

УДК 330.117

DOI 10.18413/2411-3808-2018-45-3-473-480

**ИНСТИТУТ ПОСРЕДНИЧЕСТВА НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ:
АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН**

**THE INSTITUTE OF MEDIATION IN THE MARKET OF CREDENCE GOODS:
AN ANALYSIS OF STRENGTHS AND WEAKNESSES**

М.А. Колосова**M.A. Kolosova**

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева»,
Россия, 302026, г. Орел, ул. Комсомольская, 95

Orel State University named after I.S. Turgenev, 95 Komsomolsky St, Orel, 302026, Russia

E-mail: marykolosova@yandex.ru

Аннотация

Данная статья посвящена изучению роли и функций института посредничества на рынках доверительных благ. Автором выделены группы посредников в рамках экономических отношений в сфере формирования и реализации спроса и в рамках отношений в сфере формирования и реализации предложения. Раскрыты роли и функции каждой из групп посредников, приведены примеры в рамках отраслевых рынков. Изучена роль государства как посредника, берущего на себя бремя издержек предоставления доверительных благ. Рассмотрены виды и формы проявлений оппортунистических действий каждой из групп посредников и государства.

Abstract

This article is devoted to the study of the role and functions of the institution of mediation in the markets of credence goods. The author has selected a group of mediators in economic relations in the sphere of formation and implementation of demand and in economic relations in the sphere of formation and implementation the supply. The role and functions of each group of mediators are disclosed. The role and functions of each group of intermediaries, examples are given within the framework of industry markets. Studied the role of the government, as the mediator, taking upon himself the burden of the costs of the provision of credence goods. Types and forms of opportunistic behavior of each of the groups of mediators and the government considered.

Ключевые слова: рынок доверительных благ, транзакционные посредники, коммерческие посредники, государство, оппортунистическое поведение.

Keywords: market of credence goods, transaction mediators, commercial mediators, government, opportunistic behavior.

Введение

Традиционный процесс рыночного взаимодействия, строящийся по схеме «потребитель – поставщик», для ряда современных рынков не является эффективным и требует активного вовлечения в данный процесс третьих лиц – посредников. Подобное положение вещей в первую очередь обусловлено рядом следующих специфических особенностей, присущих объектам данных рынков:

– во-первых, это блага, для оценки качества и принятия потребительского решения в отношении которых усилий и знаний рядовых потребителей недостаточно, что обусловлено асимметрией информации между участниками сделки, для снижения последствий которой неизбежно привлечение компетентной помощи «извне»;

– во-вторых, это блага, характеризующиеся высокой потребительской стоимостью, призванные удовлетворять первичные потребности индивидов, неблагоприятный исход сделки в отношении которых чреват высокими экономическими и моральными потерями для потребителя;

– в-третьих, это мериторные блага, способные создавать положительные внешние эффекты, объективная социальная значимость которых делает неизбежным участие государства в создании стимулов и институтов их производства и распределения.

Рынки доверительных благ, одновременно удовлетворяющие всем вышеперечисленным условиям, представляют собой хозяйственные структуры, объектами которых выступают блага, транзакции в отношении которых сопровождаются серьезными информационными несовершенствами за счет присущих им многомерных и скрытых характеристик, что влечет за собой стабильное на всех этапах рыночной сделки преимущественное положение одних рыночных субъектов относительно других, а субъективность потребительских оценок полезности доверительных благ обусловлена персонифицированным характером восприятия их качества [Колосова, 2016, с.174].

К числу рынков доверительных благ, на наш взгляд, относятся хозяйственные структуры, объектами которых выступают блага, представленные на рисунке.



Рис. Виды доверительных благ
Fig. The types of credence goods

Объективные информационные несовершенства данного рынка, приводящие к качественной неопределенности и высокому риску нерационального выбора, порождают высокий потребительский спрос на информацию и побуждают потребителей обращаться за помощью к третьим лицам – посредникам. Одновременно с этим необходимость обеспечения социальных гарантий, обеспечения беспрепятственного доступа потребителей к доверительным благам и, наконец, необходимость повышения общественного благосостояния за счет механизма справедливого распределения национального богатства обуславливают неизбежность вовлечения в процесс функционирования рынка доверительных благ таких субъектов, как посредники.

Основные результаты исследования

Институты посредничества на рынках доверительных благ в рамках хозяйственных отношений в сфере спроса и отношений в сфере предложения существенным образом различаются.

В рамках экономических отношений в сфере формирования и реализации спроса на изучаемых рынках данными субъектами выступают так называемые *«транзакционные посредники»*, представляющие собой экономических агентов, которые за счет своих знаний, умений, навыков, опыта и образования берут или готовы брать на себя наряду с рядовыми потребителями (принципалами) бремя принятия решения о целесообразности потребления блага, бремя поиска контрагентов, документального закрепления сделки, бремя проведения экспертиз и оценки издержек [Котляров, 2012].

К примеру, врач выступает неотъемлемым транзакционным звеном рыночной сделки на фармацевтическом рынке за счет наличия информации и профессиональных знаний в отношении целесообразности потребления того или иного лекарственного средства, возможности юридического оформления назначений (рецептов), что дает потребителю возможность беспрепятственного доступа к благу. Инженеры и эксперты-технологи выполняют посреднические функции на рынках услуг по техническому обслуживанию оборудования, автомобилей и иных объектов за счет наличия у них специфических знаний и информации о целесообразности работ, их объемах, непосредственного участия в процедурах анализа и оценки стоимости работ, процедурах экспертизы.

Наряду с вышеупомянутыми субъектами примерами транзакционных посредников выступают: на рынках медицинских услуг и эстетической медицины – бюро медико-социальной и судебно-медицинской экспертизы, врачебные комиссии, независимые комиссии оценки качества медицинской помощи, на рынках образовательных услуг – агентства по международным образовательным программам [Толстяков, Феногенова, 2014], на рынках труда – центры занятости населения, на рынках технического обслуживания и ремонта – центры автотехнической или судебно-технической экспертизы, независимые эксперты. На товарных рынках это сервисные центры и центры компьютерно-технической экспертизы на рынках компьютерных товаров, врачи-косметологи, стоматологи на рынках товаров личной гигиены, центры контроля качества и независимой экспертизы на рынках продовольственных товаров.

Очевидно, что посредники данного типа принимают непосредственное участие в процессе потребительского выбора, формируя если не в полной мере, то отчасти в тандеме со своими принципалами спрос на доверительные блага.

В рамках экономических отношений в сфере формирования и реализации предложения посредниками выступают *«коммерческие посредники»*, представляющие собой агентов, приобретающих товар у одного рыночного субъекта (производителя или поставщика) и реализующих его иным субъектам рынка с наценкой, или агенты, организующие сделки между продавцом и покупателем за комиссионное вознаграждение.

К числу «коммерческих посредников» мы относим на фармацевтическом рынке дистрибьюторские сети как агентов оптового сектора и аптеки как агентов розничного сектора, на рынках компьютерных товаров – компьютерные центры и дистрибьюторов программных продуктов, дистрибьюторов косметических продуктов и розничные точки сбыта на рынках товаров личной гигиены и рынках продовольственных товаров. На рынках услуг данная группа субъектов почти не представлена, за исключением агентов-продюсеров и продюсерских центров на рынках сферы культуры.

Отдельное место на рынке доверительных благ занимает государство, которое наряду с функциями субъекта власти, призванного корректировать и минимизировать последствия объективных рыночных несовершенств, обеспечивая «справедливое» распределение выгод и потерь между всеми членами общества, сочетает в себе функции хозяйствующего субъекта (посредника), участвующего в предоставлении доверительных благ путем компенсации потребителям издержек на их приобретение.

Так, на рынке медицинских услуг в рамках системы ОМС (взаимодействие «пациент – государственная больница») субъектом, гарантирующим предоставление определенного набора услуг и их оплату (за счет ранее полученных страховых взносов), является страховщик: частные или государственные страховые компании. Субъектом транзакции

на рынке образовательных услуг наряду с потребителем (студентом) и исполнителем (учебное учреждение) выступает государство – посредник, гарантирующий безвозмездное предоставление услуг и компенсирующий издержки его получения за счет бюджетных средств соответствующего уровня. В контексте фармацевтического рынка в странах Европы, к примеру, активно функционирует механизм компенсации государством части издержек на приобретение лекарственных средств.

Несмотря на столь важные функции посредников на изучаемом рынке, на практике, к сожалению, все чаще приходится констатировать тот факт, что институт посредничества неэффективен, что обусловлено несопадением интересов потребителя и посредника, стремящихся к максимизации индивидуальной полезности, прикладываящих то количество усилий и использующих те способы достижения результата, которые они считают целесообразными, что чревато для принципала получением удовлетворительного (приемлемого) результата вместо максимального, а иногда и риском отрицательного исхода сделки.

Проблема оппортунистического поведения посредников, стремящихся к максимизации личной полезности за счет ущемления интересов своих принципалов, объективно выступает одной из самых насущных на изучаемом рынке.

Оппортунистическое поведение представляет собой «стремление индивида реализовать эгоистический институциональный интерес к транзакционной деятельности, не ограниченной моральными устоями, по отчуждению и присвоению прав собственности при помощи искажения информации, с нанесением материального и морального ущерба другим лицам» [Королев, 2007].

Учитывая тот факт, что на сегодняшний день спектр способов проявления недобросовестных действий очень велик и многообразен, считаем целесообразным рассматривать формы оппортунистического поведения посредников согласно атрибутам сделки, в отношении которых они (действия) направлены. Классификация видов оппортунизма представлена в таблице.

Таблица
Table

Классификация видов оппортунистического поведения [Колосова, 2016, с. 13]
Classification of types of opportunistic behavior

Вид оппортунизма	Характеристика оппортунистического поведения
Качественный оппортунизм	недобросовестность и/или неправомерность действий экономических агентов в отношении индивидуальных характеристик доверительных благ
Транзакционный оппортунизм	недобросовестность и/или неправомерность действий экономических агентов в отношении условий и/или объемов сделки
Ценовой оппортунизм	недобросовестность и/или неправомерность механизма ценообразования
Конкурентный оппортунизм	использование методов и схем недобросовестной конкуренции
Информационный оппортунизм	недобросовестность и/или неправомерность действий агентов в отношении информации, сопряженной с элементами сделки

Формы проявления *качественного оппортунизма* посредников спроса на рынках доверительных благ находят следующие проявления:

– на рынках услуг: неполнота и недостоверность оказанных услуг; некомпетентность; противоречивость предоставленных заключений, преуменьшение степени тяжести

причинённого ущерба, умышленный уход от четких однозначных выводов; халатность, пренебрежение фактами; пассивность и незаинтересованность в результатах сделки.

– на рынках товаров: халатность, некомпетентность, формализм, пренебрежение важными материалами и вещественными доказательствами сделки, неполнота и необоснованность заключений.

К примеру, на фармацевтическом рынке качественный оппортунизм выражается в формализме врачей (выписывание стандартного набора препаратов), невнимательности и халатности к противопоказаниям, сопутствующим заболеваниям пациента, непереносимости ряда препаратов.

Трансакционный оппортунизм посредников спроса, в свою очередь, имеет следующее воплощение:

– на рынках услуг: нарушение регламента предоставления заключений и сроков исполнения сделок; отсутствие прав на осуществление деятельности; заочное оказание услуг (без должных на то оснований); сговор экономических агентов; неграмотность оформления протоколов (заключений); умышленная неполнота контрактов.

– на рынках товаров: недобросовестное взаимодействие с третьими лицами (сговор, протекционизм); нарушение сроков устранения дефектов или замены товара; отсутствие систем контроля качества; необоснованный отказ в замене товара.

Примерами трансакционного оппортунизма на фармацевтическом рынке являются сотрудничество врачей с производителями лекарственных препаратов, с дистрибьюторами для продвижения «их» лекарственных препаратов, неграмотность оформления рецептов, а также оформление назначений (рецепты) на непредусмотренных для этого бланках.

Под формами *ценового оппортунизма* посредников спроса мы подразумеваем:

– на рынках услуг: завышение цен на услуги; необходимость дополнительных издержек потребителей, не предусмотренных договором.

– на рынках товаров: завышение предельных торговых надбавок; повышение цен в отдельные периоды и сезоны; отказ в возмещении нанесенного ущерба; снижение цен с целью сбыта товаров с истекающим сроком годности.

На рынках технического обслуживания и ремонта ценовой оппортунизм представлен такими формами, как занижение восстановительной стоимости и рыночной стоимости предмета сделки.

Конкурентный оппортунизм среди «трансакционных» посредников менее распространен. Из немногочисленных примеров можно выделить случаи протекции в отношении отдельных соискателей вакансии со стороны представителей центров занятости на рынке труда.

Информационный оппортунизм для данной группы субъектов выглядит следующим образом:

– на рынках услуг: нелегитимные заключения посредников; утаивание и непредставление потребителю исчерпывающей информации; предоставление ложной информации в интересах отдельных групп лиц.

– на рынках товаров: искажение информации; умалчивание и дезинформирование потребителей; предоставление рекомендаций без наличия необходимой на то квалификации; подмена сопроводительной документации.

На рынках технического обслуживания и ремонта информационный оппортунизм проявляется в предоставлении устных разъяснений потребителю на предмет выявленных технических дефектов вместо предоставления предусмотренного контрактом документально оформленного заключения.

Качественный оппортунизм посредников предложения на рынках доверительных благ представлен нарушениями условий реализации и условий хранения товаров: реализация товаров с истекающим или истекшим сроком годности, нарушение целостности упаковки, занижение массы и объема товара.

На рынке услуг сферы культуры качественным оппортунизмом является неудовлетворительная концертно-репетиционная организация; отсутствие необходимой материально-технической базы; необоснованно завышенные требования к артистам; создание напряженного психологического климата.

К *транзакционному оппортунизму* мы склонны отнести сотрудничество коммерческих посредников с производителями товаров, сговор между экономическими агентами, неграмотность оформления документов, отказ в устранении дефектов, выявленных после акта купли-продажи, нарушение регламента исполнения сделки.

На рынках услуг сферы культуры транзакционный оппортунизм представлен отменами концертных мероприятий без уважительных на то причин, эксплуатацией труда артистов сверх утвержденного графика, необходимостью выполнения артистами работы, не входящей в круг их обязанностей.

Ценовой оппортунизм посредников предложения представлен примерами завышения цен на блага, необходимостью дополнительных издержек, не предусмотренных договором, занижением рыночной стоимости благ.

Проявлениями ценового оппортунизма на фармацевтическом рынке, к примеру, являются завышение оптовых (розничных) надбавок выше установленных предельных, повышение цен в периоды эпидемий.

К формам *конкурентного оппортунизма* мы относим случаи распространенных на сегодняшний день схем предоставления скидок на товары с ранее установленными необоснованно завышенными ценами, случаи демпинга.

На фармацевтическом рынке это расширение рынка сбыта за счет взаимодействия дистрибьюторов с врачами, захват рыночной ниши путем демпинга и эффекта масштаба, сговор между участниками рынка.

Среди форм *информационного оппортунизма* посредников предложения мы выделяем дезинформирование и введение в заблуждение потребителей, непредставление необходимых документальных заключений и отчетов, обман.

На фармацевтическом рынке это умалчивание о наличии препаратов для одних граждан и реализация их другим, «помощь» со стороны работников аптек в выборе лекарственного препарата в случае отсутствия заключений врача.

Государство, как было выяснено выше, выступающее на рынке доверительных благ одновременно в качестве субъекта власти и хозяйствующего субъекта (посредника), за счет наличия расширенного круга полномочий и находящегося в его руках механизма принуждения способно действовать (или бездействовать) сугубо в личных интересах или в интересах третьих лиц, пренебрегая при этом интересами общества.

В таком случае к формам оппортунистического поведения государства можно отнести следующие:

– нерешенность проблем действующего законодательства («пробелы» и «дефекты» законодательства), влекущих за собой неоднозначность толкования правовых норм, слабость институциональной среды, сохранение «зон безответственности»;

– нацеленность бюрократического аппарата на максимизацию личных выгод, проявляющаяся в поиске статусной ренты и злоупотреблении возможностью беспрепятственного доступа к ресурсам;

– чрезмерное вмешательство государства в систему свободного рынка, приводящее к его неэффективности и постепенной дестабилизации;

– недостаточность выделяемых государством финансовых средств, не позволяющая в полном объеме и должным образом удовлетворить потребности общества;

– нерешенность кадровой проблемы и слабость производственной инфраструктуры рынка доверительных благ, влекущие за собой невозможность производства и предложения благ высокого качества.

Заключение

На основании проведенного исследования мы приходим к следующим выводам:

– объективные информационные несовершенства рынка доверительных благ, приводящие к качественной неопределенности и высокому риску нерационального выбора, с одной стороны, и необходимость обеспечения социальных гарантий, беспрепятственного доступа потребителей к доверительным благам, необходимость повышения общественного благосостояния за счет механизма справедливого распределения национального богатства, с другой стороны, обуславливают неизбежность вовлечения в процесс функционирования рынка доверительных благ таких субъектов, как посредники;

– институт посредничества в рамках хозяйственных отношений в сфере формирования и реализации спроса представлен трансакционными посредниками, а в сфере формирования и реализации предложения – коммерческими посредниками;

– государство на рынке доверительных благ сочетает в себе функции как субъекта власти, так и хозяйствующего субъекта-посредника;

– значимость института посредничества на изучаемом рынке не исключает наличия ряда серьезных проблем его функционирования, влекущих за собой его неэффективность. Одной из таких проблем на сегодняшний день является проблема оппортунистического поведения посредников, формами проявления которой выступают качественный, трансакционный, ценовой, конкурентный и информационный оппортунизм;

– неэффективность процесса функционирования института посредничества как неотъемлемого рыночного звена влечет за собой неэффективность функционирования всего рыночного механизма и, следовательно, требует активного комплекса мер со стороны государства и общества по предотвращению и минимизации последствий оппортунизма, совершенствованию направлений социально-экономической политики, формированию в обществе социальных отношений новой формации.

Список литературы

References

1. Колосова М.А. 2016. Анализ структуры рынка доверительных благ. Научно-практический и теоретический журнал «Вестник ОрелГИЭТ», 4 (38): 174–179.

Kolosova M.A. 2016. Structure analysis of the market of confidential blessings. OrelSIET Bulletin, 4 (38): 174–179. (in Russian)

2. Колосова М.А. 2016. Анализ форм оппортунистического поведения на рынке доверительных благ (на примере фармацевтического рынка). В кн.: Актуальные вопросы экономических наук. Сборник материалов LIV Международной научно-практической конференции (Новосибирск, 6 декабря 2016 г.). Новосибирск: Изд-во ЦРНС: 11–16.

Kolosova M.A. 2016. Analiz form opportunisticheskogo povedeniya na rynke doveritel'nyh blag (na primere farmacevticheskogo rynka). In: Aktual'nye voprosy ehkonomicheskikh nauk. Sbornik materialov LIV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii (Novosibirsk, 6 dekabrya 2016 g.). Novosibirsk: Izdatel'stvo CRNS: 11–16. (in Russian)

3. Королев А.И. 2007. Тенденции оппортунистического поведения в условиях экономики неравновесности. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 21.

Korolev A.I. 2007. Tendencii opportunisticheskogo povedeniya v usloviyah ehkonomiki neravnovesnosti [Trends in opportunistic behavior in an economy in disequilibrium]. Abstract. dis. ... cand. econ. sciences. Saratov, 21. (in Russian)

4. Котляров И.Д. 2012. Механизмы использования посредников при дистрибуции услуг. Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики), 3 (3): 97–110.

Kotlyarov I.D. 2012. Mekhanizmy ispol'zovaniya posrednikov pri distribucii uslug. Voprosy regulirovaniya ehkonomiki, 3 (3): 97–110. (in Russian)



5. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. 2006. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты». М., ВШЭ, 233–234.
- Kuzminov Ya.I., Bendukidze K.A., Yudkevich M.M. 2006. Institutional Economics Course: Institutions, Networks, Transaction Costs, Contracts. M., VSHE, 233–234. (in Russian)
6. Сотникова Е.В. 2010. Экономические интересы как основа управленческой деятельности. Молодой ученый, 5 (1): 222–224. URL <https://moluch.ru/archive/16/1594/> (дата обращения: 25.01.2018).
- Sotnikova E.V. 2010. Economic interests as a basis of administrative activity. Young scientist, 5 (1): 222–224. Available at: <https://moluch.ru/archive/16/1594/> (accessed: 25 January 2013). (in Russian)
7. Толстяков Р.Р., Феногенова Р.Р. 2014. Маркетинговые посредники на рынке образовательных услуг. Социально-экономические явления и процессы, 9 (9): 79–83.
- Tolstyakov R.R., Fenogenova R.R. 2014. Marketingovye posredniki na rynke obrazovatel'nyh uslug. Social'no-ehkonomicheskie yavleniya i process, 9 (9): 79–83. (in Russian)
8. Эггертссон Т. 2001. Экономическое поведение и институты. М., Дело, 40.
- Eggertsson T. 2001. Economic behavior and institutions. M., Case, 40. (in Russian)
9. Юдкевич М.М. 1998. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных товаров. Экономический журнал Высшей школы экономики, 3: 358–377.
- Yudkevich M.M. 1998. Costs of Measurement and Efficiency of the Institute of Intermediaries in the Confidential Commodity Market. Economic Journal of the Higher School of Economics, 3: 358–377. (in Russian)
10. Юдкевич М.М., Пивоварова С.Г. 2013. Классификация благ и выбор оптимальной процедуры в системе государственных закупок. Вестник Московского университета. Серия Экономика, 6: 52.
- Yudkevich M.M., Pivovarova S.G. 2013. Classification of benefits and the choice of the optimal procedure in the public procurement system. Bulletin of Moscow University. Series of Economics, 6: 52. (in Russian)
11. Dulleck U., Kerschbamer R. 2006. On Doctors, Mechanics, and Computer Specialists: The Economics of Credence Goods. Journal of Economic Literature, 54 (1): 5–42.
- Dulleck U., Kerschbamer R. 2006. On Doctors, Mechanics, and Computer Specialists: The Economics of Credence Goods. Journal of Economic Literature, 54 (1): 5–42.