

**Бальсевич А.А.
Пивоварова С.
Подколзина Е.**

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ЦЕНАХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОНТРАКТОВ: РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ*

Аннотация

Расходы регионов России на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд настолько велики, что вопрос ценовой эффективности государственных закупок, т.е. закупок благ необходимого качества по минимальной возможной цене, не теряет своей актуальности. Следовательно, необходимо понимать, что именно оказывает влияние на цены государственных контрактов. В данной работе, исследуя относительные цены государственных контрактов на закупку бензина и дизельного топлива, мы показываем, что чем выше прозрачность информации о проводимых закупках, тем ниже цены контрактов. Причем информационная прозрачность оказывает влияние и на количество потенциальных участников торгов, и на их возможности стратегического поведения в ходе торгов, что, в свою очередь, влияет на цены. В работе мы принимаем во внимание оба эффекта.

Ключевые слова: государственные закупки; прозрачность информации; эффективность.

Прозрачность информации и другие факторы, влияющие на цены государственных контрактов

Общая стоимость государственных контрактов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд, заключенных главными распорядителями средств бюджетов субъектов Российской Федерации, составляет в

* Исследование осуществлено в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2011 г.

среднем 5–10% от Валового регионального продукта региона и 30–40% от расходов регионального бюджета¹, а следовательно, вопрос эффективности работы системы государственных закупок в регионах России не теряет своей актуальности. Одним из возможных показателей эффективности закупок является итоговая цена контракта: предпочтительнее заключить контракт с тем поставщиком, который готов поставить товар необходимого качества по минимальной возможной цене. В данной работе, не отрицая важности проблемы обеспечения качества поставляемых благ, мы сконцентрируем внимание на факторах, которые могут оказывать влияние на цены.

Джордж Стиглер в своей новаторской статье «Экономика информации» [13], отметил важную роль информации и ее влияние на дисперсию цен на рынке. Для многих рынков справедливо утверждение, что собрать информацию обо всех предложениях цен для покупателя (или продавца) не представляется возможным. Чтобы найти контрагента, который предлагает наиболее выгодную цену, стороны несут издержки поиска. Снижение издержек поиска, например за счет рекламы, ведет к значительному снижению дисперсии цен, т.е. фирмы устанавливают более низкие цены, незначительно отличающиеся друг от друга.

Механизм поиска информации о ценах в системе государственных закупок отличается от того, который используется в частном секторе, равно как и отличается механизм выбора поставщика. Однако роль информации о ценах и контрагентах играет не менее важную роль. В соответствии с законами Российской Федерации, регулирующими функционирование системы государственных закупок, при объявлении закупки информация о характеристиках контракта, резервной цене, организации процедуры и типе процедуры публикуется на специальном Интернет-сайте; а после проведения закупки там же публикуется протокол процедуры, информация о поставщике и итоговой цене контракта. Чем больше информации представлено и чем лучше она структурирована, тем ниже издержки поиска и тем выше информационная прозрачность.

Каким образом информационная прозрачность может влиять на цены государственных контрактов? С одной стороны, наличие подробной информации о предстоящих государственных закупках приводит к увеличению числа потенциальных участников процедуры. Более того, в условиях более прозрачной информации растет участие именно «добросовестных» поставщиков, так как в этом случае растет доверие со стороны поставщиков к системе в целом, к тому, что контракты будут распределяться честным образом [3, С. 438]. Наличие информации снижает не только издержки поиска, но и издержки мониторинга, что упрощает контроль и, следовательно, повышает вероятность выявления фактов оппортунистического поведения поставщиков и заказчиков. Увеличение числа участников как в закрытых, так и в открытых аукционах ведет к снижению цены контракта. Даже простой открытый аукцион с числом участников $N + 1$ предпочтительнее, чем любая другая процедура, включая переговоры, с N участниками.

С другой стороны, прозрачность информации снижает издержки сговора и поддержания сговора для поставщиков. Устойчивость сговора зависит в большой степени от возможностей участников наказывать нарушителей, в данном случае фирмы, которые делают слишком низкие ставки, что позволяет получить контракт, но снижает выигрыш участников «картеля». Когда информация о став-

ках доступна для всех, у поставщиков снижаются стимулы нарушать договоренности, и сговор становится более устойчивым. Обратный эффект информационной прозрачности особенно важно учитывать на рынках с олигополистической структурой, на которых возникновение сговора, в том числе среди фирм, участвующих в государственных закупках, является очень вероятным. Сговор среди поставщиков, очевидно, приводит к более высоким ценам [12]. Поэтому, когда количество потенциальных поставщиков является ограниченным, а риск сговора оценивается как высокий, при выборе процедуры государственных закупок необходимо учитывать особенности рынка. Например, при наличии сговора среди поставщиков закрытые процедуры приводят к более низким ценам контрактов, чем открытые процедуры [10]. Аналогичным образом, если на рынке присутствует фирма-лидер или если известно, что одна из фирм в силу тех или иных причин обычно получает большинство контрактов определенного заказчика, наличие информации об участниках будет снижать стимулы других фирм к участию в торгах, на которых присутствует «фаворит».

Следовательно, рост числа поставщиков приводит к более низким ценам, а сговор среди поставщиков, наоборот, к более высоким. Таким образом, прозрачность информации оказывает влияние на цены, как через количество потенциальных участников торгов, так и через их возможности стратегического поведения в ходе торгов. Также необходимо учитывать влияние других факторов, выделенных выше, таких как тип процедуры распределения государственных контрактов, другие особенности контрактов, например начальная цена, и характеристики рынка.

Основной целью статьи является ответ на вопрос: какое влияние информационная прозрачность оказывает на цены государственных контрактов? Для того чтобы на него ответить, мы анализируем данные по государственным закупкам бензина и дизельного топлива в десяти регионах России. Поэтому в начале работы мы приводим основные характеристики процедур государственных закупок автомобильного топлива в рассматриваемых регионах, а также некоторые особенности функционирования рынка автомобильного топлива в России, поскольку и то и другое может оказывать влияние на цены государственных контрактов. Далее, мы объясняем индекс прозрачности информации, используемый в работе, что позволяет перейти непосредственно к эмпирическому анализу, а именно описанию данных, на которых основывался регрессионный анализ, и моделей, применявшихся в работе. В завершение работы приводятся основные выводы.

Особенности государственных закупок автомобильного топлива

С 1 января 2006 г. государственные закупки в России регулируются Федеральным законом № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (далее – № 94-ФЗ). Основной целью данного Закона были унификация требований к процедурам, обеспечение прозрачности и борьба с коррупцией. Поэтому в соответствии с ним процедуры закупок на всех уровнях – федеральном, региональном и муниципальном – проходят по одним и тем же правилам, регулирующим организацию процедуры, отчетность по ходу ее проведения, сроки, которые отводятся

на различные этапы процедуры, а также требования к размещению информации о процедуре и ее результатах. Согласно закону, информация о закупках должна размещаться на специальных сайтах². Среди обязательной для размещения информации можно выделить наименование товара, его количество, резервную (начальную) цену контракта, тип процедуры, длительность контракта, протоколы проведения процедур, в которых содержится информация об участниках процедуры, победителях, некоторых ставках.

Закупки на сумму меньше 500 000 руб. могут осуществляться с помощью закрытых аукционов – запросов котировок. Товары на сумму свыше 500 000 руб., а также некоторые товары, включенные в специальный перечень, должны закупаться только посредством открытых аукционов (по цене). При проведении запросов котировок заказчик на сайте публикует извещение о торгах, в котором указывает основные характеристики контракта, начальную цену, срок окончания подачи заявок. Поставщики отправляют заказчику свои предложения о цене и спецификацию поставляемых благ, а также ряд документов, подтверждающих заявку. Все заявки распечатываются в заранее установленный срок, и контракт достается поставщику, который предложил самую низкую цену (если несколько поставщиков указали одинаковую цену, то контракт получает тот, кто подал заявку раньше).

Открытые аукционы проводятся в несколько этапов. На первом этапе заказчик также публикует основные характеристики контракта, начальную цену, даты рассмотрения заявок и проведения аукциона. Потенциальные поставщики к определенному заказчиком сроку должны отправить подтверждение своего участия, подкрепленное определенными документами, а в некоторых случаях и денежный депозит. Заказчик проверяет соответствие представленных документов требованиям, зафиксированным в Законе и в аукционной документации, и может не допустить одного или нескольких поставщиков к участию в аукционе, если они не соответствуют заранее определенным критериям, например, если они включены в список недобросовестных поставщиков. Далее, проводится непосредственно аукцион, в котором допущенные к участию поставщики делают понижающиеся ставки по цене. Поставщик, сделавший последнюю – самую низкую – ставку, получает контракт.

Некоторые товары могут закупаться через процедуру конкурса, в котором помимо цены принимаются во внимание и другие характеристики, например, качество. Однако перечень этих товаров крайне ограничен. Далее в работе речь пойдет о государственных закупках автомобильного топлива. Поскольку автомобильное топливо не закупается с помощью конкурса, мы не будем подробно описывать эту процедуру.

Рынок автомобильного топлива: региональный разрез

Результаты проводимых процедур государственных закупок – т.е. цена, по которой заключается контракт, и качество поставляемых товаров, а следовательно и вероятность несоблюдения контракта – зависят не только от типа процедуры или законодательных ограничений, но и от характеристик рынка, которые могут в большой степени влиять на эффективность государственных закупок. Среди этих характеристик следует отметить тип товара, количество потенци-

альных поставщиков и уровень концентрации в отрасли, а также особенности регулирования рынка.

Тип товара

Чем более сложный товар закупается, чем менее стандартным он является, чем выше издержки измерения качества данного товара, тем больше проблем может возникнуть на всех этапах закупочных процедур и, следовательно, тем менее эффективными будут результаты. В данной работе рассматривается автомобильное топливо – бензин различных категорий и дизель.

Рынок автомобильного топлива был выбран в качестве основы для анализа во многом потому, что это пример стандартного товара, а значит, вариация цен у различных поставщиков не может объясняться наличием дополнительных характеристик, влияющих на издержки. Более того, качество бензина можно оценить с невысокими издержками, так что различия в качестве также оказывают незначительное влияние на цены. Разнообразие видов бензина невелико, а информация о розничных ценах на бензин в региональном разрезе доступна, что позволяет получить некоторую основу для сравнения цен на государственном и частном рынках.

Следует также отметить, что автомобильное топливо может закупаться оптом (наливом) или в розницу. В первом случае поставщик должен поставить определенное количество тонн топлива по установленному контрактом адресу (например, в цистерне) или предоставить доступ заказчику (потребителю) к месту хранения. Во втором случае поставка топлива осуществляется через сеть АЗС поставщика. В своей работе мы исследуем исключительно розничные контракты. Это позволяет утверждать, что качество автомобильного топлива на частном и государственном сегментах данного рынка одинаковое.

Количество поставщиков

С точки зрения эффективности государственных закупок проблемы могут возникать и в ситуации, когда потенциальных поставщиков слишком мало и когда их слишком много. При олигополистической структуре рынка, т.е. когда на рынке присутствует несколько крупных поставщиков, возрастает вероятность сговора, у фирм появляется возможность влиять на цену, а следовательно, цены контрактов будут выше. И наоборот, если поставщиков слишком много, контракт может достаться фирме, которая не может или не сможет поставить необходимое количество товара по оговоренной в контракте цене как по причине недостатка производственных мощностей, так и потому, что небольшие фирмы несут более высокие издержки в случае изменения внешних условий.

В соответствии с отчетом³ Федеральной антимонопольной службы РФ по рынку автомобильного топлива, в более 50 регионах России рыночная доля крупнейшей компании на рынке составляет свыше 35%, а в 30 регионах доля крупнейшей компании достигает 50–60%. В таблице 1 для рассматриваемых в работе регионов представлено количество компаний с долей рынка более 35% и более 50%. Также в таблице 1 приводятся данные о количестве фирм, участвующих в государственных закупках, и доли фирм, которые получают наибольшее количество контрактов: в одних регионах таких фирм было несколько, в других – одна компания получала большую часть государственных контрактов, как по количеству, так и по стоимости.

Таблица 1

Основные игроки региональных рынков автомобильного топлива

Регион	Количество компаний с долей рынка 35–50%	Количество компаний с долей рынка более 50%	Общее количество поставщиков, участвующих в государственных закупках	Наибольшая доля в распределении государственных контрактов
1	0	0	34	53%
2	1	1	14	63%
3	0	0	7	87%
4	1	0	14	82%
5	0	1	27	35% и 44%
6	1	1	118	39%
7	0	1	19	91%
8	0	1	54	23%
9	1	4 ⁴	30	17% и 16%
10	3	0	32	34%

Особенности регулирования рынка

В рассматриваемый период времени цены на автомобильное топливо не регулировались государством (цены на добычу нефти, наоборот, регулируются). Однако, поскольку автомобильное топливо считается социально важным товаром, ФАС проводит мониторинг цен на него, в том числе на региональном уровне. Подобный контроль за ценами обосновывается особенностями структуры и характеристик российского рынка производства и продажи автомобильного топлива:

- отрасль является вертикально-интегрированной. Даже заправочные станции, которые во многих странах принадлежат независимым компаниям, в России часто являются собственностью вертикально-интегрированных компаний. Крупным компаниям, обладающим разветвленными сетями заправок в различных частях региона, значительно проще выиграть дорогие государственные контракты на поставку автомобильного топлива;
- оптово-розничная и розничная торговля автомобильным топливом остается очень закрытой, цепочки поставки могут быть очень длинными и сложными, а процесс формирования цены – непрозрачным⁵.

Таким образом, государство старается способствовать конкуренции, по крайней мере на уровне розничной торговли. Когда уровень конкуренции становится слишком низким (а цены на автомобильное топливо, как следствие, слишком высокими), государство начинает осуществлять прямой контроль цен на рынке посредством предупреждений основным игрокам – крупным компаниям. Тем не менее, поскольку, как показывает опыт подобного регулирования, эти меры оказались не очень действенными, в будущем планируется переход к более жесткому регулированию рынка. Среди мер, которые обсуждаются на данный момент, можно выделить ограничения на долю регионального рынка, приходящуюся на одну фирму, и расчет стандартной цены на автомобильное топливо, которая будет использоваться, в том числе, при заключении государственных контрактов, в качестве основания для определения начальной цены.

Прозрачность информации о государственных закупках

Мы рассматриваем различия в информационной прозрачности региональных сайтов государственных закупок как ключевой фактор, объясняющий различия в ценах. Под прозрачностью мы понимаем⁶ наличие и доступность информации о правилах осуществления государственных закупок (о проведении конкретной процедуры: информации о ключевых датах, начальной цене и т.д.), о характеристиках товаров, работ или услуг, на которые размещен заказ (количество, дополнительные требования и т.д.), и о результатах закупок (ставках, цене контракта, параметрах контракта и т.д.).

Чтобы оценить прозрачность информации, представленной на региональных сайтах государственных закупок, мы собрали данные о структуре 83 сайтов, функциях, доступных пользователям, а также о представленной на них информации по различным этапам проведения закупок. На основе этой информации были сформированы три показателя:

1. **Информация о текущих закупках** характеризует наличие и доступность информации о текущих закупках. Максимально возможное значение этого показателя составляет 49 (теоретический максимум). По результатам оценки региональных сайтов, максимальное значение составило 40,5. Среднее значение этого показателя немного смещено в сторону максимума, и стандартное отклонение является достаточно низким.
2. **Информация о завершенных закупках** характеризует наличие и доступность информации о завершенных закупках. Эта информация может представлять интерес как для поставщиков, так и для граждан и контролирующих органов. Поставщики могут использовать эту информацию для изучения аналогичных процедур, проведенных тем же заказчиком, формирования ожиданий об уровне конкуренции в рамках аналогичных процедур, о добросовестности заказчика и возможностях своего участия в процедуре. Гражданам и органам власти эта информация позволяет контролировать проведение процедур и выявлять оппортунистическое поведение заказчиков и поставщиков. При максимально возможном значении показателя, составляющем 57, наивысший показатель, полученный при оценке сайтов, равен 42,5. При этом среднее значение 29,5 смещено влево.
3. **Поиск по сайту** увеличивает доступность информации, а следовательно, и ее прозрачность. И наоборот, если на сайте выложено большое количество информации, но нет возможности отобразить какую-то часть по определенным критериям, прозрачность будет не очень высокой. Максимально возможное значение этого показателя составляет 8. И некоторое количество регионов достигли этого значения. Но тем не менее все еще есть сайты, на которых поиска либо нет совсем, либо определенные функции поиска заявлены, но практически не работают, соответственно не представляется возможным найти всю требуемую информацию. Даже если ежегодное количество закупок в регионе не очень велико, отсутствие поиска значительно снижает уровень прозрачности информации о закупках.

На основе данных показателей был рассчитан общий индекс прозрачности. Индекс рассчитывался как сумма индикаторов прозрачности информации о текущих и завершенных закупках, умноженная на относительное качество поиска, т.е. значение индикатора возможностей поиска для каждого региона, относительно максимально

возможного значения этого индикатора. В таблице 2 представлены минимальные, максимальные и средние значения всех показателей для всех регионов России и для включенных в анализ в данном исследовании 10 регионов. В целом можно отметить, что регионы размещают основную информацию на сайтах, но достаточно часто она фрагментарна и плохо структурирована и использовать эту информацию достаточно сложно, так как во многих случаях нет возможности осуществлять поиск по этой информации или сравнивать результаты похожих процедур.

Таблица 2

Индекс и показатели прозрачности

	Текущие	Завершенные	Поиск	Индекс
<i>Для 83 регионов РФ</i>				
Минимум	18.5	19.5	0	0
Максимум	40.5	42.5	8	81.5
Среднее	33	29.5	4.3	34.97
Стандартное отклонение	3.95	5.08	2.04	18.96
<i>Выбранные регионы</i>				
1	32	40	7.5	67.5
2	31	37	8	68
3	37	30.5	6.5	54.84
4	35	34.5	4	34.75
5	30	29	4.5	33.19
6	31	27.5	4.5	32.91
7	31.5	32	3.5	27.28
8	32.5	26.5	4	29.5
9	32	26	3	21.75
10	26	21.5	0	0
Среднее	31.03	28.96	4,15	32.6
Стандартное отклонение	2.29	4.97	2.04	17.97

Выбранные регионы характеризуются существенным разбросом в итоговом индексе прозрачности информации, а также в индикаторах прозрачности информации по текущим и завершенным закупкам. Именно эти три показателя мы используем в эмпирическом анализе, чтобы проанализировать влияние различий в прозрачности информации на относительные цены в госзаказе.

Эмпирическая модель и результаты

Модель и гипотезы

Наша основная цель – показать, что прозрачность информации приводит к низким относительным ценам на региональном рынке государственного заказа. Причем мы утверждаем, что она влияет двояким образом. С одной стороны, прозрачность информации определяет привлекательность закупок для потенциальных

участников: мы предположили, что высокий уровень прозрачности привлекает больше участников. С другой стороны, прозрачность информации оказывает влияние на стратегическое поведение участников во время торгов. Так, например, анализ предыдущих торгов позволяет фирмам сформировать оценку издержек компаний-конкурентов.

Количество участников торгов не является независимой переменной, оно может зависеть от типа процедуры, от спецификации контракта [7, 4, 11, 9], а также от уровня прозрачности информации [6], поэтому мы используем двухступенчатый метод наименьших квадратов. Наша модель может быть записана в следующем виде:

$$Y = \alpha_1 + \alpha_2 X + \alpha_3 C + \varepsilon_1$$

$$X = \beta_1 + \beta_2 Z + \beta_3 C + \varepsilon_2,$$

где Y – это вектор, отражающий относительные цены контрактов на поставку топлива,

X – вектор, описывающий количество участников торгов за государственный контракт,

Z – вектор инструментальных переменных, которые отражают ряд характеристик закупок, влияющих на привлекательность контракта для потенциальных поставщиков, и институциональную среду в выбранных регионах,

C – вектор контрольных переменных, куда входят, в частности, и показатели прозрачности информации в регионах.

Нам интересны значения коэффициентов перед показателями прозрачности, которые включены в оба уравнения. Таким образом мы сможем показать, что прозрачность информации оказывает непосредственное влияние на цены и количество потенциальных поставщиков, а также опосредованно влияет на цены через количество потенциальных поставщиков.

Наша гипотеза состоит в следующем: высокий уровень прозрачности сайтов государственных закупок в регионе привлекает большее количество потенциальных поставщиков в государственные закупки, что, в свою очередь, ведет к снижению цен, а также напрямую позволяет снизить относительные цены, так как обеспечивает возможность формирования адекватных ожиданий.

Данные

База данных состоит из 900 наблюдений, каждое из которых соответствует одному государственному контракту на поставку топлива марок АИ-70/80/92/95/98 через автозаправочные станции в 10 выбранных регионах за 2009 и 2010 гг. Данные были собраны с региональных сайтов государственных закупок из документации, опубликованной на сайте. Также использовались данные Федеральной статистической службы (РОССТАТ), такие как: плотность населения в регионе, плотность региональных дорог и ежемесячные региональные цены на бензин в региональном разрезе. Индекс коррупции был взят из результатов исследования Министерства экономического развития РФ, проведенного в 2010 г.⁷ В таблице 3 представлено описание переменных, которые были использованы в регрессионном анализе.

Остановимся более подробно на том, какие переменные были использованы. В качестве зависимой переменной мы использовали соотношение цены государ-

ственного контракта к цене аналогичного рыночного контракта. Цена аналогичного рыночного контракта рассчитывалась следующим образом: по каждому контракту объем закупаемого бензина в литрах умножался на среднюю цену бензина в соответствующем регионе (бралась средняя цена в регионе за месяц, когда проводились торги). Таким образом, была получена оценка того, насколько цены в государственных закупках отличаются от рыночных цен. На наш взгляд, данный показатель как раз характеризует различия в ценах на товар, вызванные спецификой закупочных процедур, фиксируя эффекты влияния особенностей самого товара на цену. Также следует подчеркнуть, что выбранный товар – автомобильное топливо, поставляемое посредством автозаправочных станций, – позволяет нам зафиксировать также и качество поставляемого товара и не акцентировать на нем внимание при анализе зависимостей. Это возможно исходя из двух особенностей. С одной стороны, для поставщика слишком затратно верифицировать качество между потребителями по государственному контракту и потребителями розничного рынка. С другой стороны, на розничном рынке есть ряд механизмов контроля качества, которые позволяют обеспечить уровень качества, удовлетворяющий потребителей.

Основными объясняющими переменными выступают индикаторы прозрачности информации о текущих и завершенных закупках, а также индекс прозрачности информации. Мы используем разные индексы для проверки устойчивости полученных результатов.

В качестве инструментальных переменных мы использовали плотность населения, косвенно определяющую емкость спроса на рынке, плотность дорог в регионе, определяющую барьеры входа на рынок для участников, а также начальную цену контракта, которая выступает сигналом для потенциальных поставщиков к участию. Выбранные показатели оказывают как опосредованное количеством участников влияние на зависимую переменную, так и прямое влияние на количество потенциальных поставщиков.

В качестве контрольных переменных мы использовали индекс коррупции и тип процедуры.

Таблица 3

Описание переменных и статистика

Переменная	Описание	Источник	Min	Max	Среднее	Ст. Откл.
RelPrice	Соотношение цены государственного контракта к цене аналогичного рыночного контракта	Региональные сайты госзакупок, РОССТАТ	.537	1.468	.987	.0876
Sprice	Начальная цена контракта	Региональные сайты госзакупок	15015	6240160	384769.3	619274.3
Open	Аукцион – дамми-переменная, принимает значение 1, если закупка осуществлялась через аукцион, 0 – через запрос котировок.	Региональные сайты госзакупок	0	1	.197	.3977

N	Количество участников торгов	Regional public procurement web sites	1	7	1.889	.9078
PopD	Плотность населения в региональном разрезе в 2008 г.	РОССТАТ	.7	49.8	23.865	16.084
RoadD	Плотность дорог в региональном разрезе в 2008 г.	РОССТАТ	3.6	198	90.406	72.204
Corr_2010	Оценка уровня распространения коррупции в 2010 г.	Исследование по заказу Министерства экономического развития РФ	.22	.572	.428	.0839
ExAnte	Показатель доступности информации о текущих закупках	Рассчитан на основе информации с региональных сайтов госзакупок	26	37	31.027	2.287
ExPost	Показатель доступности информации о завершённых закупках	Рассчитан на основе информации с региональных сайтов госзакупок	21.5	40	28.956	4.973
Index	Индекс прозрачности информации = (Текущие + Завершённые) * Поиск/8	Рассчитан на основе информации с региональных сайтов госзакупок	0	68	32.6	17.97

Результаты

Мы рассматриваем три спецификации модели, в которых выделяем влияние различного типа информации – на основе показателя наличия информации о текущих закупках, показателя наличия информации о завершённых закупках и общего индекса информационной прозрачности – на цену и количество участников. Как показали результаты регрессий, представленные в таблице 4, независимо от типа рассматриваемой информации ее доступность приводит к уменьшению количества участников и к более низким относительным ценам. Наши предположения оправдались не до конца. Высокая прозрачность, как мы и предполагали, ведет к более низким относительным ценам на региональных рынках, однако она также снижает количество участников, приходящих на торги, что противоречит нашей гипотезе. При этом стоит отметить, что отрицательный коэффициент перед количеством участников в основной регрессии отвечает стандартной экономической логике, которая заключается в том, что чем больше участников, тем выше уровень конкуренции, тем ниже цены.

Таблица 4

Относительные цены и прозрачность информации

IV-Regressions. Dependant variable RelPrice			
	(1)	(2)	(3)
ExAnte	-0.0120*		
	(0.00615)		
ExPost		-0.00335***	
		(0.00117)	
Index			-0.00126**
			(0.000608)
Open	0.0450***	0.0473***	0.0538***
	(0.0122)	(0.0111)	(0.0146)
N	-0.114***	-0.0939***	-0.129***
	(0.0295)	(0.0182)	(0.0369)
Corr_2010	-0.189*	-0.0565	-0.0322
	(0.107)	(0.0494)	(0.0577)
Constant	1.646***	1.276***	1.275***
	(0.282)	(0.0720)	(0.0942)
First stage 2SLS regression. Dependant variable N			
ExAnte	-0.198***		
	(0.0284)		
ExPost		-0.0422***	
		(0.00769)	
Index			-0.0112***
			(0.00242)
Open	0.127	0.317***	0.293***
	(0.0974)	(0.0882)	(0.0905)
Corr_2010	-2.780***	-0.794**	-0.363
	(0.485)	(0.363)	(0.371)
Sprice	-6.39e-08	-7.69e-08	-7.84e-08
	(5.50e-08)	(4.98e-08)	(5.07e-08)
PopD	-0.0248***	-0.0111	-0.00804
	(0.00776)	(0.00756)	(0.00747)
RoadD	0.00628***	0.00508***	0.00352**
	(0.00145)	(0.00150)	(0.00138)
Constant	9.242***	3.225***	2.257***
	(1.089)	(0.324)	(0.197)
Observations	900	900	900
R-squared	0.149	0.143	0.133

Robust standard errors in parentheses *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Возможное объяснение меньшего количества участников торгов в случае более прозрачной информации состоит в том, что она позволяет формировать ожидания на основе анализа доступной информации. Рассматриваемый нами рынок автомобильного топлива представляет собой олигополию, как правило с выраженным лидером. Компании-лидеры, как мы уже отмечали выше, занимают от 35% до 60% рынка. Когда потенциальные участники понимают, что контракт привлекателен для лидера рынка, они предпочитают не тратить средства на участие в подобных аукционах. В таблице 5 представлено, что лидер является победителем в 64% торгов, когда на торги заявляется всего одна компания, когда же в торгах участвует более одного участника, то лидер рынка редко выходит победителем, что косвенно свидетельствует о том, что многие участники предпочитают не заявляться одновременно с лидером на торги.

Таблица 5

Участие компании-лидера и количество участников в торгах

Количество участников	Победитель – это компания-лидер на рынке	
	Да	Нет
=1	243 (64%)	135
>1	218	422 (66%)

Заключение

Рынок автомобильного топлива в России всегда находился под пристальным контролем государства, и вопрос формирования цен на топливо до сих пор является актуальным. Мы рассматриваем формирование цен государственных контрактов на автомобильное топливо в 10 регионах России и сопоставляем их с ценами розничного рынка. Мы оценили зависимость относительных цен государственных контрактов от характеристик процедуры (типа процедуры, количества участников), характеристик контракта и характеристик институциональной и экономической среды в регионе (индекс восприятия коррупции, доступность информации о государственных закупках в регионе, параметры структуры розничного рынка бензина). Выбор рынка автомобильного топлива, поставляемого посредством автозаправочных станций, позволяет нам не затрагивать вопрос качества поставляемого бензина, так как в данном случае качество на розничном и государственном сегментах рынка будет одинаково. Мы также исходили из того, что механизмов контроля качества бензина на розничном рынке достаточно для обеспечения его удовлетворительного уровня.

Исследователи, как правило, связывают уровень прозрачности государственных закупок с уровнем конкуренции за государственный контракт: чем больше информации о проводимых процедурах доступно потенциальным поставщикам, тем легче им войти на государственный рынок и тем больше конкуренция за каждый отдельный контракт. Мы показали, что в рамках региональных государственных закупок бензина относительная цена государственного контракта зависит от уровня информационной прозрачности в регионе, который положительно влияет на цену и отрицательно на количество потенциальных участников.

Такой результат может быть связан с тем, что большая доступность информации, вопреки интуиции, не оказывает положительного влияния на уровень конкуренции в рамках процедур государственных закупок. Возможно, доступность информации позволяет новичкам на рынке точнее оценить свои шансы на получение государственного контракта и принять решение не подавать заявок на участие, тем самым снижая уровень конкуренции на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Amaral M., Saussier S., Yvrande-Billon A. Auction procedures and competition in public services: The case of urban public transport in France and London // *Utilities Policy*. Vol. 17. 2009. P. 166–175.
2. Balsevich A., Pivovarova S., Podkolzina E. Information Transparency in Public Procurement: How it Works in Russian Regions // *WP BRP Series: Economics*. М.: ГУ ВШЭ. 01/2011. URL: http://www.hse.ru/data/2011/10/15/1269288146/Balsevich_Information_transparency.pdf.
3. Boehm F., Olaya J. Corruption in public contracting auctions: the role of transparency in bidding processes // *Annals of Public and Cooperative Economics*. 2006. Vol. 77. No 4. P. 431–452.
4. French K.R., McCormick R. Sealed bids, sunk costs, and the process of competition // *The Journal of Business*. Vol. 57. No. 4 (Oct., 1984). P. 417–441.
5. Gal-Or E., Gal-Or M., Dukes A. Optimal Information Revelation in Procurement Schemes // *The RAND Journal of Economics*. Vol. 38. No. 2. 2007. P. 400–418.
6. Kjerstad E., Vagstad S. Procurement auctions with entry of bidders // *International Journal of Industrial Organization*. Vol. 18 (8). 2000. P. 1243–1257.
7. Klemperer P. Auction Theory: A Guide to the Literature // *Journal of Economic Surveys*. 13. (1999). P. 227–286.
8. Kolstad I., Wiig A. Is Transparency the Key to Reducing Corruption in Resource-Rich Countries? // *World Development*. Vol. 37. No. 3. 2009. P. 521–532.
9. McAfee P., McMillan J. Auctions with Entry // *Economic Letters*. Vol. 23. 1987. P. 343–347.
10. Robinson M. Collusion and the Choice of Auction // *RAND Journal of Economics*. 1985. 16:141–145.
11. Samuelson W.F. Competitive bidding with entry costs // *Economic Letters*. Vol. 17. 1985. P. 53–57.

12. Stenbacka L.R. Collusion in Dynamic Oligopolies in the Presence of Entry Threats // *Journal of Industrial Economics*. 1990. 39. 2:147–154.
13. Stigler G.J. The Economics of Information // *Journal of Political Economy*. Vol. 69. No. 3 (Jun., 1961). P. 213–225.
14. Zhu K. Information Transparency of Business-to-Business Electronic Markets: A Game-Theoretic Analysis // *Management Science*. Vol. 50. No. 5. 2004. P. 670–685.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ По данным Федеральной службы государственной статистики РФ.
- ² До 1 января 2011 г. информация о региональных закупках размещалась на региональных сайтах, а о федеральных закупках – на едином, отдельном сайте <http://zakupki.gov.ru>. В соответствии с одной из поправок к № 94-ФЗ, вступившей в силу с 1 января 2011 г., информация о региональных закупках должна публиковаться на едином федеральном сайте государственных закупок. Информация о муниципальных закупках может размещаться как на федеральном, так и на старых региональных или даже отдельных муниципальных сайтах. На момент сбора данных для данной статьи информация о региональных закупках размещалась на региональных сайтах.
- ³ <http://www.kommersant.ru/Doc/1607390?ThemeID=1273>, http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_9499.html.
- ⁴ Различные географические рынки.
- ⁵ http://www.fas.gov.ru/analytical-materials/analytical-materials_22601.html.
- ⁶ При определении понятия «прозрачность» авторы использовали подходы нескольких авторов: Amaral, Saussier, Yvrande-Billon (2009); Gal-Or, Gal-Or, Dukes (2007); Zhu (2004). Более подробно об используемом методе можно прочитать в статье: Balsevich, Pivovarova, Podkolzina (2011).
- ⁷ http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/anticorruptpolicy/doc20110614_027. В исследовании оценивался уровень бытовой коррупции, что не совсем отражает ситуацию с возможной коррупцией в сфере государственного заказа, однако может использоваться как прокси-переменная общего уровня коррупции в регионе. Мы предполагаем, что чем выше уровень бытовой коррупции, тем выше уровень коррупции и в сфере государственного заказа. Используется индекс бытовой коррупции, так как данные об индексе коррупции в бизнес-среде есть только за 2005 г. и, на наш взгляд, не отражают текущую ситуацию в регионах.