

УДК 330.1:330.837

В.П. МЕЛЬНИК, к.е.н., ст.н.с.,

Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ПРО РИНОК ДОВІРИ У ГОСПОДАРЮВАННІ

В Останній час у суспільствознавчих колах, у тому числі серед представників економічної науки спостерігається підвищений інтерес до проблем довіри у людських взаємовідносинах. Що стосується науковців-економістів, то їх зацікавленість цією проблемою насамперед зумовлюється настанням у відтворенні світової економіки кризової полоси, спричиненої дефіцитом довіри. Останній утруднює налагодження ділових контактів і цим ускладнює діяльність суб'єктів господарювання. За наявності дефіциту чи кризи довіри в економіці ніхто з її агентів толком не знає, кому можна довіряти, а кому ні, з ким можна мати справу – надавати кредит, відвантажувати продукцію, розмішувати замовлення, тощо, а з ким – це надто ризиковано.

Іншою обставиною, що зумовлює активність науковців-економістів, зокрема представників інституційного напрямку в економічному аналізі, у пізнанні довіри є те, що неоінституційна економічна теорія у своїх побудовах фактично виходить з «презумпції недовіри». З огляду на те, що егоїстична природа економічних суб'єктів не дає підстав для очікування від них добropорядних вчинків у господарських відносинах, внаслідок чого поява довіри можлива лише за умови створення «зовнішніх» обмежень, які хоч і не змінюють егоїстичну природу зазначених суб'єктів, усе-таки обмежують їх опортуністичні прагнення. З точки зору такого підходу до розуміння довіри остання є результатом інституціоналізації недовіри. Неоінституційний економічний аналіз спирається на допущення про найсильнішу форму прояву егоїзму у господарських взаємодіях – опортунізм. Припускається, що економічні суб'єкти не мають якихось внутрішніх моральних обмежень і прагнуть реалізувати свої особисті економічні інтереси. О. Уільямсон характеризує такий тип поведінки наступним чином: «Під опортуністичною поведінкою я розумію переслідування особистих інтересів, у тому числі і обманним шляхом, включаючи сюди такі явні форми обману, як брехня, крадіжка, шахрайство... Набагато частіше опортунізм має на увазі тонкіші форми обману, які можуть бути активними і пасивними, проявлятися *ex ante* і *ex post*» [1, с. 97]. Прикладом опортунізму *ex ante* може слу-

жити проблема «добору ризиків», про яку згадує О. Уільямсон, – ситуації, у яких клієнти страхових компаній є краще обізнаними про величину ризиків настання страхових випадків, тобто страхуватися насамперед йдуть ті особи, які очікують якихось проблем у майбутньому. У свою чергу опортунізм *ex post* відомий як суб'єктивний ризик – проблема, коли господарюючі суб'єкти вчиняють безвідповідально при виконанні контрактів, наприклад, не турбуються про своє здоров'я з метою отримання страхових виплат. Також виокремлюються такі форми опортунізму, у як ухилення і вимагательство. Так, ухилення виникає при асиметрії інформації, коли, зокрема, агент (найманий працівник) точно знає, скільки ним докладено зусиль, а принципал (роботодавець) має про це лише приблизні уявлення (ситуація так званої прихованої дії, непрозорості). У таких випадках виникає стимул і можливість працювати не з повною віддачею. Особливо гостро стає ця проблема, коли люди працюють у «команді» і особистий внесок кожного визначити складно. Вимагательство спостерігається у тих випадках, коли якийсь агент має ресурс, що спеціально пристосований для використання у «команді», в якій він діє, і який не має значної цінності поза нею, тобто йдеться про специфічний ресурс. У інших учасників відповідної команди тоді з'являються можливості претендувати на частину доходу (квазі-ренти) від використання цього ресурсу, погрожуючи його власнику розривом відносин, якщо той відмовиться поділитися. Наявність загрози вимагательства підриває стимули до інвестування у специфічні активи. Таким чином, опортунізм, за О. Уільямсоном, означає надання неповної чи викривленої інформації, особливо коли йдеться про навмисний обман, введення в оману, перекручування чи приховування істини чи інші форми заплутування партнерів. Опортунізм зумовлює виникнення справжньої чи мнимої інформаційної асиметрії, яка істотно ускладнює людські взаємодії, зокрема у господарюванні. Внаслідок цього як сторони, що беруть участь у взаємодії, так і третя сторона (арбітри, суди і т. п.) можуть зіткнутися з багато більш складними проблемами *ex post*. По

© В.П. Мельник, 2011

суті справи, О. Уильямсон визначає опортунізм як відхилення від визнаних правил поведінки у корисливих цілях. Ця проблема стає очевидною у непередбачуваних ситуаціях. Під час укладання господарських угод неможливо передбачити усі обставини, що можуть виникнути під час їх реалізації. За відсутності опортунізму можна було б очікувати, що контрагенти керуватимуться якимись загальновизнаними правилами поведінки. Проте, як констатує Н. Джоржеску-Реген, на якого посиляється О. Уильямсон, «спостереження за тим, що відбувається в економічній сфері діяльності організацій чи у взаємовідносинах між організаціями та індивідами, дозволяє виявити такі явища, які не зводяться до намацування кінцевих цілей за допомогою наперед заданих засобів відповідно до певних норм поведінки. Навпаки, ці явища вочевидь свідчать про те, що в усіх суспільствах типовий індивід постійно переслідує також мету, що не укладається у рамки стандартної схеми: прирощення того, що йому належить. Саме переслідування цієї мети робить індивіда справжнім суб'єктом економічного процесу» [1, с. 97]. Опортунізм *ex post* може призводити до взаємного або випереджального опортунізму. О. Уильямсон наводить як приклад ідею Ніколо Маккиавелі про те, що розумний государ не повинен вважати себе зв'язаним обіцянкою, коли це йому не вигідно. Звідси може впливати, що людям взагалі не варто довіряти. Проте господарські угоди, які можуть наразитися на опортунізм *ex post*, також можуть принести і зиск, якщо вдається розробити відповідні застережні заходи *ex ante*, тобто до реалізації угоди. У зв'язку з цим відоме висловлювання про те, що «ніщо інше так не зміцнює довіру, як 100%-ва передоплата», не видається таким вже великим перебільшенням. А транзакційні витрати, пов'язані із запровадженням цих заходів можуть бути визначені як витрати недовіри, або витрати на формування довіри.

У зв'язку з тим, що довіра у господарських взаємодіях виявляється тоді, коли існує можливість опортуністичних вчинків з боку контрагентів, природно постають питання: кому саме і наскільки можна довіряти при здійсненні економічних транзакцій? Почнемо з відповіді на питання «кому саме?». Так, гарантом виконання обіцянок, які даються при укладенні тих або інших господарських угод, можуть виступати або самі особи, що дають обіцянки, або ті особи, яким дають відповідні обіцянки, – за допомогою відплати, або, нарешті, посеред-

ник, що виступає третьою стороною у відповідній угоді.

У першому випадку виконувати узяті на себе зобов'язання господарюючого суб'єкта змушує загроза його особистій репутації. Отже, довіряти можна тим з контрагентів, які у ділових колах вже мають репутацію надійних партнерів. У другому – основою для довіри служить право відплати. Таке джерело довіри особливо характерне для примітивних і традиційних суспільств, у яких обдуреній стороні дозволялося помститися кривдникові. З цієї точки зору господарюючий суб'єкт, який здатний до ефективної відплати і спроможний переконати у цьому потенційних партнерів, може довіряти будь-якому з них. У разі, коли виконання зобов'язань гарантоване третьою стороною в угоді, довіряти потрібно саме їй. Відомі різні варіанти залучення третьої сторони. Очікування учасників угоди щодо дій третьої сторони і, отже, їх довіра до неї можуть варіювати в досить широких межах. Так, медіатор, на відміну від арбітра, не має права нав'язувати своє рішення конфліктуючим економічним суб'єктам. Довіра до третьої сторони досліджується в рамках відразу декількох напрямів в інституційній економіці. Так, прибічники концепції неповних контрактів виходять з того, що недостатня довіра до арбітра знижує стимули до укладення повністю специфікованих контрактів [2]. Із свого боку Д. Норт і його колеги роблять оптимістичніший висновок: порядність арбітрів забезпечується загрозою втрати ними особистої репутації, а отже, і майбутніх доходів від посередницької діяльності [3]. Альтернативою механізму особистої репутації була б поява в угоді четвертої сторони, тобто суб'єкта, що контролював би дії третьої сторони. Втім, уникнути проблеми «дурної безконечності» в цьому випадку можна лише припустивши, що поведінка четвертої сторони («верховного гаранта») не зорієнтована на пошук корисності, а цілком детерміновано нормами.

Тепер перейдемо до питання, в якій мірі слід довіряти при здійсненні господарських транзакцій. Природно припустити, що між двома крайніми точками – повною недовірою і цілковитою довірою – має місце цілий ряд випадків, коли між партнерами встановлюється часткова довіра. Зокрема, продавцеві слив, який запевняє у якості своїх фруктів, зовсім не обов'язково довіряти так само, як комерційному банку, що обіцяє через шість місяців повернути депозитний вклад у 10 тис. євро і відсот-

ки з нього. Оптимальний рівень довіри виявляється залежним від конкретних умов угоди. Мінімальна довіра може знадобитися при здійсненні простих трансакцій на ринку. Її рівень досить легко можна розрахувати математично, знаючи величини можливого виграшу і програшу від трансакцій. Зокрема, нехай L – втрати економічного суб'єкта в разі, якщо партнер не виконає узятих на себе зобов'язань, G – виграш, зумовлений виконанням партнером своїх обіцянок. Тоді мінімальна довіра (P % випадків, коли партнерові можна довіряти) розраховується по формулі:

$$P > \frac{L}{G + L}.$$

Відсутність довіри не завжди означає відмову від здійснення тих чи інших господарських трансакцій. Цілком можливо, що висока імовірність обману з боку партнера стимулюватиме спроби обману і з боку самого господарюючого суб'єкта. В такому разі має місце «песимістична» згода на взаємодію, що означає відповідність дійсного перебігу подій песимістичним очікуванням господарюючих суб'єктів. При P , що нижче мінімально допустимого рівня, трансакції можуть здійснюватися, але головною ставкою в них стає обман партнера раніше, ніж він сам вас зможе обдурити.

Визначаючи роль довіри у людських взаємовідносинах, К. Ерроу висловився наступним чином: «Взагалі – то довіра має як мінімум одну дуже важливу з прагматичної точки зору цінність. Довіра – це своєрідне мастило суспільного механізму. Вона є вкрай ефективною: маючи можливість покластися на слово іншої людини, ти економиш у собі багато зусиль. Нажаль, це не той товар, який можна легко придбати. Коли ж вам доводиться його купувати – це означає, що у вас є сумніви з приводу того, що саме ви купуєте». Вважаючи довіру товаром, К. Ерроу разом з тим визнавав, що «довіра не належить до тих товарів, торгівля якими на ринку є технічно здійсненою чи взагалі має рацію» [4, с. 23–24]. Проте, якщо визнати товарну форму довіри, то це дає підстави говорити про ринок довіри.

Поняття ринку, подібно до великої кількості інших важливих наукових понять, не має якогось єдиного загально визнаного визначення. Проте, незважаючи на існуюче розмаїття відповідних дефініцій, неважко виокремити декілька загальних моментів, властивих визначенням ринку: по-перше, це наявність декількох суб'єктів, що володіють благами, якими

вони готові у принципі обмінятися; по-друге, встановлення ними пропорцій обміну (ціни) у результаті добровільного укладання ними відповідної угоди; нарешті, по-третє, врахування при цьому власних інтересів і доступної інформації.

Із цих ознак зазначеного феномену випливає, що будь який ринок може бути охарактеризований як простір взаємодій, у рамках якого відбуваються обміни благами і укладаються взаємовигідні угоди. Адже наявність такого простору є обов'язковою умовою для отримання інформації про контрагенти і обміну нею під час переговорів про укладання угоди. Оскільки на будь-якому ринку укладаються угоди між покупцями і продавцями, то природно вважати, що і на ринку довіри укладаються відповідні угоди. Суть цих угод полягає у тому, що разом (одночасно) з конкретними товарними угодами («базовими» товарними трансакціями) відбувається де-факто і вибір певних інституціональних форм, у яких здійснюються відповідні товарні угоди. Адже жоден обмін – та й жодна інша трансакція – не може відбуватися по за певної форми, порядку чи алгоритму дій. При цьому обирається така форма, яку контрагенти взаємодії вважають найбільш ефективною серед відомих і/або доступних їм форм, релевантних тій ситуації, у якій здійснюється «базова» товарна трансакція. Прикладами таких угод можуть служити домовленості про постачання товарів з передоплатою; укладання таких самих угод у бартерній формі чи у формі товарного кредиту; реєстрація фірми у формі товариства з обмеженою відповідальністю чи як акціонерного товариства, не реєстрація фірми, тобто фактично досягнення домовленостей з потенційними партнерами про те, що майбутні контракти з ними не матимуть державного захисту; усна чи письмова форма визначення порядку взаємодії працівників в організаціях, і т.п. При цьому вибір тої чи іншої форми взаємодії контрагентів не є метою вихідної «базової» товарної трансакції. Проте він виявляється результатом одночасно здійснюваної відповідної угоди на ринку довіри.

Виходячи із запропонованого розуміння зазначеного ринку, неважко помітити, що такий ринок існує у будь-якій господарській системі. Адже у будь-якій з них господарські угоди неминуче здійснюються у певній інституціональній формі. Причому однозначний зв'язок між змістом відповідних угод і їх формою, як правило відсутній, так що практично усі економічні взаємодії допускають багатоманітність

інституціональних форм у яких вони можуть здійснюватися. При цьому при виборі зазначених форм можуть використовуватися як формальні правила, так і неформальні, релевантні змісту вихідної товарної взаємодії, яку її контрагенти передбачають реалізувати.

Оскільки порівняльна ефективність тої чи іншої інституційної форми «базової» товарної угоди залежить від конкретних умов здійснення останньої, то її використання у кожний даний момент чи період часу виявляється опосередкованим функціонуванням ринку довіри. Така опосередкованість має місце навіть тоді, коли відповідна інституціональна форма є результатом раніше реалізованої угоди на політичному ринку, тобто взаємодіючі особи примушуються до дотримання відповідного правила силою держави. Наприклад, водій чи кондуктор «маршрутки» при оплаті пасажиром проїзду зобов'язаний видати йому проїзний квиток, однак це здебільшого робиться лише на вимогу самого пасажирів. Отже, якщо на політичному ринку його гравці, зокрема групи тиску уклали між собою угоду про ухвалення того чи іншого закону, постанови, розпорядження і т. п., то вважати, що в економіці з'явилося нове «правило гри» у господарських взаємодіях, узагалі кажучи, неможна. Це можна зробити лише у тому випадку і після того, як алгоритм поведінки, що передбачається цими правилами почав систематично використовуватися (обиратися) господарюючими суб'єктами, які укладають угоди на товарних ринках у ситуаціях, що відповідають умовам застосування встановлюваних відповідним законом чи іншим нормативним актом правил. Тобто тоді, коли щодо них досягнута згода.

Будучи предметом купівля продажу, тобто товаром, як такий довіра є капітальним активом, здатним приносити зиск у результаті реалізації укладеної угоди. А щоб продуктивно використовувати цей актив, він має бути «придбаний» відповідним суб'єктом. Така угода, як правило, має характер тимчасового використання, або оренди, на час реалізації базової товарної трансакції. При цьому, природно, виникають питання: у кого «орендується» зазначений актив і що з ним відбувається після завершення реалізації «базової» товарної трансакції??

Конкретні дії суб'єкта, пов'язані з «придбанням» довіри, як уявляється, зводяться до наступного: по-перше, отримання у той або інший спосіб інформації про «правила гри», яких слід неухильно дотримуватися, аби роз-

раховувати на довіру з боку контрагента, і наслідки дії за відповідними правилами; по-друге, пошуку контрагента, здатного (тобто розуміючого відповідні «правила гри») і згодного (тобто такого, що вважає це для себе вигідним) взаємодіяти саме за такими довірительними правилами; по-третє, укладання з ним угоди про реалізацію базової товарної трансакції у відповідній довірительній інституційній формі; по-четверте, здійсненню моніторингу виконання умов укладеної угоди (як то кажуть, довіряй – проте перевіряй); по-п'яте, отримання згоди і готовності гаранта (коли таким виступає третя сторона) примушувати порушника до виконання узгоджених умов угоди.

З наведеного переліку дій «покупця» довіри впливає, що поза періодом використання у господарських взаємодіях тої чи іншої інституційної форми, що її втілює, відповідна інституційна форма існує як знання для кожного з можливих користувачів. Отже, «продавцем» або «орендарем» довіри у господарських взаємодіях виявляється для кожного з їх потенційних учасників, по-перше, можливі контрагенти, по-друге, можливі гаранти виконання узгоджуваних «правил гри».

Такий характер «продавця» довіри, який має мінімум дві складові, відображає той факт, що довірительна інституційна форма базової товарної трансакції є предметом колективного користування, оскільки обмін (принаймні, добровільний) не може здійснюватися без збігу намірів і взаємодоповнення дій кожної з його сторін, а також без наявності дій гаранта.

Отже, можна стверджувати, що кожна товарна трансакція на відповідному ринку доповнюється, по-перше, спільним вибором довірительної інституційної форми її здійснення; по-друге імпліцитним або експліцитним контрактом щодо виконання кожною із сторін взаємодії обраного нею і відомого їй алгоритму дій (поведінкового зразка) з реалізації товарної угоди у відповідній довірительній інституційній формі, включаючи і контракт з гарантом дотримання контрагентами узгоджених між ними «правил гри». Такий контракт має характер спільного плану дій з реалізації на відповідному ринку певної товарної трансакції. Він виступає як імпліцитна угода, коли алгоритм поведінки відомий обом контрагентам взаємодії і не вимагає додаткової спеціальної розробки, а залучення до участі гаранта не пов'язане з вжиттям якихось спеціальних заходів (наприклад, з поданням позову до суду). Прикладом такого контракту, який ще називається таким,

що само реалізується, може служити купівля товару у магазині. Усна чи письмова форма товарної угоди у випадку імпліцитного контракту фіксує лише дії з майном, а не, так би мовити, технологію реалізації цих дій. Наприклад, якщо якісь господарюючі особи домовилися про постачання певного товару з оплатою за фактом його отримання, то дії, які постачальник відповідного товару і його покупець мають реалізувати, є відомими. Отже, в усному чи письмовому контракті, який укладається ними з приводу цієї трансакції, відображаються лише такі аспекти, як специфікація товару, строки його постачання і оплати, відповідальність сторін.

Контракт же з приводу довіри між суб'єктами господарювання, зацікавленими у реалізації базової товарної трансакції, навпаки, матиме експліцитний характер (і не так важливо, чи буде він укладений в усній чи письмовій формі), коли узгоджена товарна трансакція передбачає здійснення контрагентами якихось вчинків нестандартного типу, щодо яких вони повинні спеціально домовлятися один з одним і з гарантом. Такі домовленості є найтипівішими для неформальних господарських взаємодій або таких, що прямо порушують чинне законодавство, або таких, що використовують наявні у ньому прогалини, хоча вони цілком можливі і у рамках легальних трансакцій, у рамках яких особливості виконання окремих дій можуть впливати на ефективність відповідних базових товарних трансакцій. В усіх цих випадках елементи експліцитного контракту з приводу взаємної довіри між контрагентами базової товарної трансакції можуть як включатися у базову товарну угоду у вигляді тих чи інших особливих умов, так і існувати опріч неї як окремих план спільних дій.

Неважко переконатися, що у рамках етапу спільного вибору контрагентами конкретної довірительної інституційної форми реалізації базової товарної угоди жодна стороння особа не продає відповідним контрагентам права скористатися тим чи іншим алгоритмом реалізації трансакції, у здійсненні якої вони зацікавлені. У зв'язку з цим спільні дії контрагентів по базовій товарній трансакції щодо реалізації її за певними взаємоузгоджено обраними «правилами гри», є, скоріш, актом виробництва цих довірительних правил, а не обмін у чистому вигляді, як це має місце при реалізації звичайних товарних угод, у рамках яких товар як майновий об'єкт уже існує на момент здійснення обміну. Якщо довіра у господарських

взаємодіях виробляється, а не є актом обміну, то які ж тоді підстави говорити про існування власне ринку довіри?

Справа у тому, що виробництво довіри є не чим іншим, як обміном між контрагентами базової товарної трансакції взаємними зобов'язаннями дотримуватися по відношенню один до одного певних правил поведінки у процесі реалізації відповідної угоди.

Основною особливістю ринку довіри, як і будь-якого іншого ринку, є механізм здійснення відповідного вибору, який передбачає порівняння зиску і витрат, пов'язаних з цим вибором, або, інакше кажучи, механізм визначення ціни «придбання» довіри. З точки зору «покупця» останньої зиск від її «придбання», тобто від досягнення домовленості з контрагентом щодо реалізації базової товарної трансакції у конкретній довірительній формі визначатиметься скороченням витрат, спричинюваних недовірою. А витрати, які він нестиме з зв'язку з «придбанням» довіри, являють собою окремих випадок альтернативних витрат.

Витрати, пов'язані з виконанням «покупцем» довіри узятих на себе, згідно з досягнутою з контрагентом по базовій товарній угоді домовленістю, зобов'язань дотримуватися певних правил поведінки включають у себе дві складові – прямі і непрямі витрати. Відповідні прямі витрати складаються з витрат на виконання тих дій, які вимагаються від «покупця» довіри його зобов'язаннями перед її «продавцем». Разом з тим величина цих витрат може виявитися своєрідною перепоною для досягнення домовленостей про довірительні взаємовідносини. Відповідні ж непрямі витрати «покупця» довіри полягають в упущеному зиску, який він міг би отримати за умови відмови від встановлення з контрагентом довірительних відносин. Вочевидь, що коли узяти до уваги передумови обмеженої раціональності господарюючих суб'єктів і неповноти наявної у них інформації про можливі наслідки реалізації того чи іншого поведінкового вибору, то, мабуть, доведеться визнати, що непрямі витрати «покупця» довіри є найменш визначеними. Вони залежать від степені поінформованості суб'єктів господарювання про можливі форми реалізації трансакцій на ринках виробничих ресурсів і кінцевих споживчих благ та наслідках їх використання. Таким чином, реальні витрати на «придбання» довіри, які мають враховуватися при ухваленні суб'єктами господарювання відповідних рішень, у кожного з таких суб'єктів можуть відрізнятися залежно від їх

поінформованості про можливі варіанти «оформлення» базових товарних трансакцій, які вони мають намір реалізувати.

У будь-якому випадку формування довірительних відносин між контрагентами якоїсь базової товарної угоди матиме місце тоді, коли майбутній зиск від налагодження таких відносин, що передбачають обмін між контрагентами взаємними зобов'язаннями про дотримання певних правил поведінки по відношенню один до одного при здійсненні відповідної угоди, виявиться вищим за їх фактичні витрати на «придбання» довіри.

Характеристика ринку довіри передбачає розгляд феноменів попиту на довіру і пропозиції довіри. Величиною попиту на довіру можна, мабуть, назвати кількість господарюючих суб'єктів згодних взаємодіяти у довірительному режимі при здійсненні якихось базових товарних трансакцій в умовах певної «ціни» такої взаємодії, тобто з урахуванням співвідношення для кожного з них конкретного зиску і витрат від налагодження відповідних відносин. А функція попиту на довіру виражатиме залежність між величиною попиту на неї та її «ціною». Вочевидь, як і для будь-яких звичайних товарів, довірительні взаємовідносини між суб'єктами господарювання при реалізації ними певних базових товарних трансакцій встановлюватимуться тим частіше, чим нижчою буде для них «ціна» дотримання довірительного порядку взаємодії. Отже, попит на довіру на відповідному ринку має ті ж самі властивості, як і попит на звичайні товари.

Що ж стосується пропозиції довіри на відповідному ринку, то при її (довіри) «придбанні» не можна визначити конкретного суб'єкта, який би її «продавав». У зв'язку з цим пропозиція товару на звичайному ринку не може служити аналогією для характеристики пропозиції довіри на відповідному ринку.

Як раніше зазначалося, коли розглядалося питання про те, у якому обсязі можна довіряти контрагентам при здійсненні тих чи інших господарських трансакцій, між двома крайніми точками – повною довірою і повною недовірою – мають місце багато випадків, коли між партнерами встановлюється часткова довіра. Так от, величиною пропозиції довіри, напевно, можна вважати розмаїття цих випадків. І тоді виробниками довіри, агентами пропозиції на відповідному ринку виступатимуть усі учасники довірительних господарських взаємовідносин. Однак, при такому підході до визначення «продавців» довіри складно сформу-

лювати параметри відповідної функції, оскільки величина пропозиції довіри надто слабо залежить від ціни останньої, тобто витрат, які несуть «покупці» довіри. Адже ці витрати можуть просто не доходити у формі доходу до «виробників» довіри.

Пропозицією довіри на відповідному ринку, мабуть, можна охарактеризувати і наступним чином. Якщо вважати, що довірительна форма взаємодії господарюючих суб'єктів передбачає наявність певних алгоритмів поведінки кожного з них і активність гаранта реалізації відповідної угоди, яка (активність) примушує контрагентів вчиняти відповідним чином, то величину пропозиції довіри можна уявити такою, що включає дві складові: по-перше, кількість базових товарних трансакцій, яку їх контрагенти мають намір реалізувати чи реалізують у певній довірительній формі, і, по-друге, кількість відповідних довірительних угод, яку здатен «обслужити» їх гарант, тобто здійснювати їх моніторинг і так званий інформсмен (примус контрагентів до виконання узятих на себе зобов'язань). Таке бачення структури пропозиції довіри на відповідному ринку дозволяє встановити природну залежність між цінами на ринку довіри і другою складовою величини пропозиції довіри: ця складова є тим більшою, чим вищою є ціна. Адже витрати «покупців» довіри у значній своїй частині виступають у формі доходів гарантів.

Як раніше зазначалося (зокрема при розгляді питання, кому саме можна довіряти при здійсненні господарських трансакцій), гарантом у рамках пропозиції довіри на відповідному ринку можуть виступити не лише сторонні особи, але й саме суб'єкти, що вступають у довірительні господарські взаємовідносини. Таке суміщення відповідних суб'єктів, які водночас виступають на боці попиту на ринку довіри, і на боці відповідної пропозиції, не є парадоксальним, оскільки у кожній з цих ролей вони виступають у різні моменти часу і на різних етапах реалізації господарських трансакцій, до яких причетні.

Підсумовуючи сказане про попит і пропозицію на ринку довіри, можна стверджувати, що у певний момент часу при здійсненні сукупних товарних трансакцій, з яких складається функціонування господарської системи, кожна з можливих довірительних форм організації цих трансакцій реалізується у стількох випадках, у скількох її, по-перше, мають намір використовувати контрагенти по базових товарних угодах і водночас, по-друге, здатні «обслуго-

увати» гаранті виконання.

Якщо довірительна форма господарських взаємовідносин обирається їх контрагентами (тобто на довіру пред'являється попит на відповідному ринку), проте потенційні гаранті не готові здійснювати моніторинг та інфорсмент (тобто відсутня достатня пропозиція довіри), то ціна довіри (готовність контрагентів по базовій товарній трансакції нести витрати на «придбання» довіри) зростатиме до тих пір, поки доходи можливого гаранта не зроблять для нього вигідним виконання відповідної послуги. Коли ж потенційні гаранті реалізації довірительних угод між контрагентами по базовій товарній трансакції конкурують між собою за надання послуг з моніторингу та інфорсмента виконання цих угод, то ціна довіри для зазначених контрагентів має знижуватися, оскільки у них є можливість обирати того гаранта, який надасть їм відповідну послугу з найменшими витратами. Із викладених міркувань про ринок довіри випливає, що на цьому ринку, як і на будь-яких звичайних товарних ринках, можуть існувати різні рівноважні стани, тобто коли величина попиту на ті чи інші форми довірительних угод між контрагентами базових товарних трансакцій за наявності певної ціни довіри дорівнює величині пропозиції – обсягу послуг гарантів, які ними пропонується для забезпечення виконання відповідних довірительних угод. У зв'язку з цим можна зробити такий висновок: аби збільшити кількість звичайних товарних трансакцій, здійснюваних у певній довірительній формі, необхідно чи-то знизити ціну «придбання» довіри її «покуп-

цем» за умови, що він не змінюватиме свою налаштованість на використання відповідної довірительної форми взаємовідносин з контрагентом, чи-то підвищити привабливість (прямий зиск) використання цієї форми, аби на зекономлені кошти можна було б залучити додаткових гарантів. Перший варіант можна реалізувати розширивши пропозицію тої чи іншої форми довірительних взаємовідносин між контрагентами певної базової товарної трансакції, а другий – змінити сполученість таких форм з метою підвищення привабливості (вигідності) використання якоїсь довірительної форми.

Література

1. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / Уильямсон О.; пер. с англ. – СПб : Лениздат, CEV Press, 1996.
2. Fares M., Saussier S. Théorie des coûts de transaction versus théorie des contrats incomplets: quelles divergences? // Revue Française d'Economie, 2/3ième trimestre, 2001.
3. Milgrom P., North D., Weingast B. The Role of Institutions in the Revival of Trade: The Law Merchant, Private Judges, and the Champagne Fairs // Economics and Politics.– 1990. – Vol. 2. – N 1. – P. 1–24.
4. Arrow Kenneth. The Limits of Organization. N – Y. : Norton, 1974.

Статья поступила в редакцию 07.06.2011

Н.В. АПАТОВА, д.п.н.,д.э.н., профессор

Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского

ДЕРЕВО ЦЕЛЕЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Выход из кризиса и дальнейший экономический рост возможен только в условиях инновационного устойчивого развития, на что указывают в своих многочисленных работах отечественные и зарубежные ученые, в том числе, теоретические и практические вопросы инновационного развития национальной экономики широко освещены в трудах украинских экономистов А.Амоши, Б.Данилишина, Ю.Бажала, С.Бикони, И.Галицы, Н.Гамана, В.Гееца, В.Зянько, О.Киктенко, Е.Лапко,

В.И.Ляшенко, О.Михайловской, С.Онишко, А.Савчука, В.Семиноженко, Н.Тарнавской, Л.Федуловой, А.Чухно и других. Общие характеристики национальной инновационной модели развития, которые, в том числе, исследовали в своих трудах М.И.Крупка [1], С.В.Онишко [2], О.А.Шакура [3,4] и Ю.М.Харазишвили [5]. Данные авторы провели глубокий и детальный анализ путей инновационного развития для Украины, выявили

© Н.В. Апатова, 2011