях к выступлению: готовить полный текст доклада, составить подробные тезисы выступления или приготовить краткие рабочие записи.

Обязателен ли полный текст научного доклада? Для начинающего докладчика **составление** полного текста научного доклада необходимо. Более опытные ораторы могут составить тезисы доклада.

Научный доклад представляет собой устное произведение, чтение вслух подготовленного текста недопустимо.

Вами совершена и проделана большая работа по подготовке научного доклада. Ее завершающим аккордом является подготовка к будущему выступлению. Известно, что «...хорошо подготовленная речь – на девять десятых произнесенная речь».

Вы плодотворно потрудились в течение всего процесса работы над текстом научного доклада. Ваш труд будет вознагражден ярким выступлением.

К секретам хорошего выступления можно отнести следующие моменты:

1. До и после важных мыслей следует делать паузу.
2. Для большего акцента сказанного необходимо менять тон голоса и тембр речи. Это сделает Вашу речь более выразительной.
3. Необходимо иметь контакт с аудиторией.
4. Не перегружать устный доклад цифровым и статистическим материалом.

2.4. Методические указания по использованию в обучении метода «mini case-study» (обучающие примеры)

Применение методов группового обучения и принятия решения, способствующих эффективно анализу возникающих ситуаций в кратчайшие сроки, учит студентов работать в одной команде, защищать свою точку зрения и учитывать мнение и критику других. В этом случае развивается активность обучаемого, дух состязательности, может выявиться способность к лидерству. С другой

стороны, практическая ситуация дополнительно вызывает интерес к процессу обучения, так как становится ясно, каких теоретических знаний не хватает для решения проблемы. Грамотно и интересно составленный с национальной окраской «кейс» мотивирует студента к саморазвитию и также решает проблему посещаемости семинарских занятий студентами.

Во-первых, речь идет о методе обучения, известном как кейс-метод (Case study) – метод анализа ситуаций. Суть его заключается в том, что предлагается осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс-метод – это метод обучения, который устанавливает оптимальное сочетание творческого обучения и практических навыков, при нем студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. Эти кейсы, обычно подготовленные в письменной форме и составленные, исходя из опыта реальных людей, изучаются и обсуждаются студентами. Эти кейсы составляют основы беседы группы под руководством преподавателя. Поэтому метод кейсов включает одновременно и особый вид учебного материала, и особые способы использования этого материала в учебном процессе.

Задача преподавателя, как следует из данного определения, состоит в подборе соответствующего реального материала, а студенты должны разрешить поставленную проблему и получить реакцию окружающих (других студентов и преподавателя) на свои действия. При этом нужно понимать, что возможны различные решения проблемы. Поэтому преподаватель должен помочь студентам рассуждать, спорить, а не навязывать им свое мнение. Кейсы могут быть представлены студентам в самых различных видах: печатном, видео, аудио, мультимедиа.

«Кейс» – это событие, реально произошедшее в той или иной сфере деятельности и описанное авторами для того, чтобы спровоцировать дискуссию в учебной аудитории, подтолкнуть студентов к обсуждению и анализу ситуации и принятию решения. Как правило, «кейс» состоит из трех частей: вспомогательная информация, необходимая для анализа «кейса», описание конкретной ситуации, задания к «кейсу». При этом преподаватель выступает в роли ведущего, генерирующего вопросы, фиксирующего ответы, поддерживающего дискуссию. Сама проблема имеет несколько ответов, способных соперничать по степени истинности. Возможны два варианта: либо проблема может быть указана в явном виде, либо выявление проблемы может выступать как одно из заданий к «кейсу». Практическая ситуация, описанная в «кейсе», может быть как вымышленной, так и взятой из реальной практики (изначально «кейсы» содержали только реальную информацию, но в азербайджанской практике в связи с ограниченным доступом к информации и дороговизной практических исследований можно использовать и вымышленные ситуации).

Обычно разбор «кейсов» состоит из прочтения, анализа, принятия решения и презентации. Студенты предварительно изучают «кейс», привлекая к этому материалы лекционного курса и другие самые различные источники информации. После этого идет общее подробное обсуждение содержания в виде дебатов. Это очень важно, так как в бизнесе надо не только найти правильное решение, но и суметь обосновать его, убедить других в своей правоте. Учащиеся, решая проблему, получают реакцию окружающих (других студентов и преподавателя) на свои действия. Преподаватель должен помочь учащимся рассуждать, спорить, а не навязывать им свое мнение. Студенты должны понимать с самого начала, что риск принятия решений лежит на них, преподаватель только поясняет последствия принятия необдуманных решений, а в случае затруднений учащихся может напоминать теоретические аспекты или делать ссылки на соответствующую учебную литературу. Отсюда принципиальное отличие «кейс-метода» от традиционалистских методик. Процесс получения знания становится намного демократичнее традиционного, поскольку каждый студент равен с другими студентами и преподавателями в процессе обсуждения проблемы.

Обращает на себя внимание то, что обучение на основе кейс-метода – это целенаправленный процесс, построенный на всестороннем анализе представленных ситуаций, обсуждения во время открытых дискуссий проблем кейсов и выработке навыков принятия решений. Отличительной особенностью кейс-метода является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни¹.

Классификация «кейсов» следующая:

1. «Полевые» (основанные на фактах реальной жизни).
2. «Кресельные» (основанные на вымысле авторов).
3. «Американские» (длинные).
4. «Западно-европейские» (короткие).

Будучи интерактивным методом обучения, он завоевывает позитивное отношение со стороны студентов, которые видят в нем игру, обеспечивающую освоение теоретических положений и овладение практическим материалом. Не менее важно и то, что анализ ситуаций довольно сильно воздействует на профессионализацию студентов, способствует их взрослению, формирует интерес и позитивную мотивацию по отношению к учебе. Кейс-метод выступает как образ мышления преподавателя, его особая парадигма, позволяющая по-иному думать и действовать, обновить свой творческий потенциал.

Во-вторых, необходимость этого обновления детерминирована тем, что выбор стратегии поведения фирмы собственником происходит в условиях информатизации и глобальных изменений. Поэтому, как и всякий рынок, рынок образовательных услуг предполагает наличие специфического продукта (передачу знаний обучающимся и, самое главное, умение их применять в реальных условиях). К счастью, а, может быть, и нет, знаний стало так много, а профессиональные навыки стали столь многообразными, что стало невозможно передать их в полном объеме традиционными средствами.

¹ Spodark E. Pedagogical Applications for the Single Computer Teaching Station: A Case Study // Computer Assisted Language Learning. 2000. Vol. 13. № 2. P. 122.

Кейсы являются незаменимым средством для такого практического тренинга. Кейс – это подробное описание реальной ситуации в конкретном бизнесе, отдельной компании или группе компаний. Слушатели должны проанализировать данные, представленные в кейсе, и за столбцами цифр, историей развития компании, цитатами из высказываний участников этой ситуации увидеть наиболее существенные, ключевые ее аспекты, а затем сформулировать решение о предпочтительном стратегическом направлении развития компании или о тактических действиях, которые должны быть немедленно ею предприняты.

Таким образом, преимущества кейс-метода в том, что он:

1. Позволяет продемонстрировать институциональную экономику с точки зрения реальных событий.
2. Позволяет заинтересовать студентов в изучении других предметов и явлений.
3. Способствует активному усвоению знаний и навыков сбора, обработке и анализа информации.

Обучение на основе кейс-метода – это целенаправленный процесс, построенный на всестороннем анализе представленных ситуаций, обсуждение проблем кейсов и выработке навыков принятия решений.

2.5. Методические указания по работе с литературой

Изучение литературы очень трудоемкая и ответственная часть подготовки к семинарскому занятию, написанию курсовой работы, эссе, доклада и т.п. Она, как правило, сопровождается записями в той или иной форме.

Конспектом называется краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Обычно конспект составляется в два этапа. На первом студент читает произведение и делает пометки на полях, выделяя таким образом наиболее важные мысли. На втором этапе студент, опираясь на сделанные пометки, кратко, своими словами записывает содержание прочитанного. Желательно использование логических схем, делающих наглядным ход мысли конспектируемого автора. Например, если рассуждения автора представляют достаточно сложную и длинную цепочку, то в конспекте может появиться запись: «Из А следует В, а из В – С, следовательно, С является прямым следствием А». Наиболее важные положения изучаемой работы (определения, выводы и т.д.) желательно записать в форме точных цитат (в кавычках, с точным указанием страницы источника).

Следует иметь в виду, что целью конспектирования является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Поэтому хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью. Особенно четко это проявляется при конспектировании работ в электронной форме. Чтобы полностью скопировать работу, достаточно нажать кнопку «печать», но считаться конспектом такое ее воспроизведение не будет.

Существует несколько форм ведения записей: план (простой или развернутый), выписки, тезисы, аннотации, резюме, конспект (текстуальный и тематический).

План. Это наиболее краткая форма записи прочитанного. Перечень вопросов, рассматриваемых в книге, статье. План раскрывает логику автора, способствует лучшей ориентации в содержании данного произведения. План может составляться либо по ходу чтения материала, либо после полного прочтения. План во втором случае получается последовательным и стройным, кратким. Форма плана не исключает цитирования отдельных мест, обобщения более поздних материалов.

Выписки. Это либо цитаты, т.е. дословное изложение того или иного материала из источника, необходимые студенту для изложения в курсовой работе, либо краткое, близкое к дословному изложение мест из источника, данное в понимании студента. Выписки лучше делать на отдельных листах или на карточках. Достоинство выписок состоит в точности воспроизведения авторского текста, в накоплении фактического материала, удобстве их использования при компоновке курсовой работы. Выделяя из прочитанного текста самое главное и существенное, студент при составлении выписок глубже понимает читаемый текст. Составление выписок не только не отнимает у студента время, но, напротив, экономит его, сокращая его на неоднократное возвращение к данному источнику при написании текста курсовой работы. Совершенно обязательно каждую выписку снабжать ссылкой на источник с указанием соответствующей страницы.

Тезисы. Это сжатое изложение основных мыслей и положений прочитанного материала. Их особенность – утвердительный характер. Другими словами, для автора этих тезисов данное умозаключение носят недискуссионный позитивный характер.

Аннотация. Очень краткое изложение содержания прочитанной работы. Составляется после полного прочтения и глубокого осмысливания изучаемого произведения.

Резюме. Краткая оценка прочитанного произведения. Отражает наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Конспект. Небольшое сжатое изложение изучаемой работы, в котором выделяется самое основное, существенное. Основные требования – краткость, четкость формулировок, обобщение важнейших теоретических положений. Составление конспекта требует вдумчивости, достаточно больших затрат времени и усилий. Конспект – это средство накопления материала для будущей курсовой работы. Конспектирование способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала, помогает вырабатывать навыки правильного изложения в письменной форме важнейших теоретических и практических вопросов, умение четко их формулировать, ясно излагать своими словами.

Конспект может быть текстуальным и тематическим. Текстуальный конспект посвящен определенному произведению, тематический конспект посвящен конкретной теме, следовательно, нескольким произведениям. В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста, запись идет в соответствии с расположением материала в изучаемой работе. В тематическом конспекте за основу берется не план работы, а содержание темы, проблемы, изучаемые студентом.

Целесообразно составлять конспект после полного прочтения изучаемого материала. Конспект может включать тезисы, краткие записи не только тех или иных положений и выводов, но и доказательств, фактического материала, а также выписки, дословные цитаты, различные примеры, цифровой материал, таблицы, схемы, взятые из конспектируемого источника. При оформлении конспекта необходимо указать фамилию автора изучаемого материала, полное название работы, место и год ее издания. Полезно отмечать и страницы изучаемой работы.

В конспекте надо выделять отдельные места текста в зависимости от их значимости (подчеркивания цветными маркерами, замечания на полях). Для записей всех форм целесообразно, в соответствии с планом курсовой, завести папки или большие конверты, в которые раскладываются записи по обработанным источникам.

При этом важно не только привлечь более широкий круг литературы, но и суметь на ее основе разобраться в степени изученности темы. Стоит выявить дискуссионные вопросы, нерешенные проблемы, попытаться высказать свое отношение к ним. Привести и аргументировать свою точку зрения или отметить, какой из имеющихся в литературе точек зрения по данной проблематике придерживается автор и почему.

3. Рабочая тетрадь

Тема 1. Общая характеристика институционализма

1.1. Ответьте на следующие вопросы.

1. Каковы социально-экономические причины формирования институционализма?
2. Каковы основные отличия институционального подхода к предмету и методу экономических исследований?
3. Выделите первые институциональные идеи Т. Веблена.
4. Определите направление развития традиционного институционализма.
5. В чем выражается различие между «старым» и современным институционализмом?
6. Охарактеризуйте принципы методологического индивидуализма и холизма.
7. Обоснуйте спонтанное развитие экономики и институциональный детерминизм.
8. Каковы роль традиционного институционализма в формировании методологии современного институционализма?
9. Установите влияние классической и неоклассической школ в формировании методологии современного институционализма.
10. Есть ли принципиальные различия между неоинституционализмом и «новой институциональной экономикой»?
11. Приведите схему структуры научного знания Лакатоса. Дайте трактовку «ядра» и «защитной оболочки».
12. Назовите утверждения, образующие «жесткое ядро» неоклассики. В чем заключается их опровержения, которые предлагают представители новой институциональной экономики?
13. Каковы основные направления в рамках современного институционализма?

1.2. Подберите к каждому термину соответствующее определение и заполните таблицу.

Таблица 1

Термин	Определение
Традиционный институционализм	Экономическая теория, базирующаяся на предпосылке о полной познаваемости мира
Неоинституционализм	Регулирующее правило для поведения группы индивидов
«Новая институциональная экономика»	Спонтанно выбираемый индивидами вариант поведения
«Жесткое ядро»	Утверждения, остающиеся неизменными в ходе любых модификаций и уточнений, сопровождающих развитие теории
Принцип методологического индивидуализма	Утверждения, которые постоянно корректируются по мере развития теории
Соглашение	Индивиды – первичны, институты – вторичны

Термин	Определение
Фокальная точка	Научное направление, оставляющее неизменным «жесткое ядро» неоклассики
Неоклассическое направление	Институты – первичны, индивиды – вторичны
Принцип холизма	Научное направление, не связанное с постулатами неоклассической теории

2. Тесты

1. Кто из экономистов считается основоположником традиционного институционализма?

- а) Р. Коуз;
- б) Т. Веблен;
- в) Д. Норт;
- г) О. Ульямсон;
- д) Д. Комманс.

2. Есть ли в вариантах ответов определение предмета институциональной экономики?

а) о системе объективных экономических отношений между классами людей, складывающихся в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ;

б) о поисках эффективной формы организации общественного хозяйства, науку о богатстве;

в) изучающую экономическое поведение через призму стереотипов социальных агентов;

г) о рациональном поведении экономических агентов в процессе производства, распределения и потребления благ в мире ограниченных ресурсов;

д) определения нет.

3. Что является основной причиной эволюции общественных институтов?

- а) развитие производства;
- б) общественный прогресс;
- в) эволюция демократии;
- г) положительные трансакционные издержки;
- д) отрицательные трансакционные издержки.

4. Назовите основные категории «старого» институционализма:

- а) институты;
- б) трансакционные издержки;
- в) предельная полезность;
- г) производственные факторы;
- д) предельная производительность.

5. Каковы основные отличия современного «старого» и «нового» институционализма?

а) использование категории «трансакционные издержки» наравне с категорией «институт» для экономического анализа;

б) рассмотрение общества как единого целого;

в) определяющая роль институтов и их влияние на развитие общества;

г) основные положения, сформированные в работах американских институционалистов;

д) главенствующая роль финансового капитала в экономическом прогрессе.

6. Что из нижеперечисленного не характеризует старый институционализм?

а) отрицание методологического индивидуализма;

б) отрицание оптимизационного характера поведения хозяйствующих субъектов;

в) благосклонное отношение к государственному вмешательству в функционирование рыночной экономики;

г) акцент на роли трансакционных издержек в экономике.

7. В теории Т. Веблена инстинкт хорошо и эффективно делать свою работу называется:

а) инстинктом мастерства;

б) инстинктом праздного любопытства;

в) инстинктом приобретательства;

г) родительским инстинктом.

8. Идея наличия дихотомии между «бизнесом» и «индустрией» принадлежит:

а) Дж. М. Кларку;

б) Дж. Коммонсу;

в) Т. Веблену;

г) У.К. Митчеллу.

3. Эссе

1. Определение институциональных условий, в которых любая неоклассическая модель верно описывает взаимодействия между экономическими агентами.

2. Методологический индивидуализм, как принцип «новой институциональной экономики».

3. Модели человека «экономического» и человека «институционального».

4. Г. Беккер и его подход к анализу человеческого поведения.

5. Роль работ Р. Коуза в формировании неоинституциональной теории.

6. Истоки институционализма в теории К. Маркса и Д. Гэлбрейта.

7. Институциональная теория Т. Веблена.

8. Модель рационального выбора в неоклассической экономической теории. Критика и модификация модели в «новой институциональной теории».

Тема 2. Институты, нормы, правила

1.1. Ответьте на следующие вопросы.

1. Сформулируйте различные определения института, имеющиеся в экономической литературе.

2. Охарактеризуйте классические взгляды на природу института.

3. Раскройте природу института в трактовке современных институционалистов.

4. Каковы причины появления «институтов»?

5. Какие функции выполняют институт в обществе?

6. Отметьте преимущества формальных институтов.
7. В чем преимущество и недостатки неформальных институтов.
8. Сопоставьте институт и организацию.
9. Дайте понятие институциональной среды.
10. Рассмотрите норму как предпосылку рационального выбора
11. Объясните возникновение норм с позиций «Теории общественного выбора».
12. Охарактеризуйте природу норм в трактовке «Теории соглашений».
13. Каковы типы соглашений и варианты их соотношений?
14. Какова классификация правил?
15. В чем противоречие между формальными и неформальными правилами?
16. Каковы факторы ограничения рациональности?

1.2. Рассмотрите совокупность институциональных рамок студенческой жизни с точки зрения теории соглашений.

- «Никогда не отрывайся от коллектива. Это означает, что единственное расхождение внутри студенчества может быть лишь во мнении, но ни в коем случае не в поведении и поступках».

- «Обязательно делиться сигаретами, конспектами, шпаргалками и т.д. Всегда давать списать, если есть что списать».

- «Не делать ничего, что могло бы повредить интересам группы как в целом, так и отдельных ее членов, особенно во взаимоотношениях с преподавателями».

Какие элементы соглашений отражены в данном примере: гражданского, традиционного или компромисса между двумя соглашениями.

2. Тесты

1. Предпочтения совершенно рационального экономического агента:

- а) обладают свойством полноты;
- б) не могут быть лексикографическими;
- в) обладают свойством транзитивности.

2. Для ограниченно рационального экономического агента, поведение которого подчиняется принципу удовлетворенности, характерно:

- а) следование сложившимся рутинам;
- б) минимизация транзакционных издержек;
- в) определение критического уровня удовлетворенности исходя из собственных способностей и представлений;
- г) постоянный пересмотр стратегии поведения.

3. Об ограниченной рациональности агента свидетельствует:

- а) следование принципу оптимизации;
- б) наличие транзакционных издержек;
- в) неоднородность производимого им товара;
- г) неполнота предпочтений.

4. Правила не могут исполнять функцию:

- а) координации;
- б) обеспечения предсказуемости поведения;

- в) обучения формальным институтам;
- г) кооперации.

5. Выберите верные утверждения, характеризующие происхождение и природу правил:

- а) формальные правила обычно складываются путем закрепления существующих неформальных правил;
- б) формальные правила не могут существовать там, где нет правил неформальных;
- в) наличие противоречий между формальными и неформальными правилами обычно является основанием для изменения формальных правил;
- г) все перечисленное верно.

6. Следующие утверждения наиболее точно характеризуют относительную эффективность неформальных правил:

- а) неформальные правила всегда эффективнее формальных, поскольку учитывают ценностные установки экономических агентов;
- б) формальные правила всегда более эффективны, чем неформальные, поскольку более четко прописаны и доводятся, как правило, до всех членов общества;
- в) неформальные правила более эффективны в случае плотных социальных связей.

7. Формальные правила более эффективны в малых группах. Выберите верные утверждения, описывающие соотношение формальных и неформальных правил:

- а) неформальные правила всегда дополняют формальные;
- б) формальные и неформальные правила регулируют различные стороны жизни индивидов;
- в) существование неформальных правил затруднено без поддержки их формальными правилами;
- г) существование формальных правил затруднено без поддержки их неформальными правилами.

8. Возможны следующие источники возникновения неформальных правил:

- а) законодательное внедрение;
- б) объективизация существующих норм;
- в) поведенческие привычки;
- г) традиции.

9. Фокальная точка

- а) представляет собой Парето-эффективное равновесие в координационной игре;
- б) позволяет решать проблемы координации;
- в) не может быть определена без информации об уровне развития общества;
- г) связана с субъективными издержками, которые индивиды несут в случае попадания в неравновесную ситуацию.

10. Выберите верные утверждения касательно пирамиды формальных правил, предложенной Нормом:

- а) правила, представленные на разных уровнях, характеризуются различным уровнем универсальности;

б) правила, представленные на разных уровнях, характеризуются различным уровнем эффективности;

в) правила, представленные на разных уровнях, характеризуются различным уровнем издержек принуждения к их исполнению;

г) все перечисленное верно.

11. Проблемы принуждения к следованию формальным правилам:

а) наиболее остро стоят в случае слабого государства;

б) велики в случае существования стабильных альтернативных институтов;

в) определяются ограниченной рациональностью экономических агентов;

г) велики только тогда, когда эти правила не являются эффективными.

12. Экономические институты:

а) позволяют снизить издержки выбора в условиях неопределенности;

б) обуславливают глобальный минимум трансакционных издержек;

в) являются стабильными только в том случае, если обладают свойством эффективности;

г) подчиняются принципу «естественного отбора»: неэффективные институты со временем вытесняются эффективными.

3. Эссе

1. Базисные понятия анализа институтов.

2. Модель рационального выбора в неоклассической экономической теории и модернизации модели в новой институциональной теории.

3. Интерпретируйте русскую пословицу «Свои люди – сочтемся» с точки зрения теории соглашений. Предполагает ли эта пословица рациональное поведение участников обмена?

4. Формальные и неформальные правила и их соотношение на примере российской практики.

5. Формирование институциональной среды в России: проблемы и тенденции.

6. Институциональные ловушки, их виды и последствия.

7. Институты новой экономики и их развитие в России.

Тема 3. Теория прав собственности

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Сформулируйте основные методологические принципы «экономической теории прав собственности».

2. Определите «внешние эффекты» и дайте их классификацию.

3. Что такое спецификация прав собственности и каковы проблемы этого явления.

4. Что понимается под трансакционными издержками?

5. В чем заключается содержание теоремы Коуза – Стиглера? Раскройте критический аспект этой теоремы.

6. Дайте понятие экстерналии. Раскройте сущность положительных отрицательных экстерналий.

7. Какова роль рыночного механизма и государства в интернализации экстерналий?

8. Многим нравится вид и звук паровоза:

а) следует ли эстетическое удовольствие включать в перечень полезных свойств паровоза наряду с перевозимым грузом?

б) если бы у владельцев железных дорог был способ собирать плату со всех, кому нравится вид и звук паровоза, включили бы они эстетическое удовольствие в оценку результата от использования паровоза? Что может этому помешать? (Дайте объяснение как экономист).

9. Что Вы отнесете к транзакционным издержкам, решая вопрос о том, идти ли Вам на концерт или нет (при условии, что деньги на билет у Вас есть)?

10. В каких из перечисленных случаев возможно достичь договоренности без вмешательства государства, а в каких – вмешательство государства необходимо:

а) обсуждение проблемы борьбы с нарушением озонового слоя;

б) ЦБК, расположенный на берегу Байкала, оказывает разрушительное воздействие на озеро;

в) при строительстве гаража на вашем участке Вам необходимо спилить дерево, растущее на участке, граничащим с Вашим и распространяющим корневую систему на Вашу территорию;

г) один из жильцов Вашего дома сдает свою квартиру под офис, толпы посетителей вызывают недовольство жильцов дома.

11. Какие условия необходимы, чтобы решить проблему внешних эффектов, используя подход Р. Коуза?

12. Каким образом государство может воздействовать на фирму, загрязняющую окружающую среду? Какой способ воздействия, на Ваш взгляд, наиболее эффективен?

1.2. Определите тип экстерналии (по знаку и по направлению действия) и заполните таблицу:

Таблица 2

Экстерналия	Положительная	Отрицательная	«Производство – производство»	«Производство – потребление»	«Потребление – производство»	«Потребление – потребление»
1. Загрязнение акватории озера Байкал отходами производства БЛПК, в результате чего изменяется биологическая среда озера и территории вокруг него, исчезают эндемичные виды рыб и животных, появляется нехарактерная для региона растительность						

Экстерналия	Положительная	Отрицательная	«Производство – производство»	«Производство – потребление»	«Потребление – производство»	«Потребление – потребление»
2. Известный по кинофильму С. Герасимова «У озера» ДК «Современник» в г. Ангарске, построенный Ангарским электролизно-химическим комбинатом, которым может пользоваться любой горожанин						
3. Отходы производства БЛПК, сливаемые в озеро Байкал снижают производственные возможности предприятий, занимающихся промыслом байкальского омуля						
4. АНХК, находящийся за пределами городской черты заасфальтировал трассу, ведущую к комбинату, на ее обочинах расположились торговые предприятия, доступ к которым значительно облегчился						
5. Обрушение аквапарка в г. Москве в результате нарушения технологии его эксплуатации						
6. Завод в маленьком поселке ремонтирует дорогу, по которой «заводно» ездят и местные жители, не работающие на этом заводе						

Экстерналия	Положительная	Отрицательная	«Производство – производство»	«Производство – потребление»	«Потребление – производство»	«Потребление – потребление»
7. Иркутская область на протяжении нескольких лет держит первенство в России по количеству лесных пожаров, уничтожающих гигантские площади промысловой древесины. Подавляющее число этих пожаров – следствие разнообразных форм отдыха местных жителей						
8. Детективы Д. Донцовой обеспечивают значительные доходы издательству «Эксмо» независимо от объективной ценности этих литературных произведений						
9. Сосед регулярно выставляет собственный бытовой мусор на лестничную клетку, или очень громко хлопает металлической дверью подъезда						
10. Цветник, разбитый, соседом под окнами собственной квартиры, «радует глаз» всех жителей коммунального дома						

2. Тесты

Тест	Обоснование
1. «Внешние эффекты» – это:	
а) побочный результат хозяйственной деятельности, достигающийся третьим лицам;	
б) отрицательные результаты деятельности фирм, производящих продукт;	
в) результат воздействия предпринимательской деятельности на противоположную сторону, участвующую в сделке	
2. Отметьте основоположников теории прав собственности:	
а) Т. Веблен;	
б) Дж. Коммонс;	
в) Дж. Гелбрейт;	
г) Р. Коуз;	
д) В. Парето;	
е) А. Алчиан	
3. Спецификация прав собственности означает:	
а) детальное определение всех элементов системы отношений собственности;	
б) точное установление границ прав собственности;	
в) превращение внешних эффектов во внутренние эффекты;	
г) определение прав собственности таким образом, чтобы условия доступа к материальным благам регулировались конкретным субъектом	
4. Каковы критерии классификации «внешних эффектов»?	
а) по направлению действия;	
б) по «знаку»;	
в) по масштабам;	
г) по характеру контрактных отношений	
5. Укажите частные формы регулирования «внешних эффектов»:	
а) объединение в одно целое производителей и потребителей экстерналий;	
б) внешнеэкономические методы, включающие традиции, нормы, правила, мораль;	
в) спецификация прав собственности;	
г) асимметрия информации	

Тест	Обоснование
6. Укажите государственные формы регулирования экстерналий:	
а) запретительные и предписательные;	
б) корректирующие налоги, субсидии и штрафы;	
в) создание рынков прав на загрязнения;	
г) создание барьеров для частных сделок по передаче прав собственности	
7. При каком условии проблема «внешних эффектов» решена?	
а) $MSC > MPC$;	
б) $MSC < MPC$;	
в) $MSC = MSB$;	
г) $MSB > MPB$;	
д) $MSB < MPB$	
8. Спрос на товар, производство которого сопровождается положительным внешним эффектом, описывается уравнением $Q = 80 - P$, а предложение $Q = 20 + 2P$. Выгоды третьих лиц составляют 30 р. на каждую единицу товара. Объем производства данного товара, если государство попытается решить проблему отрицательного внешнего эффекта за счет воздействия на потребителей, изменится на:	
а) 10;	
б) 20;	
в) 5;	
г) 30	
9. Основное условие решения проблемы экстерналий по теореме Коуза – это:	
а) внешние эффекты «носят двухсторонний характер»;	
б) государство должно устанавливать право собственности в тех сферах, где их никогда не было;	
в) четкая спецификация прав собственности при минимальных транзакционных издержках	
10. Производство товара А сопряжено с возникновением положительного внешнего эффекта. С точки зрения общественных интересов в отрасли, производящей товар А наблюдается:	
а) избыточное использование ресурсов;	
б) недостаточное использование ресурсов;	
в) оптимальное использование ресурсов;	

Тест	Обоснование
г) либо избыточное использование ресурсов, либо недостаточное использование ресурсов	
11. В чем заключается основная задача теории прав собственности:	
а) в анализе взаимодействия между экономическими и правовыми системами;	
б) в определении роли государства в хозяйственной деятельности людей;	
в) в определении роли институтов в хозяйственной деятельности людей;	
г) в минимизации экстерналий в хозяйственной деятельности людей	

3. Эссе

1. «Умом Россию не понять, аршином общим не измерить». Прокомментируйте эту известную цитату, применительно к проблеме внешних эффектов в России. Считаете ли Вы, что в Российских реалиях имеют место некоторые специфические экстерналии? Какие? Приведите примеры.

2. Проанализируйте мировую практику экономических и внеэкономических методов преодоления экстерналий, обуславливающих загрязнение окружающей среды.

3. Свободное эссе по книге Р. Коуза «Фирма. Рынок. Право».

4. Подход Э. Оноре к классификации правомочий.

5. Проблема «размывания» прав собственности в российских реалиях.

Тема 4. Трансакционные издержки

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Выделите основные причины существования трансакционных издержек.

2. Определите трансакцию как исходную категорию при характеристике трансакционных издержек.

3. Какие принципы содержит понятие трансакции, сформулированное Д. Коммонсом?

4. Назовите основные типы трансакций.

5. Дайте несколько различных определений трансакционных издержек.

6. Выделите типы трансакционных издержек.

7. Какова классификация рыночных трансакционных издержек?

8. Охарактеризуйте содержание издержек поиска информации.

9. Раскройте содержание издержек ведения переговоров и оформление сделок.

10. Каковы издержки изменения качества и контроля за качеством?

11. Дайте понятие издержек спецификации и защиты прав собственности.

12. Каковы издержки оппортунистического поведения? Обоснуйте причины их возникновения и разновидности оппортунизма.

13. Рассмотрите асимметрию информации и ее воздействие на рыночную активность на примере «рынка лимонов».

14. Обоснуйте проблему неблагоприятного отбора и ее последствия для функционирования товарных, страховых и кредитных рынков.

15. Раскройте сущность морального риска как разновидности оппортунизма со стороны продавцов.

16. Каковы частные и государственные методы решения проблемы асимметрии информации?

17. Каковы подходы институционалистов к оценке трансакционных издержек?

1.2. Подберите к каждому определению соответствующий термин и заполните таблицу.

Термин	Определение термина
Издержки оппортунизма	1. Отчуждение и присвоение прав собственности и свобод, созданный обществом
Трансакции	2. Издержки использования механизма цен, функционирования рынка
Специфические активы	3. Совокупность отраслей, специализирующихся на трансакционных функциях
Издержки спецификации и защита прав собственности	4. Возможность собственника информации использовать ее с целью выгоды до заключения контракта
Трансакционные издержки	5. Одна сторона полагается на другую, а получение действительной информации о поведении последней требует больших издержек
Трансакция сделки	6. Свободное перераспределение прав собственности на редкие блага между равными с правовой точки зрения экономическими агентами
Неблагоприятный отбор	7. Преимущественно властные решения, определяющие издержки и выгоды от создания общественного богатства
Трансакционный сектор	8. Активы, которые не могут быть использованы альтернативным образом без существенной потери в их производственном потенциале
Издержки поиска информации	9. Затраты времени и ресурсов, а так же потери, связанные с неполной и несовершенством приобретаемой информацией
Моральный риск	10. Затраты, связанные с определением и разграничением правомочий между участниками соглашений
Трансакция рационарования	11. Издержки недобросовестного поведения, нарушения условий сделки, с целью получения односторонних выгод в ущерб интересам партнеров

2. Тесты

1. Примером трансакции управления:

- а) является покупка машины;
- б) является найм механика для починки машины;
- в) является уплата налога на машину;
- г) не является ничего из вышеперечисленного.

2. Примером трансакции рациионирования является:

- а) покупка компанией новых активов;
- б) найм компанией управляющего для новых активов;
- в) уплата компанией налога на прибыль, полученную с новых активов;
- г) направление государством средств, полученных в форме налогов, на субсидирование малого бизнеса.

3. Какие типы специфичности активов выделяет О. Уильямсон?

- а) специфичность физических активов, специфичность человеческих активов и целевые активы;
- б) специфичность местоположения, специфичность физических активов и целевые активы;
- в) специфичность местоположения, специфичность физических активов и специфичность человеческих активов;
- г) специфичность местоположения, специфичность физических активов, специфичность человеческих активов и целевые активы.

4. Трансакционные издержки:

- а) равны нулю во взаимодействиях внутри фирмы;
- б) равны нулю в экономике Робинзона Крузо;
- в) никогда не равны нулю;
- г) верного ответа нет.

5. Затраты экономического агента на поиск информации, заключение контракта, оформление прав собственности:

- а) относятся к альтернативным трансакционным издержкам;
- б) относятся к прямым трансакционным издержкам;
- в) относятся к мотивационным издержкам;
- г) не являются трансакционными издержками.

6. Если высокие трансакционные издержки обуславливают отказ экономического агента от реализации трансакции, то такие издержки называются:

- а) альтернативными трансакционными издержками;
- б) прямыми трансакционными издержками;
- в) издержками координации.

7. Издержками мотивации к издержкам *ex ante* относятся издержки:

- а) поиска информации;
- б) принуждения к исполнению контрактов;
- в) ведения переговоров;
- г) мониторинга.

8. К издержкам *ex post* относятся издержки:

- а) составления контракта;
- б) ведения переговоров;

- в) мониторинга;
- г) защиты от третьих лиц.

9. На стадии *ex ante* для снижения издержек измерения могут быть использованы следующие механизмы:

- а) лицензирование;
- б) стандартизация;
- в) торговая марка.

10. Только для снижения издержек измерения экспериментальных товаров применимы следующие механизмы:

- а) гарантии;
- б) лицензирование;
- в) торговая марка;
- г) стандартизация.

11. Выберите верные утверждения, касающиеся выбора между различными формами управления:

- а) формализация отношений и обращение к такому способу разрешения конфликтов, как суд, характерно для рынка;
- б) самый низкий уровень взаимных обязательств, по сравнению с другими формами управления транзакциями, наблюдается на рынке;
- в) степень гибкости условий транзакции растет от рынка к сетям;
- г) наличие зависимости предпочтений участников характерно для всех форм.

3. Эссе

1. Оценка транзакционного сектора национальной экономики в работах современных институционалистов.

2. Транзакционные издержки «новой экономики».

3. Подходы к измерению транзакционных издержек.

4. Роль работы Р. Коуза «Природа фирмы» в создании концепции транзакционных издержек.

5. Концепция транзакций, разработанная К. Поланьи.

6. Классификация транзакционных издержек Милгрота – Робертса.

Тема 5. Теория игр

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Какие признаки характеризуют «Теорию игр» как метод анализа?
2. Каковы различия теоретико-игровых моделей от азартных игр?
3. Сформулировать принципиальные различия между кооперативной и некооперативной играми.
4. Объяснить экономический смысл понятия «максимин».
5. Что следует понимать под игровой стратегией?
6. Доминирующая стратегия и ее экономический смысл. Почему равновесие в доминирующих стратегиях устойчиво?
7. Смешанные стратегии и оптимизация выбора из набора вероятностей.
8. Обоснуйте характерные свойства эволюционно-стабильной стратегии.

9. Какова роль повторяющихся игр в формировании кооперативных стратегий?

10. Объясните смысл равновесия Нэша.

11. При каких условиях стратегия «зуб за зуб» является оптимальной?

1.2. Подберите к каждому определению соответствующий термин и заполните таблицу.

Таблица 3

Термин	Определение термина
Стратегия поведения	1. Стратегия, используемая большинством агентов и не вытесняется альтернативной стратегией в процессе отбора
Некооперативная игра	2. Способ упрощенного представления межчеловеческих взаимодействий, допускающий использование формально-математических методов
Кооперация	3. Стратегия игрока, обеспечивающая ему большой выигрыш по сравнению с другой стратегией независимо от поведения другого игрока
Координация	4. Стратегия поведения индивида, которому он следует при выборе альтернативы поведения
Развернутая форма игры	5. Ситуация, в которой ни один из игроков не может увеличить свой выигрыш, в одностороннем порядке меняя свой план действий
«Дилемма заключенного»	6. Ситуация, в которой обмен информацией между участниками и формирование коалиций исключен
Платежная матрица	7. Ситуация, в соответствии с которой делается случайный выбор среди двух или более возможных действий исходя из некоторого набора вероятностей
Равновесие Нэша	8. Игра, в которой солидарное поведение выгоднее для обоих игроков, чем другие виды поведения
Доминирующая стратегия	9. Игры, представляющие собой возможные ходы участников взаимодействий в виде дерева игры
Максиминная стратегия	10. Изучение эффектов взаимовлияния между последовательными выборами
Смешанная стратегия	11. Стратегия нахождения максимального значения из нескольких минимальных
Повторяющаяся стратегия	12. Выбор действий, приводящих к одному и тому же равновесию из нескольких потенциально возможных
Эволюционно-стабильная стратегия	13. Взаимодействия индивидов, ориентированные на максимизацию собственных интересов приводящие к установлению равновесия с эффективным результатом всех участников

1.3. Рассмотрите возможные стратегии поведения двух студентов, исходя из следующих предложений:

Два студента проводят время после занятий либо в буфете, либо в библиотеке, делая выбор места времяпровождения независимо друг от друга. Они являются друзьями, поэтому предпочитают проводить время вместе. Совместное посещение буфета служит для них лучшим занятием – выигрыш каждого максимален и равен 3. При совместном посещении библиотеки удовлетворение каждого будет меньше, поскольку здесь меньше возможностей для развлечений (громкий разговор, потребление еды и напитков, и т.д.). в этом случае выигрыш каждого студента составит 2. Проведение времени порознь друзья считают скучным, что выражается в низких значениях выигрыша, отвечающих парам несовпадающих стратегий. Совпадение интересов студентов выражается в том, что каждый из них по отдельности предпочитает библиотеку буфету: посещение библиотеки без друга оценивается выигрышем 1, в то время как посещение буфета – нулевым выигрышем. Составьте матрицу игры «Встреча студентов».

2. Тесты

1. Кто из перечисленных ученых заложил основы «Теории игр»?

- а) Д. Бернулли;
- б) Джон фон Нейман;
- в) Р. Коуз;
- г) В. Лефевр.

2. Что из перечисленного не соответствует чистой игре?

- а) выбор одного варианта поведения;
- б) все координаты соответствующего вектора равны нулю;
- в) имеются две ненулевые координаты;
- г) одна координата вектора равна единице.

3. Какое из перечисленных положений не характерно для доминирующей стратегии?

- а) хозяйствующий агент выбирает лучшее решение из возможных при данных решениях контрагентов;
- б) хозяйствующий агент выбирает лучшее решение из возможных, независимо от того какое решение выбирает контрагент;
- в) контрагент принимает лучшее для себя решение, независимо от того какое решение принимает другой агент;
- г) координационные решения для всех субъектов.

4. Из набора признаков выберете тот, который определяет эволюционно-стабильную стратегию.

- а) принятие стратегии большинством данного сообщества;
- б) требование полной рациональности индивидов;
- в) преобладание некооперативных взаимодействий;
- г) наличие альтернативных стратегий.

5. Каков наиболее оптимальный вариант в «дилемме заключенного»?

- а) сознается (1) – сознается (2);
- б) сознается (1) – не сознается (2);

- в) не сознается (1) – сознается (2);
- г) не сознается (1) – не сознается (2).

6. Какая из перечисленных ситуаций отражает равновесие по Нэшу?

- а) уровень организации экономики, при котором обеспечивается эффективное и полное использование всех ресурсов;
- б) уровень организации экономики, при котором невозможно осуществить в пользу одного лица какие-либо изменения, не ухудшая положение другого лица;
- в) уровень организации экономики, при котором никто не может в одностороннем порядке увеличить свой доход при условии, что другие субъекты ничего не изменят.

7. Координация – это:

- а) состояние общего экономического равновесия;
- б) взаимодействие экономического агента с институциональными государственными структурами;
- в) наличие двух равноценных равновесий по Нэшу;
- г) наличие двух равноценных равновесий по Парето.

8. Фокальная точка – это:

- а) подсказка, находящаяся вне взаимодействия, но позволяющая его участникам координировать свое поведение;
- б) Парето-эффективное равновесие в координационной игре;
- в) издержки, связанные с неравновесной ситуацией;
- г) информация о состоянии экономики.

9. Соглашение – это:

- а) механизм решения проблемы кооперации в повторяющихся играх;
- б) взаимодействие, базирующееся на адаптивных ожиданиях экономических агентов;
- в) взаимодействия, базируются на рациональных ожиданиях экономических агентов;
- г) механизм обязательств в процессе взаимодействий экономических субъектов.

10. Какое из перечисленных критериев характеризует оптимальные стратегии?

- а) выбор игрока А гарантирует ему выигрыш, не меньшей цены игры, при любом выборе игрока В;
- б) выбор игрока А гарантирует ему выигрыш меньше, чем цена игры, при любом выборе игрока В;
- в) выбор игрока А гарантирует ему проигрыш, не большей цены игры, при любом выборе игрока В;
- г) выбор игрока А гарантирует ему выигрыш равный выигрышу игрока В.

3. Эссе.

1. Институциональные рамки в моделях теории игр. Рассмотреть институт с помощью аппарата теории игр.

2. На примере одной из базовых моделей теории игр выявить нормы, описывающие поведение игроков.

3. Вклад Д. Фон Неймана и О. Моргенштерна в развитии теории игр.

Тема 6. Теория контрактов

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое контракт и каковы основные принципы контрактных отношений?
2. Обоснуйте контрактный процесс и его стадии.
3. Каковы параметры контракта?
4. Почему полных контрактов в реальном мире не существует?
5. Рассмотрите теорию неполных контрактов.
6. Раскройте содержание теории агентских отношений.
7. Какова роль инвестиций в специфические активы?
8. Дайте классификацию специфических активов.
9. Каковы основные свойства и сущность классического контракта?
10. Неоклассический контракт и его характерные признаки. Приведите пример такого типа контракта.
11. Обоснуйте основные факторы возникновения отношенческих контрактов. Приведите примеры.
12. Какова роль доверия в отношенческих контрактах?
13. В чем суть рыночного типа управления контрактами?
14. Раскройте трехсторонний тип управления контрактами.
15. Каков механизм двухстороннего управления контрактами?
16. В чем суть объединенного управления контрактами?
17. Что понимается под гибридной формой организации управления контрактами?
18. Предконтрактный (ex ante) оппортунизм и его последствия.
19. Постконтрактный (ex post) оппортунизм и его последствия.
20. Каковы различия в поведении принципала и агента?
21. Какие принципы должны лежать в основе схемы вознаграждения, примененной принципалом?
22. Ассиметрия информации и ее экономический смысл.
23. В чем суть процедуры рациирования? Приведите пример.
24. Обоснуйте основные отличия сигналов от фильтрации.
25. Каковы механизмы борьбы с моральным риском?
26. В чем специфика контрактов «новой экономики»? Приведите примеры.

1.2. Подберите к каждому определению соответствующий термин и заполните таблицу.

Таблица 4

Термин	Определение термина
Контракт	1. Сокращение поля, в рамках которого возможно оппортунистическое поведение, вызванное несовершенством контракта
Контрактный процесс	2. Наличие у экономических агентов возможности смены партнеров без существенных издержек
Полный контракт	3. Психологическое состояние, которое включает намерения пойти на риск, основанное на позитивных ожиданиях касательно намерений и поведения контрагентов
Классический контракт	4. Соглашение об обмене правомочиями и их защита, являющееся результатом осознанного и свободного выбора индивидов в заданных институциональных рамках
Неоклассический контракт	5. Механизмом адаптации в данном типе организации является накопленный опыт отношений
Отношенческий контракт	6. Организация трансакций по стадиям
Рыночное управление	7. Трех- и двухстороннее управление контрактами
Трехстороннее управление	8. Четкое описание действий участников, установление распределения издержек и выгод, определение санкций за нарушенные договора
Двухстороннее управление	9. Организация управления, предполагающая наличие третьей стороны, к которой обращаются для разрешения споров
Гибрид	10. Непрерывность контрактных отношений и использование в качестве основы для разрешения споров и адаптации к непредвиденным обстоятельствам всего опыта, накопленного за время их отношений
Объединенное управление	11. Недобросовестность поведения, против которого направлены усилия принципала на стадии заключения контракта с найденным агентом
Предконтрактный оппортунизм	12. Действия, которые предпринимает принципал с целью предотвращения неблагоприятного отбора и состоящие в предъявлении агенту дополнительных требований
Постконтрактный оппортунизм	13. Контракт, характеризующийся свойствами презентатностью и дискретностью
Сигналы	14. Действия, предпринимаемые принципалом с целью выявить реакцию на них агента, для определения скрытой характеристики последнего
Фильтрация	15. Неполный контракт, который содержит в себе описание способа, посредством которого он может быть доопределен

Термин	Определение термина
Рационирование	16. Действия, которые предпринимает агент с целью сообщить принципалу о наличии у себя определенных характеристик
Мониторинг	17. Недобросовестное поведение с которым принципал пытается справиться на стадии поиска агента
Доверие	18. Тип организации транзакций, в которой административный приказ является главным механизмом адаптации

1.3. Опишите свойства каждого из трех видов контракта и заполните таблицу.

Таблица 5

	Классический	Неоклассический	Отношенческий
Характеристика сторон контракта			
Отношение между сторонами			
Период, на который заключается контракт			
Способ адаптации к непредвиденным обстоятельствам			
Стимулы к выполнению условий контракта			
Санкции за неисполнение условий контракта			
Инстанция, в которой разрешаются конфликты			
Факторы, ограничивающие эффективность процедуры разрешения конфликтов			

1.4. Заполните таблицу, описав формы проявления оппортунизма и асимметричности информации, их экономических последствий и борьбы с ними.

Таблица 6

Формы проявления	На стадии поиска партнера	На стадии заключения контракта
Оппортунизм		
Ассиметричность информации		
Экономическая неэффективность		
Оптимизация контракта		

1.5. Перечислите нормы управления, характерные для отношенческих контрактов, и заполните таблицу.

Таблица 7

Отношенческий контракт	Нормы управления
Механизмы исполнения контракта	
Способы адаптации к внешним шокам	
Механизмы, принуждения к исполнению контракта	

2. Тесты

1. Теория агентства изучает:

- а) влияние трансакционных издержек на контракты;
- б) несовершенные контракты;
- в) неполные контракты;
- г) контрактные отношения.

2. Предпосылки теории агентства гласят:

а) индивиды рациональны, информация распределена между участниками контрактных отношений равномерно;

б) индивиды нерациональны, информация распределена между участниками контрактных отношений равномерно;

в) индивиды рациональны, информация распределена между участниками контрактных отношений неравномерно;

г) индивиды нерациональны, информация распределена между участниками контрактных отношений неравномерно.

3. В отношенческом контракте:

а) как и неоклассическом, задействованы специфичные активы;

б) в отличие от классического, задействованы специфичные активы, но по степени определенности будущего эти контракты одинаковы;

в) в большей мере, чем классическом и неоклассическом, стороны полагаются на неформальные нормы;

г) как и в неоклассическом, имеет место контрактная неполнота.

4. Свойство презентативности, характерное для сделок классического контракта, означает

- а) автономность сделки;
- б) четко оговоренные начало и конец сделки;
- в) четкое описание текущего состояния;
- г) определенность всех будущих состояний.

5. Выберите верные утверждения.

а) в классическом контракте не могут быть задействованы специфичные активы в силу его презентативности;

б) в классическом контракте не могут быть задействованы специфичные активы в силу его дискретности;

в) классический контракт является самоподдерживающимся;

г) точечный контракт не является классическим.

6. Выберите неверные утверждения.

а) в неоклассическом контракте, в отличие от классического, всегда присутствует третья сторона;

б) в неоклассическом контракте, как и отношенческом, стороны полагаются на неформальные нормы;

в) в неоклассическом контракте, как и классическом, стороны полагаются на формальные нормы и формальные способы разрешения конфликтов;

г) для неклассического контракта, как и для отношенческого, характерна угроза потери репутации.

7. Выберите верные утверждения. Неоклассический контракт

а) не признает контрактную неполноту;

б) не требует доверия к третьей стороне, поскольку решения арбитражного суда имеют юридическую силу и обязательны к исполнению;

в) используется для оформления разовых сделок со специфичными активами;

г) допускает обращения сторон к третейскому суду для разрешения конфликтов.

8. Арбитраж, по сравнению с судебной системой,

а) чаще принимает более эффективные решения;

б) обеспечивает сторонам меньшую гибкость в принятии решений и в выполнении пробелов в договоре;

в) не всегда может принудить стороны к исполнению своего решения;

г) может быть как формальным, так и неформальным, один из них четко доминирует над другим.

9. Неполный контракт –

а) то же, что и несовершенный контракт: в нем определены не все возможные будущие состояния природы, правила поведения участников и механизмы улаживания конфликтов;

б) то же, что и неоклассический контракт, признающий контрактную неполноту и потому обращающийся к третьей стороне для улаживания конфликтов;

в) контракт, в котором не могут быть определены все параметры в силу ненаблюдаемости части из них для третьей стороны;

г) верно все вышеперечисленное.

10. В теории неполных контрактов информация распределена

а) так же, как и в теории агентства;

б) неравномерно: агент знает о реализуемом контракте меньше принципала;

в) случайным образом между участниками контрактных отношений;

г) равномерно между участниками контрактных отношений.

11. Контракт не является совершенным, если

а) он точечный;

б) он бесконечный;

в) он не оптимальный для каждой из сторон во все моменты времени;

г) в нем прописаны не все возможные варианты развития событий.

12. Совершенный контракт – это

а) контракт, предусматривающий действия сторон при каждом возможном варианте развития событий;

б) контракт, предусматривающий для каждого возможного варианта развития событий распределение выгод и издержек между сторонами;

в) контракт, который может и не быть оптимальным для каждой из сторон во все моменты времени (значение в таком контракте имеет лишь ожидаемая полезность от него в целом);

г) контракт, в котором учитываются все возможные случаи несоблюдения одной из сторон его условий и предусматриваются соответствующие штрафные санкции.

3. Эссе

1. Специфичность активов и структура вертикальных отношений.

2. Работа Дж. Акерлофа «Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм».

3. Сравнительная характеристика контрактных теорий.

4. На примере российской действительности описать механизмы борьбы с предконтрактным оппортунизмом.

5. Российский опыт преодоления постконтрактного оппортунизма.

6. Компромиссный выбор между рынком и иерархией.

7. Факторы, определяющие различия между принципалом и агентом.

Тема 7. Институциональная теория фирмы

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Каковы достоинства и недостатки неоклассической теории фирмы?

2. Охарактеризуйте альтернативные способы заключения контракта.

3. Назовите основные причины возникновения фирм.

4. Какие виды затрат возникают в связи с функционированием фирмы?

5. Перечислите основные виды транзакционных издержек, характерные для внутрифирменного обмена.

6. Дайте краткую характеристику различных организационных фирм в контрактном подходе.

7. В чем причина вертикальной интеграции?

8. Что из себя представляют гибридные институциональные соглашения?

9. Как объяснена природа фирмы в теории «агентских отношений»?

10. Понятие природы фирмы в теории неполных контрактов.

11. Охарактеризуйте фирму как отношение найма.

12. Какова природа фирмы с позиций О. Уильямсона.

13. Каковы преимущества и недостатки теории фирмы с позиций нравственности?

14. Частнопредпринимательская фирма, ее преимущества и ограничения.

15. Почему партнерства чаще всего профессиональные?

16. Что лежит в основе отделения собственности от контроля?

17. Перечислите основные факторы, ограничивающие оппортунизм менеджеров в открытых корпорациях.

18. В чем различие открытой и закрытой корпорации?

19. Каким образом с точки зрения Уильямсона, проблема вымогательства приводит к формированию фирмы?

20. В чем специфика регулируемых фирм?

21. Какие особенности характеризуют поведение государственных предприятий?

22. Возможен ли оппортунизм в рамках некоммерческих организаций?

23. Какова специфика фирм с рабочим самоуправлением?

1.2. Подберите к каждому определению соответствующий термин и заполните таблицу:

Таблица 8

Термин	Определение термина
Фирма	1. Долгосрочные контактные отношения, сохраняющие автономность сторон, но предполагающие трансакционно-специфических мер предосторожности, препятствующих оппортунизму
Издержки контроля	2. Издержки, связанные с выполнением внутренних контактов
Частнопредпринимательская фирма	3. Объединение двух или более людей, ведущих дело как совладельцы
Товарищество	4. Процесс замещения трансакций на рынках ресурсов и продуктов внутрифирменными трансакциями
Государственное предприятие	5. Множество асимметричных неизбирательных обменов, в которых координация деятельности индивидов осуществляется посредством команд
Некоммерческая организация	6. Правомочия по управлению фирмой и право на долю в остаточном доходе принадлежит собственникам в лице рабочих

Термин	Определение термина
«Иллирийская» фирма	7. Организации, которые не ставят своей целью получение прибыли
Вертикальная интеграция	8. Отсутствие права на свободную продажу всех остальных правомочий
Гибридное институциональное соглашение	9. Обладание полным набором прав собственности

1.3. Распределите правомочия в различных типах фирм.

Таблица 9

Тип фирмы	Распределение правомочий		
	Контроль	Остаточный доход	Продажа прав
Частнопредпринимательская фирма			
Акционерное общество			
Регулируемые фирмы			
Государственное предприятие			
Некоммерческие организации			
«Иллирийская» фирма			

2. Тесты

1. Какое допущение не характерно для неоклассической теории фирмы:

- а) рациональность действий фирмы как экономического субъекта;
- б) контроль за деятельностью фирмы со стороны государства;
- в) доступ к экономической информации свободен;
- г) деятельность фирмы контролируется собственником.

2. Какое допущение не характерно для неоклассической теории фирмы:

- а) рациональность действий фирмы как экономического субъекта;
- б) цель фирмы – максимизация квазирыбыли;
- в) доступ к экономической информации свободен;
- г) деятельность фирмы контролируется собственником.

3. В соответствии с контрактной теорией фирмы:

- а) фирма – это сеть контрактов;
- б) размеры фирмы определяются действием положительного эффекта масштаба;
- в) центральный агент имеет право на остаточный доход;
- г) максимальный размер фирмы определяется величиной организационных издержек.

4. Преимуществом частнопредпринимательской фирмы является:
- а) многопродуктовое производство;
 - б) право на остаточный доход;
 - в) отсутствие проблемы безбилетника;
 - г) диверсификация производства.
5. Недостатком частнопредпринимательской фирмы является:
- а) проблема недостаточного инвестирования;
 - б) проблема мотивации;
 - в) проблема агентских отношений;
 - г) проблема оппортунистического поведения.
6. Недостатком товарищества является:
- а) проблема безбилетника;
 - б) проблема мотивации;
 - в) проблема расщепления пучка правомочий;
 - г) проблема «принципал-агент».
7. Целью государственного предприятия является:
- а) стремление максимизировать политическую поддержку;
 - б) получение максимума прибыли;
 - в) производство частных и общественных благ;
 - г) максимизация валового дохода предприятия.
8. Найдите верное утверждение:
- а) чем крупнее фирма, тем выше организационные издержки;
 - б) величина организационных издержек определяет нижнюю границу фирмы;
 - в) проблема безбилетника связана с синергическим эффектом;
 - г) принципала трудно контролировать.
9. Найдите верное утверждение:
- а) чем крупнее фирма, тем ниже организационные издержки;
 - б) проблема безбилетника связана с синергическим эффектом;
 - в) принципала трудно контролировать;
 - г) агента трудно контролировать.
10. Теории фирмы «принципал-агент» посвящено произведение:
- а) «Экономические институты капитализма» О. Уильямсона;
 - б) «Современная корпорация и частная собственность» А. Берли и Г. Минза;
 - в) «Природа фирмы» Р. Коуза;
 - г) «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» Д. Норта.
11. Согласно теории принципала-агента:
- а) цель собственника – максимизация прибыли;
 - б) цели управляющих – максимизация прибыли;
 - в) цели управляющих – производство товаров, необходимых обществу;
 - г) цель собственника – максимизация остаточного дохода.
12. По мнению Р. Коуза причиной возникновения фирмы является:
- а) экономия издержек производства;

- б) экономия трансакционных издержек;
 - в) экономия издержек оппортунистического поведения;
 - г) экономия институциональных издержек.
13. Достоинством индивидуального предприятия является:
- а) неограниченная ответственность;
 - б) получение прибыли одним лицом;
 - в) ограниченность ресурсов;
 - г) право на остаточный доход;
 - д) экономия институциональных издержек.
14. Проблема агентских отношений характерна:
- а) для корпорации;
 - б) государственного предприятия;
 - в) для акционерного общества;
 - г) все ответы верны.

3. Эссе

1. «Иллирийская» фирма в современной экономике.
2. Гибридная фирма институциональных соглашений в российской экономике.
3. Анализ сравнительных преимуществ институциональных альтернатив: рынка, гибрида и иерархии.
4. Роль вертикальной интеграции в снижении трансакционных издержек.
5. Эссе по работе Р. Коуза «Природа фирмы».

Тема 8. Новая институциональная экономическая теория государства

1.1. Ответьте на следующие вопросы:

1. Каковы подходы к определению природы государства?
2. Обоснуйте контрактный подход к возникновению государства. Какие условия необходимы для существования контрактного государства в России?
3. В чем суть теории эксплуатации Т. Гоббса?
4. Почему деятельность эксплуататорского государства неспособна полностью истребить стимулы к производственной деятельности?
5. Раскройте содержание модели государства по Д. Нортю.
6. Каковы ограничения, присущие модели государства Д. Норта?
7. Опишите «Модель стационарного бандита» Макгира Олсона. Какова цель автократии в этой модели?
8. С какими причинами представители институциональной теории связывают невозможность государства выступать гарантом во всех взаимодействиях между экономическими субъектами?
9. Рассмотрите теорию, в которой государство выступает в качестве производителя общественных благ. Какова особенность трактовки понятия «общественное благо» в рамках новой институциональной теории?
10. Из каких двух слагаемых состоит доход властной группы в случае распределительной демократии в модели Макгира Олсона?

11. Охарактеризуйте основные принципы традиционной демократии. Связан ли переход к электронной демократии с проблемой транзакционных издержек.
12. Почему государство относится к организациям?
13. Как объясняются противоречивые действия властных структур с позиций синтетической теории государства?

1.2. Обоснуйте принципиальные различия в типе государства по ряду критериев и заполните таблицу.

Таблица 10

Тип государства	Контрактное государство	Эксплуататорское государство
Распределение «потенциала насилия»		
Механизм решения проблемы «принципал-агент»		
Функции		
Выгоды		

1.3. Опишите по модели Д. Норта те ограничения, с которыми сталкивается правитель:

Таблица 11

Первое ограничение	Второе ограничение

2. Тесты

1. Для контрактной модели государства характерна следующая черта:

а) граждане государства рассматривают уплату налогов как свою обязанность;

б) государство использует монополию на насилие в интересах правителя;

в) граждане рассматривают уплату налогов как повинность;

г) государство является гарантом во всех сделках.

2. Для эксплуататорской модели государства характерна следующая черта:

а) государство использует монополию на насилие в интересах граждан;

б) граждане рассматривают уплату налогов как обязанность;

в) государство является гарантом во всех сделках;

г) государство рассматривается как орудие господствующей группы.

3. Для контрактной модели государства характерно следующая черта:

а) государство использует монополию на насилие в интересах граждан;

б) граждане рассматривают уплату налогов как повинность;

в) государство является гарантом во всех сделках;

г) государство рассматривается как орудие господствующей группы.

4. Найдите верное утверждение:

- а) цель контрактного государства – спецификация прав собственности;
- б) цель контрактного государства – максимизация дохода общества;
- в) цель эксплуататорского государства – максимизация совокупного дохода общества;
- г) цель контрактного государства – максимизация ренты правительства.

5. Проблема принципала и агента в случае государства заключается в следующем:

- а) гражданин является принципалом, а государство – агентом;
- б) гражданин является только агентом;
- в) принципал – государство, агент – гражданин;
- г) нельзя дать однозначного ответа.

6. К функциям государства относятся:

- а) спецификация прав собственности;
- б) распределение ресурсов;
- в) распределение доходов членов общества;
- г) финансирование экстерналий.

7. Контрактная теория государства:

- а) предполагает равное распределение потенциала насилия;
- б) предполагает неравное распределение потенциала насилия;
- в) предполагает максимизацию дохода правящей элиты;
- г) предполагает насилие правящего класса.

3. Эссе

1. Эмпирические оценки характера современного российского государства.
2. Циклический парадокс голосования Кондорсе.
3. Модель государства Финдли – Уилсона: параметры, ограничения, алгоритм расчета параметров равновесия государства.
4. Причины несостоятельности государства и российские реалии.
5. Государство и экономика в современной России.

4. Обучающие примеры. Ситуационный анализ в институциональной экономике (mini case-study)

Кейс 1. Концепция рациональности и выбор вуза¹

Чтобы разобраться в тонкостях выбора вуза и поступления в него, нужно учитывать ряд факторов. Наиболее существенными из них, на мой взгляд, являются наличие в институте талантливого преподавательского состава, высокое качество обучения, техническое оснащение и др. К сожалению, зачастую ребята обращают внимание на менее важные обстоятельства, например, на близость института к месту жительства. Конечно, никто не возражает, что хорошо, когда учебное заведение находится рядом с домом: вы будете меньше времени тратить на дорогу, а следовательно, его больше останется для самостоятельных занятий (чтения литературы, подготовки к семинарам, для написания рефератов и других контрольных работ). Но все-таки это не главное.

На что еще, кроме вступительных экзаменов, следует обратить внимание при выборе вуза?

Если вы иногородний – узнайте, есть ли при учебном заведении общежитие и каковы условия проживания в нем. Для тех, кто собирается продолжить обучение на вечернем или заочном отделении, особо актуальное значение будет иметь наличие в вузе хорошо укомплектованной библиотеки. Если ее нет, будьте готовы к тому, что большинство книг и учебников придется покупать за свой счет. Для ребят одним из условий выбора может стать наличие военной кафедры.

Сегодня многие институты предлагают обучение по таким престижным и интересным специальностям как реклама, режиссура телевидения и т.п. Хорошая техническая база – одно из главных условий для успешного овладения данными профессиями. К сожалению, у многих таких высших учебных заведений она просто отсутствует. Если вы хотите стать режиссером, оператором – убедитесь, что в институте есть достаточное количество видеокамер, монтажная аппаратура, а для специалистов по рекламе нужна фотолаборатория и т.д.

Какой вуз предпочесть: государственный или негосударственный? Во многом это зависит от материального положения вашей семьи. В государственном вузе есть возможность поступить на бюджетное отделение. К сожалению, объявления типа «Негосударственный вуз проводит набор для бесплатного обучения по следующим специальностям...» в большинстве случаев не соответствуют действительности, а являются рекламным трюком. Кроме того, диплом государственного вуза больше ценится сегодняшними работодателями. Если вы решили остановиться на коммерческом высшем учебном заведении, не забудьте убедиться в наличии у него государственной аттестации и аккредитации; посмотрите, кто его учредитель – хорошо, если это солидная общественная организация. Обратите внимание на год основания вуза: чем раньше он создан, тем лучше.

Надеюсь, данная статья поможет сделать вам верный выбор. Даже если вы уже знаете, в какой вуз будете поступать, не торопитесь – подумайте еще раз, тщательно взвесьте все «за» и «против». Ведь от решения, которое вы примите, зависит ваша дальнейшая жизнь...

Вопросы:

1. Какая концепция рациональности лежит в основе поведения абитуриента в этой ситуации?
2. Что позволяет сделать такой вывод?

Кейс 2. Концепции рациональности и выбор менеджеров

Трудности перевода

Адаптация и локализация продукта съедают значительную часть «наступательных» бюджетов компаний, которые пытаются покорить иностранные рынки. Но далеко не всегда удается предугадать, как в данном регионе будет воспринят тот или иной рекламный посыл.

Просчеты, связанные с неудачной адаптацией названий и рекламных сообщений, редко заканчиваются для компаний катастрофой. Глава отдела маркетинга, как правило, отправляется искать новую работу, местное отделение компании получает дополнительный бюджет на «коррекцию имиджа», а потенциальные потребители получают шанс от души посмеяться над нелепым или неблагозвучным названием иностранного товара, который им безуспешно пытались продать. Так, например, прорыв финского пива «*KOFF*» в США не состоялся, так как его название переводилось на английский как «кашель».

Иногда ценой курьезной ошибки становится потеря инициативы на стратегически важном для компании рынке, а также сотни миллионов долларов, выброшенных на рекламу, которая у аудитории вызывает отвращение, недоумение или гомерический хохот. «*Coca-Cola*» долго не могла найти точное название своему напитку в Китае: в китайской транскрипции оригинальное название звучит как «кекукела», что примерно можно перевести как призыв «кусать воскового головастика». Перебрав за несколько лет более десяти тысяч вариантов, маркетологи остановились на «Коку-Коле», т.е. «счастье во рту». Американский производитель парфюмерии «*Clairol*» представил в Германии свои сухие дезодоранты под брендом «*Mist Stick*», что в английском языке означает всего-навсего «аэрозольный карандаш». В центральном офисе долго не могли понять причины того, что продажи были не просто низкими, а нулевыми. *Mist*, как оказалось, в немецком языке, кроме «тумана» и «напыления», означает еще и «навоз». Потребители просто шарахались от парфюмерного продукта со столь двусмысленным названием. Египетский авиаперевозчик «*Misair*» из-за трудностей перевода пострадал еще серьезнее: он вообще не может работать во всех франкоязычных странах, поскольку там название авиакомпании звучит, как «беда».

Если при покупке билета на самолет или копеечного дезодоранта потребитель может вообще не обратить внимания на брендинг, то при выборе такой статусной вещи, как автомобиль, название марки имеет едва ли не решающее значение. Сильные автомобильные бренды нередко терпят поражение на локальных рынках из-за того, что на местном диалекте или сленге имена моделей приобретают совсем не тот смысл, который имел в виду производитель. В испаноязычных странах «*Lada Nova*», как и «*Chevrolet Nova*», – это то, что не едет (*no va*).

Автомобиль «*Fiat Regata*» не создан для Швеции: «*regata*» здесь называют сварливую жену. В немецком языке «*Ford Probe*» означает, что лучше подождать с покупкой, пока машину не доделают до конца. Очень плохо в Финляндии продается «*Fiat Uno*» – «*uno*» по-фински значит «дурак».

Эти хрестоматийные примеры сейчас вынуждают маркетологов при запуске новых марок серьезно исследовать их семантику в языках целевых регионов. Однако сленговыми искажениями названий перечень культурологических ловушек, подстерегающих глобальных автопроизводителей на местных рынках, не исчерпывается. Последний масштабный провал произошел минувшей весной, когда «*Rolls Royce*» презентовал свою новую модель «*Phantom*» в Индии. В стране, где народившийся только что буржуазный класс бросился покупать предметы роскоши, автомобиль класса люкс «дорогостоящий» черного цвета успеха не имел. Как выяснилось, черные автомобили здесь из-за климатических особенностей используются исключительно как катафалки. Местным нуворишам подобные ассоциации не понравились, и «*Rolls Royce*» теперь приходится начинать кампанию заново, уже с «*Phantom*» белой или серебряной окраски.

Отсутствие интереса к местным традициям, культурным и бытовым особенностям – хроническая болезнь глобальных корпораций. Технологии маркетинга должны были послужить своего рода лекарством. Но их развитие по большому счету лишь разнообразило формы искажений коммуникаций между центральным офисом и местными рынками.

То, что далекие страны и экзотические народы для маркетинговых отделов глобальных компаний остаются *terra incognita*, мало кого удивляет. Поразительно, что специалистам зачастую не удается найти взаимопонимание с различными возрастными и культурными группами западных потребителей. Так, попытки заигрывать с подростковой аудиторией и говорить с ней на одном языке нередко заканчивались полным провалом. Налаживание коммуникаций со взрослыми потребителями тоже может оказаться серьезной проблемой. Особенно если компания традиционно ориентируется на молодежную аудиторию, и ее заслуженным маркетологам трудно отойти от шаблонов, «многokrратно доказавших свою эффективность».

Вопросы:

1. Можно ли назвать поведение маркетологов ограниченно рациональным? Почему?
2. Как должен вести себя совершенно рациональный маркетолог при разработке стратегии освоения нового рынка?

Кейс 3. Концепция рациональности ожидания потребителей

В прошлом году девятилетняя Ши О'Горман написала Стиву Джобсу, президенту «*Apple Computer*». У Ши есть портативный плеер «*iPod Nano*», он ей очень нравится, но все же кое-что в нем ей бы хотелось улучшить. И вот свою новаторскую идею девочка изложила в письме к Джобсу: текст производимой плеером песни должен отображаться на дисплее, и тогда ее можно будет петь

вместе с исполнителем. Через три месяца пришел ответ. В тот день вся семья торжественно собралась за столом, чтобы зачитать письмо из «Apple». Каково же было разочарование семейства, когда оно увидело, что письмо написано не самим Джобсом, а одним из его многочисленных юристов! В письме говорилось, что компания не нуждается в «незапрашиваемых идеях». А кроме того, юрист посоветовал девочке ознакомиться с «юридической политикой компании», которой посвящен целый раздел веб-сайта «Apple Company». «Ши очень расстроилась, сразу убежала к себе в комнату и скрылась там, хлопнув дверью», – рассказала мама третьеклассницы.

Этот эпизод может стать отдельной главой учебника для маркетологов «Как нельзя поступать со своими клиентами». У Джобса система реагирования на письма клиентов, даже доброжелательные, не говоря уже о тех, что исходят от детей, просто никакая. Что лишний раз подтверждает: даже лучшие бренды не оправдывают ожиданий своих самых верных клиентов.

Но прежде чем спустить на «Apple» всех собак, подумайте вот о чем: согласно индексу лояльности потребителей за 2005 г., «Apple» в своем несчастье не одинока. Исследователи компании «Brand Keys» при составлении индекса изучили отношение потребителей к брендам из 35 категорий. Как выяснилось, в среднем уровень ожиданий потребителя по отношению к ним в сравнении с прошлым годом вырос на 4,5 %. А вот средняя способность брендов удовлетворять этим ожиданиям за год снизилась на 9,2 %. Другими словами, хотя бренды изо всех сил и пытаются отвечать ожиданиям потребителя, те все же растут в два раза быстрее, чем способность брендов угнаться за ними. Ситуация с «Apple» – компанией, которая всегда обезоруживала конкурентов тем, что держала руку на пульсе потребителя, – только подтверждает эту тенденцию.

Дистанцию, отделяющую реальные возможности бренда от ожиданий потребителя, вполне можно сравнить с пропастью. Президент «Brand Keys» Роберт Пассикофф говорит, что с каждым годом эта пропасть все ширится: «Ожидания возросли во всех категориях. «Apple» – не единственный пример».

Согласно одной из теорий, компании сами поставили себя под удар. Годами маркетологи бахвалились тем, что знают, как привести потребителя в восторг. Хочет потребитель, чтобы на подушке в отеле его ждала плитка восхитительного шоколада? Нате, пожалуйста! Желает, чтобы его сиденье в самолете было оснащено многоканальным телевизионным кабелем? Да вообще не проблема! Что ж, сработало... Потребитель стал более требовательным. Можно сказать, нереально требовательным. Возьмем воду (столовую или минеральную). Вот уж поистине красноречивый пример. Существует масса «водяных брендов», которые носят разные имена и заливаются в разную стеклотару. Но на вкус одна вода ничем не отличается от другой. Если потребителя спросить об этом в лоб, да еще и вопрос поставить ребром, то и он с этим согласится. А кто б не согласился? Однако только за 2006 г. ожидания по отношению к бутилированной воде возросли аж на 8 %! Основное выдвигаемое при этом требование потребителя – «вода должна быть более освежающей»...

Как вода может быть «более освежающей», непонятно, но, зато теперь понятны причины успеха таких новых брендов, как «Pro pel» («Gatorade») и

«*Vitaminwater*» (компания «*Glacéau*»), заявивших, что «обычная вода не стоит того, чтобы ее пить».

Святая вера потребителя в вышесказанное выходит за рамки понимания. И явно свидетельствует о том, что его ожидания не достигли потолка. И практические, и эзотерические ожидания потребителя продолжают расти. Но вот, пожалуй, вопрос, на который пока не сможет ответить ни одно исследование: «Где же он, этот пресловутый потолок?»

Кстати, глубина пропасти между ожиданием и удовлетворением во многом зависит от сути бренда, то есть напрямую связана с категорией, к которой он относится. К примеру, потребитель не особенно требователен по отношению к старым добрым продуктам питания. А вот когда дело доходит до брендов, связанных с технологиями, потолок ожиданий взвивается чуть ли не до небес. Производители *DVD*-плееров, домашних кинотеатров, компьютеров и мобильных телефонов зажаты в порочном круге обещаний и требований, которые растут в той же пропорции, в какой развиваются инновационные технологии. К примеру, «*Google*» пообещал заархивировать всю мировую информацию на одной только своей домашней страничке. Что ж, в наши дни и это обещание можно назвать вполне взвешенным.

А мораль сего исследования такова: ожидания следует контролировать столь же тщательно и аккуратно, как и обещания. Наобещать можно с три короба. К примеру, что, купив товар, покупатель сразу же почувствует себя сексуальным, крутым и богатым. Проблема в том, как исполнить эти обещания. Как сделать так, чтобы покупатель действительно все это почувствовал? Ожидания растут гораздо быстрее, чем способность их удовлетворять, только за прошедший год их уровень возрос на 8 %. СМИ вылили на «*Apple*» много негатива, в том числе и в связи с историей Ши О'Горман. А все потому, что у потребителей ломаются «*iPod*», а потом им не удается добиться от отдела технической поддержки настоящей помощи. «Нельзя так обращаться с потребителем, – заключает Джо Джаффе, глава консалтинговой компании «*Jaffe*». – В «*Apple*», кажется, взяли за правило плевать на обращения потребителя и держаться от него подальше... Очень рискованная стратегия».

Вопросы:

Потребители

Как Вы считаете, говорит ли требование потребителя «вода должна быть более освежающей» о его совершенной рациональности? Аргументируйте Ваш ответ.

Продавцы

1. Каким образом компании влияют на ожидания потребителей?
2. С какими проблемами может столкнуться компания, которая обещает, что, «купив товар, покупатель сразу же почувствует себя сексуальным, крутым и богатым»?
3. Соответствует ли подобное поведение компании предпосылке о совершенной рациональности?

4. Найдите в кейсе подтверждение ограниченной рациональности представителей компаний, определяющих политику относительно брендов. Какой принцип лежит в основе принимаемых ими решений? Аргументируйте свой ответ.

Кейс 4. Списывание среди студентов как рутина

В Великобритании обеспокоены возросшим объемом списывания среди школьников и студентов (30 января 2006 г.).

Комитет по качеству образования при правительстве Великобритании «крайне встревожен возросшим объемом списывания и откровенного плагиата». Беспокойство вызывает тот факт, что школьники и студенты не только пользуются помощью родителей, учителей и друзей при выполнении домашних заданий, но все чаще списывают работы целиком, копируя их с разных сайтов. Особую тревогу у членов Комитета вызывают сайты, предлагающие за плату уже готовые работы для представления на экзамен. Например, на Интернет-аукционе «eBay» регулярно предлагается услуга вычитки и редактирования текста. Любой школьник может послать свое сочинение, заплатить 10 фунтов и получить через 24 часа отредактированную работу. При этом современные школьники и студенты не видят разницу между плагиатом и цитированием, что является огромной проблемой. Министр по делам образования Великобритании Рут Келли, встревоженная докладом Комитета по качеству образования, потребовала решительной борьбы со списыванием, а Генеральный секретарь Ассоциации среднего образования Джон Данфорд призвал интернет-провайдеров, размещающих подобные сайты, прекратить эту аморальную деятельность.

Образование за рубежом: Канада

В: Списывают ли студенты?

О: Нет. Это не распространено и грозит отчислением. Дух конкуренции очень силен среди студентов, поэтому списывание вызывает законное возмущение среди самих учащихся прежде всего.

В: Каково отношение к плагиату?

О: Списанные из Интернета работы отслеживаются и не засчитываются. Контроль за этим очень жесткий.

Вопросы:

Приведите примеры технологических и отношенческих рутин, встречающихся в этом тексте. Обоснуйте свой выбор. Как отношенческие рутины формируют ожидания? Почему рутины, сложившиеся во взаимодействии британских и канадских студентов, отличаются друг от друга (что влияет на формирование отношенческих рутин)?

Кейс 5. Ценовая война и проблема кооперации

Ценовая война – цикл последовательных уменьшений цены конкурирующими на олигополистических рынках фирмами (см. Олигополия). Ценовая война является одним из многих возможных последствий олигополистического сопер-

ничества. Войны цен хороши для потребителей, которые могут приобретать товары по более низким ценам, чем раньше, но плохи для продавцов, так как ведут к уменьшению их прибылей. Ценовая война может продолжаться до тех пор, пока цена не упадет до уровня средних издержек производства. При этом общий рыночный выпуск будет таким же, какой имел бы место в условиях совершенной конкуренции.

Сотовые операторы развязывают ценовую войну в Москве

Как стало известно вчера, в Москве в продаже появились абонентские комплекты «*Джинс-Pepsi*» от компании «МТС» с 1 дол. на счету по цене 1 р. Это уже второе за последний месяц сверхдешевое предложение на столичном рынке сотовой связи: в начале марта компания «МегаФон» ввела тариф «Мобильный», в котором минута разговора стоит 1 р. Эксперты не исключают, что в начавшуюся ценовую войну может включиться и «Вымпелком».

Эксперты, однако, не исключают, что появление сверхдешевого тарифа на рынке могло стать ответом «МТС» на действия оператора «МегаФон». В начале месяца компания представила тариф «Мобильный», главное новшество которого – единая цена на связь при внутрисетевых звонках и звонках на федеральные мобильные номера других сотовых операторов. До 30 апреля она откровенно демпинговая – 1 р. за минуту при себестоимости мобильной связи на уровне 1,4–1,6 р. По информации Ъ, с 1 мая цены в тарифе «Мобильный» заметно вырастут – до 1,9 р. за минуту, однако при этом останутся в 1,5–2,5 раза ниже цен в самых дешевых тарифах «МТС» и «Вымпелкома».

В «Вымпелкоме» вчера действия конкурентов назвали откровенно демпинговыми и заявили, что компания не собирается снижать свои тарифы в Москве или дешево продавать контракты. Однако эксперты считают, что оператору придется каким-либо образом реагировать на действия конкурентов. «С 1 июля начнет действовать принцип сохранения номера при переходе от одного мобильного оператора к другому, – говорит Борис Овчинников из «*J Son & Partners*». – Это спровоцирует многих абонентов поменять оператора. Качество связи в столице у всех примерно равное, и потребитель будет выбирать именно по цене».

Вопросы:

Выбор ценовой стратегии и проблема кооперации.

1. Постройте матрицу игры для двух компаний – сотовых операторов (пусть в данный момент времени каждая из них решает, снизить ей тарифы или нет).
2. Найдите равновесие (равновесия) по Нэшу в чистых стратегиях.
3. В чем здесь заключается проблема кооперации?
4. Каковы способы ее решения?

Кейс 6. Война DVD-форматов и проблема распределения

«Toshiba» представила бракованный DVD-плеер

На международной выставке потребительской электроники *International Consumer Electronics Show (CES)* японская компания «Toshiba» представила проигрыватель, читающий *HD DVD*. Однако демонстрация прошла неудачно. Представитель «Microsoft» Кевин Коллинз (*Kevin Collins*) вставил диск в устройство и нажал кнопку «воспроизведение», но ничего не произошло. Модель оказалась бракованной. Сорванную демонстрацию нового изделия нельзя назвать удачным для всех участников группы *HD DVD* началом войны оптических форматов следующего поколения. Уже сейчас ясно, что война эта будет долгой и невыгодной для всех, подобно противостоянию форматов *Betamax / VHS* в 80-х.

Конкурент «Toshiba», компания «Samsung», в свою очередь, представила на *CES* DVD-проигрыватель, поддерживающий новый стандарт *Blu-ray Disc (BD)*, а также обычные *DVD* и *CD*. Также плеер сможет читать карты памяти *Compact Flash, XD, Micro Drive, SD, MMC* и *RS-MMC, MemoryStick* и *Memory Stick Duo*. По словам представителей «Samsung», проигрыватель должен поступить в продажу уже в апреле текущего года. Таким образом, компания намеревается стать первым производителем, который выпустит на рынок массовый плеер с поддержкой дисков *Blu-Ray*.

Компании, разработавшие оба конкурирующих формата *DVD*, уверены, что миллионы людей, тратящих тысячи долларов на приобретение новейшей телеаппаратуры, будут готовы выложить еще несколько сотен за современные *DVD*-проигрыватели и картинку более высокого разрешения. По мнению аналитиков, потребители из группы охотников за технологическими новинками, покупающие все самое новое, несомненно, смогут уже сейчас заплатить 1 800 дол. за плеер *Blu-Ray* или 499 дол. за *HD DVD* от «Toshiba». Однако в дальнейшем длительное противостояние несовместимых форматов приведет к тому, что реальный победитель выявится не скоро, а это потенциально способно отпугнуть широкую массу потребителей и затянуть распространение *DVD* высокой четкости на несколько лет.

Команда *Blu-Ray* делает ставку на то, что контент в этом формате будет поставляться большинством крупнейших голливудских студий. Также они рассчитывают, что дополнительным преимуществом станет выход новой игровой приставки *Play Station-3* позже в этом году, которая будет оснащаться приводом *Blu-Ray*. Напомним, что диски *Blu-Ray* имеют большую емкость: до 25 ГБ и более. Диски *HD DVD* же мало отличаются от обычных *DVD*, что упрощает их производство.

Среди сторонников *HD DVD* – гиганты «Intel» и «Microsoft». Еще одним преимуществом данного формата является то, что он появится на рынке раньше. Так, сайт *Amazon.com* уже принимает предварительные заказы на проигрыватели «Toshiba», которые появятся на прилавках в марте. Плееры *Blu-Ray* поступят в продажу на месяц или два позже.

Война форматов также не выгодна видеостудиям, которые в прошлом году всячески пытались предотвратить ее и найти компромисс. Ныне представители

студий считают, что форматы смогут существовать параллельно. Одной из первых студий, сделавших такое заявление, стала «*Warner Bros*», изначально поддерживавшая *HD DVD*, однако затем решившая выпускать продукцию в обоих форматах.

Вопросы:

Выбор формата DVD и проблема распределения.

1. Постройте матрицу игры (допустим, производители дисков предпочитают стандарт HD, а производители DVD-проигрывателей – стандарт Blu-Ray).
2. Найдите равновесие (равновесия) по Нэшу в чистых стратегиях.
3. В чем заключается проблема распределения в данной ситуации?
4. Какой институт может решить эту проблему?
5. Как доля фирм, придерживающихся одного стандарта, влияет на решение «новых» фирм о выборе стандарта?

Кейс 7. Репутация брендов и проблема кооперации

Нарушенные обещания. Удастся ли брендам держать слово

С каждым годом пропасть, разделяющая обещания брендов компаний и ожидания потребителей, все ширится. Странно, что при таком раскладе компании еще надеются пробудить в потребителе верность своим брендам.

Джим Эдвардс

В прошлом году девятилетняя Ши О'Горман из Сан-Франциско перешла в третий класс. Там ее обучили крайне полезному искусству составления писем. Всяких разных – официальных, деловых и прочих-прочих. Маленькая Ши решила через практику закрепить новые знания, и вот ей в голову пришла грандиозная идея – она написала Стиву Джобсу, президенту «*Apple Computer*». У Ши есть портативный плеер *iPod Nano*, он ей очень нравится, но все же кое-что в нем ей бы хотелось улучшить. И вот свою новаторскую идею девочка изложила в письме к Джобсу: текст производимой плеером песни должен отображаться на дисплее, и тогда ее можно будет петь вместе с исполнителем.

Через три месяца пришел ответ. В тот день вся семья торжественно собралась за столом, чтобы зачитать письмо из «*Apple*». Каково же было разочарование семейства, когда оно увидело, что письмо написано не самим Джобсом, а одним из его многочисленных юристов! В письме говорилось, что компания не нуждается в «незапрашиваемых идеях». А кроме того, юрист посоветовал девочке ознакомиться с «юридической политикой компании», которой посвящен целый раздел веб-сайта *Apple Company*.

Этот эпизод может стать отдельной главой учебника для маркетологов «Как нельзя поступать со своими клиентами». У Джобса система реагирования на письма клиентов, даже доброжелательные, не говоря уже о тех, что исходят от детей, просто никакая. Что лишний раз подтверждает: даже лучшие бренды не оправдывают ожиданий своих самых верных клиентов.

СМИ вылили на «Apple» много негатива, в том числе и в связи с историей Ши О'Горман. А все потому, что у потребителей ломаются *iPod*, а потом им не удается добиться от отдела технической поддержки настоящей помощи. «Нельзя так обращаться с потребителем, – заключает Джо Джаффе, глава консалтинговой компании «Jaffe». – В «Apple», кажется, взяли за правило плевать на обращения потребителя и держаться от него подальше... Очень рискованная стратегия».

Вопросы:

Проблема кооперации во взаимоотношениях компаний и покупателей.

1. Постройте матрицу игры (допустим, компании выбирают политику «общения с клиентами», а потребители решают, делиться ли им информацией о возможных усовершенствованиях товара или нет).

2. Найдите равновесие (равновесия) по Нэшу в чистых стратегиях. В чем здесь проблема кооперации?

3. Как можно объяснить поведение компании «Apple»?

4. Является ли рассмотренная ситуация (компания выбирает политику «жесткого общения с потребителями», а клиенты делятся с компанией информацией) равновесием? Аргументируйте свой ответ.

5. Какие способы решения проблемы кооперации можно предложить в данной ситуации?

Кейс 8. Причины несоблюдения формальных и неформальных правил на примере рынка продуктов питания в России

В России у экологически чистых продуктов до сих пор нет единого названия, прописанного в законе или государственных стандартах качества. В профессиональных кругах используют разные понятия: «органический», «био» или «эко», смысл которых один и тот же. Все исходные компоненты производятся в соответствии с нормами экологического сельского хозяйства, которые призваны заботиться об окружающей среде. Важным признаком органических продуктов является неприменение ни на одной ступени их производства генетически модифицированных организмов, химических удобрений, пестицидов. Многие специалисты считают, что искусственная перетасовка генетических структур – это еще далеко не точная наука, поэтому последствия игр с ДНК могут быть самыми непредсказуемыми. На финальном этапе производство экологической продукции завершается без использования посторонних химических веществ: красителей, усилителей вкуса, консервантов.

По закону в России трансгенные растения не могут выращиваться в открытом грунте, но в стране нет запрета на присутствие ГМ-продуктов на продовольственном рынке. В соответствии с поправкой к закону «О защите прав потребителей» от 2005 г., каждый продукт, содержащий ГМИ, должен быть отмечен специальной маркировкой. Однако к ней до сих пор не разработаны требования и правила контроля. Общенациональная ассоциация генетической безопасности (ОАГБ) считает эту норму умозрительной.

На рынок пытаются влиять негосударственные организации. «Гринпис» уже третий год выпускает справочник «Как избежать использования продуктов с ГМИ». В нем рассказывается, кто из отечественных и зарубежных компаний, действующих на российском рынке, использует в своем производстве ГМ-компоненты.

Отсутствие законодательной базы сдерживает развитие российского рынка органических продуктов питания. В России «отсутствует цельная система технической регламентации в сфере пищевой продукции». Некоторые [компании] производят и продают органические продукты в соответствии со стандартами экологического производства, принятыми в странах ЕС или США, предварительно получив западный экосертификат. Другие просто импортируют продукты из-за рубежа.

В России существует законодательная база, регулирующая традиционный рынок питания. Реклама и оформление этих продуктов в нашей стране определяются общими правилами – законами «О правах потребителя» и «О рекламе». С января 2005 г. действует ГОСТ «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Он разрешает производителю маркировать свой продукт «без пестицидов» или «без консервантов» только при наличии подтверждения от Минсельхоза и Минздравсоцразвития. Запрещается маркировка «экологически чистый продукт». На практике этот запрет часто нарушается. Руководитель юридического департамента ОАГБ Леонид Бень комментирует это так: «Ответственности за нарушение этого ГОСТа закон не предусматривает, поэтому производители в ряде случаев вводят потребителей в заблуждение». С такой оценкой согласны и многие отечественные производители. «Законодательная база, регулирующая рынок питания, содержит много противоречивых требований, – рассказывает Федор Огарков. – В частности, это касается маркировки продукции. Нестыковки в законодательной базе могут использоваться для недобросовестной конкуренции».

Вопросы:

Почему в данном примере формальные правила зачастую не соблюдаются? Как здесь соотносятся формальные и неформальные правила?

Кейс 9. Влияние институциональной среды на деятельность фирм в России

Бизнес привык к власти

Ассоциация менеджеров России и журнал «Деньги» представляют очередное ежеквартальное исследование «Что препятствует развитию российского бизнеса?» Главный его вывод, к сожалению, таков: влияние ряда ключевых негативных факторов ослабевает, однако это незамедлительно компенсируется усилением других.

В рамках исследования было опрошено 172 представителя российского бизнеса. Среди ответивших преобладают топ-менеджеры и собственники крупнейших компаний. Как обычно, им предложили оценить по десятибалльной

шкале наиболее значимые в настоящее время факторы, тормозящие развитие бизнеса. Затем была рассчитана важность (значимость) каждого фактора – усредненная оценка бизнесменов, выраженная в процентах к ее максимально возможной величине (т.е. к 10).

Экспертная оценка:

Павел Неумывакин, председатель правления Юниаструм-банка:

Основное препятствие – наличие субъективных факторов и, прежде всего, реальной незащищенности российского бизнеса от неправовых форм воздействия на него: недобросовестной конкуренции (с использованием административного ресурса, правоохранительных органов и пр.), а также несовершенства нашего законодательства.

Сергей Литовченко, исполнительный директор Ассоциации менеджеров России:

Особенно велика коррупционная нагрузка и административное давление, что видно по результатам исследования. Преобладание внешних факторов среди препятствий для развития бизнеса остается стабильным и соответствует реальной ситуации в экономике. Вместе с тем в первом квартале 2006 г. наметился ряд новых тенденций. Так, отечественные деловые круги полагают, что нехватка квалифицированных кадров тормозит развитие бизнеса ненамного меньше, чем проблемы налогообложения. А недостаток инвестиций оказывает такое же негативное влияние, как и неразвитость судебной системы. Ситуация серьезно изменилась по сравнению с 2005 г., когда бизнес утверждал, что ему мешают развиваться только внешние факторы и ничего более.

По мнению участников исследования, первая тройка факторов, оказывающих наиболее сильное негативное влияние на развитие российского бизнеса, не изменилась по сравнению с 2005 г. Однако их значимость по сравнению с четвертым кварталом 2005 г. снизилась. На первом месте вновь оказался фактор «коррупция»: его уровень значимости – 58,73 %. Второе место уже полгода занимает фактор «административные барьеры», хотя его значимость также понизилась. Третье место уверенно удерживает фактор «налогообложение», но его значимость впервые упала ниже 50%-ного уровня: она составляет 49,58 %, тогда как еще три месяца назад была 58,33 %.

Понижение уровня значимости в глазах респондентов всех трех лидирующих негативных факторов (в среднем, на 6–8 %) означает, что в российском бизнес-сообществе постепенно наступает успокоение. Все это могло бы вселить оптимизм относительно перспектив развития российского бизнеса. Однако, как это часто бывает в нашей стране, послабления в одних сферах сопровождаются ужесточением в других. В 2005 г. мы не раз говорили о том, что фактор «нехватка квалифицированных кадров» со временем должен усилить свою значимость. В первом квартале 2006 г. прогноз подтвердился: по результатам исследования этот фактор с уровнем важности 47,04 % уверенно занял четвертое место. Кроме того, по критерию полученных у респондентов высших баллов третье место также занимает внутренний фактор развития бизнеса: недостаток инвестицион-

ных ресурсов (12,21 % опрошенных считают его наиболее значимым из предложенных). Аналогичная ситуация с фактором «неразвитость и изношенность инфраструктуры». Его значимость возросла довольно сильно – с 39,33 % три месяца назад до 43,10 % сегодня.

По итогам исследования важность фактора «общая политическая и экономическая нестабильность» составила 46,34 %. Фактор же неразвитости судебной системы просто рухнул – с четвертого места в предыдущем квартале он откатился на восьмое, а его значимость упала с 51,67 до 40,28 %. Ясно, что судебная система за такой короткий срок принципиально измениться не могла, изменилась лишь ее оценка со стороны делового сообщества. Не исключено, что отечественное деловое сообщество, не надеясь на судебную систему, стало вырабатывать внутренние механизмы цивилизованного разрешения конфликтных ситуаций. Это позволяет утверждать, что российский бизнес выработал необходимую устойчивость по отношению к внешним воздействиям и сегодня на повестку дня постепенно выходят вопросы внутреннего развития.

Вопросы:

1. Как можно охарактеризовать институциональную среду, в которой действуют российские фирмы?
2. Из тех функций, которые должна выполнять институциональная среда, какие она действительно выполняет в данной ситуации?

Кейс 10. Формальные и неформальные институты. Как бороться со списыванием студентов?

Студентов отчисляют за списывание, вычисленное с помощью программ

Профессор физфака университета штата Виргиния Лу Блумфилд (Lou Bloomfield), прослышав о многочисленных случаях плагиата среди студентов, написал специальную компьютерную программу, которая в течение 50 часов анализировала заложенные в нее студенческие работы на предмет совпадения текстовых фрагментов. После окончания анализа программа выдала результаты, показавшиеся профессору вопиющими – выяснилось, что большинство студентов заимствуют значительное количество готовых текстов для своих работ из Интернета, а также из работ других студентов. По требованию профессора в университете было начато специальное расследование, в ходе которого был составлен список из 122 студентов и выпускников. Студентов теперь могут исключить из вуза, а выпускников – лишить диплома, сообщает «Associated Press». Сотрудники университета надеются, что этот показательный процесс поможет другим, пока не пойманым, студентам осознать в чем, все-таки, заключается суть высшего образования. Кроме того, сотрудники признали, что в настоящее время с развитием компьютерной техники процесс заимствования чужих текстов сильно упростился по сравнению с предыдущими десятилетиями, когда информацию из книг или чужих работ надо было переписывать или перепечатывать вручную.

Из интервью с Радаевым В.В.

Сегодня проблема плагиата существует во всех учебных заведениях. Но мы хотим, чтобы наш университет (ГУ–ВШЭ) был особенный, лучший. Поэтому мы сейчас и активизируем борьбу с плагиатом. Подготовили документ. В нем грамотно расписано, что могут и что должны делать преподаватели, поймавшие студента на плагиате, списывании или подлоге. И меры предусмотрены строгие – вплоть до отчисления. При этом студент должен быть гарантирован и от ошибки преподавателя, от произвола. Права учащихся тоже необходимо защищать. Поэтому студент имеет право на апелляцию. Но если вина доказана, наказание должно быть строгое. Как преподаватель я лично все правила объявляю на первом же занятии. И к плагиату отношение очень простое: при обнаружении сразу ставится «неуд». Приговор окончательный и обжалованию не подлежит. Да и зачем спорить, если правила всем известны заранее. О рисках списывания предупреждаю без устали. Если кто-то списал у соседа, оба получают «неуд». Но не все сводится только к списыванию и плагиату. Еще существует такая мерзкая вещь как подлог. Это когда один студент сдает за другого зачет или экзамен по каким-то фиктивным, подложным документам. Один такой случай был обнаружен и у нас. Мы за это студента отчислили. Пока больше никто повторить не рискнул. Принимаем превентивные меры. Что касается плагиата, повторяю, будем за это тоже безжалостно отчислять. Халявы ни в жизни, ни в учебе быть не должно.

Вопросы:

1. Почему студенты, зная о существующих формальных правилах, следуют неформальным правилам?
2. Как в этом примере соотносятся формальные и неформальные правила?
3. Охарактеризуйте неформальный институт, существующий в студенческой среде (правило плюс санкция).

Кейс 11. Функции альтернативных институтов, регулирующих деятельность предпринимателей в России в 1990-х

«По сути, право собственности по отношению к активам бизнесмена обеспечивалось наличием силового ресурса и реализовывалось в отстаивании силовой структурой права на получение охранной дани перед другими претендентами. Поэтому время от времени силовые структуры вынуждены были защищать своих клиентов от себе подобных». «Тактика жесткого давления и физического устрашения, практиковавшаяся преступными группировками, а также постоянные сообщения в СМИ, усиливавшие ощущение опасности и повышенного риска, привели к силовым предпринимателям множество клиентов. Искусственно создаваемые транзакционные проблемы также способствовали усилению потребности в силовых партнерах. Эту тактику можно проиллюстрировать следующим примером. Семья Петренко (фамилия изменена) приехала в Петербург с Украины в поисках работы. Через некоторое время они начали работать с

представителями «комаровской» группировки, учредив торговую фирму, предлагавшую оптовые поставки ходовых продуктов по низким ценам. Для поставки продуктов фирма требовала предоплату. Собрав таким образом определенное количество денег, в основном с представителей отдаленных регионов, фирма попросту исчезала, а через некоторое время появлялась вновь под другим именем, снова рекламируя оптовые поставки. Этот нехитрый, но очень распространенный бизнес-трюк известен как «кидок». Если обманутые покупатели все же начинали заниматься активными поисками и приезжали в Петербург, пытаясь вернуть свои деньги, «комаровские» доходчиво объясняли им бесперспективность этого занятия. Но когда в целях возврата денег из Сибири от имени одного коммерсанта приехали два вора в законе, то «комаровские» вернули деньги и неустойку. Очевидно, что сибирские силовые партнеры взяли себе значительные комиссионные за возврат предоплаченной суммы».

Вопросы:

1. Перечислите альтернативные институты, которые описаны в этом фрагменте. Какие функции они выполняют?
2. Каковы причины их эффективности?

Кейс 12. Институт силового партнерства в России 1990-х

«Не менее серьезны были действительные проблемы, возникавшие в результате непродуманной экономической политики и быстрой приватизации». «Большинство крупных и средних предприятий перешли в собственность трудовых коллективов и директоров; доля внешних владельцев поначалу была сравнительно невелика. Мне не встречалось убедительных свидетельств того, что на начальных этапах преступные группировки становились собственниками предприятий или даже стремились к этому. Но зато многое говорит о том, что, поскольку существовавшие на тот момент правовые институты были неэффективны и доступ к ним предполагал высокие издержки, преступные группировки и другие силовые структуры принимали активное участие в решении транзакционных проблем, опосредуя отношения между новыми собственниками.

Опросы предпринимателей, проводившиеся в 1990-е гг., устойчиво показывали, что низкая контрактная дисциплина и низкий уровень надежности партнеров воспринимались как наиболее острые проблемы». «Исследователи сходятся в том, что в российской деловой практике участники в большой степени полагаются на имеющиеся (родственные, дружеские и т.п.) связи и неформальные методы, в значительной степени – на частные силовые структуры, и относительно мало пользуются государственными судебными инстанциями (хотя этот показатель начал возрастать во второй половине 1990-х гг.)».

«Одной из причин широкого распространения института силового партнерства стало игнорирование значительной частью предпринимателей государственной судебной и правоохранительной системы. Истоки такого отношения лежат в запутанности существующих законов и подзаконных актов, больших сроках рассмотрения дел в судах и слабости исполнительной системы».

«Низкая эффективность работы судебных органов и низкая результативность официальных способов исполнения решений были не единственными факторами, способствовавшими тому, что многие граждане или хозяйствующие субъекты игнорировали государственную судебную систему. К ним следует добавить чрезмерно высокие издержки легальной экономической деятельности, т.е. высокую цену доступа к государственной судебной системе, которая подталкивала к поиску альтернативных (теневых) судебных механизмов.

«Мы готовы работать с рэкетом, потому что он берет 10 %. Государство берет 90 % в виде налогов и еще больше в виде разного рода поборов и штрафов», – это высказывание предпринимателя из Омска хотя и содержит некоторые искажения (бандиты берут до 30 %, а иногда и больше; от государства можно откупиться меньшими потерями), тем не менее хорошо отражает установку определенной части мелкого и среднего бизнеса».

Вопросы:

1. Охарактеризуйте институциональную среду, в которой приходилось работать предпринимателям.
2. Можно ли считать неэффективность правовых институтов одним из факторов, обусловивших возникновение альтернативных институтов? Аргументируйте свой ответ.
3. Какие еще причины возникновения альтернативных институтов Вы можете назвать?
4. В чем заключалось преимущество альтернативных институтов по сравнению с государственными формальными, правовыми институтами.

Кейс 13. Роль организованных преступных группировок в заключении сделок

«Стандартной функцией силовых партнеров стало сопровождение сделок. Она заключалась в сборе информации о потенциальных партнерах или контрагентах, обмене гарантиями, контроле за выполнением обязательств. В случае возникновения осложнений силовые партнеры, представлявшие стороны в сделке, вырабатывали схемы их преодоления или возмещения ущерба и контролировали исполнение. Из интервью с бригадиром одной из петербургских ОПГ:

Вопрос: А чем в основном занимались?

Ответ: Чем конкретно занимались? Например, если у нас оптовый склад, то мы проверяли покупателей, собирали на них информацию, ездили смотрели их офис, находили возможности сделать так, чтобы они не кинули. В общем, работали, как обычная служба безопасности. Или встречались с партнерами других коммерсантов, которые просили об отсрочке. Мы их спрашивали: «Ручаетесь?» Они ручались. Или, наоборот, если наш коммерсант не мог расплатиться, мы вырабатывали схему погашения, рассчитывали, когда он сможет отдать и давали обязательства.

Вопрос: А не проще ли кинуть – меньше усилий, легкий заработок?

Ответ: А зачем? Потом конфликт, или надо прятаться. Кидают, когда речь идет об очень больших деньгах

По мнению и участников, и экспертов, большая часть контрактов на сумму более 10 тыс. дол. заключалась лишь при участии и под гарантии силовых партнеров, причем в качестве последних могли выступать самые разные лица или организации – от уголовных авторитетов до начальников служб безопасности или даже действующих сотрудников внутренних дел. Наиболее важным моментом в этой связи было взаимное признание силовых партнеров, основанное на предыдущем опыте, проверяемой информации и репутации. Если же у одной из сторон не оказывалось силового партнера, то либо снижалась вероятность заключения сделки, либо значительно возрастал риск – в зависимости от того, выступала ли эта сторона в качестве кредитора или получателя».

«С конца 1980-х гг. различные частные силовые структуры путем стихийного изобретательства, имитаций, проб и ошибок открывали и нарабатывали ряд действий, позволявших им на постоянной основе извлекать выгоду в условиях перехода к частной собственности и рыночному типу хозяйствования».

Вопросы:

1. Перечислите альтернативные институты, рассмотренные в данном фрагменте. Какие функции они выполняют?
2. Какие формальные и неформальные институты выполняют эти функции в развитых экономиках?

Кейс 14. Подход Коммонса и три основных типа трансакции

1. Величину транспортного налога за пользование дорогостоящими автомобилями, принадлежащими администрации президента и аппарату правительства РФ, будет определять правительство Москвы. В других субъектах РФ размер налога будет зависеть от ставок, установленных на региональном уровне.

2. Фольксваген-Гольф 92–94 г. в., юридически чистый, неисправный, с повреждениями кузова либо в отличном состоянии, из Белоруссии, срочно, куплю. 447-33-24, 8-917-588-51-34.

3. Столярному цеху требуются: столяры, краснодеревщики, мебельщики, пилорамщики. 109-12-34.

4. **Вакансия: МАСТЕР НА ВСЕ РУКИ**

Зарплата: 600 дол. Город: Москва

Мужчина, без вредных привычек, обязательно опыт работы (хотя бы бытовой ремонт).

Выполнение поручений руководителя технического отдела, связанных с жизнедеятельностью офиса (мебель, мелкий ремонт, электрика и т.д.).

З/п: от 500–600 дол. (полное соблюдение ТК РФ).

5. Коньки фигурные, жен., отл. сост., полн. экипированы, с чехлами, гот. к употреб., срочно, недорого продаю. 183-31-22.

6. Начальник цеха по производству соков.

Требования: высшее образование (химико-технологическое, пищевое), опыт работы на аналогичной должности от 5 лет (желательно в производстве соков и напитков), возраст 30–50 лет.

Основные функции: общая координация деятельности цеха, управление коллективом от 250 человек, ведение аналитического учета. Работа в г. Раменское (40 км от Москвы).

Требуемый опыт работы: 3–6 лет

Предполагаемый уровень месячного дохода: от 800 до 1 000 у.е.

7. Столичное правительство одобрило ряд поправок в закон «О налоге на имущество организаций», касающихся предоставления налоговых льгот. Изменения предполагают освобождение от налогообложения жилищных кооперативов, жилищно-строительных кооперативов, а также товариществ собственников жилья, действующих в соответствии с жилищным законодательством РФ.

8. Палатку 2-х-3-местную, в хор. сост., куплю. 8-926-229-37-69.

9. Мастера по ремонту одежды приглашаем на работу. 145-66-66.

10. Выхино м. Продам 1-комн. кв-ру, Кожухово, ул. Рудневка, д. 41, 38.5/19 м², кухня 8, 8/14 эт. нового дома П-44Т, стеклопакеты, застекл. балкон, ремонт, телефон, метал. дверь, продаю. 85 тыс. дол. 8-916-524-44-44.

Вопросы:

Три типа трансакций по Коммонсу.

1. Какие трансакции из приведенных выше можно отнести к трансакциям сделки? Аргументируйте свой ответ.

2. Какие трансакции из приведенных выше можно отнести к трансакциям управления? Аргументируйте свой ответ.

3. Какие трансакции из приведенных выше можно отнести к трансакциям рационализации? Аргументируйте свой ответ.

Кейс 15. Подход Уильямсона к анализу трансакций: строительный рынок

В Москве растет число компаний, работающих на рынке элитного жилья, которые создали свои строительные подразделения. «Поскольку группа компаний «Стройтэкс» обеспечивает полный цикл строительства и имеет собственные строительные подразделения, тендеры по подбору подрядчиков проводятся только на узкоспециализированные виды работ, – говорит Юлия Чепрасова. – При выборе подрядчиков в первую очередь рассматриваются компании с хорошей репутацией на рынке и те, с которыми уже сложился положительный опыт сотрудничества. Но это не означает, что «Стройтэкс» не работает с новыми подрядчиками, – тендер открыт для всех, и выигрывает наиболее интересное по качеству и цене предложение». Собственная строительная компания в рамках Группы компаний «КРТ» позволяет не только сэкономить деньги, но и, самое главное, обеспечить тотальный контроль качества работ и сроков реализации проекта. «КРТ – частная структура, и мы не имеем права терять время или по-

ступаться качеством работ, столкнувшись с возможными ошибками или недобросовестностью подрядчика, работающего по аутсорсингу», – подчеркивает Валех Рзаев.

Вопросы:

В соответствии с подходом Уильямсона к анализу транзакций охарактеризуйте форму управления транзакциями между компанией «Строитэкс» и подрядчиками:

1. Как называется такая форма управления транзакциями?
2. Выделите параметры транзакции между компанией «Строитэкс» и подрядчиками. Аргументируйте свой ответ.
3. Как параметры транзакции влияют на выбор формы управления ею?

Кейс 16. Классификация транзакционных издержек Милгрона – Робертса и искусство управления государством

Ослаблению соперничества сверхдержав на завершающем этапе «холодной войны» сопутствовало и ослабление порядка. С одной стороны, от Советского Союза отошли его сателлиты в поисках собственных нестандартных и эксцентрических орбит. С другой стороны, в результате распада самого Союза его арсеналы расплылись и подверглись разграблению, появились новые потребители военной продукции, а эксперты, обладающие знаниями в сфере современных военных технологий, покинули страны, которая больше не могла платить по счетам. <...>

[Необходимо] осознать всю сложность создания единого фронта против тех, кто способствует расползанию ядерного оружия, хотя бы против тех, кого в обществе называют государствами-изгоями. <...> [Ричард Батлер] приводит новые факты, подтверждающие безответственность таких стран, как Китай, и в особенности Франция с Россией, в отношении своих международных обязательств. <...> Если это и есть образец международного сотрудничества в подобных вопросах, то лучше поискать другие пути.

Более общий и более важный вывод <...> заключается в том, что чрезвычайно трудно удержать страны, решившие приобрести оружие массового уничтожения, от этого намерения. Если мониторинг и контроль деятельности даже такой страны, как Ирак, который потерпел поражение в войне и на который оказывается давление и налагаются санкции, настолько затруднен, то что уж говорить о менее открытых для контроля странах?

Фактически процесс распространения не прекращается. В определенной мере это результат неспособности Запада остановить утечку технологий. Немного толку и от международных соглашений о контроле над вооружениями. Конвенция о запрещении биологического оружия так и не смогла прекратить разработку этого наиболее ужасного оружия просто потому, что выполнение ее положений практически невозможно проверить. То же самое можно сказать и о Конвенции о запрете химического оружия.

Последствия принятия этих конвенций по крайней мере относительно нейтральны. Однако этого нельзя сказать о договоре о всеобъемлющем запрещении ядерных испытаний. <...> От ядерного оружия нельзя избавиться в принципе. Таким образом, мир без ядерного орудия – это плод фантазии. Реальный вопрос, следовательно, в том, намерены Запад и Америка сохранить первенство перед потенциальными ядерными конкурентами или нет. <...> «Чем менее привлекательны ядерные вооружения для Соединенных Штатов в стратегическом плане, тем больше они и другие средства массового уничтожения притягивают внимание враждебных сил и прочих «изгоев». <...>

Договор о контроле над вооружениями, который наносит наибольший ущерб и практически лишен смысла <...> – это Договор об ограничении средств противоракетной обороны (ПРО). <...> Договор запрещал как Соединенным Штатам, так и Советскому Союзу размещать стратегические противоракетные системы, способные защищать всю территорию страны. Он, кроме того, запрещал разработку, испытание и размещение любых средств, кроме ограниченной наземной системы фиксированного базирования. <...> В основе договора лежала доктрина гарантированного взаимного уничтожения. По существу, она упиралась на уверенность в том, что, пока каждая из сверхдержав остается абсолютно уязвимой для ответного ядерного удара, ни одна из них не решится начать ядерную войну. Практика же никогда полностью не совпадает с теорией. <...> [Но] именно отсутствие системы ПРО подталкивает руководителей государств-изгоев к приобретению ракет и созданию оружия массового уничтожения. Развертывание же глобальной системы ПРО будет сдерживать их стремление к накоплению арсеналов, так как вероятность достижения целей ракетного удара значительно снизится. <...>

Мы должны признать, что угроза применения баллистических ракет с ядерными зарядами или другими средствами массового уничтожения реальна <...>. Мы должны признать, что дипломатические и прочие средства, направленные на ограничение распространения вооружений, малоэффективны.

Вопросы:

1. С помощью классификации транзакционных издержек Милгрона – Робертса покажите, почему международные конвенции о запрещении оружия массового поражения являются неустойчивыми.

2. Опишите ситуацию с продажей и покупкой оружия массового уничтожения в терминах проблемы кооперации. Что является кооперативным равновесием? Какое равновесие будет складываться? Что мешает достижению кооперативного равновесия? Каковы способы достижения кооперативного равновесия?

Кейс 17. Транзакционные издержки до заключения контракта: десять главных ошибок при купле-продаже жилья

1. **БЕСПЕЧНОСТЬ.** Выбирая квартиру в новостройке, не забывайте проверить застройщика. Один из наиболее достоверных источников информации – бывшие клиенты. Не поленитесь съездить на уже построенные объекты, если они

есть, и расспросить жильцов о качестве квартир и сервисных услуг. Особое внимание обратите на то, сколько лет работает на рынке компания, во что инвестировала средства и вовремя ли были ли завершены эти проекты, есть ли у нее право собственности (документы на аренду) на землю и разрешение на строительство жилого дома. Загляните на сайты с полезной информацией, например юридический портал «Недвижимость и право».

3. ФИНАНСОВАЯ ХАЛАТНОСТЬ. При совершении сделки вам придется иметь дело с крупной суммой денег, поэтому «доверяйте, но проверяйте». В предварительном договоре должны быть четко прописаны правила передачи денег через банковскую ячейку: проверьте даты и время доступа к ней. Из-за накладок продавец может остаться и без квартиры, и без денег. Организуйте проверку денег с помощью профессионального кассира на специальном оборудовании.

5. ВЫБОР МЕСТА, А НЕ ДОМА. Наличие красивого вида из окна нередко используется в качестве дополнительного фактора привлечения покупателей. Не поддавайтесь эмоциональным описаниям в рекламных буклетах: не исключено, что на месте роши или лужайки через несколько лет появится 30-этажный дом или автострада. Попросите застройщика или продавца ознакомить вас с планом освоения территории. Проверьте сведения в районной управе.

2. ЧРЕЗМЕРНАЯ САМОУВЕРЕННОСТЬ. Покупка-продажа квартиры с рук не всегда обходится дешевле. Риэлтор отличается от продавца не только знанием законодательства и юридических нюансов сделки, но и умением вести переговоры профессионально. А это значит, что сделка пройдет быстрее, с меньшими временными, моральными, а иногда и финансовыми потерями. Кроме того, за профессиональным риэлтором находится база юристов, способных поручиться за юридическую чистоту квартиры.

8. ЮРИДИЧЕСКАЯ НЕОСВЕДОМЛЕННОСТЬ. Не каждый, кто назовет себя риэлтором или нотариусом, действительно таковым является. Проверьте у агента наличие агентского договора, срок его действия, предусмотренные причины расторжения. Попросите разрешения сделать ксерокопию агентского договора и покажите ее юристу, для которого все нюансы будут очевидны. При покупке на вторичном рынке проанализируйте, как часто продавалась квартира, и по возможности установите причину этого явления.

Вопросы:

Классификация трансакционных издержек Норта – Эггертссона:

1. На основе рассмотренной ситуации приведите примеры трансакционных издержек (по одному примеру на каждый тип издержек), возникающих до заключения контракта. Аргументируйте выбор примеров.

2. Каковы способы минимизации этих издержек?

3. Каким образом экономия на издержках *ex ante* может сказаться на размере издержек *ex post*? Приведите примеры из вышеописанной ситуации.

Кейс 18. Трансакционные издержки после заключения контракта: десять ошибок при купле-продаже жилья

ЧРЕЗМЕРНАЯ САМОУВЕРЕННОСТЬ. Покупка-продажа квартиры с рук не всегда обходится дешевле. Риэлтор отличается от продавца не только знанием законодательства и юридических нюансов сделки, но и умением вести переговоры профессионально. А это значит, что сделка пройдет быстрее, с меньшими временными, моральными, а иногда и финансовыми потерями. Кроме того, за профессиональным риэлтором находится база юристов, способных поручиться за юридическую чистоту квартиры.

ЮРИДИЧЕСКАЯ НЕОСВЕДОМЛЕННОСТЬ. Не каждый, кто назовет себя риэлтором или нотариусом, действительно таковым является. Проверьте у агента наличие агентского договора, срок его действия, предусмотренные причины расторжения. Попросите разрешения сделать ксерокопию агентского договора и покажите ее юристу, для которого все нюансы будут очевидны. При покупке на вторичном рынке проанализируйте, как часто продавалась квартира, и по возможности установите причину этого явления.

НЕУДАЧНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ПОКУПКИ. Не спешите принимать окончательное решение о покупке квартиры, особенно если для поиска подходящих вариантов вы выбрали лето. Узнайте, нет ли поблизости школы или другого образовательного учреждения. Осенью, когда с каникул вернется молодежь, в окрестностях может быть не только шумно, но и небезопасно. Постарайтесь выяснить, кто ваши будущие соседи. К концу отпускного сезона обычно увеличивается и поток автомашин – обратите внимание, как расположены близлежащие автотранспортные магистрали и прикиньте время, которое вы, возможно, будете тратить в пробках.

ПОВЕРХНОСТНЫЙ ПОДХОД. Выбирая квартиру на вторичном рынке, обратите внимание на возраст здания и его состояние. Не увлекайтесь внешними характеристиками квартиры – под красивыми обоями могут скрываться трещины, импортная сантехника не заменит прогнивших труб, а пораженные грибом бетонные стены «вылечить» практически невозможно. Пригласите независимого оценщика – даже по тому, как отштукатурены стены, он сможет определить, был ли ремонт сделан наспех, чтобы скрыть недостатки.

ЮРИДИЧЕСКАЯ НЕОСВЕДОМЛЕННОСТЬ. Не каждый, кто назовет себя риэлтором или нотариусом, действительно таковым является. Проверьте у агента наличие агентского договора, срок его действия, предусмотренные причины расторжения. Попросите разрешения сделать ксерокопию агентского договора и покажите ее юристу, для которого все нюансы будут очевидны. При покупке на вторичном рынке проанализируйте, как часто продавалась квартира, и по возможности установите причину этого явления.

Вопросы:

Классификация трансакционных издержек Норта – Эггертссона:

1. На основе рассмотренной ситуации приведите примеры трансакционных издержек (по одному примеру на каждый тип издержек), возникающих после заключения контракта. Аргументируйте выбор примеров.

2. Каковы способы минимизации этих издержек?
3. К какой категории товаров можно отнести жилье, (согласно структуре издержек измерения, и почему?

Кейс 19. Трансакционные издержки до заключения контракта: десять ошибок при покупке автомобиля

НЕОСВЕДОМЛЕННОСТЬ О СЕРВИСЕ. Машину мало купить, ее надо где-то обслуживать. Про сервис выбранной вами модели нужно узнать все досконально. И дело не только в его возможной дороговизне или проблемах с деталями. Вы можете остаться недовольны качеством сервиса, сроками ремонта и прочими нюансами. Не стоит доверять рекламе автосалонов о расширенной гарантии. Даже когда при годовой заводской гарантии салон дает трехлетнюю, она ограничена пробегом 15–30 тыс. км. И если пробег больше, деталь вам не заменят.

ПЕРЕОЦЕНКА УДОБСТВА АВТОКРЕДИТОВАНИЯ. При покупке машины в кредит на три года вы рискуете переплатить до 75–100 %. Кроме того, банки навязывают вам определенные страховые компании с завышенными тарифами. Обращайте внимание не столько на цену автомобиля в салоне, сколько на условия кредитования банков, с которыми он сотрудничает. Например, в одном салоне выбранный вами автомобиль стоит 30 000 дол., а в другом – 35 000 дол. Но вполне возможно, что с учетом процентов, выплачиваемых по кредиту, дополнительных сборов и страховки в первом случае вы заплатите 50 000 дол., а во втором – 47 000 дол.

ПРЕНЕБРЕЖЕНИЕ ДИАГНОСТИКОЙ. Особенно опасно при покупке подержанного автомобиля. Даже в салонах машины не всегда проходят предпродажную подготовку. Если вы изучили всю возможную литературу о том, как выбрать автомобиль, и захватили с собой опытного автомеханика, от «сюрпризов» это не спасет. Например, вам может попасться высушенная и отогретая «машина-утопленница» из Европы или прошедший кузовной ремонт и умело перекрашенный «перевертыш».

ЗАКАЗ МАШИНЫ У МАЛОЗНАКОМОГО «ПЕРЕГОНЩИКА». В худшем случае вас могут «кинуть»: предоплата при заказе автомобиля составляет 100 % от его стоимости. В лучшем – привезти активно эксплуатировавшийся автомобиль (например, бывшее такси) со «скрученным» счетчиком или угнанную машину. Иногда перегонщик договаривается с владельцем, и заявление об угоне подается лишь после продажи машины в России. Сведения поступают в Интерпол, и вы остаетесь без автомобиля.

НЕВНИМАТЕЛЬНОСТЬ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ. Ошибки в доверенности, оформляемой для постановки на учет в ГАИ, или в справке-счете потом исправить будет сложно. В сервисной книжке обязательно должна быть проставлена дата продажи, иначе срок гарантии будет исчисляться с момента изготовления. В справке-счете должны быть указаны дата и место составления, суть и условия сделки, стоимость автомобиля и все сведения о нем, наименование и адрес магазина, а также ваши данные. Кроме того, покупаете ли вы машину в салоне или у

частного лица, необходимо проверить ее юридическую историю. В салон автомобиля тоже попадает не с конвейера, а через нескольких перекупщиков. И надо убедиться в наличии договоров, фиксирующих каждую сделку.

Вопросы:

Классификация транзакционных издержек Норта – Эггертссона:

1. На основе рассмотренной ситуации приведите примеры транзакционных издержек (по одному примеру на каждый тип издержек), возникающих после заключения контракта. Аргументируйте выбор примеров.
2. Каковы способы минимизации этих издержек?
3. К какой категории товаров можно отнести жилье, (согласно структуре издержек измерения, и почему?

Кейс 20. Транзакционные издержки после заключения контракта: десять ошибок при покупке автомобиля

НЕДАЛЬНОВИДНОСТЬ. При покупке автомобиля в первую очередь надо ответить на вопрос: «Для чего он мне нужен?» По городским улицам совсем не обязательно ездить на Hummer, а Ford Ка не подходит для путешествий на дачу. Использование автомобиля «не по назначению» причиняет массу неудобств. К тому же машина может быстрее изнашиваться.

ПОКУПКА МАШИНЫ БЕЗ «ТЕСТ-ДРАЙВА». Это можно сравнить с приобретением обуви без примерки. Конечно, все дорогие современные автомобили комфортны и удобны, но вы выбираете его «под себя». Соответственно, если вы приобретаете машину жене или мужу, дочери или сыну, именно этот человек должен сидеть за рулем во время «тест-драйва».

ЗАКАЗ МАШИНЫ У МАЛОЗНАКОМОГО «ПЕРЕГОНЩИКА». В худшем случае вас могут «кинуть»: предоплата при заказе автомобиля составляет 100 % от его стоимости. В лучшем – привезти активно эксплуатировавшийся автомобиль (например, бывшее такси) со «скрученным» счетчиком или угнанную машину. Иногда перегонщик договаривается с владельцем, и заявление об угоне подается лишь после продажи машины в России. Сведения поступают в Интерпол, и вы остаетесь без автомобиля.

ЖАДНОСТЬ. Заниженная цена должна не привлекать, а настораживать. «Срочно и дешево» машины продают знакомым. Цены на нерастаможенные автомобили выглядят заманчиво, но покупать такую машину без связей в соответствующих органах не следует. «Растаможка» порой стоит столько же, сколько и автомобиль, да и сама процедура будет длительной и проблемной.

НЕВНИМАТЕЛЬНОСТЬ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ. Ошибки в доверенности, оформляемой для постановки на учет в ГАИ, или в справке-счете потом исправить будет сложно. В сервисной книжке обязательно должна быть проставлена дата продажи, иначе срок гарантии будет исчисляться с момента изготовления. В справке-счете должны быть указаны дата и место составления, суть и условия сделки, стоимость автомобиля и все сведения о нем, наименование и адрес магазина, а также ваши данные. Кроме того, покупаете ли вы машину в салоне или у

частного лица, необходимо проверить ее юридическую историю. В салон автомобиля тоже попадает не с конвейера, а через нескольких перекупщиков. И надо убедиться в наличии договоров, фиксирующих каждую сделку.

Вопросы:

Классификация трансакционных издержек Норта – Эггертссона:

1. На основе рассмотренной ситуации приведите примеры трансакционных издержек (по одному примеру на каждый тип издержек), возникающих после заключения контракта. Аргументируйте выбор примеров.
2. Каковы способы минимизации этих издержек?
3. Каким образом экономия на издержках ex ante может привести к увеличению издержек ex post? Приведите примеры из вышеописанной ситуации.

Кейс 21. Классификация трансакционных издержек Норта – Эггертссона: где и как купить четвертый комод Чиппендейла

(1) Мистер Боггис медленно вел машину, удобно откинувшись на сиденье и выставив локоть в открытое окно. Какие красивые места, думал он, как приятно снова видеть первые приметы лета. <...> Мистер Боггис въехал на холм, немного не добравшись до вершины, и остановил машину на окраине деревни. Выйдя из машины, он огляделся. <...> Внизу справа он увидел фермерский дом средних размеров, стоявший в дальнем конце поля. С дороги к нему тянулась колея. За ним – дом побольше. Был еще один дом, окруженный высокими вязами, на вид – времен королевы Анны, а слева стояли два фермерских дома, похожих друг на друга. Итого пять объектов в этом направлении. Мистер Боггис набросал примерный план в блокноте, пометив расположение каждого дома, чтобы легко было найти их, когда он спустится вниз, после чего снова сел в машину и поехал через деревню на другую сторону холма. Там он отметил для себя еще шесть интересных объектов. <...> Значит, в этом квадрате, на этом участке, всего десять объектов. <...> Именно столько можно, не спеша, осмотреть за день. <...>

Если не считать того, что он был переодет священником, ничего особенно мрачного в облике Сирила Боггиса не было. По профессии торговец старинной мебелью, <...> в работе он старался не переусердствовать, и поскольку всегда покупал дешево, очень, очень дешево, а продавал очень, очень дорого, то умудрялся каждый год иметь вполне приличный доход. Он был талантливым коммерсантом и, покупая или продавая какую-нибудь вещь, легко приспосабливался к клиенту. С пожилыми мог быть серьезным и обаятельным, с богатыми – подобо-страстным, с благочестивыми – сдержанным, со слабовольными – властным, с вдовыми – легкомысленным, со старыми девами – лукавым и беспечным. <...> В последние несколько лет мистер Боггис добился значительного уважения среди своих друзей по профессии в силу своей способности находить необычные и часто весьма редкие предметы с поразительной регулярностью. <...> Всякий раз, когда его спрашивали, где он достал такую-то вещь, он понимающе улыбался, подмигивал и бормотал что-то насчет того, что это маленький секрет. <...>

Да ты сам подумай, сказал он про себя. Если есть хорошие вещи в одном фермерском доме, почему бы им не быть и в других? Почему бы ему не поискать? Почему бы не прочесать сельскую местность? Он мог бы делать это по воскресеньям. Работе это никак не помешает. <...> И мистер Боггис купил карты – масштабные карты всех графств вокруг Лондона – и тонким пером поделил их на ряд квадратов. Каждый квадрат в натуре занимал площадь пять миль на пять – примерно с такой территорией, по его подсчетам, он мог справиться за одно воскресенье, если тщательно ее прочесывать. <...>

Он оставил машину ярдах в ста от ворот и остаток пути решил проделать пешком. Он не хотел, чтобы видели его машину, покуда сделка не завершена. Добрый старый священник и вместительный пикап почему-то не сочетаются. К тому же прогулка давала ему время внимательно осмотреть недвижимость снаружи и напустить на себя вид, приличествующий случаю. Мистер Боггис живо шагал по дорожке. <...>

Вопросы:

1. К каким категориям транзакционных издержек, в соответствии с классификацией Норта – Эггертссона можно отнести издержки, описанные в этом фрагменте?

2. Выделите все возможные примеры. Аргументируйте свой выбор.

(2) Следующая ферма располагалась едва ли не в поле, и, чтобы убрать свою машину из поля зрения, мистер Боггис оставил ее на дороге и прошел пешком около шестисот ярдов по прямой колее к заднему двору фермы. Объект, как заметил он приближаясь, был гораздо меньше предыдущего, и Боггис не возлагал на него особых надежд. Строения были грязны, а служебные постройки явно нуждались в ремонте. В углу двора тесной группой стояли трое мужчин. <...>

– Прошу простить, что беспокою вас, особенно в воскресенье.

Мистер Боггис протянул свою карточку. Рамминс взял ее и поднес близко к лицу.

– Нет у нас никакой мебели, – сказал ему Рамминс, выслушав объяснение. – Напрасно теряете время. <...> [Но] думаю, большого вреда не будет, если вы заглянете в дом, раз уж вам только это и нужно. <...>

Ну и ну! Мистер Боггис тотчас же увидел его и, замерев на месте, издал легкий вздох восхищения. <...> Предмет стоял у стены. И разве можно ошибиться на сей счет? Пусть он выкрашен белой краской, все равно. Какой-то дурак выкрасил. Но краску легко снять. Однако вы только посмотрите на него! Да еще в таком месте. О боже! <...>

Нужно подумать, сказал он про себя. И еще важнее успокоиться, прежде чем он произнесет хоть одно слово. Спокойнее, Боггис. И что бы ты ни делал, сохраняй невозмутимость. Эти люди могут быть невежественны, но они не такие глупые. Они подозрительны, недоверчивы и хитры. <...> За то, что он увидел, любой знаток отдаст немало, лишь бы только заполучить. На неспециалиста вряд ли он произвел бы сильное впечатление, будучи покрыт грязной белой краской, но перед мистером Боггисом сияла мечта его жизни. Он знал, как знает всякий

торговец в Европе и Америке, что среди самых знаменитых и вожделенных образцов английской мебели восемнадцатого века, какие только существуют, есть три предмета, известные как «комоды Чиппендейла». <...> Все они ушли за огромные деньги. <...> Сегодняшняя цена наверняка составит десять тысяч фунтов. <...> Он принялся неуверенно двигаться по комнате, рассматривая мебель. Ему было ясно, что, кроме комода, его окружают весьма убогие вещи. – Приличный дубовый стол, – говорил он. – Но боюсь, недостаточно старый, чтобы представлять собою какой-нибудь интерес. <...> Комод, – он небрежно прошел мимо комода Чиппендейла и презрительно щелкнул пальцами, – стоит, я бы сказал, несколько фунтов, не более. Боюсь, довольно грубая подделка.

– Отличная вещь, – заметил Рамминс. – И резьба красивая.

– Машинная работа, – с видом превосходства ответил мистер Боггис, нагнувшись, чтобы получше рассмотреть изысканное исполнение. – За мило видно. <...> – Знаете что? – сказал он, глядя на комод и едва слышно произнося слова. <...> Я вот о чем подумал. Эти ножки от вашего комода могли бы вполне сгодиться. <...> Их легко можно отпилить и приладить к моему столику. <...>

– Вы хотите сказать, что желали бы купить его, – сказал Рамминс.

– Хм... – мистер Боггис оглянулся на комод и нахмурился. – Не уверен. Можно, конечно... но опять же... если подумать... нет-нет... думаю, с ним хлопот не оберешься. Не стоит он того. Оставлю его, пожалуй.

– И сколько вы хотели бы предложить? – спросил Рамминс.

– Видите ли, вещь-то не подлинная. Обыкновенная подделка.

– А вот я так не думаю, – возразил Рамминс. <...> – Послушайте, святой отец, – сказал Рамминс, тыча в него толстым грязным пальцем, – я уж не буду говорить о том, что вы ничего не смыслите в мебели, но скажу вам вот что. Откуда у вас такая уверенность, что это подделка, когда вы даже не видели, как он выглядит под краской? <...>

– Да он же обработан! Сразу видно!

– И откуда это видно, мистер? Ну-ка, расскажите нам.

– Должен признаться, объяснить это довольно трудно. Тут все дело в опыте. Мой опыт подсказывает мне, что дерево, вне всякого сомнения, обработано известью. Ее используют для того, чтобы придать красному дереву темный цвет, свидетельствующий о приличном возрасте. <...> Он презрительно выпаливал слова и корчил кислую физиономию, изображая крайнее отвращение. Мужчины молчали, ожидая новых откровений. <...>

– Вы нам так и не сказали, сколько собирались предложить, – заметил [Рамминс].

– Ах да! – произнес мистер Боггис – Совершенно верно. Что ж, если быть до конца откровенным, то с ним столько хлопот. Думаю, оставлю его.

– И все же, сколько бы вы за него дали?

– То есть, вы хотите сказать, что и правда желаете расстаться с ним?

– Я не говорил, что хочу расстаться с ним. Я спросил – сколько?

Мистер Боггис перевел взгляд на комод, склонил голову в одну сторону, потом в другую, нахмурился, вытянул губы, пожал плечами и презрительно махнул рукой, будто хотел сказать, что и говорить-то тут не о чем.

- Ну, скажем... десять фунтов. Думаю, это справедливо.
- Десять фунтов! – вскричал Рамминс. – Не смешите меня, святой отец, прошу вас!
- Даже если его на дрова брать, он дороже стоит! – с отвращением произнес Клод. <...>
- Пятьдесят, – сказал Рамминс.
- Мистер Боггис ощутил в ногах, вплоть до самых ступней, приятное покалывание. Комод его. Сомнений никаких нет. Но привычка покупать дешево, настолько дешево, насколько это в пределах человеческих сил, была в нем слишком сильна <...>.
- Мой дорогой, – мягко прошептал он. – Мне нужны только ножки. Возможно, потом я и найду какое-нибудь применение для ящиков, но все остальное, сам каркас, как верно заметил ваш друг, это просто дрова.
- Тогда тридцать пять, – сказал Рамминс.
- Не могу, сэр, не могу. Он того не стоит. Да и не к лицу мне торговаться. Нехорошо это. Сделаю вам окончательное предложение, после чего уйду. Двадцать фунтов.
- Согласен, – отрывисто бросил Рамминс. – Он ваш.
- Ну вот, – сказал мистер Боггис, стиснув руки. – И зачем он мне? Не нужно мне было все это затевать.
- Теперь уже нельзя отступить, святой отец. Сделка состоялась.
- Да-да, знаю. <...> Если я заеду на машине во двор, может, джентльмены не сочтут за труд погрузить его? <...> Моя машина стоит на дороге. Я мигом вернусь. <...> Мистер Боггис прошел через двор и, выйдя за ворота, направился по длинной колее через поле к дороге. <...>

Вопросы:

1. К каким категориям транзакционных издержек, в соответствии с классификацией Норта – Эггертссона можно отнести издержки мистера Боггиса, описанные в этом фрагменте? Выделите все возможные примеры. Аргументируйте свой выбор.

2. Сравните издержки измерения мистера Боггиса и Рамминса и определите стимулы к оппортунистическому поведению каждого из них. Аргументируйте свой ответ.

(3) – Вы держались молодцом, мистер Рамминс, – сказал ... Клод. – Думаете, он вам заплатит?

- А мы грузить не будем, пока не заплатит.
- А если комод не влезет в машину? – спросил Клод. – Знаете что, мистер Рамминс? Хотите знать мое мнение? Думаю, такая громадина в машину не войдет. И что тогда? <...> Уедет, и больше вы его не увидите. Как и денег. Он и не собирался покупать его <...> Да у священников и не бывает больших машин. <...> У меня идея. Он ведь нам сказал, что ему нужны только ножки. Так? Поэтому отпилим их быстренько, пока он не вернулся, вот тогда комод точно влезет в машину. <...>

Из сарая, прижимаясь к земле, точно лягушка, приковылял Рамминс с длинной пилой. Клод взял у него пилу и приступил к работе.

– Подальше отпиливай, – сказал Рамминс. – Не забывай, что он хочет приладить их к другому столику. <...>

Ножки отскакивали одна за другой, и, когда все были отпилены, Берт нагнулся и аккуратно сложил их стопкой. <...>

– Ему только ножки нужны, – сказал Рамминс. – Если остальное не поместится, то пусть оставляет. Жаловаться ему не на что. Ножки он получит.

– Ну уж не скажите, мистер Рамминс, – терпеливо проговорил Клод. – Вы не хуже меня знаете, что он начнет сбивать цену, если все до последнего кусочка не втиснет в машину. <...> Поэтому почему бы нам не отдать ему все его дрова – и дело с концом? Где тут у вас топор? <...> Работа была тяжелая, и прошло несколько минут, прежде чем он более или менее разнес комод на куски. <...>

– А вовремя мы успели! – крикнул Рамминс. – Вон он идет!

Вопросы:

Покажите взаимосвязь между транзакционными издержками мистера Боггиса *ex ante* и *ex post*.

Кейс 22. Влияние репутации компании на величину транзакционных издержек

1. Деловая репутация компании во многом определяет ее возможности в привлечении средств, поиске стратегических инвесторов и партнеров, построении отношений с властью. С каждым годом это утверждение все больше применимо к российскому бизнесу.

2. **Спасибо Вам за посещение нашего сайта.** Предлагаем Вам содействие в выполнении и информационную поддержку: рефератов, курсовых и контрольных работ, дипломов, кандидатских и докторских диссертаций по экономическим, юридическим, общественным, гуманитарным, техническим дисциплинам. В течение 7 лет нами было подобрано и систематизировано огромное количество информации для рефератов, контрольных, курсовых, дипломных и диссертационных работ, Украины, России, и других стран.

Заказ работы: предполагает индивидуальное выполнение работы с сопровождением до успешной сдачи и устранением, при необходимости, недочетов в рамках уже уплаченной суммы.

Пишите: постараемся учесть все Ваши пожелания и найти оптимальное решение Вашей проблемы.

Ответ на Ваш запрос мы дадим в обязательном порядке, независимо от того сможем помочь или нет, беремся только за те задания в которых досконально разбираемся, поэтому если Ваш заказ окажется вне компетенции наших специалистов, тогда увы, будем вынуждены вам отказать, так как руководствуемся принципом лучше не сделать вообще, чем сделать плохо.

Принципы нашей работы:

1. *Профессионализм.* Каждая работа выполняется только специалистами со стажем работы, обычно это преподаватели вузов. Мы не доверим выполнение вашей работы непрофессионалу.

2. *Индивидуальный подход к каждому.* В любой работе могут быть особенности, которые возникают вследствие специфики конкретного вуза, пожеланий преподавателя и т.д. При написании работы наши сотрудники в обязательном порядке учитывают требования заказчика.

3. *Максимально короткие сроки исполнения.* Мы всегда стремимся выполнить работу в срок. Но ни в коем случае не приносим в жертву качество выполнения работы. Объемные научные работы не пишутся в течение одного дня, а требуют более длительного срока на изучение проблематики темы и написания качественной работы.

4. *Эксклюзивность каждой работы.* Все работы пишутся в индивидуальном порядке с «чистого листа», пользуясь только собственными наработками, научной и периодической литературой. Ни одна работа не пишется с использование рефератных заготовок с CD или интернет. Вы ни в коем случае не обнаружите аналогичную работу у своего знакомого или где-либо в открытом доступе, поскольку мы гарантируем уникальность каждой выполненной работы.

5. *Честность и порядочность.* Беремся только за те задания, в которых досконально разбираемся, поэтому если Ваш заказ окажется вне компетенции наших специалистов, тогда увы, будем вынуждены вам отказать.

6. *Бесплатные доработки.* У вашего преподавателя могут возникнуть какие-либо дополнительные пожелания (исправления) уже после выполнения работы. Это не значит, что работа выполнена «неверно» – каждый преподаватель видит тот или иной вопрос по-своему. Но если такая ситуация все же возникнет, смело обращайтесь к нам, мы в кратчайшие сроки устраним все недостатки. Естественно, бесплатно.

7. *Устойчивая связь.* В любой момент вы можете позвонить по телефонным номерам, указанным в разделе «О нас» и уточнить интересующие Вас вопросы.

8. *Обман исключен.* Мы уже не первый год предоставляем услуги по написанию рефератов, курсовых, дипломных работ, а также диссертаций. Нам не выгодно «обманывать» своих клиентов, ведь 1 довольный клиент это 5 новых. Мы ценим своих клиентов, а вместе с тем и свою репутацию.

Деятельность осуществляется на основе свидетельства о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности № XXX от 15.02.1999 г., выданного...

Вопросы:

1. В соответствии с классификацией Норта – Эггертссона, приведите примеры транзакционных издержек заказчиков курсовых работ (по одному примеру на каждый тип транзакционных издержек).

2. На основе приведенных примеров покажите, как хорошая репутация фирмы, продающей курсовые работы, оказывает влияние на транзакционные издержки заказчиков.

3. К какой категории товаров, согласно структуре издержек измерения, можно отнести купленную курсовую работу? Охарактеризуйте стимулы к оппортунистическому поведению продавцов и покупателей курсовых работ.

4. Какие способы снижения издержек измерения использует компания, продающая работы?

Кейс 23. Транзакционные издержки получения высшего образования

1. В Россию пришел единый экзамен

Более мучительной процедуры поступления в вуз, чем в России, придумать трудно, и такого нет ни в одной стране мира. Все знают: школьные экзамены ничего не стоят. Нервы себе дети, конечно, портят, но вузам это глубоко безразлично. На переходе от школы в вуз родители тратят более 1 миллиарда долларов. На репетиторов (их нанимают не в последний год, а за два, а то и за три года до поступления), на дополнительные занятия в школе, наконец, на элементарные взятки. Не говоря уже о проезде из дальних регионов в Москву или даже в областной центр, расходы на подготовительные курсы и просто на то, чтобы жить в чужом городе во время экзаменов.

Но самое главное, что никакие экзамены не дают представления о том, насколько будущий студент и специалист сознательно выбрал этот вуз и эту профессию. По архаичной системе отечественного высшего образования к профессии начинают целенаправленно готовить с первого курса, что уже давно признано не самым лучшим способом. Гораздо эффективнее два-три года глубоко осваивать гуманитарный слой культуры, а уж потом становиться экономистом, врачом или юристом.

Вспомните – сколько ваших сокурсников сознательно выбрали профессию уже на первом курсе? Сколько из них добились успеха по избранной специальности? Уверен – единицы, а многие добились его совсем не в той области, к которой готовились в институте.

2. Покупка диплома в России в последнее время стала очень актуальной темой. Сейчас в России сложилась довольно своеобразная ситуация с образованием и трудоустройством. Многие работодатели взяли на вооружение псевдо-западную модель – то есть они стремятся брать на работу только тех, кто имеет диплом о высшем образовании. Мы называем такую модель «псевдо-западной», так как в подавляющем большинстве случаев наличие такого диплома нужно работодателям только для «галочки». Парадоксально, но при этом многих работодателей действительно больше интересует именно диплом, а вовсе не знания! И очень многим специалистам, в том числе с большим стажем, ничего не остается кроме как идти за дипломом на заочные или вечерние отделения российских вузов. Обращаем внимание, идти именно за дипломом, а не за знаниями! При этом очевидно, что этим людям приходится платить за обучение большие деньги и,

помимо этого, терять драгоценное время, которое можно было бы вместо этого посвятить дальнейшей карьере.

3. На работу – с липой в кармане

Судя по объявлениям о вакансиях, высшее образование необходимо чуть ли не каждому из желающих найти хорошую работу. Что же в этой ситуации делать тем, у кого нет ни заветных вузовских «корочек», ни времени на учебу? Может быть, стоит купить себе диплом и не мучаться?

Говорят, сделать это совсем не сложно: в обмен на свои «зеленые» вы приобретете такой документ, что «комар носа не подточит». Наш корреспондент решил проверить, так ли это на самом деле, и действительно ли можно получить работу с «липой» в кармане.

ВСЕ ПО 200 ДОЛЛАРОВ. В Москве есть несколько общеизвестных мест, где можно купить любой документ. В первую очередь это метро. Двух женщин с обычными картонными табличками, на которых от руки было написано «Дипломы, аттестаты», я нашла на станции «Перспект Мира».

– А МГУшный диплом сможете сделать? – спросила я, подойдя поближе.

– Конечно! Любой вуз, любой факультет, с «орлами» или советским гербом на обложке – на ваш выбор.

Естественно, я поинтересовалась стоимостью «корочек».

– Дипломы идут по 200 дол., – сказала одна из женщин. – Если для вас это дорого, давайте оформим свидетельство о повышении квалификации. Оно дешевле, всего 100 дол.

– Нет, мне нужен именно диплом, – ответила я. – Но прежде чем брать, хотелось бы посмотреть на бланк.

Женщины объяснили, что при себе бланков не держат, они у них в машине на улице. Мы поднялись наверх и молодой человек, назвавшийся Олегом, откуда-то из-под сиденья достал несколько синих бланков и протянул один из них мне. Качество на мой неискушенный взгляд было вполне приличным, если бы я не знала, что это «липа», то вряд ли бы догадалась. Но то я, а то – руководство компаний. Вдруг они заметят в бланке что-то такое, на что я не обратила внимания, и захотят убедиться в подлинности документа?

– Проверку такой диплом не выдержит, – честно признался Олег. – Чтобы никто не смог придраться, его нужно зарегистрировать в вузе. Мы за такое не беремся, этим занимаются другие фирмы. Но имейте в виду: обращаясь к ним, вы сильно рискуете: вас могут элементарно обмануть. Скажут, что «провели» диплом по всем правилам, вы заплатите кругленькую сумму, а получите точно такой же документ, как наш. Проверить вы этих продавцов не сможете, всем подряд информацию о своих выпускниках вузы не сообщают. Да и длиться такое оформление будет неизвестно сколько. А у нас вы сегодня вносите предоплату, сообщаете все необходимые данные и уже завтра забираете готовый диплом.

Еще одно место встречи продавцов и покупателей высшего образования – Интернет. На виртуальных «барахолках» предложения – на любой вкус и цвет, в том числе и от тех, кто берется сделать документ, практически не отличающийся от официального. Отправив послание по одному из таких электронных

адресов, в ответ я получила письмо с расценками. Если верить его автору, зарегистрированные дипломы стоят от 2–2,5 тыс. дол. и выше, деньги переводятся на указанный счет в банке. К письму был прикреплен файл с табличкой. В нее мне предлагали внести данные, которые я бы хотела видеть в своем дипломе. Предоставить мне готовые корочки автор письма обещал примерно через неделю после того, как денежки «упадут» на его счет.

ДОВЕРЯЮТ, НО ПРОВЕРЯЮТ. Побывав в роли покупателя заветных «корочек», я решила «примерить» на себя роль работодателя, пожелавшего проверить подлинность предъявленного ему документа. Может быть, Олег, продавец из метро, был действительно прав, и ни один вуз не дает сведения о своих выпускниках?

Начала, естественно, с МГУ. Звоню в учебную часть журфака. Представляюсь менеджером по кадрам одной из солидных московских компаний. Интересно, как я могу узнать, действительно ли один из кандидатов на нашу вакансию закончил университет.

– Конечно, можете, – тут же отвечают мне. – Как, вы говорите, зовут вашего кандидата?

Как видите, все оказалось предельно просто. Один звонок – и все тайное станет явным.

Позвонив еще в несколько московских вузов, я спросила, часто ли к ним обращаются работодатели с просьбой проверить подлинность дипломов. «Не часто, но бывает, – отвечали практически везде.

ПОДВЕДЕМ ИТОГИ. *Итак, купить диплом в Москве не проблема.* Но и проверить ваши «корочки» работодателю при желании тоже не составит особого труда. Так что советуем перед покупкой тщательно взвесить все «за» и «против». Возможно, приобретя документ о высшем образовании, вы и получите желаемую работу, но хочется ли вам жить в постоянном страхе? Ведь с этих пор над вами нависнет «дамоклов меч» разоблачения. Если же оно действительно произойдет, увольнение – не самое худшее из того, что вас ожидает.

В статье 327 Уголовного кодекса РФ говорится о том, что наказанию подлежат не только изготовители подделок, но и те, кто этими подделками пользуется. Дословно в законе говорится следующее: «использование заведомо подложного документа наказывается штрафом в размере от ста до двухсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного до двух месяцев, либо обязательными работами на срок от ста восьмидесяти до двухсот сорока часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо арестом на срок от трех до шести месяцев».

Вопросы:

1. В соответствии с классификацией Норта – Эггертссона, приведите примеры транзакционных издержек (по 1–2 примера на каждую категорию), с которыми сталкиваются люди, решившие купить диплом о высшем образовании.

2. В соответствии с классификацией Норта – Эггертссона, приведите примеры транзакционных издержек (по 1–2 примера на каждую категорию), с которыми сталкиваются люди, решившие получить диплом о высшем образовании, пройдя обучение в вузе.

3. Сравните транзакционные издержки покупки диплома с транзакционными издержками получения образования. В каком случае транзакционные издержки *ex ante* будут выше? В каком случае транзакционные издержки *ex post* будут выше?

Кейс 24. Классификация транзакционных издержек Норта – Эггертссона: виртуальные магазины

Британские покупатели уходят в Интернет

Согласно опросу, проведенному маркетинговым агентством Verdict, британцы предпочитали интернет-шопинг из-за того, что в стране увеличивается продолжительность рабочей недели, улучшается доступ в Интернет, а компании-продавцы предлагают более удобный сервис и обеспечивают гарантию сохранности данных о реквизитах банковской карты. Кроме того, в Интернете гораздо удобнее, чем в обычных магазинах, сравнивать цены различных продавцов, выбирая наиболее оптимальное соотношение между ценой и качеством товара.

Самыми популярными товарами для покупок через Сеть стали книги, музыка и видео (на их долю пришлось 20 %), а также электроника (19 %). Те товары, которые требуют примерки (как одежда и обувь), пока занимают незначительную долю интернет-рынка (15 % против 54 % в целом по сектору розницы). Правда, онлайн-продажи быстро растут по всем секторам, включая продукты питания.

Преимущества интернет-магазина автозапчастей для иномарок компании «Вит-Авто»:

- Низкие цены (ниже цен магазинов и сервисных центров).
- Широкий выбор автозапчастей (более 20 000 наименований).
- Практически все автозапчасти в каталоге имеют фотографию.
- Бесплатная экспресс-доставка в пределах г. Санкт Петербург (от 1 часа) при заказе от 200 у.е.

• Качество автозапчастей: Мы гарантируем высокое качество предлагаемых нами автозапчастей. Предлагаем Вам автозапчасти как новые запчасти различного ценового и качественного уровня, так и б/у запчасти оригинального производства в наличии и под заказ с европейских разборок. Все автозапчасти сертифицированы и официально распространяются на территории РФ.

• Гарантии: Наша гарантия на запчасти полностью соответствует гарантии производителя. Покупатель имеет право вернуть бракованные запчасти и получить возврат стоимости. Если запчасти не подходят по вине поставщика, мы гарантируем замену либо возврат денег в течение 1 недели.

Обмен запчасти по гарантийному случаю или возврат денег компания «Вит-Авто» гарантирует в течение 2-х недель с момента покупки.

Виртуальные магазины призывают к ответу

Госдума приняла в первом чтении поправки в Гражданский кодекс и закон «О защите прав потребителей», касающиеся дистанционной торговли: через Интернет, каталоги и телемагазины. Сейчас люди, приобретающие товары таким путем, практически не защищены законом, а торговцы ни за что не несут ответственности. После вступления поправок в силу в законе будут прописаны обязанности продавцов и права покупателей. В частности, люди, заказавшие товар, смогут отказаться от него до его доставки или в течение десяти дней после. Кроме того, депутаты хотят обязать импортеров отвечать перед потребителями за качество ввезенного товара – до сих пор продавцы предлагали обратиться с претензиями непосредственно к производителю.

Вопросы:

Классификация транзакционных издержек Норта – Эггертссона:

1. На основе данного текста приведите примеры транзакционных издержек (по одному примеру на каждую категорию издержек), возникающих до заключения контракта. Аргументируйте выбор примеров.
2. Каковы способы минимизации этих издержек?
3. Каким образом такие механизмы принуждения к исполнению контракта, как репутация и защита правовой системы, могут снизить издержки *ex post*? От чего зависит их эффективность?
4. Сравните структуру транзакционных издержек покупателей, которые делают покупки в обычных магазинах и в Интернет-магазинах.

Кейс 25. Классификация транзакционных издержек Норта – Эггертссона и участие в интернет-коммерции

Внедряя системы управления торговлей и закупками, компания автоматизирует только свои внутренние бизнес-процессы. Но ядром торговли является взаимодействие между покупателем и продавцом, и здесь автоматизация требует решений другого рода. Обычно в этом случае используются B2B-порталы, или электронные торговые площадки (ЭТП).

С технической точки зрения ЭТП – это веб-сайт, который настроен для проведения ряда бизнес-транзакций. Доступ к portalу получают либо все желающие, либо участники, перечислившие абонентскую плату, либо только те, кого определил владелец portalа.

Выделяют несколько типов B2B-порталов: универсальные, отраслевые, корпоративные. Универсальные и отраслевые создаются либо игроками рынка, либо независимыми операторами – банками, ИТ-компаниями, консалтинговыми группами. Задача таких ЭТП – организовать единое пространство, где участники рынка могут размещать коммерческие предложения или заказы, выбирать оптимальные варианты партнерства, обмениваться запросами, непосредственно заключать сделки в онлайн-режиме. Отраслевые порталы отличаются тем, что ориентированы на компании, принадлежащие к определенной отрасли, поставляющие аналогичные или дополняющие друг друга продукты. Универсальные

ЭТП не имеют таких ограничений. Пример универсального B2B-портала – iTenders, здесь публикуются объявления, коммерческие предложения и запросы, организуются открытые и закрытые тендеры (для любых продуктов и отраслей). В числе отраслевых ЭТП можно назвать порталы eMatrix, «Химический форум» и др. Главное преимущество отраслевых и универсальных B2B-порталов состоит в том, что они позволяют пользователям искать оптимальные предложения (низкие цены, скидки, выгодные условия поставки) или новые каналы продаж.

Пользователям универсальных и отраслевых B2B-порталов помимо возможности публиковать объявления и запросы предлагается ряд дополнительных услуг. Это может быть доступ к систематизированным новостным и аналитическим материалам, маркетинговые услуги, возможность размещать заявки на страхование, кредитование, лизинг, а также на оценку и контроль качества товара.

Ряд ЭТП поддерживают частичную интеграцию с корпоративной информационной системой: они, например, могут автоматически извлекать каталог товаров из учетной системы предприятия или передавать информацию в бухгалтерскую программу для оформления платежных документов. Некоторые B2B-порталы предлагают также доступ к системам электронных расчетов, что позволяет сразу при заключении сделки совершить оплату и проконтролировать получение средств.

Трудностей при автоматизации B2B-торговли немало. Первая из них связана с недостаточно четкой законодательной базой. Действующая редакция закона «Об электронно-цифровой подписи», по мнению большинства экспертов, тормозит развитие рынка ЭТП. При этом законодательство не содержит требований к процедурам электронной торговли и документооборота, условий, при которых электронный документ приравнивается к бумажному. Заключению сделок это не мешает, однако впоследствии весьма вероятны проблемы при общении с контролирующими органами. В связи с этим немногие операторы B2B-порталов поддерживают заключение сделки в онлайн. Большинство общедоступных B2B-площадок – это, по сути, электронные каталоги, а не системы автоматизации коммерческого оборота. Однако и пользователи тех площадок, где возможно электронное заключение контракта, непременно дублируют соглашения в традиционной форме.

Другая сложность с внедрением ЭТП – все еще невысокий уровень развития ИТ и телекоммуникаций. Для эффективной работы на B2B-площадках, как корпоративных, так и внешних, целесообразно, чтобы компания уже автоматизировала ряд важных бизнес-процессов.

Наконец, развитию B2B-проектов мешает банальный недостаток опыта и традиций делового оборота, связанных с работой на ЭТП, недоверие к электронным сделкам и системам электронных платежей.

Вопросы:

1. В данном тексте приведите примеры того, как ЭТП дает возможность пользователям снизить транзакционные издержки поиска информации.

2. Выделите в данном тексте три категории издержек ведения переговоров. Приведите под одному примеру на каждый тип издержек. Снизит ли использование ЭТП эти издержки?

3. От чего зависит эффективность ЭТП в снижении транзакционных издержек до заключения контракта? Аргументируйте свой ответ.

4. Как повлияет введение ЭТП на транзакционные издержки пользователей после заключения контракта? Почему?

Кейс 26. Новые оказались подержанными: что делать неинформированным Покупателя

В вечном конфликте продавец – покупатель без помощи представителей закона не обойтись.

Если вы решили купить подержанный автомобиль, то вы поедете на автомобильный рынок. Если новый – в автосалон с наиболее раскрученным именем. А вот где гарантия, что там вам продадут действительно новый автомобиль? Представители Общества защиты прав потребителей утверждают, что в Москве подержанные иномарки продают под видом новых, и даже называют адреса неблагонадежных салонов. Впрочем, сами продавцы авто на обвинения реагируют спокойно.

Надежны ли крупные дилеры? В Общество защиты прав потребителей все чаще стали обращаться автолюбители, которые приобрели в автосалоне автомобиль, не соответствующий даже средним нормам качества. Представитель ОЗПП Михаил Аншаков заявил корреспонденту газеты «ВЗГЛЯД», что среди названий неблагонадежных автосалонов встречаются и самые известные. О прецедентах, связанных с двумя из них – «Инком-Авто» и «Рольф», – Аншаков рассказал подробнее.

В начале апреля клиент приобрел в салоне «Инком-Авто», который находится в Москве на 2-й Черногорязской улице, дом 6, новый автомобиль «Opel Frontera» стоимостью 440 тыс. р. 8 апреля он забрал автомобиль из салона, однако долго на нем не проездил – в тот же день он был вынужден обратиться в автосервис. В сервисе машину осмотрели и пришли к выводу, что машина находится в аварийном состоянии, и ремонт будет стоить около 50 тыс. р. Покупатель написал претензию в адрес автосалона, в которой потребовал вернуть деньги за автомобиль и возместить убытки. В салоне деньги за машину вернули без разговоров, но ущерб сверх стоимости машины оплачивать отказались. Клиент обратился в суд. По словам Аншакова, впоследствии выяснилось, что в автосалоне о неисправности машины знали, так как ее уже один раз возвращали по той же причине.

Другая история связана с ООО «Рольф». Там покупатель приобрел «Mitsubishi Lancer» за 13 600 дол. – новый, как полагал клиент. С ним произошла та же самая история – практически в тот же день он был вынужден прибегнуть к помощи работников автосервиса. После осмотра машины клиенту указали на то, что на автомобиле произведен кузовной ремонт – краска на разных деталях автомобиля отличалась по цвету. Когда владелец автомобиля обратился в автосалон

ООО «Рольф» с претензией, в которой он требовал заменить автомобиль на аналогичную новую машину, ему отказали. При этом в салоне признали, что в машине было заменено лобовое стекло и проведены кузовные работы, однако все это объяснили проведением необходимой предпродажной подготовки машины.

По некоторым данным, за несколько дней до продажи автомобиля несколько фур, которые везли «Mitsubishi» именно для этого автосалона, попали в ДТП и перевернулись на дороге. Сотрудники автосалона покупателям об этом не сообщали.

Решайте вопросы в суде. Между тем автодилеры смотрят на эту ситуацию иначе и свою позицию считают вполне правомочной. Исполнительный директор автосалона «ИнкомАвто» на 2-й Черногрязской улице Алексей Дорофеев рассказал корреспонденту газеты «ВЗГЛЯД», что новый «Opel Frontera» никак не мог стоить 440 тыс. р. (это около 16 тыс. дол.). «Такая машина стоит около 35 тыс. дол., зачем нам торговать в ущерб себе? За такую цену можно приобрести только поддержанную машину указанной модели. Он добавил, что клиенты иногда привозят автомобили на комиссию и салон продает их в розницу по соответствующей цене». В этой связи Дорофеев подчеркнул, что речь не идет о новых машинах, а значит, и о гарантии тоже. В ООО «Рольф» сотрудники оказались менее разговорчивы. После длительного общения с несколькими из них выяснилось, что в настоящее время никто не может комментировать ситуацию.

В качестве страховки при покупке нового автомобиля специалисты ОЗПП посоветовали пригласить с собой квалифицированного эксперта. Ну а если все-таки с новым автомобилем возникли проблемы – обращаться в суд.

Вопросы:

1. К какому виду оппортунистического поведения можно отнести поведение салонов «Рольф» и «Инком-Авто»? Аргументируйте свой ответ.
2. Почему в рассмотренной ситуации у автосалона появляется возможность вести себя оппортунистически? Аргументируйте свой ответ.
3. Какой способ решения проблемы оппортунистического поведения автосалонов предлагается использовать покупателям? Оцените эффективность этого способа. Как называются действия, предпринимаемые покупателями в данной ситуации с целью предотвратить оппортунистическое поведение автосалонов?
4. Существуют ли другие способы решения проблемы оппортунистического поведения автосалонов?

Кейс 27. Сага о Форсайтах: Проект нового дом

1. Сомс внимательно разглядывал гостей <...>. У него были основания наблюдать за Босини, основания, связанные с давно взлелеянным планом одной постройки.

Архитектор, пожалуй, годится для его целей. <...> Дом нужно выстроить в хорошем стиле, чтобы стоимость его сразу бросалась в глаза, – что-нибудь единственное в своем роде, как дом Паркса с башней; но Паркс сам рассказывал, что архитектор разорил его. От этих людей всего можно ждать; если архитектор

с именем, он втравит в такие расходы, что только держись, да еще заставит считаться со своими причудами. Брат же рядового архитектора не стоит – башня Паркса исключала всякую возможность приглашения рядового архитектора. Вот почему Сомс подумал о Босини. <...> Босини на вид очень толковый малый, но помимо всего прочего у него есть одна черта – чрезвычайно привлекательная: в деловом отношении он несомненный простачок – денежный вопрос с ним будет не трудно уладить. Сомс пришел к этому выводу без всякого намерения надуть Босини: таков был способ мышления у него, и у всякого хорошего дельца – у тысячи хороших дельцов, сквозь толпы которых он пробирался по Ледгэйт-Хилл. <...>

2. «Слоун-стрит 309Д 15 мая.

Дорогой Форсайт!

Постройка Вашего дома закончена, и я считаю свои обязанности выполненными. Но прежде чем продолжать внутреннюю отделку, которую я взял на себя по вашей просьбе, мне бы хотелось предупредить вас, что я согласен работать только в том случае, если мне будет предоставлена полная свобода действий. <...>

Я еще раз прошу вас обдумать, согласны ли вы поручить мне отделку дома, или нет. Что касается меня, то я предпочел бы последнее.

Но имейте в виду, что, взяв на себя эту работу, я буду действовать совершенно самостоятельно и не потерплю никакого вмешательства.

Если я возьмусь за дело, я выполню его как следует, но мне нужна полная свобода действий.

Готовый к услугам Филипп Босини».

«Форсайт, Бастард и Форсайт».

Поверенные в делах. Полтри, Бранч-Лейн 2001 17 мая 1887 г.

Дорогой Босини!

Ваше письмо немало удивило меня. Мне казалось, что вы всегда пользовались абсолютной «свободой действий», так как я не помню ни одного случая, чтобы те соображения, которые я имел несчастье высказывать, были бы приняты вами во внимание. Предоставляя вам, согласно вашей просьбе, «полную свободу действий», я бы хотел, чтобы вы уяснили себе, что общая стоимость дома со всей отделкой, включая ваше вознаграждение (согласно нашей договоренности), не должна превышать двенадцати тысяч фунтов <...>. Эта сумма дает очень широкие возможности и, как вы знаете, сильно превышает мои первоначальные расчеты.

Всегда готовый к услугам Сомс Форсайт».

«Филипп Бэйнз Босини Архитектор. Слоун-стрит 309Д 18 мая.

Дорогой Форсайт!

Если вам кажется, что в таком сложном вопросе, как отделка дома, я могу связать себя определенной суммой, то вы ошибаетесь. Я вижу, что вы тяготитесь нашим договором и мной самим, и поэтому предпочитаю отказаться.

Ваш Филипп Бэйнз Босини».

«Монпелье-сквер 62, 19 мая 1887 г.

Дорогой Босини!

Я думаю, что в наших обоюдных интересах было бы крайне нежелательно бросать дело в данной стадии. Я вовсе не хотел сказать, что перерасход суммы, указанной в моем письме, на десять, двадцать и даже пятьдесят фунтов послужит поводом для каких-либо недоразумений между нами. Поэтому прошу вас подумать еще, прежде чем отказываться. Вам предоставлена «полная свобода действий» в пределах, указанных в нашей переписке, и я надеюсь, что при этих условиях вы сумеете закончить отделку дома, которую, как я знаю, трудно ограничить определенной суммой.

Готовый к услугам Сомс Форсайт».

«20 мая.

Дорогой Форсайт!

Согласен.

Ф. Босини».

Оговорив в письме к Босини свои условия, о которых уже упоминалось выше, Сомс перестал думать о деньгах. Он считал, что окончательная стоимость постройки установлена совершенно точно, и возможность превышения ее просто не приходила ему в голову. Услышав от Босини, что сверх сметы в двенадцать тысяч фунтов истрачено еще около четырех сотен, Сомс побелел от ярости. <...> Сомс уже не раз бранил себя за бесконечные перерасходы, которые он позволил архитектору. Однако последние траты совершенно непростительны со стороны Босини. Как это он так сглупил, Сомс не мог понять; но факт был налицо.

Вопросы:

1. К какому типу оппортунистического поведения относится перерасход денег архитектором Босини при постройке и отделке дома для Сомса Форсайта? Почему?

2. Выделите причины, которые сделали возможным такое поведение архитектора.

3. В чем заключалась основная задача Сомса, как принципала, при составлении контракта с Босини?

Кейс 28. Контракт с рестораном

1. *300 человек отравились в ресторан 20.12 10:02* Доброе имя сети ресторанов итальянской кухни «*Olive Garden*» («Оливковый сад») в одночасье оказалось под угрозой, после того как почти 300 посетителей в городе Индианаполис (штат Индиана) заразились пищевым вирусом. Все пострадавшие обратились за медицинской помощью с обычными в таких случаях симптомами: тошнота, рвота, диарея, в отдельных случаях – высокая температура. Три человека госпитализированы. Все зарегистрированные случаи заражения отмечены на прошлой неделе, с 9 по 13 декабря. Департамент здравоохранения штата Индиана приступил к проведению анализов, включая проверку остатков пищи, приготовленной в ресторане Индианаполиса. В зависимости от их результатов, которые должны быть известны к моменту публикации этой заметки, будет сделан вывод, существует ли угроза заражения для посетителей ресторанов этой фирмы в других графствах и штатах. «Компания «*Olive Garden*», – сказано в пресс-релизе ресторанной сети, – оказывает департаменту здравоохранения необходимое содействие в расследовании инцидента и временно закрывает ресторан, где заражение было, возможно, по причине гриппа, перенесенного некоторыми работниками». Одновременно подчеркивается, что инцидент по-прежнему считается единичным и клиентам незачем волноваться по поводу посещения других ресторанов этой фирмы.

2. *Re: Это на один шажок...*

<...> Что же касается «МакДональдса», то сеть эта обладает следующим свойством – ни в одном из ее заведений нельзя отравиться, еда там всюду сделана по некоторому, пусть и не очень

изысканному, стандарту, причем базовый гамбургер будет иметь очень схожий вкус, будь это «МакДональдс» в Неншвилле, штат Техас, Каире или Пекине. Собственно, сетевые фаст-фуды и сам «МакДональдс» появились в Америке в период автомобилизации – если Вы попадаете в незнакомый город, искать там [место поесть] стремно, потому что у придорожного [заведения] потребитель одноразовый, и кормить их можно любой гадостью.

3. *Советы юрист.* Каков алгоритм действий человека, который поужинал в ресторане и отравился там. У нас на работе был такой случай. Поскольку мы были всем коллективом, и отравился каждый второй, нам предложили компенсацию (не официально) – примерно треть от суммы счета.

Татьяна

На вопрос отвечает адвокат Ольга Купреенко, Адвокатское бюро «Шахов и партнеры»

Вам необходимо:

- 1) обратиться к врачу;
- 2) получить от врача справку о состоянии здоровья с указанием, чем могло быть вызвано отравление;
- 3) обратиться с иском в суд о возмещении морального вреда и материального ущерба;

4) вам причитается возмещение расходов понесенных за «ужин», лекарств и символическая компенсация морального вреда за «нервы».

Вопросы:

1. К какому виду оппортунистического поведения относится продажа в ресторане некачественных блюд? Аргументируйте свой ответ. Какие факторы обуславливают возможность такого поведения ресторана?

2. В каком случае у ресторана меньше стимулов нарушать контракт: когда это известный сетевой ресторан или когда ресторан не является известным и не входит в сеть? Почему?

3. Какие способы борьбы с оппортунистическим поведением доступны посетителям ресторанов?

Кейс 29. Полис по зубам: возможности оппортунистического поведения до Контракта

Сегодня в Москве работают около 800 стоматологических клиник и кабинетов. Спрос на услуги зубных врачей остается стабильным. Люди, готовые мириться с другими расстройствами здоровья, недолго способны выносить зубную боль. Страховщики просто не могли оставить без внимания столь емкий сегмент медицинского рынка.

На рынке представлены две разновидности страховой «стоматологии». Чаще всего набор зубоврачебных процедур покрывается в рамках традиционных программ добровольного медицинского страхования (ДМС). В этом случае услуги по лечению зубов предлагаются вкуче с амбулаторно-поликлинической помощью в многопрофильных лечебных учреждениях. Но со временем стали появляться специализированные программы, предусматривающие прикрепление клиентов непосредственно к стоматологическим клиникам. Правда, операторы рынка пока настороженно относятся к подобным продуктам, не сомневаясь, однако, в их популярности у страхователей. Стремление владельцев полиса купить свое приобретение сполна, характерное для всего розничного ДМС, в «стоматологии» проявляется особенно часто. И чтобы сохранить рентабельность, страховщики регулируют риск убытков «большим количеством застрахованных, прикрепленных к клиникам, и жестким перечнем услуг, оказываемых по данным программам страхования».

По объему помощи весь ассортимент «зубных» продуктов можно условно разделить на три категории: эконом-, бизнес- и эксклюзив-класс. В нижней ценовой категории (от 150 дол.) пациентам доступны стандартные процедуры. Кроме как по кругу услуг, недорогие программы содержат ограничения по объему помощи, позволяя за год исцелить не более трех-четырех зубов. Продукты бизнес-класса (от 300 дол.) способны решать более масштабные задачи в области стоматологии. В них расширен и объем, и перечень услуг. Эксклюзивность же программы определяется включением в нее наиболее дорогостоящих видов стоматологической помощи. Разумеется, все ДМС-программы – от самых дешевых

до сверхдорогих – включают консультативные и диагностические услуги, а также столь необходимую в стоматологии анестезию.

Вопросы:

Приведите пример оппортунистического поведения, которое возникает между страховой компанией и пациентом до заключения контракта, ответив на следующие вопросы:

1. Как называется такой вид оппортунистического поведения?
2. Какая из сторон может вести себя оппортунистически?
3. Почему у нее появляется возможность вести себя оппортунистически?

Аргументируйте свой ответ.

4. К каким последствиям может привести ее оппортунизм?
5. Какие механизмы предотвращения предконтрактного оппортунизма используются в данной ситуации? Опишите их и оцените их эффективность.

Кейс 30. Дорогая халтура до контракта

Только немногим более половины построенных элитных домов сдается без серьезных недоделок.

Вопрос подбора субподрядчиков – не второстепенный при строительстве элитных объектов. От того, насколько профессионально проект будет воплощен в натуре, во многом зависит его место в престижной иерархии. И все больше девелоперов берегут свою репутацию, нанимая в субподряд самые профессиональные отечественные и зарубежные компании.

«От выбора участников в составе того или иного проекта зависит адекватность предложения на выходе», – говорит Тимур Сайфутдинов («Терра-Недвижимость»). Чтобы минимизировать риски, застройщикам нужно нанять подрядчиков, которые знают тонкости возведения элитного дома.

Как не ошибиться. Нанять хорошего подрядчика – задача непростая. Кайдо Каарма («Миэль-Недвижимость») отметил, что рынок диктует жесткие условия, в том числе и ценовые, поэтому желание сэкономить толкает подрядчиков на привлечение низкоквалифицированных строителей. «Это далеко не лучшим образом сказывается на качестве строительства», – отмечает он. Как отметил Тимур Сайфутдинов, молодая компания-подрядчик объявляет цены на свои работы намного ниже, чем известные строительные организации, что является привлекательным фактором для застройщиков.

«[Отбор] подрядчиков начинается задолго до объявления о тендере, – говорит Елена Дудко («Баркли»). – Застройщики элитного жилья проводят настоящую разведку, в ходе которой выясняются такие показатели, как сроки сдачи, уровень качества работ, которые вели потенциальные партнеры на других объектах». Первоначально по итогам тендера проводится отбор компаний, которые предлагают наиболее экономически выгодные условия. Среди отобранных компаний проводится повторный конкурс на предмет качества и сроков выполняемых работ в рамках одной ценовой политики. Главное, что требуется от подрядчика, – соблюдение сроков при безусловном качестве работ. Второе – хорошие

рекомендации. «Мы обязательно знакомимся с объектами, которые подрядчики строили раньше, беседуем с их предыдущими нанимателями. – Сарафанное радио в среде строителей и девелоперов работает очень хорошо. Если кто-то из подрядчиков прокололся, это сразу становится известно». Тем не менее случаи расторжения договоров между застройщиком и подрядчиком на рынке элитной недвижимости не являются исключительными. Основные претензии со стороны застройщиков – нарушение технологий, ведущих к ухудшению качества, срыв сроков.

Вопросы:

Приведите пример оппортунистического поведения, которое возникает до заключения контракта между строительной компанией и подрядчиком, ответив на следующие вопросы:

1. Как называется такой вид оппортунистического поведения?
2. Какая из сторон может вести себя оппортунистически?
3. Почему у нее появляется возможность вести себя оппортунистически?

Аргументируйте свой ответ.

4. К каким последствиям может привести ее оппортунизм? Какие механизмы предотвращения предконтрактного оппортунизма используются в данной ситуации? Опишите их и оцените их эффективность.

Кейс 31. Итальянское счастье: как предотвратить оппортунистическое поведение при покупке трюфелей

В свое время знаменитый гастроном Жан-Антельм Брийя-Саварен <...> назвал <...> белый трюфель – при всей его уродливости – «бриллиантом кухни». <...> Имя «бриллиант» вполне оправдано <...> рыночной стоимостью продукта. Белый трюфель из Читта ди Кастелло стоит 10–15 тыс. евро за кг, черный трюфель из Нурсии (Норчи) – 5 тыс. евро. <...> Существует и дешевый «летний» трюфель, стоимостью 80–100 евро за кг – он называется «скорцоне» и употребляется для промышленной переработки, для ароматизации соусов. Неискушенные нувориши часто бросаются на этот второсортный предмет роскоши и закупают его, считая первосортным, в отнюдь немаленьких количествах. Вообще же наипервейшей проблемой покупателя трюфелей являются фальсификаторы и жулики... Для них совсем нетрудно, располагая десятком трюфелями из Акваланьи (второсортными) и одним альбийским (бриллиантовым), подержать все одиннадцать вместе в закупоренном контейнере, и дешевые трюфели до того напитаются ароматом дорогого, что отличить их будет технически невозможно. Вот только впоследствии, при употреблении в пищу, от второсортных пойдет совсем не тот запах.

Является ли трюфель действительно альбийским или просто лежал с альбийским трюфелем рядом – это великий вопрос без ответа, и нет иных оснований для суждения, чем личное знакомство с продавцом и хорошая репутация конкретного трюфельного брокера.

Вопросы:

1. К какому виду оппортунистического поведения относится поведение фальсификаторов – продавцов трюфелей, выдающих второсортные трюфели за «бриллианты»? Аргументируйте свой ответ.

2. Почему у фальсификаторов есть возможность вести себя оппортунистически? К какому типу товаров (по величине издержек измерения) относятся трюфели?

3. На кого ложатся издержки измерения качества трюфелей в рассмотренной ситуации?

4. Как можно снизить издержки измерения качества трюфелей?

Кейс 32. Здравствуйтесь, доктор: возможности оппортунистического поведения врачей

1. Врач спортивной команды – это, конечно же, не только доктор, обязанный объединить своими познаниями разнообразнейшие специальности, – от психотерапевта до диетолога. Доктор, кроме всего прочего, еще и важный помощник тренера. Прежде всего, в учебно-тренировочном процессе, особенно в подготовительном периоде, когда просто необходимы постоянная коррекция и дифференцирование нагрузок.

Работа, требующая хорошей реакции ума и рук, зачастую на людях, а не в тиши врачебного кабинета. И наполовину, как правило, в чужих городах, где условия непредсказуемы.

Тут нужно особое призвание и долготерпение куда выше среднего. У доктора в команде – постоянные пациенты, от которых рецептом и больничным листом не отделаешься. Да и диагноз нужен мгновенно, и выбор лечения – тоже. И, безусловно, – результат. И все это удесятеряется в хоккее «жесточкой» и жесткой, больно жалящей шайбой, которую «твоим» игрокам то и дело приходится «брать на себя», а сверх того – непредсказуемыми их контактами с соперником. Здесь надо быть все время «в игре» и реагировать на каждого сменившегося со льда и перемахнувшего через борт. И успевать, пока не подойдет новая смена, кому примочку сделать, а кому и зашить рваную рану. Хотя врачебной специфики в каждом виде спорта хватает.

2. В сельской местности будет развиваться система врачей общей практики. Это врачи, которых до революции называли земскими, – каждый из них в своей работе по сути заменяет целую поликлинику и направляет своих пациентов к узким специалистам только в сложных случаях.

– Но ведь пациенты не всегда способны оценить качество работы врача. Не получится ли, что не лучший, но обходительный врач получит больше пациентов, чем знающий, но менее обаятельный?

– Этот вопрос компетенции Министерства здравоохранения. Оно совместно с организациями, представляющими врачебное сообщество, должно заботиться о том, чтобы в систему ОМС не попадали неквалифицированные специалисты. Органы здравоохранения должны добиваться, чтобы все, кто работает в этой сфере, выполняли медико-экономические стандарты.

– Не получится ли, что в погоне за деньгами ОМС врачи станут назначать больным ненужные и лишние процедуры? Такой опыт, к сожалению, уже есть в добровольном страховании.

– Это серьезная проблема. Если врач материально заинтересован в том, чтобы оказать как можно больше медицинских услуг, ему трудно оппонировать. Но в международной практике существуют способы сдерживать такие тенденции. Прежде всего это связано с методами оплаты лечебной помощи. В первичном звене врач или поликлиника в течение года получают деньги не за каждую оказанную услугу, а за весь контингент прикрепленных пациентов сразу. Они обязаны оказать больным помощь во всех обоснованных случаях, но должны уложиться в суммы, выделенные в расчете на определенное количество больных. Превышение этого лимита нужно специально объяснять страховой компании.

Вопросы:

1. У кого больше стимулов к оппортунизму - у спортивного врача или у сельского? Почему?

2. У кого больше стимулов контролировать работу врача – у владельца команды или у Министерства здравоохранения? Почему?

3. На основе информации из второго фрагмента приведите примеры пред- и постконтрактного оппортунизма врача. В силу каких факторов такое поведение становится возможным? Какие способы его предотвращения предлагаются? Оцените их эффективность.

Кейс 33. Как не стать жертвой вымогательства при покупке сотового телефона

Про карты «Memory Stick (Duo, Pro, Select, Micro)». Это уникальные карты памяти, разработанные всемирно известной компанией «Sony» исключительно для своей продукции. Именно поэтому «Sony Memory Stick» являются самыми дорогими картами на рынке. «Sony Memory Stick» – это даже не одна, а целое семейство карт памяти. В него еще входят «Memory Stick Pro», более скоростной вариант, и «Memory Stick Duo» – более компактная карта. Долгое время «Memory Stick» пользовались низкой популярностью из-за своей крайней медлительности (меньше 3 Мбайт) и низкого объема (не больше 128 Мбайт). Ситуация поменялась коренным образом с появлением «Memory Stick Pro». «Memory Stick» поддерживается всеми цифровыми фотоаппаратами «Sony Cybershot» и рядом мобильных телефонов «Sony Ericsson» (K750i, P910i, W800i, etc.) Совместимость: «Memory Stick Duo» – «Memory Stick» (с адаптером).

1. Карты Memory Stick в сотовых телефонах. Традиционно в «Sony Ericsson» применяются карты памяти своего стандарта «Memory Stick Duo». В силу не особо широкой распространенности и громкого имени производителя (это же «Sony»!) карточки стоят раза в два дороже, чем карты других форматов. В комплект к W800i входит карточка объемом в 512 Мбайт и стереогарнитура, поэтому телефон изначально готов к работе в качестве плеера. К K750i прилагается карта на 64 Мбайт. Хватит только снимать (а камеры в этих телефонах

просто великолепные) и попробовать встроенный плеер. Так что только приобретением новенького *K750i* траты не ограничатся.

2. *Карты Memory Stick в фотоаппаратах.*

Отзывы о «Sony DSC-V1» (Добавлено: 9 ноября 2005 г.)

Долго описывать не буду, скажу только, что когда сотню сделанных на ней фотографий отпечатал в минилабе, на конверте с готовыми фотографиями «минилабщиками» была сделана надпись: «Узнать, что за фотоаппарат!?!». Этим все сказано!

Недостатки известны: слабый аккумулятор, дорогая память («*Sony Memory Stick*») и заметные хроматические aberrации на некоторых режимах (впрочем, это свойственно многим камерам данного класса).

Хотелось бы также надеяться, что в ближайшем будущем нового витка «войны стандартов» на этом рынке не произойдет. Что же касается «*Memory Stick*» – здесь, наверное, есть смысл подумать, настолько ли хорош гаджет, чтобы «подсаживаться» на эти дорогие карты расширения.

Вопросы:

Почему у компании «Sony» есть возможность устанавливать высокие цены на карты памяти «*Memory Stick*»? Аргументируйте свой ответ, используя логику теории неполных контрактов.

Кейс 34. Берегись недобросовестных риэлторов!

1. *Зачем нужен риэлтор?* С проблемой покупки, продажи или обмена жилья рано или поздно сталкивается каждый. Квартиру можно приобрести как самостоятельно, так и прибегая к услугам риэлторов. Если идти первым путем, то покупатель может столкнуться со следующими препятствиями.

Во-первых, в самом худшем случае понравившаяся квартира может иметь «плохое прошлое», а располагающий к себе покупатель – оказаться мошенником. Конечно, такой откровенный криминал на рынке жилья встречается не часто, но скользких мест в истории квартир полным-полно.

Во-вторых, Вы можете приобрести квартиру, продавцы которой – милейшие люди и сами не знают о недочетах в ее истории, которые через некоторое время могут проявиться самым неприятным для Вас образом. В лучшем случае, если выбранная квартира безупречна (при покупке), а покупатель (при продаже) – честнейший человек, возникает необходимость передачи (принятия) авансового платежа и подписания предварительного соглашения, в которое хорошо бы внести все необходимые Вам условия сделки, предварительно продумав все последствия оговоренных условий, и не включить все, ущемляющее Вас. А у противоположной стороны имеется жесткий представитель (риэлтор), и он на Вас давит и давит (он ведь отстаивает интересы, которые часто противоположны Вашим).

В-третьих, предположим, Вы юридически «подкованы» и вообще твердый человек. Вы сами понимаете, под чем можно подписываться, а под чем не стоит, советники Вам не нужны. Тогда можно предположить, что Вы – весьма

занятой человек и Вам некогда искать квартиру (ежедневно рано-рано покупать «Из рук в руки» и т.д., обзванивать множество телефонов, вести утомительные беседы и подолгу договариваться о встречах), или что Вам не слишком комфортно искать покупателя (давать рекламу, отвечать на множество утомительных вопросов, подолгу показывать квартиру). И тут появляется риэлтор.

Он знает, что и, главное, как проверять в истории квартиры; он знает, какие условия необходимо прописать в предварительном соглашении и на какие уступки в нем можно пойти; он знает, как можно сэкономить на оформлении квартиры, а также на чем не стоит экономить, он будет неустанно подбирать для Вас искомый вариант (платежеспособного покупателя) и показывать Вам квартиры одну за другой (водить в Вашу квартиру покупателей). Да мы еще не упомянули выбор депозитария, нотариуса, проблемы перепрописки, перевода телефона, освобождения квартиры, и т.д. и т.п. И все это риэлтор может и просто обязан организовать для Вас. Не правда ли Вам просто необходим специалист?!

2. Сделки с недвижимостью – выгодное дело. В последние годы расплодись риэлторские компании. В агенты ринулись люди разных профессий, даже не подготовленные юридически, но понявшие: на этом можно неплохо заработать.

Хотя создание агентств изначально задумывалось как оказание населению помощи, сейчас купля-продажа недвижимости превратилась в бизнес, прибыльный и порой нечистоплотный. Риэлтора кормят ноги: работа с раннего утра до позднего вечера, почти без выходных. Педагоги, врачи, инженеры, бросив прежние места работы, перешли на новое поприще. Но чтобы вникнуть в тонкости профессии, нужен не один год. Многие не знают обязанности риэлторов. Агент вместе со специалистами должен досконально проверить всю документацию на квартиры, побывать в ЕРКЦ, опросить соседей, поговорить с хозяевами, выяснить причины продажи жилья, узнать, не болен ли кто-то из прописанных психическими заболеваниями, алкоголизмом или наркоманией, не находится ли в местах не столь отдаленных, договориться с продавцом и покупателем о расходах при оформлении договора купли-продажи, проверить деньги при расчете.

Плохая квалификация риэлтора или недобросовестное выполнение им обязанностей могут оставить вас без квартиры и денег. Например, хозяйка продает жилье, потому что ее сын задолжал крупную сумму денег. Чтобы выручить сына и оплатить долг, решила продать жилье и рассчитаться. Купите такую квартиру, а через некоторое время хозяйка обратится в суд с иском о возврате квартиры. Если ее мотивация (осталась без жилья в силу сложившихся обстоятельств) будет убедительна, сделку наверняка признают недействительной. Конечно, суд обяжет истицу вернуть покупателю деньги, но в срок, зависящий от ее платежеспособности. В итоге останетесь без квартиры, а всю потраченную сумму получите лет этак через 15–20.

Нередко бывает, что риэлтор, который берется продать вашу квартиру и найти вам подходящее жилье, с ходу требует выдать аванс. Не давайте! Или в крайнем случае берите расписку. Лучше совсем не связываться с наличными деньгами и не давать Задаток.

В ситуациях продаж квартир в новостройках риэлторы обычно сначала пытаются продать не совсем «ходовые» квартиры (плохой вид из окна, сторона расположения окон и т.п.). Поэтому желательно присмотреть несколько вариантов.

Вопросы:

1. Почему люди обращаются к риэлторам? Аргументируйте свой ответ, выделив особенности контрактных отношений на рынке недвижимости.
2. Приведите примеры оппортунистического поведения риэлтора, и в каждом примере укажите причины, которые сделали такое поведение возможным.

Кейс 35. Сертификация Интернет-магазинов

1. Потребитель Интернет-магазинов должен быть защищен от недобросовестности продавца. Одним из механизмов такой защиты, по мнению экспертов, может стать сертификация web-торговцев. Не исключено, что по примеру ЕС и России в Беларуси также с помощью сертификации будут ужесточены правила предоставления информации о товаре и введена ответственность Интернет-магазинов за продаваемый товар. Сертификация, согласно планам экспертов, должна явиться специальным проектом, реализация которого позволит Интернет-магазину «продемонстрировать стабильное положение своей компании, укрепить доверие покупателей и предпочтение к услугам конкретного магазина, а не торговой точки однодневки с бросовыми ценами на товары сомнительного происхождения». В первую очередь речь идет о повышении гарантий контрагентов и соблюдении прав потребителей как в сегменте B2C, так и по сделкам в B2B сегменте. Говоря об этом, эксперт сослался на зарубежную практику, где рейтинги Интернет-магазинов стали уже привычным явлением, причем проводятся они зачастую сообществами самих покупателей.

Как и за границей, у нас сертификация может быть и добровольной (на основе саморегулирования, когда сами участники электронной коммерции разрабатывают правила и затем контролируют их соблюдение, определяя свой статус профучастников рынка), и обязательной для ряда категорий Интернет-магазинов, представляющих жизненно важные продукты и услуги (лекарства, детскую одежду и игрушки, и т.д.).

2. Горькая правда об Интернет-магазине парфюмерии Aromasky.ru. Имея опыт удачных покупок парфюмерии в Интернет-магазинах, я в очередной раз обратилась к Сети. Легко нашла в поисковике новый магазин *Aromasky.ru* – «Небесный аромат», созданный специально для Санкт-Петербурга. Цены – ниже, чем везде, доставка – в тот же день, а не через неделю. Симпатичный простой сайт с удобной навигацией, логичное и доходчивое объяснение преимуществ покупок через Интернет, все так интеллигентно, мило! Курьер позвонил совсем скоро и оперативно доставил заказ. Я была настолько всем довольна и расслаблена, что даже не подумала вскрыть коробочку сразу, до оплаты. Открываю через пару минут, а металлическая крышечка у флакона немного странная, как будто он где-то залежался... может, потому что с мороза? Пшикаю на запястье... что-то спиртом сшибает и запах вроде какой-то не такой... может, и это тоже от

мороза? Да и садится крышечка на флакон как-то не очень ловко, и буквы какие-то облезлые. Пишу письмо в *Aromasky*, что они меня огорчили своей сомнительной продукцией. По пути домой с работы захожу в магазин большой парфюмерно-косметической сети, смотрю на те же духи. Свое странное приобретение я оставила в офисе, но и без него уже неотвратно понятно, что разница есть, и существенная. А на сайт *Aromasky.ru* под своим логином мне уже и не зайти! Поэтому я пишу им еще письмо, регистрируюсь под новым именем и вешаю свою претензию прямо в их форуме среди «отзывов покупателей». Через несколько часов мой комментарий убирают, а мне присылают извинения и обещания разобраться. Через пару дней молчания я снова им пишу и угрожаю очернением имени *Aromasky.ru* во всех возможных черных списках Интернета. Получаю ответ:

«Здравствуйте, в понедельник деньги и Ваша контактная информация будут переданы курьеру», и на этом наше общение заканчивается... Проходит еще несколько дней, в течение которых мне не до мести продавцам паленых духов. Но чувство собственного достоинства и нежелание быть пассивным лохом помогают мне все-таки найти время и записать этот печальный рассказ, чтобы развесить его везде, где только можно. Лишиться тысячи рублей на ровном месте, конечно, обидно! Но я не вижу смысла продолжать бодаться с сайтом. Лучше я с удовольствием буду прославлять *Aromasky.ru* там, где они работают – в Интернете.

P.S. – параллельно с заказом на *Aromasky.ru* я оформила еще одну покупку – на крупном и известном московском сайте. Заказ шел из Москвы около недели, но зато оказался не фальшивым. На пакете, в котором он был запечатан, красовалась крупная надпись: «Проверьте комплектность в присутствии курьера!» – и это, конечно, правильно, и я теперь всегда буду только так поступать, и всем советую.

3. Добрый день. В сентябре сделала заказ в Интернет-магазине «Нитка-Иголка» <http://nitka-igolka.ru/> и перечислила деньги. До сих пор ничего не получила, хотя получила сообщение, что заказ сформирован еще в конце сентября. Несколько раз звонила и все время получала разные противоречивые сообщения в виде обещаний. Последний раз сказали, что заказ отправлен 2 ноября. До сих пор никакой поставки и в помине нет. Просила прислать квитанцию о пересылке заказа, опять же пообещали, что вышлют, но ничего не прислали. Скажите, каким образом можно бороться с такими недобросовестными поставщиками?

Вопросы:

1. К какому виду оппортунистического поведения относится поведение Интернет-магазинов в описанных примерах (фрагменты 2 и 3)?

2. Как осуществление сделок через Интернет влияет на возможности продавцов вести себя оппортунистически?

3. Может ли добровольная и обязательная сертификация (фрагмент 1) решить проблему оппортунистического поведения Интернет-магазинов? Аргументируйте свой ответ.

5. Данные для анализа

Таблица 12

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И БЮДЖЕТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ в 2012 г., млрд р.

	Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджеты государственных внебюджетных фондов	Из него:	
		Федеральный бюджет	консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации
Доходы – всего	23 435,1	12 855,5	8 064,5
из них: налог на прибыль организаций	2 355,7	375,8	1 979,9
налог на доходы физических лиц	2 261,5	–	2 261,5
страховые взносы на обязательное социальное страхование	4 103,7	–	–
налог на добавленную стоимость: на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	1 886,4	1 886,1	0,3
на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации	1 659,7	1 659,7	0,0
акцизы по подакцизным товарам (продукции):			
производимым на территории Российской Федерации	783,6	341,9	441,8
ввозимым на территорию Российской Федерации	53,4	53,4	0,0
налоги на совокупный доход	271,3	–	271,7
налоги на имущество	785,5	–	785,5
налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	2 484,5	2 442,8	41,7
доходы от внешнеэкономической деятельности	4 962,7	4 962,7	–
доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	836,6	543,3	277,7
платежи при пользовании природными ресурсами	132,9	101,3	31,6
доходы от оказания платных услуг (работ) и компенсации затрат государства	167,6	131,5	32,0
доходы от продажи материальных и нематериальных активов	286,3	120,4	165,9
безвозмездные поступления	92,1	64,6	1 680,1
Расходы – всего	23 174,7	12 895,0	8 343,2
из них на: общегосударственные вопросы	1 437,9	809,9	508,2
обслуживание государственного и муниципального долга	386,3	320,0	74,6
национальную оборону	1 814,1	1 812,4	4,0
национальную безопасность и правоохранительную деятельность	1 929,2	1 843,0	94,6
национальную экономику	3 273,6	1 968,5	1 608,5
из нее на: топливно-энергетический комплекс	132,8	107,8	29,6

	Консолидированный бюджет Российской Федерации и бюджеты государственных внебюджетных фондов	Из него:	
		Федеральный бюджет	консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации
сельское хозяйство и рыболовство	276,5	148,8	240,5
транспорт	622,8	339,7	296,9
дорожное хозяйство (дорожные фонды)	990,5	442,4	646,3
связь и информатику	92,6	41,3	55,2
прикладные научные исследования в области национальной экономики	229,9	229,1	0,9
другие вопросы в области национальной экономики	739,2	526,6	244,2
жилищно-коммунальное хозяйство	1 075,0	228,8	881,3
социально-культурные мероприятия	13 215,2	5 290,5	5 130,7
межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	0,2	599,4	19,5
Профицит, дефицит (-)	260,4	-39,4	-278,7

Таблица 13

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СРЕДСТВ ОТ ПРИВАТИЗАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА, млн р.**

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾ :		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
2005 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	87 268,32 ²⁾	35 204,0	36 285,1	15 779,2
в том числе: в федеральный бюджет	34 177,5	33 795,7	2,2	379,6
в бюджеты субъектов Российской Федерации	34 845,6	291,8	34 397,2	156,6
в муниципальные бюджеты	14 945,7	0,2	4,0	14 941,5
на покрытие расходов на организацию и проведение приватизации государственного и муниципального имущества	1 858,9	1 114,9	480,2	263,8
прочие перечисления средств	1 440,6	1,4	1 401,5	37,7
2006 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	90 751,7	18 838,2	39 125,6	32 787,9
в том числе: в федеральный бюджет	18 802,2	18 648,1	1,8	152,3

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾ :		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
в бюджеты субъектов Российской Федерации	36 236,1	–	36 084,8	151,3
в муниципальные бюджеты	32 186,6	–	0,9	32 185,7
на покрытие расходов на организацию и проведение приватизации находящегося в собственности субъектов Российской Федерации имущества и муниципального имущества	892,8	–	647,8	245,0
прочие перечисления средств	2 634,0	190,1	2 390,3	53,6
2007 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	109 402,0	17 808,2	38 697,6	52 896,2
в том числе: в федеральный бюджет	18 057,7	17 808,2	8,5	241,0
в бюджеты субъектов Российской Федерации	37 701,1	–	36 978,5	722,6
в муниципальные бюджеты	51 679,8	–	92,1	51 587,7
на покрытие расходов на организацию и проведение приватизации находящегося в собственности субъектов Российской Федерации имущества и муниципального имущества	1 071,2	–	751,8	319,4
прочие перечисления средств	892,2	–	866,7	25,5
2008 г. ³⁾				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	73 943,2	6 593,9	23 422,6	43 926,7
в том числе: в федеральный бюджет	6 648,3	6 593,9	–	54,4
в бюджеты субъектов Российской Федерации	23 735,6	–	22 459,2	1 276,4
в муниципальные бюджеты	43 174,0	–	612,5	42 561,5
на покрытие расходов на организацию и проведение приватизации находящегося в собственности субъектов Российской Федерации имущества и муниципального имущества	6,2	–	5,0	1,2
прочие перечисления средств	379,1	–	345,9	33,2
2009 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	55 128,9	2 899,6	20 493,2	31 736,1
в том числе: в федеральный бюджет	3 032,1	2 899,6	12,2	120,3
в бюджеты субъектов Российской Федерации	20 390,7	–	19 509,6	881,1
в муниципальные бюджеты	31 676,1	–	948,1	30 728,0

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾ :		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
прочие перечисления средств	30,0	–	23,3	6,7
2010 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	81 770,1	16 862,4	24 466,0	40 441,7
в том числе: в федеральный бюджет	16 985,0	16 862,4	87,5	35,1
в бюджеты субъектов Российской Федерации	24 725,3	–	23 748,4	976,9
в муниципальные бюджеты	40 055,6	–	630,1	39 425,5
прочие перечисления средств	4,2	–	0,0	4,2
2011 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	200 258,4	113 956,7	36 416,7	49 885,0
в том числе: в федеральный бюджет	114 136,4	113 956,7	7,4	172,3
в бюджеты субъектов Российской Федерации	37 593,3	–	35 869,2	1 724,1
в муниципальные бюджеты	48 525,9	–	540,1	47 985,8
прочие перечисления средств	2,8	–	–	2,8
2012 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	150 184,5	44 601,8	54 276,0	51 306,7
в том числе: в федеральный бюджет	44 678,3	44 601,8	17,0	59,5
в бюджеты субъектов Российской Федерации	54 827,9	–	53 448,0	1 379,9
в муниципальные бюджеты	50 677,0	–	811,0	49 866,0
прочие перечисления средств	1,3	–	–	1,3
2013 г.				
Перечислено денежных средств, полученных от покупателей государственного и муниципального имущества – всего	125 405,2	42 832,7	31 072,5	51 500,0
в том числе: в федеральный бюджет	42 976,4	42 832,7	86,8	56,9
в бюджеты субъектов Российской Федерации	32 209,7	–	30 660,6	1 549,1
в муниципальные бюджеты	50 038,2	–	325,1	49 713,1
прочие перечисления средств	180,9	–	–	180,9

¹⁾ По состоянию на дату приватизации. ²⁾ Кроме того, Российским фондом федерального имущества перечислено в федеральный бюджет в 2005 г. – 967,5 млн р. не израсходованных на организацию и проведение приватизации федерального имущества 2004 г. ³⁾ По кругу отчитавшихся организаций.

Таблица 14

**Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей
в консолидированный бюджет Российской Федерации по видам¹⁾, млрд р.**

	2013 г.			% к 2012 г.		
	консолидированный бюджет	в том числе		консолидированный бюджет	в том числе	
		федеральный бюджет	консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации		федеральный бюджет	консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации
Всего	11 325,9	5 366,6	5 959,2	103,4	103,9	102,9
из них: налог на прибыль организаций	2 071,7	352,2	1 719,5	88,0	93,7	86,9
налог на доходы физических лиц	2 497,8	–	2 497,8	110,5	–	110,5
налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги)	1 977,1	1 977,1	–	99,4	99,4	–
из него налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	1 868,2	1 868,2	–	99,0	99,0	–
акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	952,5	461,1	491,4	121,5	134,9	111,2
налоги на имущество	900,5	–	900,5	114,7	–	114,7
налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	2 598,0	2 554,8	43,2	104,6	104,6	103,6
из них налог на добычу полезных ископаемых	2 575,8	2 535,3	40,5	104,7	104,7	104,2

¹⁾ По данным ФНС России.

Таблица 15

**ИСТОЧНИКИ СРЕДСТВ ОТ ПРИВАТИЗАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО ИМУЩЕСТВА, млн р.**

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
2005 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	87 462,6	34 875,2	36 597,4	15 990,0
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	60 396,5	32 407,4	26 836,5	1 152,6
от продажи государственного и муниципального имущества	27 065,5	2 467,2	9 760,9	14 837,4
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	1 322,1	–	798,4	523,7

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	4 123,9	–	395,5	3 728,4
выкупа земельных участков собственниками объектов недвижимости	5 259,5	646,9	3 095,8	1 516,8
продажи акций закрытых акционерных обществ, долей государственного и муниципального участия в обществах с ограниченной ответственностью, вкладов в товариществах на вере	3 415,7	1 807,2	1 261,4	347,1
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	3 375,1	–	2 463,9	911,2
продажи иного имущества	9 569,2	13,1	1 745,9	7 810,2
прочие поступления средств	0,6	0,6	–	–
2006 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	93 606,9	19 211,7	41 184,3	33 210,9
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	36 737,4	17 901,9	12 801,3	6 034,2
от продажи государственного и муниципального имущества	56 869,5	1 309,8	28 383,0	27 176,7
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	1 477,0	–	1 166,0	311,0
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	9 695,9	22,3	2 091,0	7 582,6
выкупа земельных участков собственниками объектов недвижимости	5 445,9	1 150,6	3 069,7	1 225,6
продажи акций закрытых акционерных обществ, долей государственного и муниципального участия в обществах с ограниченной ответственностью, вкладов в товариществах на вере	1 577,9	60,2	1 262,9	254,8
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	4 938,8	–	3 420,8	1 518,0
продажи иного имущества	33 734,0	76,7	17 372,6	16 284,7
прочие поступления средств	0,03	0,03	–	–
2007 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	109 076,9	17 752,7	38 003,4	53 320,8
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	34 738,7	16 222,7	13 032,2	5 483,8
от продажи государственного и муниципального имущества	74 037,5	1 528,8	24 921,5	47 587,2
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	383,4	–	99,3	284,1
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	16 288,1	–	2 492,9	13 795,2
выкупа земельных участков собственниками объектов недвижимости	8 080,7	–	4 755,7	3 325,0

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
продажи акций закрытых акционерных обществ, долей государственного и муниципального участия в обществах с ограниченной ответственностью, вкладов в товариществах на вере	1 935,0	1 484,0	132,5	318,5
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	14 667,2	–	10 475,7	4 191,5
продажи иного имущества	32 683,0	44,8	6 965,3	25 672,9
прочие поступления средств	300,7	1,2	49,7	249,8
2008 г. ³⁾				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	74 122,2	6 686,9	23 457,4	43 977,9
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	15 762,6	6 505,0	6 050,9	3 206,7
от продажи государственного и муниципального имущества	57 933,0	172,3	17 355,4	40 405,3
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	220,2	–	104,9	115,3
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	12 549,2	–	3 167,8	9 381,4
выкупа земельных участков собственниками объектов недвижимости	9 007,8	–	4 781,0	4 226,8
продажи акций закрытых акционерных обществ, долей государственного и муниципального участия в обществах с ограниченной ответственностью, вкладов в товариществах на вере	393,1	7,1	310,6	75,4
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	8 319,1	2,0	4 935,0	3 382,1
продажи иного имущества	27 443,6	163,2	4 056,1	23 224,3
прочие поступления средств	426,6	9,6	51,1	365,9
2009 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	55 145,9	2 758,4	20 306,0	32 081,5
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	7 074,8	1 766,9	2 665,6	2 642,3
от продажи государственного и муниципального имущества	47 349,9	922,5	17 413,2	29 014,2
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	61,1	–	0,4	60,7
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	11 530,0	–	4 079,9	7 450,1
отчуждения земельных участков	15 257,4	807,3	5 109,9	9 340,2
продажи находящихся в государственной или муниципальной собственности акций закрытых акционерных обществ, долей в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладов в товариществах на вере	3 345,1	–	3 149,3	195,8

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	5 242,6	1,1	115,8	5 125,7
продажи иного имущества	11 913,7	114,1	4 957,9	6 841,7
прочие поступления средств	721,2	69,0	227,2	425,0
2010 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	82 938,0	17 186,4	25 137,5	40 614,1
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	25 377,9	15 875,2	4 599,4	4 903,3
от продажи государственного и муниципального имущества	56 298,1	1 268,9	20 338,5	34 690,7
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	328,1	–	44,9	283,2
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	9 449,8	–	3 291,8	6 158,0
отчуждения земельных участков	15 552,5	1 223,1	4 436,0	9 893,4
продажи находящихся в государственной или муниципальной собственности акций закрытых акционерных обществ, долей в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладов в товариществах на вере	1 783,9	–	1 498,9	285,0
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	10 769,1	–	215,6	10 553,5
продажи иного имущества	18 414,7	45,8	10 851,4	7 517,5
прочие поступления средств	1 262,0	42,3	199,6	1 020,1
2011 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	200 666,1	114 044,3	36 624,4	49 997,4
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	126 054,2	112 614,1	10 140,2	3 299,9
от продажи государственного и муниципального имущества	73 166,8	1 361,9	26 434,2	45 370,7
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	148,3	–	8,6	139,7
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	20 255,0	9,9	11 305,0	8 940,1
отчуждения земельных участков	16 473,6	824,2	4 450,0	11 199,4
продажи находящихся в государственной или муниципальной собственности акций закрытых акционерных обществ, долей в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладов в товариществах на вере	272,6	63,7	28,8	180,1
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	14 641,1	19,0	288,2	14 333,9
продажи иного имущества	21 376,2	445,1	10 353,6	10 577,5
прочие поступления средств	1 445,1	68,3	50,0	1 326,8

	Всего	В том числе по государственному и муниципальному имуществу, находившемуся ¹⁾		
		в федеральной собственности	в собственности субъектов Российской Федерации	в муниципальной собственности
2012 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	147 088,8	42 192,8	53 498,0	51 398,0
в том числе: от продажи акций открытых акционерных обществ	65 127,0	40 867,2	21 232,9	3 026,9
от продажи государственного и муниципального имущества	77 906,6	1 325,0	29 106,3	47 475,3
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	89,5	3,0	17,5	69,0
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	12 217,8	0,4	3 926,3	8 291,1
отчуждения земельных участков	20 782,6	990,7	4 830,1	14 961,8
продажи находящихся в государственной или муниципальной собственности акций закрытых акционерных обществ, долей в уставных капиталах хозяйственных обществ и вкладов в товариществах на вере	416,0	1,2	165,9	248,9
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	15 618,0	–	157,3	15 460,7
продажи иного имущества	28 782,7	329,7	20 009,2	8 443,8
прочие поступления средств	4 055,2	0,6	3 158,8	895,8
2013 г.				
Получено средств от покупателей государственного и муниципального имущества ²⁾ – всего	126 751,6	42 798,3	31 446,7	52 506,6
в том числе: от продажи долей в уставных капиталах обществ с ограниченной ответственностью	298,9	–	183,9	115,0
от продажи акций открытых акционерных обществ	59 216,2	41 886,7	15 606,8	1 722,7
от продажи государственного и муниципального имущества	64 299,7	910,3	15 629,2	47 760,2
в том числе: продажи имущественных комплексов государственных и муниципальных унитарных предприятий	92,5	–	38,5	54,0
продажи зданий, строений и сооружений, объектов, строительство которых не завершено	13 860,6	15,3	4 550,2	9 295,1
отчуждения земельных участков	17 564,4	806,5	2 592,5	14 165,4
продажи находящихся в государственной или муниципальной собственности акций закрытых акционерных обществ, долей в обществах с ограниченной ответственностью и вкладов в товариществах на вере	770,5	12,3	52,1	706,1
продажи арендованного государственного и муниципального имущества	14 868,6	14,8	238,1	14 615,7
продажи иного имущества	17 143,1	61,4	8 157,8	8 923,9
прочие поступления средств	2 936,8	1,3	26,8	2 908,7

¹⁾ По состоянию на дату приватизации. ²⁾ Включая средства, поступившие от приватизации государственного и муниципального имущества, осуществленной в предыдущие годы. ³⁾ По кругу отчитавшихся организаций.

Таблица 16

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ, СВЯЗАННЫЕ С ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ¹⁾,
ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, млн р.**

	Специальные затраты, связанные с экологическими инновациями				Специальные затраты, связанные с экологическими инновациями, в расчете на одну организацию			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
Всего	24 337,1	26 616,4	24 131,4	27 768,7	84,2	56,3	43,2	58,8
Добыча полезных ископаемых	4 713,9	6 965,9	9 066,7	9 659,8	314,3	278,6	259,0	333,1
в том числе: добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	4 574,4	6 939,0	8 957,4	9 624,0	415,9	385,5	308,9	458,3
добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	139,5	26,9	109,4	35,7	34,9	3,8	18,2	4,5
Обрабатывающие производства	18 366,1	15 620,8	13 838,5	14 353,7	77,8	43,0	36,3	47,2
в том числе: производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	202,4	125,7	167,0	55,3	7,8	2,7	3,2	1,5
текстильное и швейное производство	–	7,5	5,4	4,8	–	0,8	0,5	1,6
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	27,7	28,7	–	–	27,7	9,6	–	–
обработка древесины и производство изделий из дерева	46,1	93,4	114,6	13,8	11,5	15,6	16,4	3,4
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	1 321,3	1 426,9	296,7	731,6	188,8	89,2	29,7	121,9
производство кокса и нефтепродуктов	1 201,3	1 585,2	2 596,0	6 477,5	133,5	198,1	216,3	539,8
химическое производство	2 935,0	2 563,4	1 629,5	964,9	88,9	73,2	49,4	31,1
производство резиновых и пластмассовых изделий	55,6	43,7	9,6	38,8	7,9	3,1	0,7	4,8
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	160,8	198,4	134,2	254,2	10,0	11,7	4,8	19,6
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	11 900,0	7 598,3	7 597,1	4 150,4	457,7	194,8	180,9	122,1
производство машин и оборудования	65,6	44,8	62,3	339,1	2,9	1,3	1,9	11,3

	Специальные затраты, связанные с экологическими инновациями				Специальные затраты, связанные с экологическими инновациями, в расчете на одну организацию			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	107,3	100,2	250,7	156,9	3,0	1,7	3,9	2,8
производство транспортных средств и оборудования	299,0	471,1	492,1	650,2	10,3	11,8	12,3	18,1
прочие производства, не включенные в другие группировки обрабатывающих производств	44,1	1 333,6	483,3	516,3	2,3	38,1	13,8	15,6
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1 159,8	1 081,7	956,3	3 314,1	44,6	23,5	21,3	89,6
Связь	2,6	2,8	44,9	89,0	0,4	0,3	3,0	8,9
Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	0,7	0,0	–	0,0	0,7	0,0	–	0,0
Научные исследования и разработки	–	–	159,3	346,9	–	–	2,8	4,8
Предоставление прочих видов услуг	94,0	2 945,2	65,7	5,2	18,8	113,3	2,4	0,3

1) По данным формы федерального статистического наблюдения № 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» (годовая). Начиная с отчета за 2011 г., в отчет включены организации с 73 кодом ОКВЭД.

Таблица 17

ВЫБРОСЫ В АТМОСФЕРУ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ, ОТХОДЯЩИХ ОТ СТАЦИОНАРНЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ¹⁾, ТЫС. Т

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Всего	20 425,4	20 580,1	20 636,9	20 103,3	19 021,2	19 115,6	19 162,3	19 630,3	18 446,5
из них по видам экономической деятельности:	134,1	129,3	118,2	124,8	127,5	136,6	141,1	162,5	164,7
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство									
добыча полезных ископаемых	6 148,1	6 027,1	6 244,8	5 567,2	5 238,6	5 200,3	5 616,0	6 128,4	5 265,9
в том числе:	5 629,3	5 509,3	5 737,9	5 092,9	4 867,8	4 817,1	5 216,6	5 707,6	4 840,1
добыча топливно-энергетических полезных ископаемых									
добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	518,8	517,8	507,0	474,3	370,8	383,2	399,4	420,8	425,8

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
обрабатывающие производства	7 249,8	7 167,9	7 205,1	6 829,4	6 353,5	6 431,0	6 523,1	6 406,5	6 218,8
из них: производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	147,0	144,6	146,1	140,2	144,9	138,2	147,1	140,1	140,7
обработка древесины и производство изделий из дерева	87,8	84,2	85,5	85,5	78,3	84,2	82,9	86,9	86,3
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	172,1	162,2	152,9	148,9	152,5	145,1	129,7	128,5	129,6
производство кокса и нефтепродуктов	840,5	764,4	829,8	816,5	663,2	733,3	742,0	753,1	736,5
химическое производство	349,1	368,9	374,3	351,3	332,2	334,6	338,2	338,7	335,3
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	465,9	497,6	520,8	462,6	403,5	418,6	436,7	435,0	425,0
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	4 816,2	4 787,9	4 751,4	4 496,3	4 303,8	4 289,2	4 365,4	4 262,2	4 114,6
из него металлургическое производство	4 785,1	4 756,3	4 722,3	4 469,1	4 278,7	4 263,9	4 334,1	4 231,8	4 085,4
производство транспортных средств и оборудования	114,3	116,4	108,3	104,4	82,5	93,1	86,0	89,9	85,8
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	3 982,6	4 352,9	4 206,0	4 462,2	4 140,7	4 327,2	4 071,2	4 164,4	3 868,7
транспорт и связь	2 085,3	2 162,0	2 211,1	2 475,2	2 605,9	2 426,4	2 248,0	2 107,3	2 219,9
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	61,9	59,1	55,2	67,9	89,9	108,0	166,1	232,0	263,0

¹⁾ С 2012 г. – включая индивидуальных предпринимателей.

Таблица 18

**ВВОД В ДЕЙСТВИЕ МОЩНОСТЕЙ ПО ОХРАНЕ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ
И АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА ОТ ЗАГРЯЗНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Станции для очистки сточных вод, тыс. м ³ в сутки	231	263	362	522	544	1 292	489	1 502	234	1 529	462	726	745	1 946
Системы оборотного водоснабжения, тыс. м ³ в сутки	135	3 517	1 052	1 130	786	1 090	2 045	1 697	992	1 936	1 050	1 471	1 247	2 899
Установки для улавливания и обезвреживания вредных веществ из отходящих газов, тыс. м ³ в час	3 070	3 618	4 504	4 378	2 090	4 209	5 062	4 127	7 863	3 648	4 563	9 691	2 011	11 119

Таблица 19

**ЗАТРАТЫ НА ИСКУССТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО ВОДНЫХ БИОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ
ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ¹⁾ (В ФАКТИЧЕСКИ ДЕЙСТВОВАВШИХ ЦЕНАХ
СООТВЕТСТВУЮЩИХ ЛЕТ), млн р.**

Год	Затраты на искусственное воспроизводство водных биологических ресурсов – всего	В том числе:	
		на биотехнические мероприятия по мелиорации водных объектов рыбохозяйственного значения	на функционирование рыбоводных организаций и акклиматизационных станций
2000	277,7	12,7	265,0
2001	496,3	21,8	474,5
2002	643,4	26,0	617,4
2003	692,1	23,5	668,6
2004	853,3	65,7	787,6
2005	1 033,2	18,4	1 014,8
2006	1 178,5	15,8	1 162,7
2007	1 551,2	23,4	1 527,8
2008	1 562,9	14,8	1 548,1
2009	1 737,1	3,1	1 734,0
2010	1 839,9	29,1	1 810,8
2011	2 666,1	15,7	2 650,4
2012	2 811,0	56,2	2 754,7
2013	3 141,6

¹⁾ По данным Росрыболовства.

Таблица 20

ЗАТРАТЫ НА ОХРАНУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(В ФАКТИЧЕСКИ ДЕЙСТВОВАВШИХ ЦЕНАХ), млн р.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹⁾
Объем затрат на охрану окружающей среды	259 228	295 200	368 627	343 368	372 382	412 014	432 319
в том числе по направлениям природоохранной деятельности: охрана атмосферного воздуха и проблемы изменения климата	60 722	64 065	76 773	60 101	80 071	88 362	89 289
очистка сточных вод	111 705	126 816	159 299	162 175	169 152	197 073	187 466
обращение с отходами	26 076	28 247	40 326	38 806	41 510	44 172	36 328
защита и реабилитация почвы, подземных и поверхностных вод	16 770	21 607	27 321	18 696	17 219	23 435	35 953
сохранение биоразнообразия и среды обитания	16 052	21 681	26 597	21 463	22 975	13 381	17 850
прочие	27 903	32 784	38 311	42 127	41 455	45 591	65 433
Объем затрат на охрану окружающей среды в процентах к ВВП	1	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7

¹⁾ С учетом уточненных данных по Тюменской области.

Таблица 21

УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ОРГАНИЗАЦИЙ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, % от общего числа обследованных организаций

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Персональные компьютеры	84,6	87,6	91,1	99,3	93,3	93,7	93,7	93,8	94,1	94
ЭВМ других типов	8,3	8,4	9,3	11,3	13	14,5	16	18,2	19,7	18,9
Локальные вычислительные сети	45,8	49,7	52,4	57	56,4	59,3	60,5	68,4	71,3	71,7
Электронная почта	48,6	53,2	56	63,6	69,1	74,4	78,5	81,9	83,1	85,2
Глобальные информационные сети	50,1	57,3	54,3	62,5	68,7	74,7	79,3	83,4	85,6	87,5
Интернет	43,4	48,8	53,3	61,3	67,8	73,7	78,3	82,4	84,8	86,9
в том числе широкополосный доступ	–	–	–	–	31	39,2	47,3	56,7	63,4	76,6
Интранет	–	–	–	8,6	9,3	10,8	11,8	13,1	16,1	14,7
Экстранет	–	–	–	2,7	3,1	3,8	4,5	5,3	6,1	6,4
Имевших веб-сайты в сети Интернет	13,5	14,4	14,8	21,1	19,8	22,8	24,1	28,5	33	37,8

Таблица 22

**УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ОРГАНИЗАЦИЙ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ КОМПЬЮТЕРЫ
ПО СУБЪЕКТАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, % от общего числа обследованных организаций
соответствующего субъекта Российской Федерации**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
РФ	84,6	87,6	91,1	93,3	93,3	93,7	93,7	93,8	94,1	94
Центр. Фед. округ	83,5	87	91	93,8	94,4	93,1	93,9	94,1	94,3	94,2
Белгородская обл.	74,1	85,4	88,5	91,6	97,1	95,9	97,3	97,2	97,3	97,5
Брянская обл.	67,9	71,7	80,2	86,9	84,3	84,9	86,9	88,8	88,5	89,2
Владимирская обл.	78,4	81,9	90	89,9	91,9	97	96,1	97,2	95,3	95,1
Воронежская обл.	99,5	100	100	99,4	99,6	100	98,7	98	94,1	95,2
Ивановская обл.	75,2	79,3	78,6	87,2	86,2	86,9	89,7	91	94,8	94,3
Калужская обл.	82,8	78,2	82,4	87,4	91,3	92,6	93,1	93,4	93,3	94,7
Костромская обл.	65,9	75,7	80,1	90,3	91	94,7	94,5	93,7	96,7	91,4
Курская обл.	62,9	77,2	82,4	82,1	87,9	89,2	90,4	89,4	89,5	89,8
Липецкая обл.	72,9	77,8	96,7	98,1	93,9	92,6	93,7	95,2	96,3	96,8
Московская обл.	100	100	100	99,6	99,6	95,9	95,5	95,8	95,7	96,7
Орловская обл.	80,5	82,6	88,2	88,3	89,1	83,9	88,3	86	87,3	90,5
Рязанская обл.	99,2	100	100	100	100	99,6	99,9	99,2	99,5	98,5
Смоленская обл.	60,4	65,6	75,4	91,8	94,4	92	97,2	97,9	98,3	95,2
Тамбовская обл.	63,9	77	91,6	93,3	93,6	76,7	77,6	77,1	82,8	84,6
Тверская обл.	100	100	99,7	96,7	98,3	98,8	100	100	97,6	90,2
Тульская обл.	71,8	75,1	77,3	85,4	88,4	88,4	88,4	87,4	88,1	89,7
Ярославская обл.	79,3	84,1	89,1	90,9	91,6	92,5	92,9	94,9	94,2	94,1
г. Москва	99,9	99,9	100	100	100	100	100	100	100	100
Северо-Западный фед. округ	89,5	92,7	93,4	95,3	94,3	94,3	94,6	94,8	95,2	95,9
Респуб. Карелия	95,5	96,2	100	100	99,2	99,3	99	98,5	99,8	98,7
Респуб. Коми	84,1	90,6	94	92,2	82,6	81	80,5	81,7	84,2	91,3
Архангельская обл.	93,8	94,6	95,5	95,2	95,2	96,6	96,7	96,9	97,1	97,2
в том числе Не- нецкий автономный округ	96,4	94,9	97,5	97	98	97,6	98,1	96,5	97,7	99,5
Вологодская обл.	81,4	89,9	86,7	92,2	92,5	94	95,5	95,8	95,8	95,2
Калининградская обл.	89,5	91	92	93,4	93,9	93,7	91,9	91,8	92,7	93,3
Ленинградская обл.	88	91,8	93,9	94,9	96,3	97	97,7	97,3	97,6	97
Мурманская обл.	93,3	94,2	94,7	95,6	97,5	96	96,1	97,6	96,9	96,1
Новгородская обл.	94,7	99,3	99,4	97,8	100	99,8	99,1	98,3	98,2	98,2
Псковская обл.	77,2	81,6	88,5	94,5	92,8	90,1	93,8	92,4	93,4	93,4
г. Санкт-Петербург	94	96,1	95	97,7	97,7	98,3	98,5	98,6	98,6	98,1
Южный фед. округ	86,4	88,8	89,9	92,7	91,3	92,8	91,3	91,3	92,2	90,8
Респуб. Адыгея	100	100	100	100	100	100	100	99,6	100	98,3
Респуб. Калмыкия	100	100	100	97,8	95,3	96	97,9	98,1	98,1	94,1
Краснодарский край	86,4	89,5	91,8	92,5	94,6	96	97,3	97,5	96,3	96,1
Астраханская обл.	88,5	79,4	85,4	91,4	91,8	90,1	90,6	86,8	98,9	90,4
Волгоградская обл.	85,3	88,1	84,2	89,1	85,5	87,7	86,6	87,5	88,5	84,8
Ростовская обл.	84,8	89,7	91,9	94,4	91,8	93,6	89,1	89,5	89,2	90,2
Северо-Кавказ- ский федеральный округ	79,5	81,7	87,9	92,3	93,1	94,8	95,3	93,7	95,6	96,3
Респуб. Дагестан	95,3	98,5	99,1	100	100	99,6	98	98,4	98,9	98,9
Респуб. Ингушетия	75,8	98,1	89,4	86	87,5	94	95,6	94,9	93,5	98,4

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Кабардино-Балкарская Респуб.	100	100	99,8	100	100	100	100	100	99,1	99,1
Карачаево-Черкесская Респуб.	68,1	69,3	74,3	77,1	78,2	80,3	80,8	76,3	85,1	85,2
Респуб. Северная Осетия – Алания	59,2	60,5	75,4	83,5	84,8	88,2	92,3	87,4	88,4	90,3
Чеченская Респуб.	100	94,5	100	100	100	100	100
Ставропольский край	82,9	86,4	92,1	96,9	97,7	99,2	99,2	99,2	99,9	99,9
Приволжский фед. округ	81,8	85,2	90,2	92,3	93,4	95	94,6	95,1	95,1	94,8
Респуб. Башкортостан	89,6	92,5	94,9	96,6	96,8	98,3	95,9	98,2	96	98,4
Респуб. Марий Эл	83,1	85	88,9	92,2	90,1	90,8	92	93	94,5	95
Респуб. Мордовия	82,5	81,8	81,9	96,3	95,6	96,4	96,6	88,3	88	90,6
Респуб. Татарстан	83	86	91,8	97,2	96,8	97,5	98,9	98,4	99,1	98,6
Удмуртская Респуб.	88,4	89,2	92,3	90,2	94,4	96,3	95,9	95	96,3	94,3
Чувашская Респуб.	84,8	86,6	89,8	94,8	93,5	94,6	95	94,2	94	95,2
Пермский край	98,8	99	98,9	90,1	88,5	89,6	89,4	93	95	97
Кировская обл.	77,1	80,4	82,7	88,5	90	92	89,5	89,7	88,9	88,1
Нижегородская обл.	77,9	83,2	93,7	94,4	96	96,9	97,3	98,2	98,3	96,9
Оренбургская обл.	70	79	86,9	93,9	97,3	98,9	99	99,4	99,2	99
Пензенская обл.	83,3	83,4	88,1	94,1	94,4	99,6	95,6	93,2	92,4	95,9
Самарская обл.	80,2	85,7	93,1	95	96,4	97,7	96,5	96,6	95,8	87,9
Саратовская обл.	78,5	81,6	83,9	81,9	89,5	92,1	92,8	94,4	94,8	95,9
Ульяновская обл.	63,8	67,6	78,5	84,9	87,1	88,5	88,2	90,6	91,1	90,9
Уральский фед. округ	88	87,6	95,4	96,2	96,2	96	95,1	95,6	95,3	95,3
Курганская обл.	63,9	75,8	87,3	91,4	94,1	97,5	99	99,7	100	97,8
Свердловская обл.	87,5	76,7	95,1	95,9	96,1	96,5	97,2	97	97,1	97,8
Тюменская обл.	96,7	98,3	99,5	98,1	98,3	98,4	95,1	94,8	95,3	94,8
в том числе Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	97,6	99	99,6	98,7	98,9	98,7	96	95,7	96,1	96,9
Ямало-Ненецкий автономный округ	98,3	99,6	100	99,1	99,7	99,3	97,6	97,7	98,1	93,9
Челябинская обл.	88,4	93	94	95,7	94,2	91,5	91,1	93,6	91,3	92,1
Сибирский фед. округ	85,3	88	89,9	91,7	90,5	91,5	91,8	92,4	93,4	92,9
Респуб. Алтай	99,4	100	100	98,4	97,2	97,3	95,6	96,7	95,2	96
Респуб. Бурятия	86,4	91,5	89,7	94,6	95,5	97,4	98,7	97,5	97,1	93
Респуб. Тыва	100	100	98,6	95,8	100	100	100	99,7	97,8	88,1
Респуб. Хакасия	95	96,1	100	100	100	100	100	99,2	97,2	97,8
Алтайский край	75,2	79,3	86,9	88,8	87,5	86,4	86,7	88,8	88,4	88,3
Забайкальский край	97,7	99,3	99,7	98,3	97,4	97,3	98	99,7	100	100
Красноярский край	84,7	86,6	90,2	94,8	88,5	92,3	92,3	90	93,1	94,1
Иркутская обл.	91,4	95,5	97,4	98,3	98,6	98,2	96,9	97,4	97,8	97,3
Кемеровская обл.	93,6	93	92,7	93,8	95,5	97,9	97,3	97,4	97,2	97,1
Новосибирская обл.	89,9	90,8	85,9	83,7	84,6	86	87,4	88,4	92	91,9
Омская обл.	71	75,2	81,5	88,9	85,8	85,9	84,8	87,1	86,3	86,9

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Томская обл.	92,2	94,2	97,2	98,7	98,5	99,4	99,4	99,4	98,5	90,1
Дальневосточный фед. округ	85,1	90,4	90,1	92,4	92,7	93,2	94,3	92	91,1	92,9
Респуб. Саха (Яку- тия)	85,2	91,3	90,1	94,4	95,6	94,4	94,9	94,7	91,3	92,9
Камчатский край	91,7	95,8	93,5	95,5	96,1	97,8	97	96,6	96,3	97,1
Приморский край	80,9	83,1	84,4	89,8	86,9	88,5	93,7	87,5	89,4	90,8
Хабаровский край	100	100	99,8	99,9	100	99,2	98,9	99,6	99,5	99,2
Амурская обл.	70	86,5	87,3	83,7	88,4	89	89	84,1	81,1	86
Магаданская обл.	94,6	92,9	97	97,9	96,4	96,8	95,3	95,8	93	95,6
Сахалинская обл.	88,8	92,7	92,2	93,4	94,5	94,4	94,6	91,8	92,5	94,5
Еврейская автоном- ная обл.	94,4	98,3	92,7	89,8	90,1	92,8	92,4	90,9	90,9	92,4
Чукотский авто- номный округ	98,9	100	100	100	100	100	99	98,7	99,1	98,2

Таблица 23

УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ОРГАНИЗАЦИЙ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ ГЛОБАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СЕТИ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,

% от общего числа обследованных организаций соответствующего вида экономической деятельности

	Глобальные информационные сети					Из них сеть Интернет					Организации, имевшие веб-сайт				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Всего	74,7	79,3	83,4	85,6	87,5	73,7	78,3	82,4	84,8	86,9	22,8	24,1	28,5	33	37,8
Добыча по- лезных ис- копаемых	90,1	89,5	91	91,8	91,3	89,6	88,7	90,4	91,2	91,1	26,2	24,8	27,9	30	33,2
Обрабаты- вающие производ- ства	88,9	91,7	93,5	94,3	94,9	88,6	91,4	93,2	93,9	94,7	44,8	46,1	50,8	53,3	56,5
Производ- ство и рас- пределение электро- энергии, газа и воды	67,9	73,3	77,4	82,4	85,1	67,7	73,2	77,1	82	84,7	14,9	17,2	24	29,2	33,8
Строитель- ство	87,4	90,1	92,2	92,5	92,1	86,5	89,5	91,5	91,8	91,7	25,5	27,5	31,2	34,3	37
Оптовая и розничная торговля; ремонт ав- тотранс- портных средств, мо- тоциклов, бытовых из- делий и предметов личного пользова- ния	80,7	84,2	88,1	89	90,4	80,3	83,7	87,5	88,6	90,1	27,3	29,1	35,7	35,5	39,5
Деятель- ность гости- ниц и ресто- ранов	66,9	72,7	78	80,5	84	66,5	72,2	77,7	80,3	83,8	23,8	25	28,5	31,5	35,3
Транспорт и связь	83,6	87	89,4	89,3	90	78,3	81,2	82,9	82,7	84,3	26,1	27,3	30,8	32,3	35,4
из них связь	97,2	95,7	95,4	96,2	95,8	95,8	93,8	93,8	94,7	93,9	61,7	60,2	62,5	65,7	65,1

	Глобальные информационные сети					Из них сеть Интернет					Организации, имевшие веб-сайт				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Финансовая деятельность	91,5	92,5	93,7	94,5	95,2	90,9	91,9	93,5	93,9	95	53,6	52,2	54,9	57,2	61,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	72,3	75,2	77,3	79,2	79,9	72,1	74,9	77	78,8	79,6	23,3	23,2	26,4	29,1	30,6
из них научные исследования и разработки	91,8	94,3	94,6	94,7	95,4	91,7	94,2	94,5	94,7	95,4	59,9	60,5	63,7	64,8	67,9
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	69,2	77,3	84,9	88,6	91,4	67,3	75,6	83,2	87,6	90,8	16,6	19,2	24,6	30,5	37,5
Высшее профессиональное образование	94,7	96,2	97,2	97,6	98,1	94,6	96,2	97,1	97,6	98,1	70,6	74,3	77,2	79,1	83,2
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	85,1	89,9	93,2	94,5	96	84,6	89,5	93	94,4	95,9	11,6	12,8	18,1	31,6	41
Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	47,8	51,5	57,1	62,8	69,5	47,5	51,2	56,7	62,6	69,3	12,8	12,6	14,9	18,6	23,3
Другие виды деятельности	76,4	83,7	89,2	90,3	91,7	76,2	83,7	89,1	90,2	91,7	7,5	6,5	8,2	10,7	14,1

**УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ОРГАНИЗАЦИЙ, ИСПОЛЬЗОВАВШИХ СПЕЦИАЛЬНЫЕ
ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА, % от общего числа обследованных организаций**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Организации, использовавшие специальные программные средства – всего	68,7	74,8	79,1	84,9	86,6	88,5	88,7	89,1	89,8	86
из них: для решения организационных, управленческих и экономических задач	53,4	59,1	58	60,7	59	60,8	60,6	59,7	60,3	59,8
антивирусные программы	—	—	—	54,6	63	71,6	75,8	76,5	79,8	73,6
для осуществления финансовых расчетов в электронном виде	30	32,7	45,7	48,3	53,4	57,3	60,3	59,7	60,9	61,2
электронные справочно-правовые системы	—	33,9	39,6	47,3	50,4	54,4	56,2	53,7	55,1	56,5
для управления закупками товаров (работ, услуг)	—	—	—	—	—	—	—	—	36,1	36,2
для управления продажами товаров (работ, услуг)	—	—	—	—	—	—	—	—	24,3	22,8
для предоставления доступа к базам данных через глобальные информационные сети	14,5	15,3	16,8	15,9	19,3	21,3	23,7	27,8	28,1	29,3
обучающие программы	9,9	12,1	11,9	14	16,2	16,7	17,3	19,1	19	21,8
для управления автоматизированным производством и/или отдельными техническими средствами и технологическими процессами	13,3	13,7	14	13,1	13,7	14,4	15,2	18,1	18,1	16,7
для проектирования	9,3	10	9,7	9,6	9,9	10,7	11	11,8	12,1	11,7
редакционно-издательские системы	4,4	5,2	5,6	4,7	4,9	5,3	5,4	9,2	7	6,2
CRN, ERP, SCM – системы	—	—	—	3,6	5,5	5,6	6,4	7,6	10,2	9,5
для научных исследований	3,4	3,5	3,1	3,1	3,1	3,1	3	3,3	3,4	3,1
прочие ¹⁾	28,6	29,4	30	35,9	38,1	40,7	41,2	42,2	43,2	37,7

¹⁾ Включены системы для автоматизации банковской деятельности, автоматизации торговых организаций, оформления заказов, автоматизированных библиотечных систем, программ-переводчиков, словарей и другие специальные программные средства.

Таблица 25

Распределение организаций по удельному весу численности работников, использовавших персональные компьютеры на конец года, % от общего числа обследованных организаций										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Менее 10	29,7	27,4	27,5	27,3	24,7	18,4	15,4	13,3	10,2	9,7
10–29	18,3	20,4	21,5	19,1	19,2	18,1	17,4	16,6	24,6	24,3
30–49	8,3	9,4	9,9	9,3	9,5	9,7	9,7	9,5	10,7	11,7
50–69	8,3	9	9,3	10,1	9,7	10,8	10,7	10,4	11,8	11,9
70–100	20,1	21,5	22,8	27,5	30,2	36,6	40,4	44	35,9	36,4
Не использовали	15,4	12,4	8,9	6,7	6,7	6,3	6,3	6,2	5,7	6,4
Удельный вес организаций использовавших Интернет по субъектам Российской Федерации, % от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Российская Федерация	43,4	48,8	53,3	61,3	67,8	73,7	78,3	82,4	84,8	86,9
Центральный федеральный округ	43	48	52,7	60,1	67,7	70,6	75,5	80,3	82,8	85,9
Белгородская область	38,2	42,9	48	56,1	70,3	74	82,6	85,8	87,6	87,9
Брянская область	29,3	35,3	40,8	47,6	54,3	59,4	65,4	69,4	71,8	74,7
Владимирская область	36,4	41,4	48,5	57,5	65,3	76,6	83,8	87,9	88,3	90
Воронежская область	54,9	57,3	56,9	57,1	64,7	68,8	74	80,1	78,2	82,1
Ивановская область	30,6	35,8	38,3	49,2	57,4	61,4	69	78,5	84,7	88,4
Калужская область	42,5	44,2	47,8	52,5	60,3	63,2	67,6	73,3	76,9	81,5
Костромская область	23,3	32,6	33,8	43,2	52,3	61,2	68,7	76,4	84,9	83,1
Курская область	19,5	22,3	30,8	40,5	55,3	49,5	52,4	56,1	64,4	71,9
Липецкая область	32,7	40,6	50,4	67,6	66,8	68,8	70,2	78,9	80,7	86,9
Московская область	45,3	52,6	58,1	65,2	75,4	78,4	81,4	86,4	86,2	91,1
Орловская область	36,1	39,7	42,2	46,6	52,9	58,6	67	71,4	74,6	79,9
Рязанская область	47,2	52,1	55,1	61,8	67,7	73,2	80	84	85,8	84,8
Смоленская область	25,4	30,9	33,5	40,5	47,7	50,9	61,2	74,9	81,4	89,5
Тамбовская область	32,7	38,8	46,9	69	78,6	61,8	62,5	65,4	75,1	78,9
Тверская область	33,7	40,2	42,9	49,9	59,4	69,8	74,9	82,5	82,6	77,9
Тульская область	29,5	34,9	36,9	45,9	55,3	63,6	69,8	71,9	76,8	81,7
Ярославская область	41,5	48,5	52,4	61	70	75,2	82,2	85,8	87	89,7
г. Москва	79,1	82,4	87	90,6	93,6	97,1	98,1	98,5	98,5	98,4
Северо-Западный федеральный округ	51,5	57,7	59,7	65,9	70,4	76,5	80,6	85,7	88,6	91
Республика Карелия	68,8	71,5	79	78,5	82,8	90	92,3	93,7	98,1	97,2
Республика Коми	42,1	50,1	59,2	64,9	62,3	64	65,5	71,3	76,1	84,7
Архангельская область	56,2	61,4	63,5	68,6	73,7	80,4	82,7	87,4	90,1	91,4
в том числе Ненецкий автономный округ	63,4	63,8	59,3	68,8	77,1	79,4	79	82,2	89,4	90,9
Вологодская область	31,3	39,1	40,2	45,7	52,4	60	66,2	76,5	80,4	84,5
Калининградская область	49	55,4	55,7	61	67,8	73,1	76,5	82	85	87,6
Ленинградская область	38,8	47,8	53,3	61,6	70	82	87,9	90,8	93,3	94,3
Мурманская область	54,7	62,9	63,7	70,3	75,8	77,1	78,8	84,7	87,6	88,6

Удельный вес организаций использовавших Интернет по субъектам Российской Федерации, % от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации										
Новгородская область	54,7	58,8	53,7	57,5	63	75,7	85,2	89,8	94,8	96,4
Псковская область	45,1	48,9	48,1	57	62,1	68,5	78	83,5	87,5	88,6
г. Санкт-Петербург	65,6	71,3	74,9	82,8	86,6	90,8	93,3	96	96,2	96,9
Южный федеральный округ	46,9	50,9	55,4	68,3	71,8	77,2	77,6	80,2	83	84,1
Республика Адыгея	54,6	61,1	58,6	56,6	68,4	81,5	86,8	88	92,1	92,2
Республика Калмыкия	25,6	25,1	33,2	44,3	49,7	56,3	70,4	90,5	87,7	87,1
Краснодарский край	56,8	61,8	68	74,4	80,2	84,5	86,5	87,7	87,8	89,3
Астраханская область	41,2	40,9	40,8	50,6	64,3	71,8	77,1	76,8	86,1	85,2
Волгоградская область	35,9	42,1	46,9	60,2	62,9	69	70,1	73,8	77,9	77
Ростовская область	47,6	51,6	55,6	74,3	75,5	80	76,5	78,9	81,1	83,8
Северо-Кавказский федеральный округ	35,6	41,6	48,3	59,6	66,8	74,7	81,6	85,5	89	87,8
Республика Дагестан	45	57,5	50,2	56,2	64,6	76,9	93,2	94,7	94,5	97,3
Республика Ингушетия	18,2	17	27,7	36	45,8	54	57,8	71,8	87,1	95,2
Кабардино-Балкарская Республика	39,5	43,8	48,6	54,9	62	69,7	87	91,6	92	94,9
Карачаево-Черкесская Республика	26,4	29,4	34,6	41,5	48,8	56,6	61,9	65,4	76,2	80,6
Республика Северная Осетия – Алания	27,3	33,1	43,2	51,9	59,1	67,5	79,5	80,3	81,2	84,5
Чеченская Республика	32,1	19,8	45,8	51,6	69,7	78,7	64,7
Ставропольский край	39,8	46,9	54,7	71	80,8	87,4	90,2	93,6	96,1	97,3
Приволжский федеральный округ	38,2	44,3	50,3	58,6	66,3	75,5	81,4	86	87,8	89,1
Республика Башкортостан	37,6	44	54,7	66,9	75	86	90	94,7	92,5	96,4
Республика Марий Эл	43,3	47,7	50,8	54,9	59,8	64,3	69,3	76,8	82,5	86,5
Республика Мордовия	43,5	41,3	40,8	53,8	64,1	76	80,8	80,7	81,5	85,3
Республика Татарстан	35,2	40,4	52,2	59,5	65,5	78,6	92,9	95,4	95,9	95,7
Удмуртская Республика	46,9	51,3	57,5	58,7	69	77,7	83,1	84	88,5	89,1
Чувашская Республика	42,1	59,9	60,5	75,6	79	84,8	87,8	87,8	90,1	91,4
Пермский край	45,9	51,1	57,5	61,6	67,6	72,5	75,7	81,4	85,3	89,9
Кировская область	22,6	27,6	31,2	39,9	51,1	63,2	68	73,9	75,7	78,2
Нижегородская область	41,5	49,1	53,3	64,6	74,5	79,5	84,8	92	92,2	92,5
Оренбургская область	40,2	44,9	50,4	57	62,5	71,3	80,6	86	90,6	94,2

Удельный вес организаций использовавших Интернет по субъектам Российской Федерации, % от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации										
Пензенская область	36,7	45	48,3	56,9	62,3	71,6	75,7	78,5	79,8	85,1
Самарская область	48,3	51,8	56,3	63	68,9	78,2	83,5	88,7	89,1	81,7
Саратовская область	37,8	45,4	46,4	50,6	57,4	67,1	75,7	80,8	84,4	86,2
Ульяновская область	24,4	28,7	37,9	46,7	57,2	70,9	75,7	82,8	85,9	87
Уральский федеральный округ	47,9	53,1	58,4	66,4	74,4	80,9	83,5	87,1	88,9	90,5
Курганская область	30,2	33,8	37,2	42,3	54,2	76,2	84,4	89,5	92	93,4
Свердловская область	45,2	45,5	55,2	67	76,7	80,4	84,5	86,8	90	93
Тюменская область	59,3	66,5	70,9	75,4	81,4	86,5	84,9	87,9	90,3	90,6
в том числе: Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	71,4	76	80	85,2	89,4	90,6	87,9	89,9	92,2	92,5
Ямало-Ненецкий автономный округ	66,9	78,9	85,5	87,3	91,3	93,6	89,3	92,9	92,8	89,8
Челябинская область	44	54	54,8	62,7	69,7	75,3	79,4	85,1	84,1	85,8
Сибирский федеральный округ	41,3	46,1	49,4	57,2	62,3	68,4	73,2	77,6	81,2	84
Республика Алтай	34,5	36,2	44,7	59,3	61	69,7	78,5	83,6	86,3	90,7
Республика Бурятия	36,8	34,5	38,3	55,5	60,6	69,5	76,6	80,8	81,8	84,2
Республика Тыва	28,6	30,6	27,9	19,2	19,8	24,9	39,6	68	72,7	72,2
Республика Хакасия	59,1	65,4	60,7	67	76,4	87,2	91,6	91,6	91,8	91,7
Алтайский край	29,3	31,5	38,1	47,3	52,6	59,6	65,5	70,2	72,3	76
Забайкальский край	38,5	38,3	39,2	46,8	55,8	62,4	70,5	76,8	82,7	89,6
Красноярский край	29	34,1	41,4	53,1	56,7	66,4	70,8	72,3	78,9	83,2
Иркутская область	56	64,3	67,9	74	78	81	83,2	81,1	86	90,3
Кемеровская область	51,5	55,7	58,3	68,3	77	85,2	87,1	90,7	92,2	91,6
Новосибирская область	52,1	59,9	56,6	58	62,1	66,3	70,4	75,4	80,4	82,7
Омская область	37,6	43,3	46	53,6	58,5	62,3	65,5	72,1	74,8	79
Томская область	61,1	68,5	75,3	84,7	90,4	93,7	95,5	96,7	96,4	85,2
Дальневосточный федеральный округ	47,8	55,2	56,3	62,3	67,7	72,6	78	79,1	80,7	84
Республика Саха (Якутия)	41,3	48,4	51,1	56,7	61,9	66,6	71,5	72,6	72,8	75,1
Камчатский край	44,5	56,9	50,9	55,2	68,1	80	84,4	87,7	87,7	91,8
Приморский край	54,8	60	63,2	69,7	69	73,7	84,1	80,3	83,3	85,7
Хабаровский край	61,7	64,6	68,7	76,5	83,4	84,2	86,3	89,2	92,6	94,6
Амурская область	38,5	48,1	40,6	47,5	56,6	63,1	68,4	68,8	69,5	76,7
Магаданская область	47,6	53,8	60,3	65,3	68,5	72	74,7	85,9	85,2	88,8
Сахалинская область	45,7	55,6	62,6	68,1	73,5	78,8	83,8	85,1	88,2	90,5
Еврейская автономная область	43,4	39,1	41,5	51,4	62	66,5	68,5	72	76,4	79,3
Чукотский автономный округ	53,3	87,5	88,7	91,6	97,9	93,3	92,7	80,6	82,4	87,4

Таблица 26

ЧИСЛО ПЕРСОНАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ, тыс. шт.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Всего	4 150,5	4 558,3	5 709,6	6 684	7 528,4	8 267,3	8 743,7	9 288,1	9 972,2	10 807,5
из них: в составе локальных вычислительных сетей	2 794,2	3 177,9	4 057,6	4 871,5	5 731	6 369,1	6 893,9	7 480,2	8 018,3	8 733,7
имевшие доступ к глобальным информационным сетям	1 204	1 513,4	2 032	2 606,3	3 267,5	3 873,5	4 313,5	4 997,1	5 663,2	6 508,1
в том числе к сети Интернет	986	1 218,8	1 686,1	2 232	2 888,4	3 411,5	3 866,4	4 553,3	5 198,3	6 066,5
Поступило в отчетном году	656,2	743,8	984,2	1 170,9	1 257,9	1 159,2	890,6	999,9	1 251,6	1 454,1
Число персональных компьютеров на 100 работников – всего, шт.	18	20	23	26	29	32	35	36	39	43
в том числе с доступом к сети Интернет	4	5	7	9	11	13	15	18	21	24

Таблица 27

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПО ВИДАМ, % к итогу

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Затраты на информационные и коммуникационные технологии – всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе: на приобретение вычислительной техники	52,3	45,4	37,3	33,7	31,2	27,5	20,3	21,9	23,1	23,8
на приобретение программных средств	7,7	9,8	11	11,3	14,7	15,9	16,4	15,7	17,3	20,1
на оплату услуг электросвязи	20,9	23,9	25,9	31,4	29,4	31,4	33,8	32,6	30,7	29,7

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
из них на оплату к сети Интернету	-	-	-	5,7	6	6,6	7,9	7,6	8,8	7,6
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий	0,7	0,8	1,6	0,8	0,7	0,8	1,2	0,7	0,8	0,7
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг электросвязи и обучения)	11,3	11,6	14,7	15,2	16,5	17,5	19	19,2	19,9	17,5
Прочие затраты	7,1	8,5	9,5	7,6	7,5	6,9	9,2	9,9	8,3	8,2

Таблица 28

**ЛЕСОВОДСТВО И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ В ОБЛАСТИ ЛЕСОВОДСТВА
ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, тыс. га**

	Лесовосстановление		Защита лесов от вредных организмов	
	всего	из него искусственное лесовосстановление (создание лесных культур)	биологическим методом	химическим методом
1992	1 402,3	447,2	408,9	76,8
1993	1 461,3	427,9	455,5	73,3
1994	1 561,8	391,0	550,6	146,3
1995	1 453,7	366,9	618,2	540,0
1996	1 109,7	305,1	990,1	441,2
1997	1 091,7	267,1	1174,6	362,6
1998	1 018,5	259,8	745,1	146,7
1999	964,4	254,6	469,0	213,9
2000	972,9	263,3	538,1	217,6
2001	959,9	264,9	520,0	450,9
2002	886,8	254,3	542,9	258,4
2003	834,1	233,1	582,1	324,7
2004	796,7	230,4	558,0	178,2
2005	812,3	187,1	511,0	128,3
2006	877,3	194,5	520,1	46,9
2007	872,5	202,4	419,6	14,6
2008	828,4	191,4	317,3	42,1
2009	836,7	181,0	150,4	15,5
2010	811,5	170,8	226,6	49,0
2011	860,0	196,5	161,7	13,8
2012 ¹⁾	841,7	184,9	255,2	73,5

¹⁾ С учетом индивидуальных предпринимателей.

Таблица 29

**ЛЕСОВОДСТВО И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ В ОБЛАСТИ ЛЕСОВОДСТВА
ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, тыс. га**

Год	Лесовосстановление		Защита лесов от вредных организмов	
	всего	из него искусственное лесовосстановление (создание лесных культур)	биологическим методом	химическим методом
1992	1 402,3	447,2	408,9	76,8
1993	1 461,3	427,9	455,5	73,3
1994	1 561,8	391,0	550,6	146,3
1995	1 453,7	366,9	618,2	540,0
1996	1 109,7	305,1	990,1	441,2
1997	1 091,7	267,1	1 174,6	362,6
1998	1 018,5	259,8	745,1	146,7
1999	964,4	254,6	469,0	213,9
2000	972,9	263,3	538,1	217,6
2001	959,9	264,9	520,0	450,9
2002	886,8	254,3	542,9	258,4
2003	834,1	233,1	582,1	324,7
2004	796,7	230,4	558,0	178,2
2005	812,3	187,1	511,0	128,3
2006	877,3	194,5	520,1	46,9
2007	872,5	202,4	419,6	14,6
2008	828,4	191,4	317,3	42,1
2009	836,7	181,0	150,4	15,5
2010	811,5	170,8	226,6	49,0
2011	860,0	196,5	161,7	13,8
2012 ¹⁾	841,7	184,9	255,2	73,5

¹⁾ С учетом индивидуальных предпринимателей.

Таблица 30

**ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ВИДУ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ «ЛЕСОЗАГОТОВКИ»**

	2003	2004	2005	2006	2007
Число организаций (на конец года) ¹⁾ , тыс.					
Индекс производства ²⁾ , % к предыдущему году	108,2	106,8	100,8	104,0	114,1
Среднегодовая численность работников организаций, тыс. чел.					
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) ³⁾ , млн р.					
Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) ³⁾ , %					

¹⁾ По данным государственной регистрации. ²⁾ По виду экономической деятельности «Лесозаготовки». ³⁾ По данным бухгалтерской отчетности. Знак (–) означает убыток (убыточность).

6. Вопросы для анализа

Используя материалы (данные для анализа)

1. Проанализируйте один из институтов России на основе «старого» и «нового» институционализма.

2. Обоснуйте, с точки зрения какой теории нормы ГК РФ не имеют рациональной природы?

3. Охарактеризуйте информационные, ресурсные отношения в банковском секторе экономики России.

4. Определите роль формальных и неформальных институтов в современной хозяйственной практике России.

5. Выделите преимущества внешних и внутренних институтов.

--

6. Каковы основные виды трансакций в российской экономике?

--

7. Рассчитайте долю трансакционного сектора в экономике России.

--

8. Сопоставьте активы с низкой и высокой степенью специфичности.

--

9. Выделите и ограничьте институциональную среду в России.

--

10. На основе анализа российского рынка информации определите издержки поиска информации.

11. Лесные ресурсы являются одним из важнейших компонентов национального богатства России. Выделите издержки оппортунистического поведения в этой сфере.

12. Оцените эффективность использования земли как специфического ресурса в России.

13. Определите какие трансакционные блага предоставляются государством в обмен на уплату налогов.

14. Рассчитайте неявные, прямые и альтернативные трансакционные издержки, возникающие у компаний, занимающихся добычей нефти.

15. Установите зависимость между правом собственности и внешними эффектами.

16. Оцените последствия свободного доступа к ресурсам общего пользования в России.

17. Оцените неэффективность принятия решений в условиях неполной определенности прав собственности.

18. Обоснуйте смысл рентоориентированного поведения и установите последствия такого поведения для развития экономики России.

19. Раскройте содержание российского контрактного права.

20. Проиллюстрируйте основные составляющие контракта из российской хозяйственной практики.

21. Выделите и оцените критерии эффективности фирм разного типа.

22. Определите условия необходимые для существования контрактного государства в России.

23. Проанализируйте причины невозможности государства выступать гарантом всех взаимодействий экономических субъектов.

24. На основе эмпирических оценок определите характер современного российского государства.

25. Определите роль образования и культуры в институциональных изменениях.

Примечание: при выполнении этого задания оцените полноту информации, предложенной в разделе «Данные для анализа». Также для выполнения заданий необходимо использовать Гражданский кодекс Российской Федерации в последней редакции. В том случае, если Вы установите недостаток каких-либо статистических материалов, дополните эти данные самостоятельно.

7. Глоссарий

Абсолютное право собственности – дает индивиду исключительные полномочия в отношении материального блага.

Вертикальная интеграция – это процесс замещения трансакций на рынках ресурсов и продуктов внутрифирменными трансакциями.

Внешние эффекты – величина полезности или издержек, которые не отражены (неспецифированы) в условиях контрактов.

Государство – это организация со сравнительными преимуществами в осуществлении насилия, распространяющимися на географический район, границы которого устанавливаются его особенностью облагать налогом подданных использующая эти преимущества для предоставления общественных благ.

Граф – это совокупность двух конечных множеств: множество точек $N = (n_1 \dots n_q)$, которые называются вершинами, и множества пар вершин $Z = (I_1, \dots, I_2)$, которые называются ребрами.

Демонстративное потребление – использование потребления для доказательства обладания богатством (по Т. Веблену).

Дилемма заключенных – матричная игра, в которой солидарное поведение выгоднее для обоих игроков, чем другие виды поведения.

Дискретные институциональные альтернативы – это совокупность системно замкнутых (неделимых, взаимодополняющих) наборов правил, опосредующих взаимодействие между людьми по поводу ограниченных благ.

Доминирующая стратегия – стратегия игрока, которая обеспечивает ему больший выигрыш по сравнению с другой стратегией независимо от поведения второго игрока.

Игровая матрица – матрица, составленная из пар выигрышей, которые получают игроки при соответствующем выборе альтернатив поведения.

Игровой подход – трактует институт как набор правил некоторой игры, которую ведут между собой хозяйственные субъекты.

Иерархия – структура соподчинения индивидов, взаимодействие которых происходит посредством команд.

Имплицитный контракт – ожидания индивида (или индивидов), находящегося во взаимодействии с кем-либо, относительно будущих действий партнера.

Инстинкт мастерства – врожденное стремление человека к производительной деятельности, важнейший социальный инстинкт (по Т. Веблену).

Институт – правило или совокупность правил, имеющее внешний механизм принуждения индивидов к его исполнению.

Институционализация – признание человеком внешней нормы в качестве неотъемлемого элемента внутренней системы ценностей.

Институциональная среда – совокупность основополагающих социальных, политических, юридических и экономических правил, определяющих рамки человеческого поведения.

Институциональное изменение – изменение одного или нескольких компонентов института.

Институциональное проектирование – формирование целенаправленных институциональных изменений.

Институциональное равновесие – такая ситуация, в которой при данном соотношении сил игроков и данном наборе контрактных отношений, образующих экономический обмен, ни один из игроков не считает для себя выгодным тратить ресурсы на реструктуризацию соглашений.

Институциональное соглашение – договоренности между индивидами и (или) их группами, определяющие способы кооперации и конкуренции.

Институциональный анализ – исследование структуры существующих институтов и выполняемых ими функций методами экономической теории, направленное на оценку эффективности их функционирования с точки зрения как отдельных индивидов и их групп, так и влияния изучаемых институтов на условия создания стоимости в экономике (условия роста общественного благосостояния).

Институциональный человек – человек, имеющий сложную систему мотивов, которая определяется усвоенными им институтами. Цель его поведения состоит в гармонизации взаимоотношений с внешней социальной средой

Классический контракт – полный и формализованный контракт, предполагающий расторжение соглашения при возникновении конфликтной ситуации, гарантом его выполнения является государство.

Коллективные действия – способ примирения антагонистических интересов, при котором люди посредством сделок побуждают друг друга к достижению единства мнений и действий (по Дж. Коммонсу).

Команда – одностороннее ограничение набора допустимых действий, которые могут предпринимать подчиняющиеся агенты.

Конституционный социальный контракт – эксплицитный договор о структуре прав собственности и свобод, заключенный политическим путем.

Контракт – соглашение, добровольно заключаемое его сторонами и координирующее их действия путем определения взаимных прав, обязательств и механизмов их соблюдения.

Контрактный подход трактует институт как многосторонний контракт между членами общества, накладывающий на каждого индивида определенные обязательства.

Методологический индивидуализм – принцип исследования общественных явлений, основанный на формуле «только люди принимают решения».

Моральный риск – термин характеризует ситуации, в которых после заключения контракта агент либо лучше информирован по сравнению с принципалом (скрытая информация), либо принципал не может наблюдать усилия агента (скрытое действие). При таких обстоятельствах агент может проявлять постконтрактный оппортунизм.

Моральный риск – термин характеризует ситуации, в которых после заключения контракта агент либо лучше информирован по сравнению с принципалом (скрытая информация), либо принципал не может наблюдать усилия агента (скрытое действие). При таких обстоятельствах агент может проявлять постконтрактный оппортунизм.

Неблагоприятный отбор – термин характеризует ситуации, в которых принципал знает меньше об агенте, чем агент знает о самом себе. При таких обстоятельствах агент может проявлять предконтрактный оппортунизм.

«Невидимое рукопожатие» – экономический механизм, в котором определяющую роль играют межличностные отношения. В современной экономике «невидимое рукопожатие» приходит на смену «невидимой руке».

Неоклассический контракт – неполный, предполагающий непрерывность отношений сторон при возникновении конфликтной ситуации до завершения сделки. Гарант выполнения контракта – третья сторона.

Неполный контракт – контракт, который не учитывает всех возможных исходов событий.

Неформальные правила – контракт, который не учитывает всех возможных исходов событий.

Неявный контракт – молчаливое понимание и признание сторонами обязательства, которое не подкреплено юридической защитой.

Общественный выбор – это совокупности процессов нерыночного согласования индивидуальных действий через систему политических институтов демократического общества.

Ограниченная рациональность – ограниченность возможностей экономических агентов по переработке информации.

Оппортунистическое поведение – поведение, нацеленное на преследование собственного интереса и не ограниченное соображениями морали, т.е. связанное с использованием обмана, хитрости и коварства. Асимметричная информация создает возможности для оппортунистического поведения.

«Оседлый бандит» – автократическое государство, максимизирующее чистый доход в долгосрочном периоде.

Отлынивание – форма оппортунистического поведения при командной организации производства, когда индивид преднамеренно снижает уровень своих усилий, чтобы извлечь больше индивидуальной полезности в процессе работы.

Отношенческий контракт – неполный, неявный, регулярный и самовыполняющийся контракт

Пост-конституционный социальный контракт – как правило, имплицитный договор о производстве общественных благ в рамках политического цикла (или политического режима).

Права собственности – санкционированные поведенческие отношения между экономическими агентами, касающиеся использования ограниченных ресурсов.

Правила – модели поведения, за нарушение которых налагаются санкции.

«Проблема безбилетника» – затрудненность осуществления взаимовыгодных коллективных действий из-за возможности получения экономическими агентами выгоды без участия в общих издержках.

Равновесие по Нэшу – ситуация, в которой ни один из игроков не может увеличить свой выигрыш, в одностороннем порядке.

Равновесие по Парето – ситуация, когда нельзя улучшить положение ни одного из игроков, не ухудшая при этом положение другого.

Разумная стоимость – форма, которую в результате юридической процедуры обретает решение, приемлемое для всех противоборствующих экономических агентов (по Дж. Коммонсу).

Репутационная рента – прибавка к цене, которую получает продавец, следующий честной стратегии поведения на рынке.

Рутин – совокупность «внутренних» институтов хозяйственного субъекта. В эволюционной экономической теории играет ту же роль, что гены в биологии.

Рыночная трансакция – трансакция, осуществляемая посредством механизма цен.

Рыночное сигнализирование – явление, когда информированная сторона может предпринять определенные виды деятельности, информирующие другую сторону о своих качествах.

Саморегулирование – это институт, в рамках которого; 1) группой экономических агентов создаются, адаптируются и изменяются легальные (не противоречащие установленным государством) правила, регулирующие хозяйственную деятельность этих агентов; 2) объекты регулирования имеют возможность легально управлять поведением регулятора.

Сеть – долгосрочная кооперация автономных участников, взаимодействие которых происходит на основе переговоров

Спецификация прав собственности – определение объекта права субъекта права, набора правомочий, которыми располагает данный субъект, а также механизма, обеспечивающего их соблюдение.

Специфичность активов – соотношение выгоды от использования актива в рамках данной трансакции и выгоды от альтернативного использования.

Спонтанные институциональные изменения – институциональные изменения, которые осуществляются, – возникают и распространяются без чьего-либо предварительного замысла и плана.

Стратегия игрока – стереотип поведения игрока, которому он следует при выборе альтернативы поведения. Задается вектором вероятностей выбора альтернатив.

Теорема Коуза – если трансакционные издержки равны нулю, то окончательное размещение ресурсов обеспечивает максимальное суммарное благосостояние сторон вне зависимости от первоначального распределения прав собственности.

Теорема Познера – при высоких трансакциях и иных издержках законодательство должно избирать и устанавливать наиболее эффективное из всех доступных распределение прав собственности

Трансакция – социальное взаимодействие, в результате которого происходит отчуждение или присвоение прав собственности и прав свобод.

Трансакционные издержки – ценность ресурсов, затрачиваемых на осуществление трансакции.

Трансакционные модели производства – модели производства, в которых учитываются трансакционные издержки найма-увольнения и изменения выпуска, а также начальные параметры производства.

Фирма – 1) система нерыночных трансакций, организованных предпринимателем с целью максимизации прибыли; 2) сеть отношенческих контрактов, создаваемая в целях эффективной организации производства.

Фокальная точка – контекстуальный намек, лежащий вне взаимодействия как такового, но позволяющий его участникам координировать свое поведение с целью реализовать контрактное равновесие в координационной игре.

Формальный институт – институт, в котором принуждение к исполнению правила является специализированной деятельностью гаранта, осуществляемой только им (или устойчивой группой индивидов).

Формальные правила – правила, существующие, в форме официальных текстов или удостоверенных третьей стороной устных договоренностей, в роли гарантов которых выступают индивиды, специализирующиеся на этой функции.

Эволюционный подход – трактует институт как продукт исторического процесса естественного отбора институтов, т.е. процесса их эволюции.

Эвристики – осознаваемые или не осознаваемые способы осуществления интеллектуальных операций выбора, заменяющих полный перебор и сравнение вариантов обнаружением приемлемого варианта.

Эксплицитный (явный) контракт – взаимные обязательства (или обещания) сторон друг другу, определяющие их будущие действия в течение периода исполнения договоренности.

Эффект блокировки – создание препятствий изменению правил организациями, получающими распределительные выгоды от использования действующих правил.

Список рекомендуемой литературы

Аузан А.А. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория / А.А. Аузан. – М. : Инфра-М, 2006. – 415 с.

Васильцова В.М. Институциональная экономика / В.М. Васильцова, С.А. Тертышный. – СПб. : Питер, 2014. – 254 с.

Институциональная экономика : учеб. пособие / под общ. ред. Г.Н. Макаровой, В.А. Рудякова. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2014. – 316 с.

Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М. : Дело, 1993. – 192 с.

Курс институциональной экономики : задачник : в 4 ч. / под ред. Е.А. Подколозиной, М.М. Юдкевич. – 2-е изд. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. – 352 с.

Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М. : Начала, 1997. – 180 с.

Фуруботн Э.Г. Институты и экономическая теория: достижения новой институциональной экономической теории / Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2005. – 702 с.

Шаститко А.Е. Экономическая теория институтов / А.Е. Шаститко. – М. : ТЕИС, 1997. – 105 с.

Шаститко А.Е. Экономическая теория организаций / А.Е. Шаститко. – М. : Инфра-М, 2007. – 327 с.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Учебно-методическое пособие

Составители

Огородникова Татьяна Владимировна

Абуздина Светлана Геннадьевна

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.

Подписано в пользование 02.07.19.

Издательство Байкальского государственного университета.

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.

<http://bgu.ru>.