

Добросовестное и недобросовестное поведение в повторяющихся закупках: эмпирический анализ¹

Яковлев А.А., Выгловский О.В., Демидова О.А., Башлык А.Н.

В данной статье мы рассматриваем феномен повторных закупок, проводимых госзаказчиком с одним и тем же поставщиком. Предшествующие исследования «отношенческих контрактов» дают разное объяснение возможных последствий подобных повторных закупок, однако в таких исследованиях в основном рассматривались сложные товары и услуги, качество которых трудно верифицируемо в момент поставки. В данной работе мы проверяем влияние повторных закупок на цену простого однородного товара. Мы предполагаем, что для такого товара отклонение цен повторных закупок вниз от средних по рынку может интерпретироваться как признак добросовестного поведения заказчика и поставщика. Напротив, отклонение цен вверх от средних по рынку может рассматриваться как индикатор коррупционного сговора между ними. На основе большого массива данных о закупках бензина АИ-92 в Российской Федерации в 2011 г. мы показываем, что при использовании заказчиком менее прозрачных процедур, дающих больше возможностей для сговора (размещение заказов у единственного поставщика и через запрос котировок), цены повторных закупок были выше средних для выборки. В случае размещения заказов через электронные аукционы цены были относительно ниже. Тем не менее в подавляющем большинстве аукционов принял участие лишь один поставщик, а общий уровень цен на бензин АИ-92 в рамках госзакупок в 2011 г. был на 3% выше, чем на розничном рынке. Эти данные свидетельствуют о явном несовершенстве регулирования госзакупок в России в этот период.

¹ Данная работа основана на результатах проекта, поддержанного Программой фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2014 г. Авторы признательны участникам секции «Госзакупки» XV Международной научной конференции НИУ ВШЭ «Модернизация экономики и общества», а также Т.М. Обернибесовой за комментарии и замечания, высказанные по более ранней версии данной статьи.

Яковлев Андрей Александрович – к.э.н., директор Института анализа предприятий и рынков, профессор кафедры теории и практики государственного управления НИУ ВШЭ. E-mail: ayakovlev@hse.ru

Выгловский Олег Викторович – магистр экономики. E-mail: vyglovsky_oleg@mail.ru

Демидова Ольга Анатольевна – к.ф.-м.н., доцент кафедры математической экономики и эконометрики, заведующая лабораторией «Эмпирический анализ предприятий и рынков в переходной экономике» Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ. E-mail: demidova@hse.ru

Башлык Александр Николаевич – младший научный сотрудник лаборатории «Эмпирический анализ предприятий и рынков в переходной экономике» Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ. E-mail: abashlyk@ya.ru

Статья получена: июнь 2014 г./ Статья принята: октябрь 2014 г.

Ключевые слова: государственные закупки; повторяющиеся контракты; стимулы к добросовестному и оппортунистическому поведению; измерение коррупции.

Одним из существенных вопросов для государственной политики в сфере регулирования госзакупок является вопрос о том, какие стимулы преобладают в поведении государственных заказчиков? Разработчики 94-ФЗ – закона о госзакупках, действовавшего в период 2006–2013 гг. – считали, что среди госзаказчиков доминируют коррупционные стимулы. Поэтому сторонники 94-ФЗ выступали за жесткий контроль и детальную регламентацию деятельности государственных заказчиков. Однако критики этого закона приводили аргументы о том, что чрезмерная регламентация закупок и отбор по наименьшей цене порождают массовые проблемы при исполнении контрактов. В результате даже добросовестные заказчики иногда оказываются вынуждены идти на манипулирование условиями закупок, чтобы отсеять недобросовестных поставщиков от участия в торгах и обеспечить необходимое качество закупаемых товаров, работ и услуг.

Мы исходим из того, что как манипулирование параметрами технических заданий и иными условиями контрактов с целью извлечения коррупционных доходов, так и создание преференций для добросовестных поставщиков могут быть легче выявлены применительно к «повторяющимся» закупкам – т.е. тогда, когда закупка неоднократно осуществляется заказчиком у одного и того же поставщика. Новизна проведенного исследования состоит в том, что мы решили проанализировать массив данных о закупках одного конкретного товара, сравнив параметры «повторяющихся» контрактов с характеристиками аналогичных разовых закупок.

В разделе 1 приводится краткий обзор теоретических работ по рассматриваемой теме и обосновывается выбор для анализа такого простого и однородного товара, как бензин АИ-92. В разделе 2 дано общее описание рынка бензина в Российской Федерации и проанализирована роль госзакупок на этом рынке. В разделе 3 представлены исходные эмпирические данные и методология исследования, а также дано описание основных переменных, используемых в эконометрическом анализе. В разделе 4 приведены основные полученные результаты, а в заключении сформулированы ключевые выводы и практические рекомендации для регулирующих органов и участников процесса закупок.

1. Теория вопроса: *pro & contra*

Сам факт многократных сделок между двумя контрагентами означает, что эти контрагенты уже знакомы друг с другом и между ними сложились определенные связи или отношения. В этом контексте анализ «повторяющихся» закупок однозначно является частью более широкой темы об «отношенческих контрактах» (*relational contracts*), в рамках которой рассматриваются причины и последствия повторяющихся взаимодействий между потребителем и поставщиком или партнерами в определенных проектах. Этой проблеме в международной литературе посвящено большое число работ, но применительно к нашей более узкой теме здесь можно выделить два направления исследований.

Первое из них связано с оценкой эффективности долгосрочных контактов с определенными контрагентами. Преимуществом таких долгосрочных контактов является снижение транзакционных издержек и повышение доверия между партнерами [Gulati, 1995].

Вместе с тем устойчивые контрактные отношения могут порождать стимулы к оппортунистическому поведению. Так, в работе [Parker, Hartley, 2003] на примере закупок для военных нужд в Великобритании отмечается, что стремление заказчика к заключению долгосрочных контрактов требует от потенциальных поставщиков крупных инвестиций в специфические активы, дающие им возможность выполнить взятые обязательства. Однако поскольку такие инвестиции оказываются доступны только для небольшого числа производителей, подобная политика заказчика в следующем периоде приводит к сужению круга поставщиков и облегчает возможности сговора между ними. Также усиливаются переговорные позиции поставщиков и возрастает риск оппортунизма с их стороны.

Одной из возможных реакций на эти проблемы является стратегия одновременного размещения однотипных заказов у нескольких поставщиков – так называемый *dual*-или *multi-sourcing* [Klotz, Chatterjee, 1995]. Как было показано в более поздних работах, обычно применение такой стратегии обусловлено возникновением проблем с контролем за качеством у действующего единственного поставщика, но в конечном счете *multi-sourcing* может приводить к существенному сокращению общих расходов заказчика [Lyon, 2006].

Тем не менее в целом подобные стратегии скорее применимы для крупных заказчиков, которые заинтересованы в гарантиях исполнения обязательств по большим долгосрочным контрактам и обладают достаточными финансовыми ресурсами для создания соответствующих стимулов в своих отношениях с поставщиками (типичные примеры такого рода контрактов связаны с НИОКР, а также с военными закупками). Однако большинство обычных заказчиков, которые сталкиваются с необходимостью регулярных закупок определенных товаров, работ или услуг, не обладают такими ресурсами. Поэтому в своих регулярных закупках они могут либо ориентироваться на тех поставщиков, с которыми они уже работали ранее (*incumbent bias*), либо могут каждый раз делать ставку на привлечение любых поставщиков, предлагающих наиболее выгодные условия (*new entrant bias*).

В работе [Held, 2011] анализируются факторы, которые определяют выбор каждой из этих стратегий. В частности, показано, что существенную роль здесь играет относительный уровень издержек на подготовку и подачу заявки, а также объем усилий, который требуется от поставщика для выполнения обязательств по контракту. В случае, если подача заявки сопряжена для поставщика с заметными издержками, а последующее исполнение контракта (в случае победы на тендере) не вызывает больших проблем, предпочтительной будет ориентация заказчика на привлечение новых поставщиков. Если же подготовка и подача заявки не связаны с большими издержками, но осуществление поставок в установленные сроки и с должным качеством требует от поставщика существенных усилий, то в этом случае повышаются риски оппортунизма в поведении поставщиков и для заказчика оправдана ориентация на «надежных» проверенных контрагентов.

Наконец, в работе [Calzolari, Spagnolo, 2008] показано, что благодаря повторению закупок заказчик может «вознаграждать» новыми заказами добросовестных поставщиков и «наказывать» (путем отклонения новых заявок) тех, кто не выполнил свои обязательства с должным качеством. При этом, если качество очень важно для заказчика, оптимальным способом закупки будет размещение заказа у единственного поставщика и сохранение связей с ним. Стоимость таких контрактов может включать надбавку («премию») за качество и за гарантии осуществления поставок необходимых объемов в оговоренные сроки. Поэтому цены «повторяющихся контрактов» могут быть выше средних по рынку.

Все сказанное выше исходит из предположения о том, что у заказчика есть единая целевая функция, которой он руководствуется при выборе моделей взаимодействия с поставщиками. Однако в реальности решения о закупках и правилах отбора поставщиков принимаются должностными лицами организации-заказчика (и, как отмечается в работе [Laffont, Tirole, 1991], этот факт часто игнорируется в теории). Личные интересы таких должностных лиц (как «агентов») могут не совпадать с интересами заказчика (как «принципала»). Это расхождение интересов может приобретать разные формы – от предпочтения более комфортных для агента (но менее эффективных для принципала) способов закупок до ситуаций коррупционного сговора организатора торгов с одним из поставщиков.

Анализ моделей коррупционного сговора между поставщиками и представителями заказчика, а также их проявлений и последствий – это второе направление исследований «отношенческих контрактов», существенное для нашей темы «повторяющихся закупок». Дело в том, что взяткодатель и коррупционер сталкиваются с дополнительными издержками по мониторингу исполнения обязательств. Поскольку любое коррупционное соглашение является нелегальным, его участники в случае нарушения обязательств не могут обратиться в суд или использовать иные легальные способы урегулирования конфликтов. Решению этой проблемы может способствовать дробление взятки на «транши» – с выплатой сначала аванса и переводом основной части «вознаграждения» лишь после «оказания услуги». Тем не менее на коррупционном рынке все равно остаются высокие риски, и поэтому его участники нуждаются в дополнительных гарантиях соблюдения обязательств.

Как показано в работе [Lambsdorff, 2007], одним из неформальных механизмов такого рода гарантий является репутация участников коррупционного рынка. Эта репутация основывается на их предшествующем опыте участия в коррупционных соглашениях. Соблюдение сторонами принятых обязательств является основанием для возникновения доверия между ними. В результате новые соглашения связаны для них с меньшей неопределенностью и меньшими издержками мониторинга. Тем самым у агентов, вовлеченных в коррупционную схему, возникают стимулы к повторению сделок с «проверенными партнерами». Возможны различные примеры такого рода сделок. Один из них – коррупция на таможне, когда для таможенного инспектора, при прочих равных, безопаснее брать взятку у импортера, с которым он уже «работал» ранее. Регулярные закупки определенных товаров, работ или услуг у одного и того же поставщика, сопровождающиеся «откатом» в адрес представителей заказчика, – другой пример такого рода.

Следствием подобных коррупционных соглашений в закупках является относительное завышение цен – так как поставщик должен компенсировать для себя тот «откат», который он дает представителям заказчика за заключение контракта. Как мы видели выше, с формальной точки зрения и в случае «добросовестного заказчика», действующего в своих интересах, для «повторяющихся закупок» могут быть характерны более высокие цены. Тем самым возникают проблемы разграничения добросовестных и коррупционных мотивов, которые могут лежать в основе повторных закупок у одного и того же поставщика.

Однако между двумя описанными ситуациями есть различие. Коррупционный сговор в закупках всегда будет сопровождаться завышением цен, в то время как для «добросовестного заказчика» повышение цен в рамках контрактов с постоянными поставщиками оправдано только при закупке товаров, работ или услуг, качество которых сложно

проверить в момент их поставки. Поэтому в случае, когда речь идет о закупках простых однородных товаров, цена «повторяющихся контрактов» может быть информативным индикатором.

В частности, мы можем предположить, что при доминировании добросовестных мотивов в рамках повторяющихся закупок простых однородных товаров у одного и того же поставщика цены по соответствующим контрактам будут ниже средних по рынку. Этот эффект может объясняться следующим образом. Старый поставщик, уже имеющий положительный опыт взаимодействия с данным заказчиком, сталкивается с меньшей неопределенностью в отношении оплаты своих поставок и поэтому в ходе торгов, при прочих равных условиях, он может предлагать более низкую цену в сравнении с новыми поставщиками. Напротив, при доминировании коррупционных мотивов в действиях должностных лиц организации-заказчика цены повторяющихся контрактов должны быть выше средних по рынку – для компенсации расходов поставщика на выплату взяток за заключение контракта.

Ниже мы проверяем эти гипотезы, используя массив данных о государственных закупках такого простого и однородного товара, каким является бензин АИ-92. Выбор именно этого товара был обусловлен наличием большого числа контрактов и большого числа заказчиков, расположенных в разных регионах России. Важным фактором, предопределившим выбор данного товара для анализа, также является наличие еженедельного мониторинга розничных цен на бензин, проводимого Росстатом. Включение данных такого мониторинга в анализ позволяло отделить ценовые эффекты повторения закупок от эффектов общих конъюнктурных колебаний.

2. Общее описание рынка бензина в России и роль госзакупок на этом рынке

На рынке автомобильного топлива в России основную роль играют вертикально-интегрированные нефтяные компании (ВИНК), которые осуществляют свою деятельность на всех стадиях производственной цепочки – от добычи и переработки нефти до реализации топлива (см. табл. 1). ВИНК принадлежат 25 из 28 крупных нефтеперерабатывающих заводов, доля ВИНК в общем объеме переработки нефти составила 87% в 2010 г. и почти 89% в 2011 г.

Структура регионального потребления топлива в России неоднородна. Более 70% приходится на европейскую часть страны. По итогам 2011 г. крупнейшими потребителями топлива среди регионов являются г. Москва (8,4%, или 5,26 млн т), Московская область (5,6%, или 3,51 млн т), Краснодарский край (3,8%, или 2,39 млн т)². Одним из основных видов моторного топлива является автомобильный бензин. Традиционно выделяются четыре его основные марки: А-76, АИ-92, АИ-95 и АИ-98. Динамика производства, экспорта и импорта автомобильного бензина отражена в табл. 2.

В период с 2007 по 2011 гг. потребление бензина возросло на 15,52%, а на душу населения на 18%. При этом доля бензина АИ-92 в общем объеме производства бензинов в период 2007–2011 гг. увеличилась на 12,5% и составила в 2011 г. 67,8%, или 24,88 млн т. При расчете в ценах потребления это примерно равно 462,3 млрд руб.

² Официальный сайт аналитического агентства ООО «Автостат». (<http://www.autostat.ru/news/view/10021/>)

Таблица 1.

**Объем переработки нефти на НПЗ в России
в период 2010–2011 гг.**

Наименование организации	Число НПЗ	Объем переработки, млн т		Удельный вес ВИНК, %	
		2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.
Роснефть	7	50,8	50,4	20,32	19,66
ЛУКОЙЛ	4	45,2	45,1	18,08	17,59
АФК «Система»/Башнефть	3	21,2	21	8,48	8,19
Сургутнефтегаз	1	21,2	21,1	8,48	8,23
ТНК-ВР	2	24	22,8	9,60	8,89
Газпромнефть	1	19	30,7	7,60	11,97
Славнефть	1	14,3	14,8	5,72	5,77
Русснефть	2	5,2	5,3	2,08	2,07
Газпром	2	6,1	4,9	2,44	1,91
НК «Альянс»	1	3,3	3,7	1,32	1,44
ТАИФ-НК	1	8,1	8,1	3,24	3,16
Прочие	3	31,6	28,5	12,64	11,12
Итого	28	250	256,4	100	100

Источник: Доклад Брагинского О.Б. «Прогнозирование российского рынка автомобильных видов топлива».

Таблица 2.

**Показатели производства, потребления, импорта
и экспорта автомобильного бензина в России
за период 2007–2011 гг., млн т**

Год	Объем производства	Импорт	Экспорт	Объем потребления	Потребление на душу населения, кг
2007	35,1	0,015	6,0	29	200
2008	35,6	0,2	4,5	31,2	217
2009	35,8	0,2	4,5	31,3	218
2010	36,0	0,5	3,0	33,1	231
2011	36,7	1,0	3,8	33,5	236

Источник: ЕМИСС Росстата, ИНФО-ТЭК, АИЦ «Кортес».

Для рынка бензина характерны заметные сезонные колебания и большой разброс цен между регионами. В частности, цены на бензин традиционно снижаются в феврале-марте и затем возрастают в летние месяцы и в конце года (см. рис. 1).

Динамика средних потребительских цен на бензин АИ-92 в Российской Федерации в целом в течение 2011 г. имела тенденцию к повышению. Рост данного показателя с января 2011 г. по декабрь 2011 г. составил 9,24% (с 24,25 руб. до 26,49 руб. за 1 л). Самые низкие цены на бензин АИ-92 в 2011 г. были зафиксированы в Кемеровской области (январь – 21,73 руб. за 1 л; декабрь – 22,26 руб. за 1 л). Регионом с самыми высокими потребительскими ценами на бензин этой марки стал Чукотский автономный округ (соответственно 37,7 руб. и 40,4 руб. за 1 л).

В качестве основного потребителя автобензина в России выступают владельцы частного легкового автотранспорта. Так в 2010 г., согласно данным Росстата, свыше 87% автобензина было реализовано через автозаправочные станции в розницу и лишь около 13% пришлось на оптовые закупки коммерческих и государственных хозяйствующих субъектов.

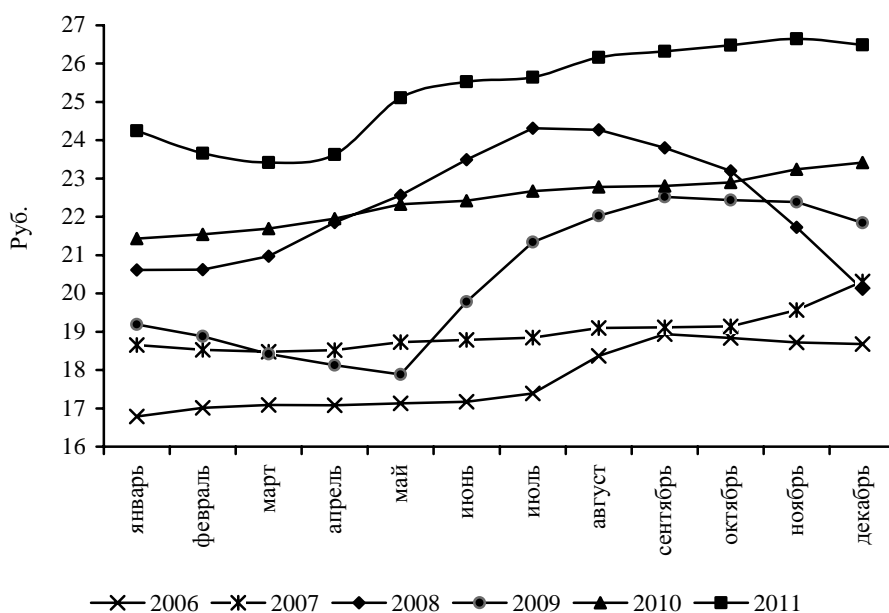


Рис. 1. Розничные среднемесячные цены в России за 1 л бензина, руб.

Данные, собираемые Росстатом, позволяют сравнить розничные цены на бензин АИ-92 и цены его приобретения промышленными организациями. Как видно из табл. 3, потребительские цены на бензина АИ-92 в 2006–2011 гг. были примерно на 20% выше средних цен приобретения бензина промышленными организациями. Данный факт объясним возможным наличием скидок для оптовых покупателей у организаций, осуществляющих сбыт нефтепродуктов.

Таблица 3.

**Сопоставление потребительских (розничных) цен
и цен приобретения бензина АИ-92 промышленными организациями,
на конец года, руб. за 1 л**

Наименование показателя	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Средние цены на приобретенный бензин АИ-92 промышленными организациями	15,14	16,56	17,99	17,07	19,17	22,28
Средние потребительские цены на бензин АИ-92	18,68	20,31	20,11	21,84	23,42	26,49
Превышение средних потребительских цен на бензин АИ-92 над средними ценами приобретения промышленными организациями, %	23,4	22,6	11,8	27,9	22,2	18,9

Источник: данные Росстата.

Государство является одним из заметных потребителей автомобильного топлива в Российской Федерации. Государственные закупки в 2011 г. осуществлялись в соответствии с требованиями Федерального закона № 94-ФЗ. При этом, по решению Правительства Российской Федерации, бензин АИ-92 был включен в Перечень товаров (работ, услуг), размещение заказов на которые осуществляется путем проведения аукциона. Это означает, что в данном случае процедура конкурса не могла использоваться и применялись только три следующих способа закупок:

- 1) электронный аукцион – при закупке на сумму свыше 500 тыс. руб.;
- 2) запрос котировок – если цена контракта не превышала 500 тыс. руб. при одновременном соблюдении ограничений на объем «закупки одноименных товаров» в течение одного квартала (п. 3 статьи 42 закона № 94-ФЗ);
- 3) закупка у единственного поставщика при стоимости контракта менее 100 тыс. руб., а также в случаях, специально оговоренных в статьях 55, 55.1, 55.2, 55.3 Федерального закона № 94-ФЗ.

Необходимо отметить, что закупки через электронный аукцион также могут применяться для контрактов стоимостью менее 500 тыс. руб., а котировки возможны для контрактов стоимостью менее 100 тыс. руб. (выбор процедуры в этих случаях остается на усмотрение заказчика). В случае, если в электронном аукционе принимало участие менее двух поставщиков, такой аукцион признавался несостоявшимся и заказчик мог провести соответствующую закупку у единственного поставщика (при условии, что цена контракта будет не выше заявленной на аукционе).

Наиболее крупными государственными заказчиками в 2011 г. являлись силовые ведомства, приобретающие горюче-смазочные материалы (ГСМ) по программе «68 00. Оплата и хранение специального топлива и горюче-смазочных материалов»³. По открытым

³ Приказ Минфина РФ от 28.12.2010 г. № 190н «Об утверждении Указаний о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации» // Финансовая газета. 17.02.2011. № 7.

данным Федерального казначейства, общий объем закупок ГСМ по данной программе в 2011 г. составил 65,8 млрд руб. При этом без учета данных Минобороны закупки ГСМ составляли 1,44% от общего бюджета силовых ведомств. Мы использовали этот показатель для оценки объемов закупок ГСМ по другим силовым ведомствам, для которых Федеральное казначейство не приводит детализированных данных. Полученная оценка составила 1,2 млрд руб. Также, используя данные о расходах на ГСМ в структуре бюджетного финансирования Спецстроя России (0,09%), мы экспертно оценили объем закупок ГСМ гражданскими федеральными ведомствами в 2011 г. Соответствующий показатель составил 7,9 млрд руб.

В результате на федеральном уровне расходы на приобретение ГСМ могут быть оценены в 74,9 млрд руб., что составляет 1,4% от общего объема федеральных госзакупок. При экстраполяции этого соотношения на региональные и муниципальные закупки совокупный объем расходов на приобретение ГСМ составит 116,2 млрд руб.⁴ В этой сумме, по нашим оценкам, на закупки бензина пришлось около 43 млрд руб., включая примерно 26 млрд руб. на закупку бензина АИ-92. Эта величина составляет 5,5% от общего объема производства бензина АИ-92 в России в 2011 г.

3. Исходные эмпирические данные, основные гипотезы и методология исследования

В нашем эмпирическом анализе мы опирались на данные о государственных закупках бензина АИ-92 в 2011 г., размещенные в Едином реестре государственных и муниципальных заказов на сайте www.zakupki.gov.ru. До перехода к более детальному описанию этих данных мы должны сделать два существенных замечания.

Во-первых, в 2011 г. на сайте www.zakupki.gov.ru были размещены государственные контракты на закупку ГСМ на сумму не более 41,5 млрд руб. Эта цифра заметно меньше приведенных выше оценок, основанных на статистике Федерального казначейства. Данное расхождение может объясняться тем, что с 2011 г. все данные о региональных и муниципальных закупках должны были публиковаться на общероссийском сайте, и мы полагаем, что ряд заказчиков предпочли провести свои закупки в декабре 2010 г. по старым, менее прозрачным процедурам. Также ряд крупных заказчиков, по-видимому, получили разрешение на использование закрытых процедур, информация о которых не размещалась на общероссийском сайте. В частности, по данным Федерального казначейства, Минобороны РФ в 2011 г. использовало для закупки ГСМ бюджетные ассигнования на сумму в 51,6 млрд руб. Однако на общероссийском официальном сайте по линии этого ведомства были размещены государственные контракты на закупку ГСМ на сумму лишь в 3,9 млрд руб. (или 7,5% от объема использованных бюджетных ассигнований).

Во-вторых, особенность данных о закупках бензина заключается в том, что при их сборе методом поиска по ключевым словам детализировать марку бензина можно только

⁴ Мы можем отметить, что данная цифра достаточно близка к оценкам специалистов ФАС, согласно которым в 2010 г. доля нефтепродуктов не превышала 2% консолидируемых госзакупок, а их стоимость составляла до 100 млрд руб., см.: Госзаказ. Изменение системы закупок нефтепродуктов. Официальный сайт ФАС России. (http://fas.gov.ru/fas-in-press/fas-in-press_30977.html)

у трети контрактов⁵. Из оставшегося массива контрактов в 2011 г. лишь 22,7% приходилось на так называемые «простые контракты», в которых предметом закупки был только бензин АИ-92. В остальных контрактах бензин данной марки закупался одним лотом с иными товарами с установлением цен за лот, а не за каждый конкретный товар. Однако поскольку нас интересовал анализ факторов, влияющих на уровень цен при закупках бензина, мы были вынуждены исключить такого рода контракты из рассмотрения.

В результате для нашего исследования был доступен массив из 4716 контрактов на приобретение бензина марки АИ-92, которые были заключены в период с 1 января 2011 г. по 31 декабря 2011 г. Вместе с тем 412 из этих контрактов содержали пропуски данных, а для 16 контрактов наблюдалось слишком большое падение цены (которое мы рассматривали как ошибку ввода). Поэтому соответствующие наблюдения были исключены из рассмотрения.

Основные параметры итоговой выборки отражены в табл. П1 Приложения. Как можно видеть, в наш анализ были включены 4288 контрактов на сумму более 1,7 млрд руб. со средней стоимостью около 400 тыс. руб. и средним сроком действия в 80 дней. Из этих контрактов 300 представляли собой закупку у единственного поставщика, 2477 были размещены через запрос котировок и 1511 – через электронный аукцион, причем только в 210 случаях в аукционе участвовали два и более поставщиков и он был признан состоявшимся. В этой связи в дальнейшем мы анализировали несостоявшиеся аукционы как отдельную процедуру закупки.

Поскольку в динамике цен на бензин АИ-92 наблюдалась существенная вариация во времени, мы использовали в нашем анализе не абсолютные значения цен в госзакупках и на региональных рынках, а их отношение к средней по России цене на бензин соответствующей марки в неделю проведения закупочной процедуры. Такой подход позволял устранить влияние общерыночных конъюнктурных колебаний.

Характеризуя полученную выборку, мы должны отметить, что совокупность анализируемых нами контрактов делится на две категории. Первая из них – так называемые контракты с «поставкой на базу», которые предполагают, что поставщик доставляет бензин в хранилище, расположенное на территории организации-заказчика. И в дальнейшем заказчик самостоятельно заправляет свои автомобили. Как видно по данным табл. П1, на эту группу приходится 80% в нашей выборке и 85% поставленного бензина. В цену таких контрактов включается стоимость доставки (которая может различаться в зависимости от расположения хранилищ заказчика и объема закупки), поэтому итоговая цена 1 литра бензина может существенно варьироваться.

Вторую группу образуют контракты с поставкой бензина через стационарные АЗС. Обычно в рамках таких контрактов поставщик передает заказчику определенное количество талонов, дающих право на заправку автомобилей бензином на АЗС фирмы-поставщика. Тем самым условия поставки в таких контрактах оказываются максимально приближены к стандартным условиям розничного рынка бензина, и в случае проверки со стороны контрольно-надзорных органов заказчику сложнее обосновать какие-либо отклонения в ценах таких контрактов по сравнению со средним уровнем цен на рынке.

⁵ Это, естественно, не означает, что две трети контрактов заключаются на поставку бензина без указания его марки. Но соответствующие спецификации указаны не в базовых параметрах контракта, а лишь в технических заданиях, сбор и анализ которых является очень трудоемким.

Вместе с тем не каждый поставщик будет участвовать в закупочной процедуре на поставку бензина через стационарные АЗС. Для заказчика, безусловно, удобнее ситуация, когда его автомобили могут быть заправлены бензином на разных АЗС. Поэтому логично предположить, что заказчики предпочтут крупные компании, обладающие разветвленной сетью заправочных станций. В то же время для подобных компаний заказ на 15 тыс. литров бензина может оказаться не слишком большим для того, чтобы тратить время на подготовку всех необходимых документов и участие в торгах. Этими обстоятельствами может объясняться то, что на вторую группу (с поставкой бензина через стационарные АЗС) приходится практически треть контрактов, размещенных у единственного поставщика и через несостоявшиеся аукционы.

В силу этих различий в формировании цены в нашем эмпирическом анализе мы фокусировались на рассмотрении контрактов с «поставкой на базу», так как в данном случае заказчик потенциально располагал более широкими возможностями для манипулирования ценой в рамках повторяющихся закупок у определенных поставщиков. После оценивания моделей на первой группе контрактов (3438 наблюдений) мы использовали полную выборку (включая контракты с «заправкой на АЗС» – 4288 наблюдений) для тестирования устойчивости полученных результатов.

Поскольку нас интересовали ценовые эффекты повторения закупок у одного и того же поставщика, мы разделили нашу выборку на разовые и повторяющиеся контракты (см. табл. 4). При этом к категории «повторяющихся» мы относили контракты в случаях, когда конкретный заказчик проводил закупку у одного и того же поставщика три раза и более. Такой подход объяснялся тем, что двукратная закупка могла быть случайной, но это вряд ли можно сказать о трехкратном повторении закупки в течение одного года.

Таблица 4.

Характеристики повторяющихся и неповторяющихся контрактов

	Способ закупки		Итого
	разовые контракты	повторяющиеся контракты	
Количество заказов	2312	1126	3438
Доля заказов, %	67,25	32,75	100
Общий объем закупки:			
млн л	34,21	22,07	56,28
млн руб.	898,64	569,82	1468,46
Средняя цена, руб.	26,179	26,213	26,19
Среднее падение цены в процентах от начальной (максимальной) цены по контракту	2,32	1,86	2,17
Превышение цены по контрактам над розничной ценой (в процентах от средней цены по РФ)	3,27	3,50	3,34
Медианное количество участников	2	1	2
Средний срок действия контракта, дней	81	73	79
Средний размер контракта, л	14795	19603	16369

Окончание табл. 4.

	Способ закупки		Итого
	разовые контракты	повторяющиеся контракты	
Средняя стоимость контракта, руб.	388686	506054	427126
Количество заказов, размещенных			
у единственного поставщика	129	78	207
через запрос котировок	1479	555	2034
через состоявшийся аукцион	123	70	193
через несостоявшийся аукцион	581	423	1004
медицинскими учреждениями	773	458	1231
образовательными учреждениями	419	84	503
правоохранительными учреждениями	463	319	782
прочими учреждениями	657	265	922
Количество контрактов, заключенных			
с частными предприятиями	2288	1119	3407
с государственными предприятиями	24	7	31
в I квартале	420	209	629
во II квартале	710	385	1095
в III квартале	843	388	1231
в IV квартале	339	144	483

Таблица 5.

**Средняя нормированная цена по повторяющимся контрактам
для разных типов закупочных процедур**

	Единственный поставщик	Запрос котировок	Состоявшийся аукцион	Несостоявшийся аукцион	Итого
Простые контракты	1,027	1,028	1,010	1,043	1,031
Повторяющиеся контракты	1,038	1,044	0,980	1,027	1,033
Итого	1,031	1,032	0,999	1,036	1,031

В итоге, опираясь на предварительный анализ описательных статистик, а также учитывая теоретические аргументы о возможных позитивных и негативных последствиях проведения повторных закупок у одного и того же поставщика, рассмотренные в разделе 1, мы сформулировали следующие гипотезы для нашего эмпирического исследования.

Гипотеза 1. Повторяющиеся контракты по своим характеристикам отличаются от неповторяющихся (разовых) контрактов.

Если данная гипотеза найдет эмпирическое подтверждение, то будут проверены еще две альтернативные гипотезы.

Гипотеза 2. Цена за 1 л бензина по повторяющимся контрактам будет ниже, чем по разовым контрактам (что может свидетельствовать о добросовестности заказчика и поставщика).

Гипотеза 3. Цена за 1 л бензина по повторяющимся контрактам будет выше, чем по разовым контрактам (что может быть косвенным индикатором коррупционного сговора между заказчиком и поставщиком).

В качестве зависимых переменных мы рассматривали цену за 1 л бензина марки АИ-92, нормированную на среднероссийскую розничную цену в неделю проведения закупочной процедуры, и превышение цены литра бензина марки АИ-92 по контракту над розничной ценой в регионе (в процентах от средней цены в России).

С учетом результатов уже проводившегося анализа госзакупок простого однородного товара на примере сахарного песка [Яковлев, Башина, Демидова, 2013] мы использовали в наших моделях следующий набор контрольных переменных:

- объем контракта (в натуральном и стоимостном выражении);
- число участников торгов (для конкурентных процедур – котировки и состоявшиеся электронные аукционы);
- срок исполнения контракта в днях;
- нормированная средняя розничная цена на бензин АИ-92 в регионе в момент проведения закупки;
- принадлежность поставщика к государственным предприятиям;
- тип организации-заказчика;
- месяц размещения заказа.

Основные описательные статистики по использованным нами переменным можно найти в таблицах П2 и П3 Приложения.

При выборе моделей для регрессионного анализа мы должны были решить, является ли единой функциональная зависимость для четырех типов закупочных процедур – размещения заказа у единственного поставщика, запроса котировок, состоявшихся и несостоявшихся аукционов. Как и в случае с анализом закупок сахарного песка [Яковлев, Башина, Демидова, 2013], предварительный анализ дескриптивных статистик для этих процедур позволял сделать предположение, что зависимость не является единой. Поэтому был проведен тест Чоу, по результатам которого предположение о единой зависимости для всех типов закупочных процедур было отвергнуто и регрессии оценены для каждого типа закупочной процедуры по отдельности. В дальнейшем анализе нами были использованы линейные модели множественной регрессии. Поскольку проведенные тесты выявили наличие гетероскедастичности возмущений, для вычисления оценок стандартных отклонений коэффициентов были использованы оценки Уайта, являющиеся состоятельными в случае гетероскедастичности. Полученные результаты и их интерпретация приведены в следующем разделе.

4. Результаты эконометрического анализа

Результаты оценки моделей с *нормированной ценой литра бензина по контракту* в качестве зависимой переменной представлены в табл. 6 (для заказа у единственного поставщика (модель 1.1), запроса котировок (модель 2.1), состоявшегося аукциона (модель 3.1), несостоявшегося аукциона (модель 4.1)). Во всех моделях коэффициент при дамми-переменной, обозначающей повторяющиеся контракты, оказался значимым на уровне 1% или 5%. Этот результат подтверждает нашу гипотезу 1 о наличии существенных различий между повторяющимися и разовыми контрактами.

Однако для разных способов закупки влияние повторения закупок на цену контрактов оказалось различным. В рамках состоявшихся и несостоявшихся аукционов заключение контракта с поставщиком, уже выполнявшим заказы для данного госзаказчика, вело к большему снижению цены для состоявшихся аукционов по сравнению с несостоявшимися. Этот результат подтверждает нашу гипотезу 2. Напротив, повторение закупок у того же поставщика по контрактам, размещенным у единственного поставщика и через запрос котировок, увеличивало цену за 1 л бензина. Данный результат соответствует логике нашей гипотезы 3.

Таблица 6.

**Моделирование нормированной цены 1 литра бензина по контракту,
модель с логарифмом объема контракта
(отношение цены по контракту и средней цены по России)**

Регрессоры	Модель 1.1	Модель 2.1	Модель 3.1	Модель 4.1
	заказ у единственного поставщика	запрос котировок	состоявшийся аукцион ⁶	несостоявшийся аукцион
Логарифм объема контракта	-0,000436 (0,00271)	-0,00706*** (0,00158)	0,000587 (0,00306)	0,00384** (0,00159)
Число участников		0,0143** (0,00703)	-0,0510 (0,127)	
Число участников в квадрате		-0,00529*** (0,00151)	0,00266 (0,0231)	
Срок исполнения контракта, дней	0,000101** (5,11e-05)	4,90e-05* (2,80e-05)	0,000135 (9,80e-05)	0,000173*** (3,65e-05)
Дамми-переменная для повторяющихся контрактов	0,0272*** (0,00901)	0,0116*** (0,00324)	-0,0220** (0,0109)	-0,0127** (0,00507)
Дамми-переменная для государственного поставщика	0,0266 (0,0162)	0,0516 (0,0318)	Dropped	-0,00573 (0,0171)

⁶ Согласно предложению анонимного рецензента, представляет интерес также рассмотреть модель с переключением, в которой на первом шаге решается, будет ли аукцион состоявшимся или несостоявшимся, а на втором выявляется влияние включенных в модель факторов. Мы выражаем благодарность анонимному рецензенту за сделанное замечание и планируем оценить соответствующую модель в следующем исследовании.

Окончание табл. 6.

Регрессоры	Модель 1.1	Модель 2.1	Модель 3.1	Модель 4.1
	заказ у единственного поставщика	запрос котировок	состоявшийся аукцион ⁷	несостоявшийся аукцион
Нормированная средняя розничная региональная цена	0,917*** (0,0529)	0,977*** (0,0361)	0,626*** (0,169)	0,986*** (0,0426)
Дамми-переменные для квартала размещения заказа	Да ^a	Да ^a	Да ^a	Да ^a
Дамми-переменные для типа заказчика	Да ^b	Да ^b	Да ^b	Да ^b
Константа	0,0977* (0,0550)	0,115*** (0,0386)	0,491* (0,264)	0,00781 (0,0431)
Количество наблюдений	207	2,034	193	1,004
R-квадрат	0,699	0,449	0,264	0,371

Примечания: В скобках приведены робастные оценки стандартных отклонений.

*** – $p < 0,01$, ** – $p < 0,05$, * – $p < 0,1$.

^a Гипотеза об одновременном равенстве нулю всех коэффициентов при квартальных дамми-переменных была отвергнута.

^b Гипотеза об одновременном равенстве нулю всех коэффициентов при дамми-переменных, описывающих тип заказчика, была отвергнута.

Результаты оценки моделей с зависимой переменной *превышение цены по госконтракту над розничной ценой* представлены в табл. 7 (для заказа у единственного поставщика (модель 1.2), запроса котировок (модель 2.2), состоявшегося аукциона (модель 3.2), несостоявшегося аукциона (модель 4.2)).

Отметим, что, как и в предыдущем случае, коэффициенты при дамми-переменных для повторяющихся контрактов были значимы во всех моделях. В случае состоявшегося и несостоявшегося аукционов оценки соответствующих коэффициентов были отрицательны, а для контрактов, размещенных через запрос котировок и у единственного поставщика, – положительны.

Для всех рассмотренных моделей устойчивость результатов была проверена с помощью включения набора дамми-переменных на стоимость контракта вместо логарифма объема контракта. Основные результаты при этом не изменились. Устойчивость результатов также была проверена на расширенной выборке, включающей контракты с заправкой автотранспорта через сеть АЗС. Значимость и знаки практически всех коэффициентов не изменяются, кроме дамми-переменной на повторяемость контракта в случае размеще-

⁷ Согласно предложению анонимного рецензента, представляет интерес также рассмотреть модель с переключением, в которой на первом шаге решается, будет ли аукцион состоявшимся или несостоявшимся, а на втором выявляется влияние включенных в модель факторов. Мы выражаем благодарность анонимному рецензенту за сделанное замечание и планируем оценить соответствующую модель в следующем исследовании.

ния у единственного поставщика – эта переменная перестает быть значимой. Результаты оценки всех соответствующих моделей с проверкой устойчивости могут быть получены у авторов по запросу на адрес: oleg_vyglovsky@mail.ru. При этом коэффициенты при остальных переменных, которые мы использовали в качестве контрольных, соответствуют результатам, полученным ранее при анализе госзакупок сахара-песка.

Таблица 7.

Моделирование превышения цены 1 л бензина по контракту над розничной региональной на неделю проведения закупочной процедуры (в % от средней по России цены на неделю проведения закупочной процедуры), модель с логарифмом объема контракта

Регрессоры	Модель 1.2	Модель 2.2	Модель 3.2	Модель 4.2
	заказ у единственного поставщика	запрос котировок	состоявшийся аукцион	несостоявшийся аукцион
Логарифм объема контракта	-0,0804 (0,269)	-0,677*** (0,156)	0,0569 (0,307)	0,376** (0,162)
Число участников		1,509** (0,694)	-5,782 (12,73)	
Число участников в квадрате		-0,545*** (0,150)	0,373 (2,297)	
Срок исполнения контракта, дней	0,0104** (0,00517)	0,00479* (0,00275)	0,0129 (0,00980)	0,0172*** (0,00364)
Дамми-переменная для повторяющихся контрактов	2,764*** (0,899)	1,066*** (0,316)	-2,277** (1,125)	-1,246** (0,508)
Дамми-переменная для государственного поставщика	3,476** (1,617)	4,858 (3,031)	Dropped	-0,495 (1,718)
Нормированная средняя розничная региональная цена	-11,14** (5,119)	-3,849 (3,061)	-40,18** (18,63)	-6,111 (4,170)
Дамми-переменные для квартала размещения заказа	Да ^a	Да ^a	Да ^a	Да ^a
Дамми-переменные для типа заказчика	Да ^b	Да ^b	Да ^b	Да ^b
Константа	12,93** (5,205)	12,72*** (3,394)	53,01* (28,04)	5,622 (4,202)
Количество наблюдений	207	2,034	193	1,004
R-квадрат	0,140	0,050	0,188	0,060

Примечания: В скобках приведены робастные оценки стандартных отклонений.

*** – $p < 0,01$, ** – $p < 0,05$, * – $p < 0,1$.

^a Гипотеза об одновременном равенстве нулю всех коэффициентов при квартальных дамми-переменных была отвергнута.

^b Гипотеза об одновременном равенстве нулю всех коэффициентов при дамми-переменных, описывающих тип заказчика, была отвергнута.

5. Основные выводы

В настоящей статье мы сравнили цены в повторяющихся контрактах с одним и тем же поставщиком с ценами разовых закупок простого однородного товара, используя данные о государственных закупках бензина АИ-92 в Российской Федерации в 2011 г., размещенные в Едином реестре государственных и муниципальных заказов на сайте www.zakupki.gov.ru.

Мы должны подчеркнуть, что рассмотренные нами 4288 контрактов на закупку бензина АИ-92 в стоимостном выражении, по нашим оценкам (основанным на данных Федерального казначейства о закупках горюче-смазочных материалов и информации о структуре рынка ГСМ), представляют лишь около 7% от общего объема госзакупок бензина данной марки. Такая пропорция обусловлена тем, что лишь для трети контрактов на бензин на сайте www.zakupki.gov.ru была возможна прямая идентификация марки покупаемого бензина и лишь примерно в каждом четвертом контракте было возможно определение цены бензина данной марки⁸. Также у нас есть основания полагать, что в 2011 г. силовые ведомства (прежде всего – Минобороны РФ) существенную часть своих закупок проводили по закрытым процедурам, не размещая о них информацию в Интернете. Тем не менее сформированная нами выборка может рассматриваться как сплошная для простых контрактов на закупку бензина АИ-92, информация о которых была публично доступна, и отражает тенденции, характерные для этого рынка.

Основываясь на результатах предшествующих исследований об «отношенческих контрактах» и коррупции в госзакупках, мы рассматривали две альтернативные гипотезы.

1) Цены повторяющихся контрактов отклоняются вниз от средних по рынку. Такой результат может свидетельствовать о том, что с учетом предшествующего позитивного опыта взаимодействия с данным заказчиком «старые» поставщики ниже оценивают свои риски и готовы сильнее снижать цены в сравнении с новыми поставщиками.

2) Цены повторяющихся контрактов выше средних по рынку. В этом случае мы можем предполагать наличие в повторяющихся контрактах коррупционного сговора между заказчиком и поставщиком (с «откатами» за возобновление контрактов).

Так как наш анализ показал несоответствие в закономерностях формирования цен при использовании разных способов закупок, предусмотренных российским законодательством, мы оценивали наши регрессионные модели для каждого способа закупок – включая аукционы, запросы котировок и размещение заказа у единственного поставщика. При этом, поскольку в большинстве аукционов участвовал только один поставщик, мы выделили такие несостоявшиеся аукционы в отдельную группу.

В итоге мы получили разнонаправленные результаты для разных способов закупки. В частности, в случае запросов котировок и закупок у единственного поставщика цена 1 л бензина для повторяющихся контрактов была выше, чем по обычным (разовым) контрактам. Напротив, в случае всех аукционов – как состоявшихся, так и не состоявшихся – цены в повторяющихся закупках были ниже, чем по обычным (разовым) контрактам. Эти результаты были устойчивы при контроле на большое число дополнительных фак-

⁸ В остальных случаях бензин закупался «лотами» вместе с другими товарами – с установлением цен за «лот», что не позволяло проанализировать интересующие нас ценовые эффекты повторения закупок у одного и того же поставщика.

торов (включая конкуренцию на торгах для состоявшихся аукционов и запросов котировок, объем закупки, месяц поставки, тип организации-заказчика и т.д.).

Мы полагаем, что в содержательном плане наши результаты можно интерпретировать следующим образом. Несмотря на весьма детальную регламентацию закупочных процедур в российском законодательстве, у заказчиков сохраняются возможности для выбора способа закупки, когда они принимают решение о приобретении нужных им товаров, работ и услуг. В частности, при наличии ограничений на закупки у единственного поставщика и использование запроса котировок заказчик всегда (в том числе при малых объемах закупок) может использовать процедуру электронного аукциона, которая является более открытой и конкурентной.

В этих условиях полученные нами результаты могут свидетельствовать о том, что заказчики, которые стремятся к получению взятки за возобновление контракта, отдают предпочтение таким менее конкурентным или неконкурентным процедурам, как запрос котировок и размещение заказа у единственного поставщика. Напротив, заказчики, стремящиеся при повторных закупках бензина не к личным выгодам, а к минимизации издержек своих организаций, будут использовать электронные аукционы. При этом возобновление контрактов с поставщиками, которые ранее уже работали с данным заказчиком, может объясняться тем, что эти «старые» поставщики готовы идти на более заметное снижение цены в ходе торгов. Такое снижение цен оправдано для них, если в силу позитивного опыта предшествующих взаимодействий они могут больше доверять заказчику и поэтому исходят из меньшего уровня рисков при оценке своих издержек.

В целом применительно к закупкам простых однородных товаров данные результаты скорее подтверждают аргументы сторонников 94-ФЗ о наличии коррупционных мотивов в деятельности заказчиков и необходимости более широкого использования электронных аукционов. Однако в рамках обсуждения возможных рекомендаций для политики стоит обратить внимание на оценку общего масштаба потерь от коррупции при возобновлении контрактов со старыми поставщиками. В частности, с учетом значения коэффициентов в наших моделях для запросов котировок эти потери за весь 2011 г. для рассмотренных 2 тыс. контрактов составили около 4 млн руб., или примерно 70 долл. на 1 контракт. Однако кто готов рисковать за подобный «откат»?

По нашему мнению, взятки такого маргинального размера вряд ли могут быть интересны для руководителей организаций-заказчиков. Но как справедливо отмечено в работе [Laffont, Tirole, 1991], многие теоретики игнорируют тот факт, что правила проведения торгов по размещению госзаказов часто определяются не принципом, а организатором этих торгов, который может вступить в сговор с одним из потенциальных поставщиков. И вполне возможно, что в данном случае мы наблюдаем «низовую коррупцию», в которую скорее вовлечены сотрудники закупочных подразделений (без участия руководителей организаций-заказчиков). В этих условиях усиление контроля за процедурами закупок со стороны регулирующих органов (которое традиционно рекомендовали сторонники 94-ФЗ в целях борьбы с коррупцией) будет означать «стрельбу из пушки по воробьям». И гораздо более эффективным может быть внедрение в бюджетных организациях ответственности их руководителей за конечные результаты деятельности в сочетании с внедрением более эффективных механизмов внутреннего контроля (в том числе используемых в бизнес-практике).

Второе следствие для экономической политики касается общей эффективности существующих механизмов государственных закупок. Как свидетельствуют приводившиеся нами данные Росстата, цены приобретения бензина АИ-92 промышленными организациями в 2011 г. были примерно на 20% ниже потребительских (розничных) цен. Однако при всех выявленных нами значимых различиях между аукционами и запросами котировок в 2011 г. в целом по нашей выборке бензин АИ-92 закупался госзаказчиками по ценам, превышавшим розничные в среднем на 3% (хотя речь шла об оптовых поставках – со средним объемом 1 контракта в 16,4 тыс. л). При этом из 1511 аукционов, через которые размещалось больше половины закупок бензина АИ-92 в натуральном и стоимостном выражении, свыше 86% были признаны несостоявшимися – поскольку в них принял участие только один поставщик. Все это говорит о неэффективности закупок такого простого однородного товара, каким является бензин АИ-92, и о наличии на данном рынке системных проблем, требующих более детального изучения.

Приложение

Таблица П1.

**Характеристики контрактов, заключенных на поставку бензина
на базу поставщика и на заправку автотранспорта заказчика через сеть АЗС**

	Способ закупки		Итого
	поставка на базу	поставка по карточкам	
Количество заказов	3438	850	4288
Доля заказов, %	80,18	19,82	100,00
Общий объем закупки:			
млн л	56,28	9,94	66,22
млн руб.	1468,46	256,96	1725,42
Средняя цена, руб.	26,190	25,728	26,099
Среднее падение цены в процентах от начальной (максимальной) цены по контракту	2,170	2,251	2,186
Превышение цены по контрактам над розничной ценой (в процентах от средней цены по России)	3,342	3,897	3,452
Медианное количество участников	2	1	1
Средний срок действия контракта, дней	79	86	80
Средний размер контракта, л	16369	11695	15443
Средняя стоимость контракта, руб.	427126	302305	402383
Количество заказов, размещенных			
у единственного поставщика	207	93	300
через запрос котировок	2034	443	2477
через состоявшийся аукцион	193	17	210
через несостоявшийся аукцион	1004	297	1301
медицинскими учреждениями	1231	228	1459
образовательными учреждениями	503	91	594
правоохранительными учреждениями	782	282	1064
прочими учреждениями	922	249	1171
Количество контрактов, заключенных			
с частными предприятиями	31	1	32
с государственными предприятиями	3407	849	
в I квартале	629	140	769
во II квартале	1095	316	1411
в III квартале	1231	296	1527
в IV квартале	483	98	581

Таблица П2.

Основные описательные статистики непрерывных переменных

Переменная	Число наблюдений	Среднее	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
Нормированная цена за 1 л бензина по контракту	3438	1,027	0,081	0,736	1,619
Превышение цены за 1 л по контракту над розничной, в процентах от средней цены в России	3438	3,027	6,074	-34,227*	48,087
Объем контракта, л	3438	16367	44000	20	1385800
Логарифм объема контракта	3438	8,759	1,314	2,996	14,142
Срок контракта	3438	76	65	0	389
Число участников (запрос котировок)	2034	1,811	0,679	1	6
Число участников, (состоявшийся аукцион)	193	2,16	0,404	2	4
Нормированная розничная региональная цена	3438	0,997	0,057	0,824	1,619

* Знак минус соответствует понижению цены.

Таблица ПЗ.

Основные описательные статистики дискретных переменных

Переменная		Число наблюдений
Дамми-переменная для повторяющихся контрактов	Контракт повторяется	1126
	Контракт не повторяется	2312
Дамми-переменная для государственного поставщика	Поставщик государственный	31
	Поставщик не государственный	3,407
Стоимостные группы контрактов	Контракт до 100 тыс. руб.	1161
	Контракт от 100 до 500 тыс. руб.	1751
	Контракт свыше 500 тыс. руб.	526
Тип организации заказчика	Медицинское учреждение	1,231
	Образовательное учреждение	503
	Правоохранительное учреждение	782
	Остальное	922
Месяц размещения заказа	Январь	34
	Февраль	155
	Март	422
	Апрель	231
	Май	130
	Июнь	468
	Июль	293
	Август	213
	Сентябрь	472
	Октябрь	277
	Ноябрь	251
	Декабрь	492
Квартал размещения заказа	1 квартал	611
	2 квартал	1122
	3 квартал	1213
	4 квартал	492

* *
*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Автостат. Официальный сайт аналитического агентства ООО «Автостат». 2011. (<http://www.autostat.ru/news/view/10021/>)

Брагинский О.Б. Прогнозирование российского рынка автомобильных видов топлива. (<http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=seminar/energo/z129>)

Морозов И., Подколзина Е. Выявление сговора в открытых аукционах госзаказа на примере отрасли дорожного строительства в Новосибирской области // XIII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. В 4 кн. Кн. 4. / Отв. ред. Е.Г. Ясин. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ. 2012. С. 186–197.

Яковлев А.А., Башина А.С., Демидова О.А. Анализ эффективности различных способов закупки простого однородного товара (на примере сахарного песка) // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 17. № 4. С. 617–645.

Calzolari G., Spagnolo G. Relational Procurement. February 2008. Mimeo.

Celentani M., Ganuza J. Corruption and Competition in Procurement // European Economic Review. 2002. Vol. 46. P. 1273–1303.

Gulati R. Does Familiarity Breed Trust? The Implications of Repeated Ties for Contractual Choice in Alliances // The Academy of Management Journal. 1995. Vol. 38(1). P. 85–112

Held C.M. Evaluation of Strategies for Repeat Procurement. A thesis presented to the Academic Faculty In partial fulfillment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy in the College of management, Georgia Institute of Technology. May 2012.

Klotz D.E., Chatterjee K. Dual Sourcing in Repeated Procurement Competitions // Management Science. 1995. Vol. 41. Iss. 8. P. 1317–1327.

Laffont J., Tirole J. Auction Design and Favoritism // International Journal of Industrial Organization. 1991. Vol. 9. P. 9–42.

Lambsdorff J.G. Corrupt Relational Contracting Ch. 9 // The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy. Cambridge University Press, 2007. P. 209–224.

Lyon T.P. Does Dual Sourcing Lower Procurement Costs? // The Journal of Industrial Economics. 2006. Vol. 54. Iss. 2. P. 223–252.

Parker D., Hartley K. Transaction Costs, Relational Contracting and Public Private Partnerships: A Case Study of UK Defence // Journal of Purchasing & Supply Management. 2003. Vol. 9. P. 97–108.

Honest and Opportunistic Incentives in Repeated Procurements: Empirical Analysis

Andrei Yakovlev¹, Oleg Vyglovsky²,
Olga Demidova³, Alexandr Bashlyk⁴

¹ National Research University Higher School of Economics,
20, Myasnitskaya ul., Moscow, 101990, Russian Federation
E-mail: ayakovlev@hse.ru

² OJSC «MegaFon»,
30, Kadashevskaya Emb., Moscow, 115035, Russian Federation.
E-mail: vyglovsky_oleg@mail.ru

³ National Research University Higher School of Economics,
28, Shabolovka st., Moscow, 119049, Russian Federation.
E-mail: demidova@hse.ru

⁴ National Research University Higher School of Economics,
20, Myasnitskaya ul., Moscow, 101990, Russian Federation
E-mail: abashlyk@ya.ru

This paper analyzes the phenomenon of repeated procurements made by public sector customers from the same supplier. The previous studies of 'relational contracting' gave different explanations of the possible implications of such repeated procurements, but those studies dealt mostly with sophisticated goods with quality hardly verified at the time of delivery. This paper studies the impact of repeated procurements on the price of a simple homogeneous product of standard quality. We presume that the downward shift of the price of such product during repeated procurements as compared to the market average can be interpreted as an indication of bona fide behavior of a customer and supplier. An upward shift of the prices as compared to the market average can, on the contrary, be interpreted as an element of corrupt collusion between them. Using an empirical data on procurements of AI-92 gasoline in Russia in 2011, we show in the case of less transparent procedures (single-source contracting and request for quotations) used by the customer prices of repeated procurements were higher than the average price for the sample. Prices were relatively lower in cases of procurement through electronic auctions. Nevertheless, only one bidder participated in the overwhelming majority of auctions, and the overall level of prices of AI-92 gasoline in 2011 was 3% higher than in the retail market. This constitutes the evidence of serious imperfection of public procurement regulation in Russia during the period under survey.

Key words: public procurement; repeated contracts; incentives to honest and opportunistic behavior; measurement of corruption.

JEL Classification: H57, H83, L14.

* *
*

References

Avtostat (2011) *Oficial'nyj sajt analiticheskogo agentstva OOO 'Avtostat'* [Analytic Agency 'Autostat' official site]. Available at: <http://www.autostat.ru/news/view/10021/>

Braginskij O.B. (2012) *Prognozirovanie rossijskogo rynka avtomobil'nyh vidov topliva* [Forecasting of The Russian Market of Automobile Fuels]. Available at: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=seminar/energo/z129>

Morozov I., Podkolzina E. (2012) Vyyavlenie sgovora v otkrytyh aukcionah goszakaza na primere otrasli dorozhnogo stroitel'stva v Novosibirskoj oblasti [Detection of Collusion in Open Auctions of State Orders for Example Road Construction Sector in the Novosibirsk Region]. *XIII International Academic Conference on Economic and Social Development* (ed. Y. Ysin), Book 4, Moscow, HSE Publishing House, pp. 186–197.

Yakovlev A.A., Bashina A.S., Demidova O.A. (2013) Analiz jeffektivnosti razlichnyh sposobov zakupki prostogo odnorodnogo tovara (na primere sahnogo peska)) [Efficiency of Simple Homogeneous Good Procurement under Rigid Governmental Regulation: The Case of Sugar Sand Procurement in Russia]. *HSE Economic Journal*, vol. 17, no 4, pp. 617–645.

Calzolari G., Spagnolo G. (2008) *Relational Procurement* (unpublished).

Celentani M., Ganuza J. (2002) Corruption and Competition in Procurement. *European Economic Review*, vol. 46, pp. 1273–1303.

Gulati R. (1995) Does Familiarity Breed Trust? The Implications of Repeated Ties for Contractual Choice in Alliances. *The Academy of Management Journal*, vol. 38, no1, pp. 85–112.

Held C.M. (2012) Evaluation of Strategies for Repeat Procurement. *A thesis presented to the Academic Faculty in partial fulfillment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy in the College of management*, Georgia Institute of Technology. May.

Klotz D.E., Chatterjee K. (1995) Dual Sourcing in Repeated Procurement Competitions. *Management Science*, vol. 41, iss. 8, pp. 1317–1327.

Laffont J., Tirole J. (1991) Auction design and favoritism. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 9, pp. 9–42.

Lambdordff J.G. (2007) Ch. 9. Corrupt Relational Contracting. *The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy*, Cambridge University Press, pp. 209–224.

Lyon T.P. (2006) Does Dual Sourcing Lower Procurement Costs? *The Journal of Industrial Economics*, vol. 54, iss. 2, pp. 223–252.

Parker D., Hartley K. (2003) Transaction Costs, Relational Contracting and Public Private Partnerships: A Case Study of UK Defence. *Journal of Purchasing & Supply Management*, vol. 9, pp. 97–108.