

## **Ухудшающий отбор при осуществлении госзакупок научных исследований и разработок: варианты решения проблемы**

**Тавакова Камилла Османовна**

*Аспирантка*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Экономический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: [kamilla\\_tavakova@bk.ru](mailto:kamilla_tavakova@bk.ru)*

Существующая нормативно-правовая база в сфере госзаказа в России практически не учитывает специфику закупок таких благ, как научные исследования и разработки. В ходе совершенствования законодательства в этой сфере необходимо принимать во внимание теоретические особенности госзакупок данных видов работ.

Для выбора оптимальной формы осуществления госзакупок научных исследований и разработок следует учитывать используемое в экономической теории разделение благ на исследуемые, опытные и доверительные. Под исследуемыми благами понимаются блага, для которых качество товара может быть установлено покупателем до совершения покупки. Опытными являются блага, качественные свойства которых становятся известными только после покупки, в ходе их потребления. В случае доверительных благ качественные характеристики не могут быть установлены даже после их потребления [2, 4].

Научные исследования и разработки относятся к категории опытных или доверительных благ. На сегодняшний день госзакупки указанных работ осуществляются посредством проведения конкурса, однако отказ от предквалификации поставщиков, ограниченное применение квалификационных критериев оценки предложений приводит к использованию в качестве основного критерия цены контракта. А проведение конкурентных закупок на основе критерия цены для приобретения опытных и доверительных благ может привести к ухудшающему отбору [1].

Ухудшающий отбор выражается в вытеснении добросовестных поставщиков, предоставляющих качественную продукцию, недобросовестными и некомпетентными участниками размещения заказа. В связи с тем, что заказчик не может достоверно оценить качество закупаемых опытных и доверительных благ, он не готов платить приемлемую цену за более качественное благо. В этом случае потенциальным поставщикам более качественного блага будет невыгодно поставлять его, в результате чего в процедуре размещения госзаказа будут участвовать только поставщики благ низкого качества.

Можно предложить несколько вариантов решения проблемы ухудшающего отбора при осуществлении госзакупок научных исследований и разработок:

- привлечение экспертов для оценки качества благ;
- использование репутационных механизмов;
- применение различных форм контрактов.

Формирование требований к результатам работ является важной проблемой при осуществлении закупок научных исследований и разработок ввиду специфики рассматриваемых благ. Вариантом решения указанной проблемы является привлечение экспертов на этапе формирования технического задания. Кроме того, в случае доверительных благ, в число которых входят научные исследования и разработки, издержки оценки качества благ госзаказчиком при осуществлении приемки являются запретительно высокими. Заказчик не может определить, поставлено ли благо требуемого качества, даже если в контракте подробно описаны качественные характеристики. В связи с этим целесообразно перенести издержки измерения на экспертов, специализирующихся в определенной области. Таким образом, привлечение экспертов возможно как на этапе формирования технического задания, проведения

оценки и сопоставления заявок, так и на этапе осуществления приемки результатов работ.

Для решения проблемы ухудшающего отбора можно также использовать репутационные механизмы. Определение репутации исполнителя осуществляется с помощью накопленной информации о качестве благ, предоставленных определенным поставщиком (например, число публикаций по данной тематике, индексы цитируемости публикаций, наличие наград и премий и т.д.), и с помощью сведений о ресурсах (наличие кадров, оборудования и т.п.), которые используются исполнителем при выполнении контракта (квалификация поставщика).

Репутация предоставляет госзаказчику возможности для экономии на издержках измерения качества блага [5]. Поставщику, ожидающему неоднократное взаимодействие с заказчиком, выгодно наличие положительной репутации, которая отражается в более высокой цене по сравнению с иными поставщиками, обладающими меньшей репутацией на рынке или не обладающими ею. В случае опытных и доверительных благ репутация является эффективным способом сдерживания оппортунистического поведения со стороны поставщика [3, 446-482]. Однако стоит отметить, что для доверительных благ, ввиду запретительно высоких издержек измерения их качества, действенность механизма репутации зависит от качества осуществления приемки результатов по предшествующим госконтрактам и от распространения сведений об уже исполненных контрактах. Репутация может быть использована в качестве критерия допуска к участию в процедуре госзакупок (предквалификация поставщиков) либо в виде одного из критериев оценки заявок участников.

Кроме перечисленных выше способов для снижения вероятности оппортунистического поведения со стороны исполнителя можно использовать различные формы госконтрактов. Применение контракта с фиксированной ценой для закупок доверительных благ приводит к возникновению у поставщика стимулов предоставить благо более низкого качества (так как заказчик не в состоянии самостоятельно его оценить), чтобы сэкономить на издержках предоставления этого блага. Поэтому целесообразно использовать контракты с возмещением затрат, предполагающие возмещение заказчиком всех издержек, связанных с предоставлением благ, а также стимулирующие контракты [3, 82-120].

## Литература

1. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. 1994. №5. - С.91-104.
2. Darby M. and Karni E. Free Competition and the Optimal Amount of Fraud // Journal of Law and Economics. 1973. V. 16. - P.67-88.
3. Handbook of procurement / Ed. by Nicola Dimitri, Gustavo Piga and Giancarlo Spagnolo. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2006. - 542 p.
4. Nelson, Ph. Information and Consumer Behavior. Journal of Political Economy, vol. 78, 1970, P.311-329.
5. Shapiro C. Premiums for high quality products and seller reputation // The Bell Journal of Economics, 13, 1982, pp. 20-35.