

УДК 330. 1: 330; 341, 1

ЗНАННЯ ЯК ОСНОВА ДОВІРИ НА РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

*О. С. Марченко, доктор економічних наук, професор
Національний університет
«Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*

Розкрито знанняву основу довіри суб'єктів ринку консалтингових послуг як чинника мінімізації трансакційних витрат. Доведено, що інформаційні переваги економічних агентів обумовлюють ситуацію несприятливого відбору, подолання якої базується на знаннях про репутацію покупців і продавців консалтингових послуг, а баланс їх очікувань забезпечує взаємну довіру та укладення контракту.

Ключові слова: *інформація, знання, довіра, репутація, очікування, ринок консалтингових послуг, трансакційні витрати.*

Постановка проблеми. Довіра — важливий принцип економічної поведінки суб'єктів ринку консалтингових послуг, спрямованої на оптимізацію умов угоди і мінімізацію трансакційних витрат. Як підкреслює Я. Корнаї, «крім наявності контракту між покупцем і продавцем потрібна ще їх чесна поведінка. Саме тут і необхідна довіра. Коли контракт укладено, покупець довіряє продавцеві в тому, що він чесно дотримуватиметься його духу і букви з точки зору якості і строків поставки товарів та послуг. У той же час продавець довіряє покупцеві у тому, що той заплатить суму, яка належить йому за контрактом. Чим чесніші сторони, тим глибше довіра між ними і нижче трансакційні витрати» [1, с. 5]. Саме «...високий рівень довіри, — вважає А. Ляско, — допомагає фірмам та індивідам зменшити загрозу опортунізму, розв'язати проблему невизначеності і скоротити витрати на здійснення моніторингу та контролю, неминучі у випадку неповних контрактів. ...Довіра стимулює часті і насичені інформаційні обміни, запобігає непотрібним витратам на захист прав власності і сприяє узгодженню різних інтересів учасників економічних взаємодій» [2, с. 42].

Потреба реалізації принципу довіри в економічній поведінці суб'єктів консалтингового ринку зумовлена нематеріальністю та унікальністю (неповторністю) консалтингової послуги, сумісно-розділеною природою інтелектуального продукту, конфіденційністю специфічних знань та інформації, що можуть становити зміст інтелектуальної послуги. Довіра учасників ринкової угоди базується на знаннях щодо їх здатності виконати умови контакту на

задовільному рівні. Це суттєво актуалізує теоретичні дослідження взаємозв'язку довіри і знань як чинників мінімізації транзакційних витрат на ринку консалтингових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Довіра як інститут ринкової системи господарювання досліджується багатьма вітчизняними і зарубіжними науковцями, серед яких: Дж. А. Акерлоф, В. Геєць, А. Гриценко, В. Дементьев, В. Кондрашова-Диденко, Я. Корнаї, А. Ляско, Ф. Фукуяма, Р. Шиллер та ін. Знаннєвий підхід до характеристики довіри як чинника економічної поведінки господарюючих суб'єктів в умовах ринкової невизначеності і недосконалої інформації тільки формується, що суттєво актуалізує дослідження у цьому напрямі.

Формулювання цілей. Метою статті є обґрунтування знаннєвої основи довіри суб'єктів ринку консалтингових послуг.

Виклад основного матеріалу. Унікальність консалтингових послуг, яка тлумачиться як неповторність, нездатність до тиражування, виступає, на нашу думку, тим атрибутом транзакцій на ринку консалтингу, котрий визначається як специфічність активів. Неповторність консалтингових послуг, особливо послуг інноваційно-стратегічного консалтингу, диктує потребу докладного опрацювання під час укладення контракту всіх аспектів консультант-клієнтських відносин з метою запобігання можливим змінам і порушенням умов угоди у процесі консалтингового обслуговування, результатом чого можуть бути значні втрати і консультанта, і клієнта.

Специфікою консалтингового ринку є наявність значних інформаційних переваг — як консультанта, так і клієнта, що є результатом асиметричного розподілу інформації, високого ступеня невизначеності у процесі обміну абсолютно нематеріальних послуг. По-перше, консультант, маючи найбільш повну інформацію про консалтингову послугу, може приховувати від клієнта дійсні цілі своєї поведінки, орієнтуючись на одержання від угоди односторонніх вигод. Наслідком цього може бути виникнення ситуації некоректного (несприятливого) відбору, що становить вибір клієнта на базі ймовірності втрат, оскільки через неповноту інформації він не може диференціювати консультантів за критерієм якості консалтингової послуги. У такому разі ринку консалтингових послуг можуть бути притаманні характеристики моделі ринку «лимонів» Дж. А. Акерлофа [3]: оскільки ринкова ціна виявляється занадто низькою, асиметрія інформації призводить до втрат консультантів, що надають консалтингові послуги високої якості, і до їх виходу з ринку. По-друге, клієнт на ринку консалтингових послуг також може мати інформаційні переваги, оскільки тільки йому відомі як необхідна для ефективного консультування інформація про його бізнес, так і цілі його звернення до консультанта. У цьому разі приховування інформації і прагнення клієнтів одержання односторонніх

вигод від угоди також викликають ситуацію некоректного (несприятливого) відбору, за якої внаслідок підвищення цін консалтингові послуги стають недоступними для багатьох потенційних клієнтів консалтингу. Причому наявність на ринку консалтингових послуг інформаційних переваг у консультанта та клієнта може призвести до зміни не тільки обсягу, а й структури попиту і пропозиції: як правило, знижується частка послуг інноваційно-стратегічного консалтингу, оперативний консалтинг стає переважним. Інформаційні переваги та несприятливий відбір як атрибути консалтингового ринку вимагають від його суб'єктів значних витрат на пошук інформації, її аналізу тощо, що значно підвищує їх трансакційні витрати не тільки на передконтрактній, а і на контрактній і післяконтрактній стадіях консультант-клієнтських відносин (рисунок).



Рис. Трансакційні витрати у сфері економічного консалтингу

Процес консалтингового обслуговування включає передконтрактну, контрактну та післяконтрактну стадії, на кожній з яких консультант і клієнт зіштовхуються з проблемами встановлення і коригування правомочностей. На передконтрактній стадії консалтингового обслуговування консультант і клієнт несуть значні витрати на пошук інформації, ведення переговорів, вимірювання, укладення контракту.

Необхідність уточнення або перегляду правомочностей консультанта і клієнта, їх прав і обов'язків може виникнути вже після укладення контракту, тобто на основній (контрактній) стадії консалтингового обслуговування. Це спричиняє появу додаткових витрат, пов'язаних з обміном і захистом правомочностей: витрат на ведення переговорів з метою конкретизації різних аспектів консультант-клієнтських відносин, укладення додаткових угод (формальних і неформальних), що уточнюють умови контракту, та ін. Усе це по суті становить втрати, пов'язані з недостатньою специфікацією прав власності при укладанні цього правочину. Значними можуть бути витрати на контроль діяльності консультанта на контрактній стадії консалтингового обслуговування, оскільки інтелектуальна праця важко піддається вимірюванню та обліку. Високі витрати, пов'язані з можливою опортуністичною поведінкою консультанта і клієнта, можуть виникнути при виконанні контракту. Це витрати моніторингу і попередження опортунізму. Зазначені витрати К. Менар називає витратами егоїстичної поведінки економічних агентів, які мають власні інтереси і, будучи раціональними, поведуться опортуністично. Це породжує конфлікти, причиною яких є саме раціональність агентів [4, с. 31, 32].

Наприклад, клієнт надав неповну або недостовірну інформацію, що призводить до помилок при визначенні проблеми, а отже, і при розробленні рекомендацій, спрямованих на її розв'язання. Опортунізм консультанта може виявитися у недостатньому рівні діагностики проблеми, поверховому підході до розробки рекомендацій та їх роз'яснення клієнтові. Можливі також витрати вимагання, зумовлені специфікою консультант-клієнтських відносин у процесі консалтингового обслуговування. Як правило, клієнт намагається залучати консультанта до розв'язання не тільки поставленого завдання, а й інших проблем бізнесу, нав'язуючи йому різні ролі — штатного радника, арбітра та ін. Формою вимагання консультанта у процесі виконання контракту, особливо при здійсненні процесної моделі консалтингового циклу, може бути передавання значно більшої, ніж це необхідно, частини роботи працівникам клієнта.

Можливість появи трансакційних втрат і витрат на післяконтрактній стадії консалтингу (коли консалтинговий процес завершено і оплачено) пов'язано з недостатнім розробленням умов контракту на етапі його підготовки і укладення внаслідок асиметричного розподілу інформації, абсолютної нематеріальності консалтингової послуги, невідчутності діяльності консультантів, існування парадоксів консалтингу, розбіжності очікуваних клієнтом результатів і реальних вигод, отриманих ним при впровадженні консалтингових ресурсів. У клієнта виникає необхідність щодо одержання додаткової інформації про вже завершену угоду, проведення нових переговорів, додаткового виміру якості вже наданої консалтингової послуги, специфікації і захисту прав власності. Слід зазначити, що ці витрати можуть виникнути значно пізніше

завершення всіх контактів консультанта і клієнта. Наприклад, між консультацією з оподаткування і перевіркою бізнесу клієнта податковими органами може сплинути досить багато часу. Але саме в перебігу перевірки клієнт, повернувшись до виміру якості отриманої консультації, може звернутися до консультанта за додатковими роз'ясненнями і відновленням порушених, на його думку, у процесі консультування прав, вимагати від консультанта певних дій з обґрунтування правильності і законності його пропозицій, що викликали зауваження з боку перевіряючих організацій.

Як бачимо, правочинам на консалтинговому ринку притаманна значна величина витрат, «пов'язаних з обміном і захистом правомочностей» [5, с. 133], що є наслідком високого ступеня невизначеності, зумовленої абсолютно нематеріальним характером консалтингової послуги, складністю виміру кінцевого результату консалтингу, наявністю розривів у часі між фазами замовлення і передавання клієнтам консалтингових ресурсів, їх продукуванням і впровадженням. Тому економічний вибір суб'єктів консалтингового ринку, з одного боку, залежить від величини трансакційних витрат, а з другого — спрямовано на їх зниження, мінімізацію.

Поведінка суб'єктів консалтингового ринку являє собою доцільну діяльність консультантів і клієнтів, пов'язану з установами у контракті купівлі-продажу консалтингових послуг оптимальних для них умов угоди і зниженням трансакційних витрат усіх стадій консалтингового процесу.

На початку передконтрактної стадії відносин покупця і продавця на ринку інтелектуальних послуг існує певна взаємна недовіра: з одного боку, продавець для покупця — стороння особа, допомога якої йому необхідна, але запрошення якої сприймається ним як демонстрація в певному розумінні власної некомпетентності. Клієнт побоюється з боку консультанта можливого порушення конфіденційності, розголошення комерційної таємниці. З другого боку, клієнт викликає побоювання в консультанта щодо його можливого опортунізму при укладенні і виконанні договору, зокрема, в питаннях надання повної і достовірної інформації, створення умов для роботи консультанта, оплати його послуг. Недовіра зумовлює: а) можливість відмови їх обох від угоди; б) збільшення витрат, пов'язаних з пошуком та аналізом інформації один про одного. Ось чому взаємна довіра консультанта і клієнта, її підтримка та зміцнення — базова умова ефективного консалтингового обслуговування на всіх його стадіях.

Довіра базується на знаннях, які є результатом пошуку, аналізу та усвідомлення інформації про клієнта і консультанта. Як пишуть Дж. Акерлоф та Р. Шиллер, якщо до довіри підходити раціонально, то люди використовують доступну їм інформацію, аби скласти прогноз, а потім на його основі ухвалити рішення [6, с. 34]. А. Гриценко складовою внутрішнього змісту довіри називає синтез віри і знань — упевненість, віра, заснована на знанні, — певна

міра, яка завжди є меншою від чистого знання, але більшою від чистої віри [7]. У сфері консалтингу найважливішим джерелом таких знань виступає інформація про репутацію суб'єктів консалтингового ринку, котру А. Ляско визначає як супутній інститут довіри [2, с. 42, 43]. Саме репутація або загроза її втрати може виступити тим чинником, який послабляє вплив інформаційної асиметрії, обмежує витрати опортуністичної поведінки і витрати вимагання учасників угоди. Репутація консультанта слугує найважливішим чинником, що впливає на вибір клієнта. Як видається, в царині економічного консалтингу репутація виконує роль нецінового сигналу, який (як і сигнали ціннові) координує економічну поведінку суб'єктів консалтингового ринку.

Отже, інформація про репутацію трансформується у певні знання про консультантів і клієнтів як діячів консалтингового ринку. Ці знання є основою певних очікувань щодо їх майбутньої поведінки при виконанні контракту. Очікування являють собою оцінювання ймовірності певної події, виступають найважливішим чинником економічного вибору суб'єктів ринку консалтингових послуг. Консультант і клієнт на всіх стадіях консалтингового циклу можуть мати певні позитивні і негативні очікування стосовно результатів угоди, що безпосередньо впливатиме на їх економічну поведінку. Ось чому важливим принципом економічного вибору у сфері консалтингу є аналіз, коригування та баланс очікувань консультанта і клієнта. Звичайно, реалізація зазначеного принципу вимагає певних витрат, але вони сприяють зниженню втрат від невідповідності між очікуваними та реальними результатами консалтингу і для клієнта, і для консультанта. На передконтрактній стадії консалтингового обслуговування їм важливо, по-перше, виявити і проаналізувати очікування один одного, оскільки мотивація до укладення контракту значною мірою залежить від їх оцінювання очікуваного результату.

По-друге, оскільки очікуванням притаманні певна неоднозначність, варіантність та суперечливість, укладення контракту залежатиме від того, наскільки у процесі передконтрактних переговорів консультант і клієнт зуміють підсилити позитивні очікування щодо результату консалтингу, тобто здійснити їх коригування. При цьому важливо перебороти не тільки негативні, а й ірраціональні, завищені очікування, які згодом можуть призвести до заниженої оцінки реального результату консалтингу.

По-третє, основу укладення контракту становить досягнутий при переговорах баланс очікувань консультанта і клієнта від консалтингової послуги і процесу консалтингового обслуговування. Що стосується консалтингової послуги, то баланс їх очікувань ґрунтується на узгодженні ними оцінок основних елементів її цінності: сприйманої якості, внутрішніх притаманних ознак, зовнішніх ознак, ціни у грошовому вираженні, негрошової ціни, часу, інноваційності, навчального ефекту. У зв'язку з тим, що консультант має значно більше інфор-

мації про консалтингову послугу, ніж клієнт, витрати останнього, пов'язані з можливим опортунізмом консультанта, який може надати недостовірну або неповну інформацію про послугу, досягають значної величини.

Предметом очікувань консультанта і клієнта щодо процесу консалтингового обслуговування є рівень виконання ними своїх обов'язків, установлених контрактом. Наприклад, консультант очікує від клієнта надання йому необхідної інформації, участі в діагностиці, виробленні рішень, створення умов для його роботи на підприємстві. У цьому разі більшою інформацією про свої наміри з приводу виконання зобов'язань володіє клієнт, опортунізм якого безпосередньо впливає на величину трансакційних витрат консультанта на всіх стадіях консалтингового обслуговування. Подібна ситуація можлива і стосовно клієнта, очікування якого щодо виконання консультантом його обов'язків можуть суттєво відрізнятись від реальних намірів консультанта, бути порівняно з ними завищеними або заниженими.

По-перше, оскільки консалтингова послуга нематеріальна, узгодження очікувань щодо її цінності і виконання контракту на передконтрактній стадії вимагає значних витрат з боку консультанта, який у процесі переговорів має подолати як занижені, так і завищені очікування клієнта, пов'язані з консалтинговим обслуговуванням. По-друге, не менш витратною ця стадія є і для клієнта, який повинен зібрати і проаналізувати інформацію про консультанта і конкретну консалтингову послугу із додаткових джерел, не обмежуючись даними, отриманими під час переговорів. Якщо на передконтрактній стадії баланс очікувань не буде досягнуто, зазначені витрати перетворяться на втрати і для консультанта, і для клієнта. Більше того, вони можуть накопичуватися, тому що виникне потреба в пошуках іншого консультанта та іншого клієнта, а отже, виникнуть нові витрати на узгодження очікувань та ін. Якщо ж при переговорах очікування погоджено, то: а) стає можливим укладення контракту; б) витрати на забезпечення балансу очікувань на цій стадії сприятимуть зниженню трансакційних витрат на контрактній і післяконтрактній стадіях консультант-клієнтських відносин.

Таким чином, на передконтрактній стадії консалтингового обслуговування витрати, пов'язані з установленням балансу очікувань консультанта і клієнта, з одного боку, суттєво збільшують витрати на пошук інформації, ведення переговорів, вимірювання, укладення контракту, а з другого — виступають чинниками зниження трансакційних витрат на контрактній і післяконтрактній стадіях консалтингового обслуговування, бо не переборені на цій стадії ірраціональні очікування клієнта і консультанта, дисбаланс їх очікувань можуть призвести до заниженого оцінювання реального процесу і результату консалтингу, до претензій щодо порушення умов правочину. Треба підкреслити також можливість виникнення необхідності в узгодженні очікувань консуль-

танта і клієнта щодо консалтингової послуги та процесу консалтингового обслуговування вже в перебігу виконання контракту, що вимагатиме від них обох додаткових витрат.

Узгодження очікувань тісно пов'язане із довірою консультанта і клієнта. З одного боку, формується довіра між ними у процесі аналізу, коригування та узгодження очікувань стосовно консалтингової послуги і процесу консалтингового обслуговування. Вона безпосередньо залежить від рівня відповідності очікуваних і реальних результатів угод минулого періоду, а з другого — можливість балансу очікувань значною мірою залежить від рівня взаємної довіри консультанта і клієнта.

Висновки. Модель економічної поведінки суб'єктів ринку консалтингових послуг можна представити таким чином:

- 1) інформаційні переваги та несприятливий відбір — взаємна недовіра;
- 2) взаємна недовіра — пошук інформації про репутацію контрагента;
- 3) інформація про репутацію — знання про контрагента;
- 4) знання про контрагента — очікування (позитивні, негативні) щодо поведінки контрагента;
- 5) очікування — баланс очікувань;
- 6) баланс очікувань — взаємна довіра — укладення угоди.

На консалтинговому ринку знання про контрагента як результат пошуку та аналізу інформації про його репутацію виступають основою взаємної довіри покупця і продавця консалтингової послуги та важливим чинником мінімізації трансакційних витрат.

ЛІТЕРАТУРА

1. Корнаи, Я. Честность и доверие в переходной экономике / Я. Корнаи // *Вопр. экономики.* — 2003. — № 9. — С. 4–17.
2. Ляско, А. Доверие и трансакционные издержки / А. Ляско // *Вопр. экономики.* — 2003. — № 1. — С. 42–58.
3. Акерлоф, Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм / Дж. Акерлоф // *THESIS.* — 1994. — Вып. 6. — С. 91–104.
4. Менар, К. Экономика организаций / Клод Менар : пер. с франц. ; под ред. А. Г. Худокормова. — М. : ИНФРА-М, 1996. — 160 с.
5. Олейник, А. Н. Институциональная экономика: учеб. пособие / А. Н. Олейник. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 414 с. — (Серия «Высшее образование»).
6. Акерлоф, Дж. Spiritus Animalis, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер ; пер. с англ. Д. Прияткина; под научн. ред. А. Суворова; вступ. ст. С. Гуриева. — 2-е изд. — М. : ООО «Юнайтед Пресс», 2011. — 273 с.
7. Інститут довіри в економіці та суспільстві (огляд за матеріалами міжнародної наукової конференції). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Usoc/2010_3/157-167_3'10.pdf

ЗНАНИЯ КАК ОСНОВА ДОВЕРИЯ НА РЫНКЕ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Марченко О. С.

Раскрыта знаниевая основа доверия субъектов рынка консалтинговых услуг как фактора минимизации транзакционных издержек. Доказано, что информационные преимущества экономических агентов обуславливают ситуацию неблагоприятного отбора, преодоление которой базируется на знании о репутации покупателей и продавцов консалтинговых услуг, а баланс их ожиданий обеспечивает взаимное доверие и заключение контракта.

Ключевые слова: информация, знание, доверие, репутация, ожидания, рынок консалтинговых услуг, транзакционные издержки.

KNOWLEDGES AS BASIS OF TRUST AT THE MARKET OF CONSULTING SERVICES

Marchenko O. S.

Knowledge of basis of trust of subjects of market of consulting services as a factor of minimization of transaction costs is exposed. It is well-proven that informative advantages of economic agents stipulate the situation of adverse selection, overcoming of which is based on knowledge about reputation of buyers and salespeople of consulting services, and balance of their expectations is provided by a mutual trust and closing of deal.

Key words: information, knowledge, trust, reputation, expectations, market of consulting services, transaction costs.

УДК 330.101:338.22 (477)

КОНЦЕПЦІЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ КООРДИНАТ НЕОЛІБЕРАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

*О. М. Москаленко, кандидат економічних наук, доцент, докторант
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

Проаналізовано основні соціально-економічні наслідки неоліберальної політики. Відстоюється важливість динамічної теорії економічного розвитку в умовах домінування неолібералізму. Випереджаючий економічний розвиток