

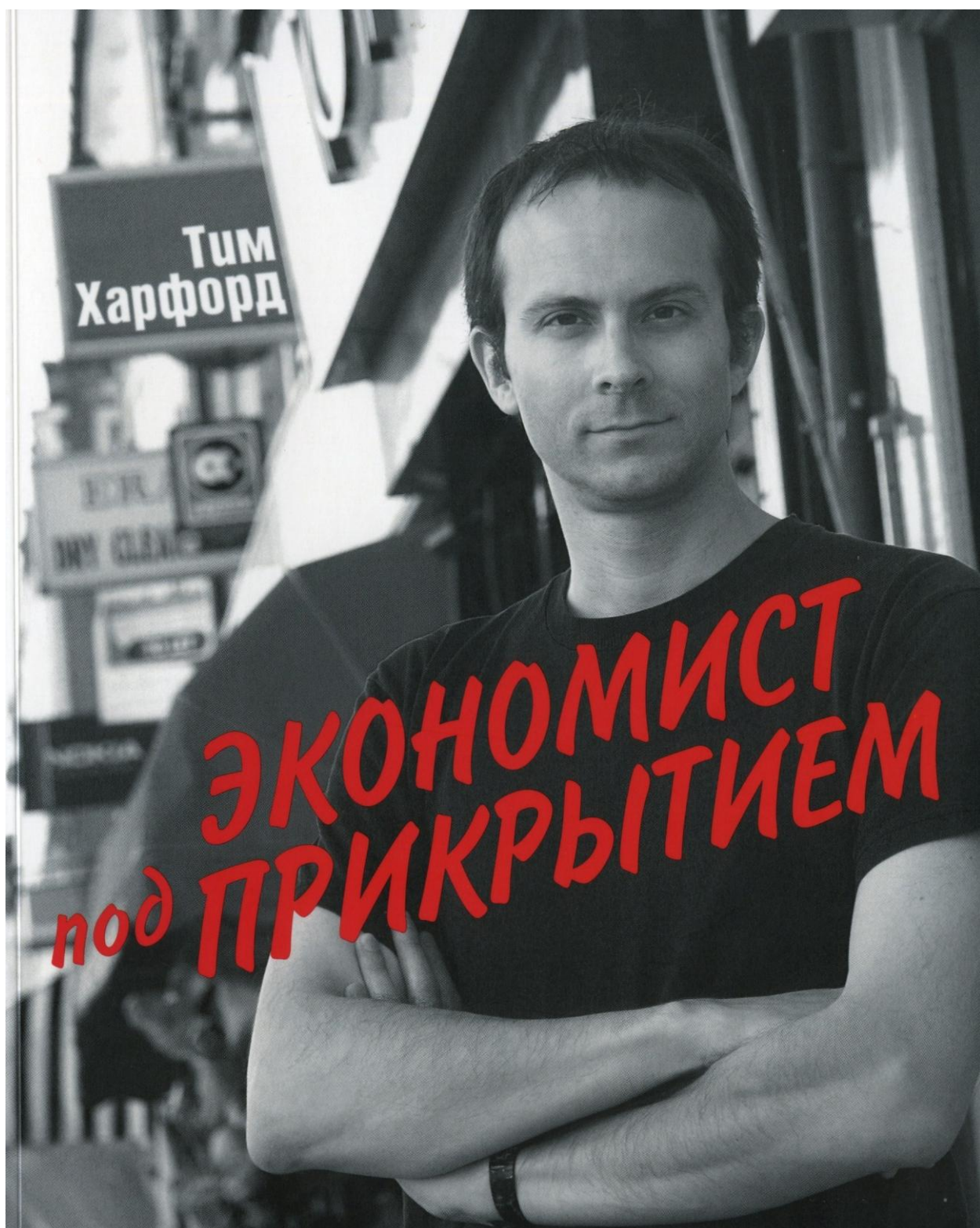
Экономика — это наука о том, кто что получает и почему. В известной и увлекательной книге — частью разоблачении, частью руководстве для пользователя — проницательный колумнист *Financial Times* срывает завесу таинственности того, как работают деньги в современном мире.

Начиная с цены на чашку кофе и заканчивая тем, почему эффективность не всегда есть ответ на поиски справедливого общества, от улучшения здравоохранения до решения проблем с пробками — все эти трюки и секреты восхитительно разоблачает «Экономист под прикрытием».

Харфорд изящно разъясняет такие непростые для понимания идеи, как ценообразование вдоль кривой спроса и теория игр, используя примеры из реальной жизни.

Книга обращается к экономической теории свободного рынка, и Харфорд показывает, как компании, от Amazon.com до Whole Foods и Starbucks, надувают потребителей с помощью партизанских техник ценообразования, и объясняет высокую стоимость аренды (имеющую большее отношение сельскому хозяйству, чем можно себе представить).

Книга простым языком освещает сложные экономические теории. Она несомненно будет интересна читателям, заинтересованным в том, чтобы понять, как работают силы свободного рынка. Приведённые автором примеры — иногда занимательные, иногда пророческие — вынудят вас дважды подумать, прежде чем выпить чашку кофе.



Тим Харфорд
Экономист под прикрытием

Деборе Харфорд, Фрэн Монкс и Стелле Харфорд – моей семье...
прошлой, настоящей и будущей

Благодарности

Питер Синклер пристрастил меня к экономике; Тони Куракис, Саймон Коуэн, Стэн Фишер, Боб Гархарт, Пол Клемперер, Брендан Мак-Элрой, Элино́р Остром, Хю́н Шин, Билл Шёстрём и многие другие помогали мне, чем могли. Спасибо им всем.

Пока я писал черновик книги, Гед Дэвис позволял мне работать в Shell неполный рабочий день. Мне льстило, с какой неохотой он шёл на это, и я благодарен ему за поддержку. Другие коллеги по Shell, в особенности Бетти-Сью Флауэрс, Анупам Канна, Чо Конг, Майкл Клейн, Дуг Мак-Кей и Джон Робертсон, служили источниками вдохновения.

Пилита Кларк, Энди Дэвис, Крис Джайлс, Эндрю Гоуерс, Джон Кей, Джон Уилман и Мартин Вулф из *Financial Times* предоставили мне исследовательские возможности и следили, чтобы я их не упускал.

Майкл Клейн и Сюзан Смит из Всемирного банка — замечательные коллеги; каждый день рядом с ними — наука.

Дэвид Боданис, Фелисити Брайан, Пенни Даблин, Мор Фланнери, Джури Габриель, Марк Хенстридж, Дайана Джексон, Оливер Джонсон, Джон Кей, Чо Конг, Пол Мак-Гроарти, Даг Мак-Кей, Фрэн Монкс, Дейв Моррис, Рафаель Рамирес, Джилиан Рейли, Джон Робинсон, Тим Савин, Мартин Вулф и Эндрю Райт своими замечаниями сделали книгу лучше.

Салли Холлоуэй, мой агент, была великолепна. Тим Бартлетт и Кейт Хамил из Oxford University Press изводили меня своей дотошностью и проницательностью — мне повезло работать с ними.

Важнее всего была эмоциональная поддержка со стороны Дайаны Джексон, моей жены Фрэн Монкс, «дядюшки» Дэйва Мориса и Джилиан Рейли. Более других я должен поблагодарить Эндрю Райта — это гений, без которого данная книга не была бы завершена, — и Дэвида Боданиса, без энтузиазма которого она не была бы начата.

Введение

Спасибо, что вы купили эту книгу. Хотя, если мы с вами немного похожи, вы и не думали её покупать. Вместо этого вы взяли её с собой в кафе книжного магазина, где сейчас потягиваете капучино и прикидываете, стоит ли она ваших денег.

Эта книга о том, каким видят мир экономисты. Очень может быть, что прямо сейчас рядом с вами сидит экономист. Вы и не догадываетесь, кто он такой. Обычный человек, глядя на экономиста, не видит ничего примечательного. Зато экономист, глядя на обычных людей, видит массу интересного. Что же он видит? О чём бы он мог рассказать вам, потрудись вы его спросить? И зачем вам вообще *утруждать* себя расспросами?

Вы думаете, что наслаждаетесь воздушным капучино, а экономист смотрит на вас — и капучино — как на участников замысловатой игры, состоящей из сигналов и переговоров, силовой борьбы и состязания умов. Ставки в игре высоки: некоторые из тех, что трудились, чтобы кофе оказался на вашем столе, заработали на этом очень много денег, другие — очень мало, а кое-кто зарится на деньги в вашем кармане в эту самую минуту. Экономист объяснит вам, кому что причитается в этой игре, как и почему. Надеюсь, что когда вы дочитаете книгу до конца, вы будете способны видеть то же самое. Но сперва, пожалуйста, купите её, пока хозяин магазина не выставил вас вон. Ваш кофе интригует экономиста ещё по одной причине: он не знает, как приготовить капучино, и ему известно, что и никто другой этого не знает. Разве может кто-нибудь похвастаться тем, что способен вырастить, собрать, обжарить и смешать кофе, выкормить корову и надоить молока, прокатать сталь и отлить пластмассу и сделать из них кофейный аппарат, и наконец, вылепить из глины изящную чашку? Ваш капучино — продукт потрясающе сложной системы. Ни один человек на свете не способен в одиночку сделать всё необходимое, чтобы сварить капучино.

Экономист знает, что капучино — результат невероятных командных усилий. Более того, усилий команды, которой никто не руководит. Экономист Пол Сибрайт вспоминает вопрос, который задал однажды советский чиновник, пытавшийся разобраться в западной системе: «Кто отвечает за поставку хлеба населению Лондона?» Вопрос забавляет, но ответ — «никто» — ставит в тупик.

Когда экономист отвлекается от вашего кофе и обводит взглядом книжный магазин, он видит ещё более масштабные организационные задачи. Сложность системы, сделавшей этот магазин возможным, не поддаётся простому описанию: только подумайте о накопленном за многие века опыте конструиро-

вания и усовершенствования, начиная с бумаги, на которой отпечатаны книги, и светильников, освещающих полки, и заканчивая компьютерными программами управления складскими запасами, не говоря уже о повседневных чудесах организации, посредством которых книги печатаются, переплетаются, хранятся, привозятся, выставляются и продаются.

Система работает на удивление исправно. Когда вы покупали эту книгу (вы ведь уже купили её, не правда ли?), вам, вероятно, не понадобилось её предварительно заказывать. Уходя утром из дома, вы знать не знали, что купите её. Однако волшебным образом десятки людей – я, мои редакторы, маркетологи, корректоры, печатники, бумажники, поставщики чернил и многие другие – сделали всё необходимое, чтобы удовлетворить ваши непредсказуемые желания. Экономист может объяснить, как работает такая система, как компании пытаются ею злоупотребить и какой отпор вы как потребитель можете им дать.

А вот Экономист под прикрытием устоялся в окно на уличную пробку. Для кого-то пробка – лишь раздражающий жизненный факт. Для экономиста – повод рассказать целую историю о различиях между хаосом дорожного движения и плавным ходом работы книжного магазина. На примере книжного магазина мы можем научиться кое-чему, что поможет избежать уличных заторов.

Хотя экономисты непрерывно размышляют о том, что происходит вокруг них, они не ограничиваются обсуждением локальных проблем. Вступив в разговор с одним из них, вы смогли бы обсудить разницу между книжными магазинами в развитых странах и библиотеками в Камеруне, где есть страждущие читатели, но нет книг. Вы бы указали на громадный и ужасающий разрыв между богатыми и бедными странами. А экономист, разделив ваше ощущение несправедливости, заодно объяснил бы, почему богатые страны богаты, а бедные бедны и что можно сделать по поводу последнего.

Возможно, оставить экономист выглядит всезнайкой, но это лишь отражает широкие амбиции экономической науки понять людей – как индивидуумов, партнёров, конкурентов и членов обширных социальных организаций, которые мы зовём «экономикой».

Такая широта интересов находит отражение в эклектичных вкусах Нобелевского комитета. Начиная с 1990 года Нобелевская премия по экономике лишь иногда присуждалась за успехи в разработке собственно «экономических» тем, например теории обменных курсов или деловых циклов. Много чаще её присуждали за труды в областях, менее очевидно связанных с экономикой в обычном понимании: это развитие человека, психология, история, голосование на выборах, правоведение, и даже за такие загадочные исследования, как, например, почему нельзя купить приличный подержанный автомобиль.

Моя цель в этой книге – помочь вам увидеть мир глазами экономистов. Я не скажу ни слова об обменных курсах и деловых циклах, но зато раскрою за-

гадку подержанных машин. Мы поговорим о масштабных вопросах, например, о том, как Китаю удаётся каждый месяц выводить из-за черты бедности миллион человек, и о мелких проблемах: как перестать оставлять слишком много денег в супермаркетах. Это работа сыщика в полном смысле слова, и я научу вас применять следственные методы экономистов. Надеюсь, что к концу книги вы станете более смекалистым потребителем, а также более искушённым избирателем, научитесь видеть правду за теми сказками, что потчуют вас политики. Повседневная жизнь полна головоломок, которые многие люди даже не считают таковыми, так что более всего я надеюсь, что вы научитесь находить забаву в этих будничных загадках. Потому давайте начнём со знакомой территории и зададимся вопросом: кто платит за ваш кофе?

ГЛАВА 1

КТО ПЛАТИТ ЗА ВАШ КОФЕ?

ДОЛГИЕ ПОЕЗДКИ НА РАБОТУ ОБЩЕСТВЕННЫМ ТРАНСПОРТОМ – ПРИВЫЧНАЯ ЧАСТЬ ЖИЗНИ В ЛЮБОМ БОЛЬШОМ ГОРОДЕ, БУДЬ ТО НЬЮ-ЙОРК, ТОКИО, АН-ТВЕРПЕН ИЛИ ПРАГА. Эти поездки удручающим образом сочетают частное и об-

щее. Частное в том, что каждый пассажир подобен крысе в лабиринте и лабиринт у каждого свой. Каждый из нас назубок знает расписание своих поездов, сколько времени занимает путь от душа до турникета метро и с какого конца платформы садиться в поезд, чтобы сократить время на пересадку. Каждый решает, что лучше: ехать домой в самом первом поезде, стоя, или в последнем, сидя.

Но эти поездки также порождают общие для всех явления – узкие места и часы пик, – которыми умело пользуются предприниматели во всём мире. Детали моих перемещений по Вашингтону отличаются от ваших в Лондоне, Москве или Гонконге, но в целом они покажутся вам до боли знакомыми.

Станция метро «Фаррагут Вест» расположена в оптимальной близости от Всемирного банка, Международного валютного фонда и даже Белого Дома. Каждое утро толпы заспанных и раздражённых пассажиров выходят из подземелья на Интернэшнл-сквер. Они спешат поскорее выбраться из шума и давки, огибая копошащихся туристов, чтобы оказаться на рабочих местах за минуту до появления начальства. Их нелегко сбить с привычного маршрута; они не любят делать крюк. Но есть место, в тепле и покое которого так и тянет задержаться на пару минут. В этом оазисе к услугам редкостные наслаждения, которые с улыб-

кой предлагают симпатичные мужчины и женщины необыкновенной наружности. Сегодня это очаровательная бариста с именем «Мария» на нагрудной табличке. Конечно же, это Starbucks. Кофейня расположена прямо у выхода на Интернэшнл-сквер, мимо не пройдёшь. И это не уникальный случай: первая же витрина на выходе из соседней станции, «Фаррагут Норт» – ещё одно кафе Starbucks. Такие удобно расположенные кофейни, обслуживающие столь же отчаявшихся пассажиров общественного транспорта, можно встретить в любом уголке мира. Кофейня в десяти метрах от станции «Дюпон Сёркл» в Вашингтоне называется Cosi. Нью-йоркская «Пенн Стейшн» может гордиться заведением Seattle Coffee Roasters прямо на выходе на Восьмую авеню. Те, кто следуют через станцию «Шиньёку» в Токио, могут насладиться Starbucks прямо в вестибюле метро. На лондонской станции «Ватерлоо», у выхода на южный берег Темзы, стоит киоск АМТ.

.....

Стакан капучино с высокой пенкой от Starbucks за \$2,55 – это недёшево. Но я, конечно, могу себе это позволить. Как и многие посетители этого кафе, я зарабатываю эту сумму за несколько минут. Никто не станет в 8:30 утра искать более дешёвый кофе в надежде сэкономить несколько центов. Спрос на чашку кофе в удобном месте огромен. Только через станцию «Ватерлоо» ежегодно следует 74 миллиона пассажиров. Стало быть, на первый план выходит месторасположение кофейни.

Преимущество кафе Starbucks на станции «Фаррагут Вест» не только в том, что оно удачно расположено – на пути от платформы к выходу со станции, – но и в том, что на этом пути больше нет ни одного кафе. Неудивительно, что выручка огромна.

Если вы пьёте столько же кофе, что и я, вам наверняка приходит в голову, что кто-то неплохо на этом наживает. Если верить ворчащим время от времени газетам, собственно кофе в этой чашке капучино – на гроши. Конечно, газеты не пишут всей правды. Есть ещё молоко, электроэнергия, стоимость бумажного стаканчика и плата Марии за то, что она день напролёт улыбается брюзжащим посетителям. Но даже сложив всё это, мы получим сумму много меньше, чем цена чашки кофе. По данным профессора Брайана Мак-Мануса, наценка на кофе составляет около 150%. Стоимость чашки фильтрованного кофе ценой в доллар составляет сорок центов, а чашечки латте, продающейся за \$2,55, – один доллар. Кто-то делает на этом кучу денег. Но кто?

Вы, наверное, думаете, что самый вероятный кандидат – владелец Starbucks Говард Шульц. Но ответ не так прост. Основная причина, по которой Starbucks просит за капучино \$2,55, состоит в том, что никто по соседству не предлагает кофе за \$2,00. Но почему никто не собьёт Starbucks цену? Не хочу

уменьшать достижения г-на Шульца, но капучино отнюдь не сложный продукт. Недостатка в пригодном для питья капучино нет (как, впрочем, и в негодном). Не так уж сложно купить кофейный аппарат и кассу, обеспечить марке популярность при помощи небольшой рекламы и раздачи бесплатных порций, а также нанять достойных работников. Даже Мария не так уж незаменима.

Правда такова, что самое значительное преимущество Starbucks является расположение кофейен компании по маршруту движения тысяч страдающих пассажиров. Известно, что самые привлекательные места для размещения кофейен – на выходе со станций или на оживлённых перекрёстках. Starbucks и её конкуренты расхватили их все. Если бы Starbucks действительно имела такое гипнотическое влияние на потребителей, как жалуются критики, компании не пришлось бы прилагать столько усилий, чтобы люди буквально натыкались на её кафе. Солидная маржа, что Starbucks получает на своих капучино, не объясняется ни качеством напитка, ни работой персонала. Место, место и ещё раз место.

А кто контролирует места? Представим переговоры об аренде помещений на Интернэшнл-сквер. Владелец помещений будет общаться не только со Starbucks, но и с другими сетями вроде Cosi и Caribou Coffee, а также местными вашингтонскими фирмами: Java House, Swing's, Capitol Grounds и Teaism. Арендодатель может подписать договор с каждой из них или же эксклюзивный договор с какой-то одной. И он быстро смекнёт, что никому не захочется платить дорого за место рядом с десятком других кофейен, так что постарается выжать максимум из эксклюзивного договора.

Пытаясь разобраться, кому достанутся все деньги, имейте в виду, что по одну сторону стола сидят как минимум полдесятка конкурирующих фирм, а по другую – владелец одного первоклассного места для размещения кофейни. Науськивая фирмы друг на друга, арендодатель, по всей видимости, сможет диктовать условия и вынудит одну из фирм согласиться на арендную плату, которая съест почти всю ожидаемую прибыль. Счастливчик сможет рассчитывать на некоторую маржу, но не слишком большую. Ведь если арендная плата будет столь низкой, что останется высокая прибыль, то другая фирма с радостью предложит арендодателю чуть больше. Кофейен неограниченно много, а привлекательных мест мало, и это означает, что балом правят владельцы помещений.

Всё это не более, чем кабинетные рассуждения. Резонно спросить, так ли это на самом деле. Когда я объяснил все эти основные принципы своей многострадальной знакомой (конечно, дело было за чашкой кофе), она спросила, могу ли я это доказать. Я признал, что это только теория – как сказал бы Шерлок Холмс, пример «наблюдения и дедукции», – основанная на уликах, доступных каждому. Пару недель спустя она прислала мне статью из *Financial Times*, которая опиралась на мнения отраслевых экспертов, имеющих доступ к отчётности кофейных компаний. Статья начиналась словами: «Всего несколько компаний по-

лучают хоть какую-то прибыль» и заключала, что одна из главных причин этого – «высокие издержки работы розничных точек в местах значительного потока потенциальных покупателей». Читать статьи так скучно! Следственная работа экономиста – лёгкий способ прийти к тем же самым выводам.

Власть дефицита

Листая дома старые книжки по экономике, я наткнулся на самый первый анализ работы кофеев XXI века. Он опубликован в 1817 году и объясняет не только жизнь современных кофеев, но во многом и весь окружающий нас мир. Автор этого труда, Давид Рикардо, заработавший миллионы (в сегодняшних ценах) на биржевой торговле, позднее стал членом парламента. Кроме того, Рикардо был экономистом-любителем, которого очень интересовал вопрос: что случилось с британской экономикой во время недавних наполеоновских войн? Цены на пшеницу взлетели до небес, а с ними и ставки арендной платы на сельскохозяйственные угодья. Рикардо хотелось знать, почему.

Простейший способ понять анализ Рикардо – воспользоваться одним из его собственных примеров. Представим себе дикий край с малочисленными поселениями и изобилием плодородной земли для выращивания зерновых. В один прекрасный день в городишке появляется юный фермер Аксель и предлагает деньги за аренду акра добротной пахотной земли. Все знают, сколько зерна можно собрать с акра пашни – непонятно только, сколько денег взять с Акселя. Поскольку недостатка в целинных землях не наблюдается, конкурирующие землевладельцы не смогут запросить высокую, а то и вообще сколь-нибудь значительную арендную плату. Всякий землевладелец предпочтёт получить хоть что-то, чем ничего, так что они будут сбивать цены друг друга. В итоге Аксель сможет стать фермером за очень маленькую плату, которая едва компенсирует землевладельцу хлопоты.

Первый урок в том, что обладатель желанного ресурса – в данном случае землевладелец – не всегда обладает той властью, которую можно предположить. История умалчивает о том, был ли Аксель совсем на мели или хранил в полом каблуке сапога толстую пачку денег, поскольку это не имеет никакого значения для размера арендной платы. Переговорная сила – это производная от нехватки: если поселенцев мало, а земель много, землевладельцы этой силой не обладают.

Значит, если контроль за дефицитным ресурсом переходит от одного человека к другому, за ним смещается и переговорная сила. Если в последующие годы за Акселем придёт много новых иммигрантов, количество свободной пахотной земли будет уменьшаться, пока она не кончится совсем. Пока её будет хоть сколько-нибудь, конкуренция между землевладельцами, ещё не напешдшими арендаторов, будет держать ставки аренды на очень низком уровне. Но од-

нажды в город придет амбициозный фермер, назовём его Боб, и обнаружит, что свободной плодородной земли не осталось. Перспектива возделывать имеющиеся в избытке, но малоплодородные лесистые земли его не прельщает. Поэтому Боб готов хорошо заплатить землевладельцу, который выгонит Акселя или любого другого фермера, что сейчас возделывает землю практически задаром, и передаст участок Бобу. Но если Боб готов платить за то, чтобы арендовать плодородную пашню, а не поросшую лесом землю, то и все нынешние фермеры готовы заплатить, чтобы остаться на месте. Всё изменилось, причём быстро: внезапно землевладельцы обрели реальную переговорную силу, поскольку фермеров вдруг стало относительно много, а пахотных земель — относительно мало.

Стало быть, у землевладельцев появляется возможность поднять плату. Но насколько? А настолько, чтобы фермеры, работающие на плодородной земле за плату и на земле худшего качества бесплатно, зарабатывали одинаково. Если разница в урожайности двух видов угодий — пять бушелей зерна в год, то и рента землевладельца составит пять бушелей в год. Если владелец запросит больше, арендатор уйдёт на менее производительную землю. Если рента будет ниже, то фермер, работающий на плохой земле, будет готов предложить больше за более плодородный участок.

.....

Странно, что рента изменилась так быстро лишь из-за того, что приехал ещё один потенциальный фермер. Похоже, этот пример ничего не говорит нам о том, как действительно устроен мир. Но в нём больше правды, чем кажется, пусть это и слишком упрощённая модель. Конечно, в реальном мире нужно учитывать и другие факторы: законодательные правила о том, можно ли изгонять арендаторов, условия долгосрочных контрактов и даже культурные нормы — в частности, что нехорошо выкидывать на улицу одного съёмщика, чтобы заселить другого; «так не делается». В реальном мире категорий земли больше, чем две, а у Боба могут быть иные варианты приложения сил, помимо фермерства — он может стать счетоводом или извозчиком. Всё это усложняет происходящее; эти факторы тормозят смещение переговорной силы, влияют на конкретные условия сделок и препятствуют внезапному изменению арендных ставок.

Тем не менее за мелкими повседневными трудностями часто кроются более крупные тенденции, вследствие которых власть дефицита переходит от одной группы людей к другой. Работа экономиста в том и состоит, чтобы проливать свет на эти глубинные процессы. Не стоит удивляться, если вдруг ситуация на земельном рынке изменится не в пользу фермеров, цены на жильё резко взлетят или мир покроется кофейнями всего за несколько месяцев. Ради упро-

щения в истории о фермерах сделан акцент лишь на одном факторе, но он помогает выявить нечто важное. Порой такие обстоятельства, как относительный дефицит ресурса и переговорная сила, действительно быстро меняются, и это сильно влияет на жизнь людей. Мы часто жалуемся на симптомы – высокую цену чашки кофе или жилья. Но с симптомами нельзя справиться, если не понимать, какого рода дефицит лежит в их основе.

В центре внимания «граничная» земля

Возможные смещения переговорной силы на этом не заканчиваются. Хотя пример с фермерами можно развивать бесконечно, базовый принцип неизменен. Например, если новые фермеры будут всё прибывать, со временем в оборот будут вовлечены не только все пахотные, но и все лесистые земли. И когда в город придет очередной поселенец, Корнелиус, свободными останутся только пастбища – ещё менее урожайный тип земли. Можно ожидать нового витка переговоров: Корнелиус предложит землевладельцам деньги за лесистые участки, арендная плата за них быстро вырастет. Но разница в цене между лесистыми и пахотными землями должна сохраниться (иначе фермеры будут перебираться на пашню), так что плата за пахотные земли тоже возрастет.

Поэтому плата за пахотные земли будет всегда равна разнице в урожайности на пахотной земле и той земле, что новые фермеры могут получить бесплатно. Экономисты называют эту последнюю землю «маржинальной», то есть граничной – она на грани между той землёй, что обрабатывают, и той, что не обрабатывают. (Вскоре мы увидим, что экономисты довольно много размышляют о ситуациях граничного, предельного свойства.) Поначалу, пока пашни было больше, чем поселенцев, она была не только лучшей землёй, но также и «маржинальной», так как была доступна новым фермерам. Поскольку лучшая земля была одновременно и маржинальной, рента за неё отсутствовала, если не считать пустяковой суммы землевладельцу за беспокойство. Позднее, когда фермеров развелось столько, что лучшей земли перестало хватать на всех, маржинальной стала лесистая земля, а плата за пахотную землю выросла до пяти бушелей в год – это разница между урожайностью пахотной земли и урожайностью маржинальной (в этом случае – лесистой) земли. Когда же приехал Корнелиус, маржинальной землёй стали пастбища, пахотная земля стала ещё более желанной относительно маржинальной земли, так что землевладельцы поспешили повысить арендную плату за неё. Важно отметить, что абсолютной стоимости не существует: стоимость всякой земли исчисляется относительно маржинальной земли.

Вернёмся к кофейным киоскам

Что ж, славная история, хотя те, кто любит вестерны, скорее предпочтут ей суровую кинематографию «Непрощённого»^{*} или вестерна «Ровно в полдень»^{**} с его психологией одиночества. Так что нам с Давидом Рикардо не полагается приза за сценарий, но нас можно извинить, коль скоро наша маленькая басня сообщает нечто полезное о современном мире.

Начнём с кофейных киосков. Почему кофе дорого стоит в Лондоне, Нью-Йорке, Вашингтоне или Токио? Здравый смысл подсказывает: потому что кофейни вынуждены платить высокую арендную плату. Модель Рикардо говорит, что это неверный ход размышлений, поскольку «высокая арендная плата» не есть произвольный жизненный факт. На то есть причина.

Пример Рикардо высвечивает два фактора, определяющих величину арендных ставок на лучшие места вроде пахотных земель: разница в урожайности между пахотной и маргинальной землёй и цена на зерно. При цене 1 доллар за бушель арендная плата составит 5 долларов. При цене \$200 тыс. за бушель арендная ставка будет \$1 млн. Арендная плата за пахотные земли высока лишь постольку, поскольку на этой земле можно произвести зерно, имеющее высокую ценность.

Теперь применим теорию Рикардо к кофейням. Арендная плата за пахотную землю высока, только если зерно, которое вырастает на ней, ценится дорого. Точно так же и арендная плата с кофейного киоска в оживлённом месте высока, только если покупатели готовы много платить за кофе. Пассажиры в час пик настолько отчаянно нуждаются в кофеине и так спешат, что практически не обращают внимания на цены. Готовность много платить за кофе в удобном месте в удобное время диктует высокую арендную плату, а вовсе не наоборот.

Места, пригодные для размещения кофеен, – всё равно что пахотные земли, самые лучшие для возделывания, и потому расходятся быстро. Помещения на первых этажах на Среднем Манхэттене – вотчина Starbucks, Cosi и их конкурентов. На станции «Дюпон Сёркл» в Вашингтоне у Cosi лучшее место на южном выходе, а у Starbucks – на северном, не говоря уже о застолблённой территории напротив смежных станций вверх и вниз по ветке метро. В Лондоне АМТ оккупировала «Ватерлоо», «Кингз Кросс», «Мерилебоун» и «Черинг Кросс»; да и на любой другой станции лондонского метро можно найти точку той или иной крупной сети кофеен. В этих помещениях можно продавать подержанные автомобили или китайскую еду, но они никогда для этого не используются. И не потому что метро – неудачное место для торговли китайской едой и подержан-

^{*} Unforgiven – вестерн Клинта Иствуда 1992 года, в котором он исполняет главную роль.

^{**} High Noon – вестерн 1952 года с Гари Купером и Грейс Кепли в главных ролях.

ными машинами, а потому что нет проблемы найти другое место с более низкой арендной платой, где также можно продавать лапшу и машины — в этих случаях покупатели не спешат и не прочь пройти лишние сто метров или заказать доставку. Кофейням и схожим заведениям — закусочным и газетным киоскам — более низкая арендная плата не компенсирует утрату потока покупателей, для которых цены не имеют особого значения.

Переносные модели

Давиду Рикардо удалось выполнить анализ кофейен на станциях метро ещё до того, как появились те и другие. Именно за подобные трюки люди либо боготворят, либо ненавидят экономику. Те, кто её ненавидят, утверждают, что если мы хотим понять, как устроен современный кофейный бизнес, нам не следует читать анализ фермерства, опубликованный в 1817 году.

Но многие в восторге от того факта, что Рикардо сумел почти двести лет назад высказать соображения, проливающие свет на сегодняшние события. Легко увидеть разницу между фермерством в XIX веке и кофеварением в XXI веке, но не так просто заметить сходство между ними, пока нас не ткнут в него носом. Экономика — это ещё и моделирование, выведение базовых принципов и схем, стоящих за такими, на первый взгляд, сложными явлениями, как аренда земли или помещений для кафе.

Существуют и другие модели кофейного бизнеса, полезные для множества других вещей. Модель дизайна и архитектуры кофейных баров может пригодиться как учебное пособие художникам по интерьерам. Физическая модель может описывать выдающиеся характеристики машины, создающей давление в десять атмосфер, требуемое для варки эспрессо. Та же модель может пригодиться при обсуждении всасывающих насосов или двигателей внутреннего сгорания. Есть даже модели влияния различных методов утилизации кофейной гущи на окружающую среду. Каждая из них полезна по-своему, но модель, совмещающая дизайн, инженерное дело, экологические и экономические аспекты торговли кофе, будет ничуть не проще самой жизни, а значит, не сможет что-либо добавить к нашему пониманию.

Модель Рикардо полезна, если мы хотим изучить взаимосвязь нехватки и переговорной силы, которая распространяется гораздо дальше кофе и фермерства и, в конечном счёте, очень многое объясняет в окружающем нас мире. Глядя на мир, экономисты видят скрытые социальные паттерны, которые становятся понятными только при анализе базовых глубинных тенденций. Критики говорят, что из-за этого экономика не даёт всей картины, не видит «систему» в целом. Однако, как ещё может анализ фермерства в XIX веке рассказать правду о кофейнях XXI века, если не пренебречь множеством важных различий между

ними? Всё дело в том, что просто невозможно понять сложное явление, если не сосредоточиться на отдельных его составляющих и этим снизить уровень сложности. Есть ряд вещей, на которых экономисты любят сосредоточить внимание, и нехватка чего-то — одна из них. Это значит, что мы не обращаем внимания ни на устройство кофейного аппарата, ни на цветовую гамму интерьера, ни на другие любопытные и важные факты. Но мы и выигрываем от этого, и среди наших преимуществ — понимание экономической системы, гораздо более всеобъемлющей, чем многим кажется.

Впрочем, необходимо предостережение. Известно, что упрощённые экономические модели не раз заводили исследователей не туда. Рикардо сам стал одной из первых жертв этой ошибки. Он попытался применить свою весьма удачную модель отношений между отдельными фермерами и землевладельцами для объяснения, как вообще распределяются доходы в экономике: сколько достанется рабочим, сколько помещикам, сколько капиталистам. Получилось не очень, поскольку Рикардо рассматривал всё сельское хозяйство как одну громадную ферму с одним землевладельцем. Такому унифицированному хозяйству нет никакой выгоды от повышения производительности земли путём строительства дорог или систем орошения — такие усовершенствования сокращают дефицит хороших земель. А вот у отдельных землевладельцев, конкурирующих друг с другом, есть множество стимулов для улучшений. Увязнув в технических деталях, Рикардо не понял, что тысячи конкурирующих землевладельцев будут принимать не такие решения, как один-единственный.

Так что модель Рикардо не может объяснить всё. Но мы скоро увидим, что сфера её применения шире, чем мог представить себе сам Рикардо. Она не только объясняет принципы существования кофейен и ферм. При правильном использовании она показывает, как сильно природоохранное законодательство влияет на распределение доходов. Она объясняет, почему некоторые отрасли добиваются высоких прибылей естественным образом, а в других высокая прибыль есть верный признак сговора. С помощью этой модели даже удаётся понять, почему образованные граждане возражают против иммиграции других образованных людей, а пролетариат жалуется на приток неквалифицированных рабочих.

Причины высокой ренты

Нравится ли вам, когда вас обдирают как липку?

Мне — нет. Многие вещи на свете дороги. Разумеется, иногда дороговизна — естественное следствие дефицита. К примеру, количество квартир, выходящих окнами на Центральный парк в Нью-Йорке или Гайд-парк в Лондоне, ограничено. Поскольку жить там хотели бы очень многие, эти квартиры дороги, и

большинство желающих ждёт разочарование. И в этом нет ничего дурного. Но при этом совершенно непонятно, почему так дорог попкорн в кинотеатрах – последний раз, когда я туда заглядывал, дефицита попкорна не наблюдалось. Поэтому первое, что нам нужно сделать, – разобраться, почему вещи могут стоить дорого.

Говоря в терминах Рикардо, нам надо выяснить, каковы возможные причины высокой ренты. Знать причины дороговизны пахотных земель не особенно важно (если вы не фермер). Но вопрос становится куда серьёзнее, если речь о том, почему вы платите такие непомерные деньги за съёмную квартиру, или о том, действительно ли банки на нас наживаются. Но давайте начнём с пахотных земель, а потом попробуем применить наши выводы к другим проблемам.

Мы знаем, что плата за лучшую землю определяется разницей в урожайности между лучшей и маржинальной землёй. Потому очевидная причина высокой ренты в том, что лучшая земля родит очень ценное зерно в сравнении с маржинальной. Как мы уже упоминали, 5 бушелей зерна по 1 доллару за бушель даёт ренту 5 долларов, но при цене \$200 тыс. за бушель рента составит уже \$1 млн. Если зерно дорого, вполне естественно, что дефицитная пашня, на которой оно растёт, также дорого стоит.

Но есть и другой механизм роста платы за плодородную землю, не столь естественный. Предположим, землевладельцы объединятся и уговорят местного шерифа учредить то, что в Англии называется «зелёным поясом», – широкую область земли вокруг города, на которой действуют очень жёсткие законодательные требования к строительству. Землевладельцы могут заявить, что грешно застраивать фермами прекрасную дикую землю и потому фермерство здесь должно быть запрещено.

Земледельцам от такого запрета огромная выгода, поскольку он приведёт к росту платы за всю легально сдаваемую в аренду землю. Как мы помним, плата за пашню определяется разницей в урожайности между пахотной и маржинальной землёй. Стоит запретить фермерство на маржинальной земле, как плата за пахотную подскочит. Если раньше альтернативой платному использованию пахотных земель было бесплатное фермерство на пастбищах, то теперь альтернативы уже нет. И раз возделывать маргинальные земли запрещено, фермеры проявляют куда больше интереса к выращиванию зерна на пахотных землях и готовы заплатить за это гораздо больше.

Итак, мы обнаружили две причины высокой ренты. Первая – за хорошую землю имеет смысл платить больше, если зерно, которое она родит, также ценится высоко. Вторая – в том, что за хорошую землю имеет смысл много платить, если нет других вариантов.

.....

Те читатели, что снимают жильё в Лондоне, должно быть, в этот момент нахмурили брови. Лондон окружён «зелёным поясом», учреждённым ещё в 1930-е. Так вот почему так дорого снять или купить недвижимость в Лондоне – не потому, что она лучше альтернатив, а потому, что нет законной альтернативы?

И то и другое: несомненно, Лондон – уникальное место, и он подходит для обустройства шикарных апартаментов или офисов больше, чем Сибирь, Канзас-Сити и даже Париж. Отчасти по этой причине ставки арендной платы так высоки. Но другая причина дороговизны лондонской недвижимости – «зелёный пояс» вокруг города. Благодаря ему, Лондон не расплзается по окрестностям, и это многим нравится. Однако ещё одно следствие этого ограничения – перемещение огромных сумм из карманов арендаторов в карманы домовладельцев. «Зелёный пояс» поддерживает арендную плату и цены на недвижимость в Лондоне на более высоком уровне, чем они могли бы быть при отсутствии ограничений, точно так же, как запрет на обработку пастбищ повышает плату за обработку пахотных и лесистых земель.

Это не довод против «зелёного пояса». В том, что население Лондона ограничено примерно шестью миллионами человек, вместо того чтобы вырасти до шестнадцати или двадцати шести, есть масса преимуществ. Но важно, чтобы, взвешивая плюсы и минусы законодательства подобного «зелёному поясу», мы понимали, что следствием введения этих правил будет не только сохранение природы. Аренда офисов в Вест-Энде дороже, чем на Манхэттене или в центре Токио. В Вест-Энде вообще самые дорогие офисы в мире, и там же установлен мировой рекорд по стоимости жилого дома – £70 млн (около \$130 млн). «Зелёный пояс» сделал недвижимость в Лондоне относительно дефицитной для тех, кто хотел бы там жить, и конечно, этот дефицит – источник власти.

Настало время для вашего первого экзамена по экономике. Почему снижение цен на проезд и повышение качества работы пригородных поездов, доставляющих пассажиров из пригородов на станцию «Пен Стейшн» в Нью-Йорке, порадует всех, кто арендует квартиру на Манхэттене? И почему нью-йоркские домовладельцы будут совсем не в восторге от таких улучшений?

Ответ следующий: улучшение работы общественного транспорта означает новые альтернативы аренде городского жилья. Если двухчасовая поездка превратится в часовую и пассажиры смогут сидеть, а не стоять, многие решат сэкономить и уехать с Манхэттена. Так на рынке появятся свободные квартиры. Дефицит сократится, арендная плата упадёт. Улучшение работы транспорта повлияет не только на пассажиров; оно затронет всех, кто имеет отношение к нью-йоркскому рынку недвижимости.

Грабят ли нас?

Одна из проблем бытия Экономиста под прикрытием в том, что ему повсюду начинают мерещиться «зелёные пояса» того или иного рода. Как отличить, какие вещи дороги вследствие естественного дефицита, а какие — из-за искусственных факторов — законодательных ограничений или нечестной игры?

Модель Рикардо может помочь и здесь. Нужно только осознать сходство между естественными феноменами — полями или оживлёнными городскими местами — и компаниями. На полях одни вещества превращаются в другие, например, навоз и семена — в зерно. То же самое с компаниями. Автомобильный концерн производит из стали, электричества и прочих ингредиентов автомобили. Заправка превращает колонки, топливные цистерны и землю в бензин в баке вашей машины. Банк преобразует компьютеры, продвинутые системы учёта и наличные в банковские услуги. Поэтому мы не сильно погрешим против истины, если заменим в модели Рикардо «ренту» на «прибыль». Рента — это отдача, которую землевладельцы получают от собственности; прибыль — отдача, получаемая собственниками компаний со своего капитала.

Рассмотрим пример из банковского дела. Предположим, некий банк оказывает первоклассные услуги. В банке фантастическая корпоративная культура, у него сильный брэнд и самое лучшее программное обеспечение. Там трудятся великолепные работники, и многие сотрудники приходят в банк, чтобы чему-то у них научиться. Всё это и есть то, что экономист Джон Кей (явно вызывающий к модели Рикардо) называет «устойчивым конкурентным преимуществом», подразумевая такое превосходство над конкурентами, что позволяет получать прибыль из года в год.

Назовём этот чудо-банк «Банковская корпорация Акселя». Второй банк, «Вклады и займы у Боба» не столь компетентен: его брэнду меньше доверяют, корпоративная культура так себе. Он не то чтобы плохо работает, но к великим его точно не отнесёшь. Третий банк, «Депозитная компания Корнелиуса», крайне неэффективен: его репутация ужасна, кассиры грубят клиентам, контроль над расходами отсутствует. Банк Корнелиуса менее эффективен, чем учреждение Боба и в высшей степени некомпетентен в сравнении с «Банковской корпорацией Акселя». Это напоминает три типа земли: плодородную пашню, менее урожайную лесистую землю и ещё менее урожайные пастбища.

Банки Акселя, Боба и Корнелиуса конкурируют, убеждая людей делать вклады или брать займы. Но банк Акселя так эффективен, что он может оказывать услуги дешевле, чем другие, либо более качественно по той же цене. По итогам года банк Акселя получит громадную прибыль, банк Боба, который не так ловко обслуживает клиентов, — более чем скромную, а банк Корнелиуса едва

сведёт концы с концами. Если бы банковский рынок был на спаде, Корнелиусу пришлось бы уйти из бизнеса. Но при росте рынка он стал бы прибыльным, и в отрасли появился бы новый банк, может быть, ещё менее эффективный, чем у Корнелиуса. Новый банк стал бы маржинальным банком, работающим на грани безубыточности.

Не будем повторять все шаги анализа, но вспомним, что размер земельной ренты определяется урожайностью пашни в сравнении с маржинальными пастбищами. Точно так же прибыль банка Акселя определяется в сравнении с банком Корнелиуса – маржинальным банком, который, как мы знаем, получит небольшую прибыль или вовсе никакой. Прибыль компании, как и рента, зависит от существующих альтернатив. Компания, работающая в условиях жёсткой конкуренции, будет менее прибыльна, чем компания, чьи конкуренты беспомощны.

Аналогия может показаться ошибочной: площадь пашни постоянна, а компании могут расти. Но компания не может вырасти в одночасье, не размыв при этом репутацию и иные умения, сделавшие её успешной. С другой стороны, хотя площадь земель не меняется, различия в производительности разных категорий земли меняются по мере развития ирригации, средств борьбы с паразитами и удобрений. Модель Рикардо, которая эти изменения не учитывает, сможет объяснить изменения цен на сельхозпродукцию в рамках десятилетий, но не столетий, а прибыльность компаний – в масштабе лет, но не десятилетий. Как и во многих экономических моделях, анализ будет справедлив в некоторых временных рамках, здесь – в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Для других временных отрезков потребуются и другие модели.

Прекрасно, но какое отношение это имеет к наживе, получаемой корпорациями?

Газеты часто видят в высоких прибылях корпораций признак того, что потребителей облапошивают. Правы ли они? Лишь иногда. Согласно теории Рикардо, есть две причины, по которым средняя прибыль в отрасли вроде банковской может быть высокой. Если потребители действительно ценят отличный сервис и репутацию, у Акселя и Боба бизнес пойдёт хорошо (банк Корнелиуса – маржинальный и может рассчитывать на очень немного). Газетные писаки получают повод пожаловаться на непомерные прибыли. Если же клиенты не видят в первоклассном обслуживании особой ценности, Аксель и Боб будут лишь немногим прибыльнее, чем Корнелиус (по-прежнему мало зарабатывающий маржинальный банк), и средняя прибыль по отрасли тоже будет невысока. Комментаторы промолчат. Но в обоих случаях стимулы и стратегии в отрасли одни и те же. Меняться может отношение потребителей к качественному сервису. И в первом случае никто никого не грабит; Аксель и Боб получают вознаграждение, поскольку предлагают клиентам нечто ценное и дефицитное.

Однако высокая прибыль не всегда достигается столь праведным путём. Порой негодование прессы справедливо. Высокие прибыли корпораций можно объяснить и по-другому. Что, если некий банковский «зелёный пояс» выдавит Корнелиуса с рынка? В действительности есть много факторов, закрывающих новым компаниям дорогу на рынок. Иногда в этом приходится винить клиентов: новички не могут выйти на рынок, поскольку потребители предпочитают иметь дело только с проверенными компаниями. Джон Кей показывает, что некоторые «постыдные» товары, включая презервативы и прокладки, очень прибыльны потому, что новым игрокам непросто создать шумиху вокруг своей продукции. Ещё чаще фирмы просят правительство защитить их от конкуренции, и многие правительства наделяют их монопольными лицензиями или же резко ограничивают вход в «чувствительные» отрасли вроде банковской, сельского хозяйства или телекоммуникаций. Каковы бы ни были причины, результат одинаков: компании-старожилы при отсутствии конкуренции наслаждаются высокими прибылями. Из-за сходства между рентой, которую можно получать с земли при небольшом числе альтернатив, и прибылью, получаемой при малом количестве конкурентов, экономисты часто называют последнюю «монопольной рентой». Термин может вводить в заблуждение, но в этом нужно винить модель Рикардо и недостаток воображения, которым экономисты страдают до сих пор.

Чтобы понять, наживаются ли на мне супермаркеты, банки или фармацевтические компании, мне нужно лишь узнать, насколько прибыльны эти отрасли. Если прибыли высоки, у меня сразу появляются подозрения. Но если начать дело на этом рынке не слишком трудно, моя подозрительность уменьшается. Это значит, что высокие прибыли обусловлены естественной нехваткой: на свете не так много по-настоящему хороших банков, и хорошие банки намного эффективнее плохих.

Ресурсная лента

Землевладельцы и руководители компаний – не единственные, кто желал бы избежать конкуренции и насладиться монопольной рентой. Профсоюзам, лоббистам, людям, получающим профессиональную квалификацию, и даже правительствам это также по душе. Каждый день мы видим, как люди вокруг пытаются устранить конкурентов или воспользоваться успехами тех, кому это удалось. Экономисты называют такое поведение «созданием ренты» и «поиском ренты».

Занятие это не из лёгких. Ведь конкуренция заложена в самом устройстве мира, и избавиться от неё не так-то просто. И это весьма удачно, поскольку, хотя конкуренцию ощущать не слишком уютно, если вы оказались не на той стороне, быть на правильной стороне, в роли потребителя, очень даже приятно. Все мы извлекаем выгоду из того, что люди конкурируют друг с другом, предла-

гая нам рабочие места, газеты или отдых на море, также как нашим вымышленным землевладельцам идёт на пользу соперничество между Бобом и Акселем.

Один из способов предотвратить конкуренцию – контроль над природным ресурсом, таким как земля. Площадь пригодной для обработки земли ограничена, и только революция в сельскохозяйственном производстве может изменить положение. Но пахотная земля – не единственный конечный ресурс на планете. Другой пример – нефть. В одних частях света, особенно в Саудовской Аравии, Кувейте, Ираке и прочих странах Персидского залива, нефть можно добывать задёшево. В других частях света – на Аляске, в Нигерии, Сибири и канадской провинции Альберта – добыча нефти обходится намного дороже. Во многих других частях света, где есть нефть, её добыча обходится столь дорого, что никто об этом и не помышляет. Сейчас нефть, добываемая в Альберте и подобных ей местах, – это маргинальная нефть.

История нефтедобывающей отрасли – настоящее учебное пособие по теории ренты Рикардо. До 1973 года добычу вели на «нефтяных пашнях», преимущественно на Ближнем Востоке. Несмотря на огромную ценность нефти для экономики промышленно развитых стран, она стоила очень дёшево, менее десяти долларов за баррель в сегодняшних ценах – в скважинах её было хоть залейся, и издержки добычи были крайне низки. В 1973 году Организация стран – экспортёров нефти (ОПЕК), члены которой владели большей частью «нефтяных пашен», решила вывести часть ресурсов из оборота, приказав своим членам ограничить добычу. Цены скакнули до сорока, а потом и до восьмидесяти долларов за баррель в сегодняшних ценах и оставались высокими много лет, поскольку в краткосрочной перспективе замены этим источникам нефти почти не было. (В примере Рикардо эквивалентом этому было бы внезапное прекращение обработки пахотных земель, из-за чего возник бы временный дефицит зерна – ведь на то, чтобы очистить и распахать лесные земли, требуется время; это привело бы к увеличению ренты.)

При цене восемьдесят долларов за баррель оказалось, что есть более дешёвые альтернативы, которые и были со временем освоены: выработка электроэнергии из угля вместо нефти, производство более экономичных автомобилей и добыча нефти в таких местах, как Альберта и Аляска. Иными словами, в оборот стало вводиться всё больше энергетических «лесов» и «пастбищ». Ради сохранения высоких цен ОПЕК была вынуждена соглашаться на всё меньшую долю мирового рынка нефти. В конце концов, в 1985 году Саудовская Аравия нарушила соглашение и увеличила добычу. В 1986 году цены обвалились и вплоть до недавнего времени примерно равнялись себестоимости добычи на маргинальных месторождениях вроде Альберты – от 15 до 20 долларов за баррель. В последние пару лет мы столкнулись с неожиданно высоким спросом на нефть со стороны Китая и к тому же с нестабильностью в Саудовской Аравии, Ираке,

Нигерии и Венесуэле; в результате цена за баррель выросла до 50 долларов и выше*. Но и в 1990-е, при более низких ценах, выручка от продажи нефти, добытой на самых дешёвых месторождениях Саудовской Аравии и Кувейта при себестоимости пара долларов за баррель, почти полностью представляла собой чистую прибыль.

Когда окупается преступность?

Значительная часть мировой экономики не связана с использованием ограниченных природных ресурсов. Стало быть, людям приходится искать другие способы избавиться от конкуренции.

Один из расхожих методов — насилие, особенно популярное в наркоторговле и иных видах организованной преступности. Наркодилеры предпочитают не иметь конкурентов, сбивающих цены. Похоже, подстрелив или поколотив достаточное число людей, преступная группировка отбивает у других банд охоту выходить на рынок и может радоваться более высокой прибыли. Это незаконно, но и сама торговля наркотиками преступна. Если тюрьма светит вам в любом случае, какой смысл ограничиваться полумерами? Чтобы воспользоваться властью дефицита, наркодилеры заходят весьма далеко, устраняя конкурентов. И их клиенты едва ли пойдут жаловаться в полицию на непомерно высокие цены.

К несчастью для типичной банды, даже насилия бывает недостаточно для получения прибыли. Проблема в том, что оружия и агрессивных молодых людей вокруг предостаточно. Всякая банда, у которой дело идёт хорошо, вызывает у множества других соблазн потеснить её с территории — и желающих хоть пруд пруди. Экономист Стивен Левитт и социолог Судхир Венкатеш сумели раздобыть платёжные ведомости одной американской уличной банды. Оказалось, что зарплата «бойцам» начисляется из расчёта \$1,70 в час. Перспективы роста хорошие, учитывая высокую текучку среди членов банд (люди довольно часто уходят сами или получают пулю); но средний заработок составляет в лучшем случае менее десяти долларов в час. Это совсем немного, если учесть, что за 4 года среднестатистический член банды бывает дважды ранен, четырежды арестован, а шансы погибнуть — один к четырём.

Некоторые криминальные предприятия более успешны. Мафиозные группировки часто берутся за легальный бизнес вроде прачечного, который приносит большую прибыль, если вход на рынок затруднён. Например, конкурентов можно запугать. Это довольно легко: фургоны для перевозки белья и сами прачечные куда проще отыскать и повредить, чем пакет кокаина. Ещё проще

* Книга впервые была опубликована в 2005 году.

запугать потребителей. Поклонникам сериала «Клан Сопрано» известно, что мафия вымогает деньги у ресторанов, оказывая им услуги по стирке белья по завышенным ценам. Резоны прозрачны: рестораны особенно уязвимы перед вымогателями, так как отпугнуть посетителей совсем нетрудно; при этом собранную под видом платы за стирку дань можно списать на себестоимость. Успешный бизнес притягивает конкурентов, но в данном случае есть и более безопасные способы заработать на жизнь.

Из этого следует, что наличие входных барьеров и устойчивая прибыль – результат не насилия как такового, а эффективной организации. Банк Акселя эффективен, а банк Корнелиуса – нет. Обычной банде недостаёт эффективности, а у мафии её хоть отбавляй.

«Заговор против профанов»

Слава богу, в цивилизованном обществе мы, как правило, защищены от насилия по отношению к конкурентам. Но это не значит, что люди не придумали других способов держать конкуренцию в узде.

Наглядный пример – профсоюзы. Цель профсоюза – не допустить конкуренции между рабочими и, как следствие, снижения зарплаток и ухудшения условий труда. Если электриков мало, а спрос на них большой, электрики могут качать права насчёт оплаты и условий труда как при помощи профсоюза, так и без него. Но чем больше электриков выходят на рынок, тем меньше их влияние. Новые электрики здесь выступают в роли фермера Боба. Профсоюз нужен для заключения коллективных договоров, но он также препятствует чрезмерному притоку людей в профессию.

С распространением механизации в XIX веке потребность в объединении стала насущной. Рабочая сила была в избытке. Она концентрировалась в городах, и отдельные рабочие были легко заменимы. Без объединения в профсоюзы зарплата оставалась бы очень низкой. С объединением конкуренция устранялась, и зарплаты – для счастливчиков, что состояли в профсоюзе – росли. В США деятельность профессиональных объединений была ограничена законом: антимонопольное законодательство, препятствующее сговору крупных компаний, также служило оружием против профсоюзов. Но потом политическая ситуация поменялась, эти законы были признаны неприменимыми, и профсоюзы набрали силу.

Выходит, если профсоюзы добиваются большого успеха в той или иной отрасли, можно ожидать, что зарплаты рабочих в этой отрасли весьма высоки. Были времена и отрасли – в частности американское автомобилестроение в 1960-е и 1970-е, – когда так и было. Но на пути к успеху профсоюзы сталкиваются с несколькими препятствиями. Когда общественность чувствует, что нера-

зумные требования профсоюзов приводят к неприемлемому росту цен, начинается давление на политиков с требованием обуздать профсоюзы. В других случаях угроза власти профсоюзов приходит из-за границы. Так случилось с профсоюзами автомобилестроителей в США: их члены наслаждались прекрасными зарплатами и гарантиями занятости, пока японские производители не внедрились более эффективные методы производства и не начали теснить американские концерны.

В стагнирующих отраслях, таких как судостроение в Великобритании или автомобилестроение в США, рабочие места исчезают с такой скоростью, что профсоюзам крайне трудно поддерживать дефицит рабочей силы. Им не удаётся сокращать предложение рабочей силы пропорционально падению спроса на неё.

В других отраслях силу профсоюза подрывает не падение спроса, а могущество работодателя. Wal-Mart в США обладает громадной переговорной силой: весной 2004 года лишь в двух магазинах Wal-Mart в Северной Америке была профсоюзная организация. И в этот момент компания объявила о закрытии одного из них, в Квебеке, так как существование профсоюза наносило вред бизнесу. В Великобритании зарплаты учителей по-прежнему низки, несмотря на нехватку квалифицированных кадров. А всё потому, что правительство, единственный работодатель, обладает огромной переговорной силой. Обычно при дефиците работников конкуренция между работодателями приводит к росту зарплат. Только при работодателе-монополисте возможна ситуация, когда серьёзный дефицит учителей не приводит к увеличению зарплат. Благодаря нехватке кадров учителя имеют некоторую власть, но влияние правительства в данном случае сильнее.

Другие профессионалы – врачи, актуарии*, бухгалтеры и юристы – поддерживают высокий уровень оплаты иными, нежели профсоюз, методами. Они создают виртуальные «зелёные пояса», затрудняющие потенциальным конкурентам вход в профессию. Типичные примеры – очень долгие сроки получения квалификации и профессиональные ассоциации, которые ежегодно принимают в свои ряды лишь строго определённое число членов. Многие организации, созданные под предлогом защиты потребителей от некачественных услуг, на самом деле служат для поддержания высоких ставок «сертифицированных» специалистов, к которым нас с вами отсылают. На самом деле многие из нас счастливы получить неформальный совет у опытного юриста без степени или даже врачебную консультацию у студента-медика, врача-иностранца или специалиста по нетрадиционной медицине. Однако юридические и врачебные гильдии делают всё возможное, чтобы ограничить предложение сертифицированных спе-

* Актуарий (от лат. *actuarius* – скорписец) – специалист в области страховой математической статистики, занимающийся разработкой методов исчисления страховых тарифов, ставок, резервов по долгосрочному страхованию.

циалистов и поставить вне закона любые дешёвые альтернативы: даже если аренда пашни вам не по карману, земледелие на лесных и пастбищных землях вовсе запрещено. Понятно, почему Бернард Шоу назвал профессии «заговором против профанов».

Спорная тема

Для Америки иммиграция всегда была животрепещущей темой. И хотя в последнее время на первый план вышли вопросы национальной безопасности, дебаты вокруг извечного вопроса, «крадут ли иммигранты наши рабочие места?» не прекращаются. Может, у вас и крадут, но меня они пока точно не оставили без работы.

Высокообразованные работники, чей труд требует навыков и подготовки, так же как и бизнесмены, нуждающиеся в дешёвом труде, склонны приветствовать иммиграцию, для них это обогащение как экономической, так и культурной жизни нации. Зато малообразованные рабочие выступают против дальнейшего притока в страну неквалифицированных работников, утверждая: «Они отнимают у нас работу». Возможно, это слишком карикатурное описание, однако оно вполне соответствует эгоистичным интересам сторон.

Мне как одному из тех самых высокообразованных работников не по душе препоны, чинимые иммиграции; мне хотелось бы, чтобы иммигрантов было больше. А почему бы и нет? Ведь если для некой полезной работы нужны как квалифицированные, так и неквалифицированные сотрудники, то приток массы неквалифицированных кадров отвечает моим интересам, хотя и идёт вразрез с интересами тех неквалифицированных рабочих, что уже проживают в стране.

Представим, что я и мои образованные коллеги землевладельцы, только вместо пахотных земель у нас научные степени. Мои навыки и дипломы – такой же ресурс, что и пашня. Но являются ли мои ресурсы дефицитными? Представим, что я тружусь начальником в Wal-Mart. Когда мои навыки (не станем уточнять, какие именно) объединяются с упорным трудом продавцов и грузчиков, мы становимся производительным коллективом. Кто извлекает больше выгоды, зависит от того, чьи способности в дефиците. Если в стране не хватает неквалифицированных грузчиков, платить больше нужно будет им, чтобы привлечь людей на эту работу. Но если в стране полным-полно грузчиков и не хватает квалифицированных руководителей, то хорошо платить будут мне – точно так же, как с появлением достаточного числа фермеров землевладельцы стали вырывать хорошую плату за дефицитную землю.

Некоторые обвиняют сопротивляющийся иммиграции рабочий класс в расизме. Альтернативная и более убедительная теория гласит, что всякий человек действует в своих собственных интересах. Появление новых рабочих рук

хорошо, если ваши активы при этом становятся относительно более дефицитными, неважно, пашня это или диплом. Вполне можно понять неприятие уже закрепившихся в стране работников по отношению к новым. По сути, более всего от притока новых работников страдают предыдущие группы иммигрантов, чьи заработки опускаются ниже плинтуса.

Факты подтверждают правомерность применения теории Рикардо к иммиграции. Приток квалифицированных иммигрантов снижает заработки квалифицированных жителей страны, а неквалифицированных – соответственно, заработки местных чернорабочих. В Великобритании зарплаты медсестёр Государственной службы здравоохранения удержались на низком уровне благодаря наплыву тридцати тысяч медсестёр-иностранок; вероятность встретить человека с высшим образованием среди иммигрантов почти вдвое выше, чем среди представителей коренного населения. В США, напротив, среди иммигрантов больше малообразованных людей, и потому доходы неквалифицированных рабочих не растут вот уже около тридцати лет.

Как быть экономистам?

На протяжении всей главы мы рассуждали как экономисты. Что это значит? Мы использовали одну из основных экономических моделей, чтобы глубже разобраться в нескольких ситуациях. Начав с относительно беспристрастного анализа, кто делает деньги на капучино, мы вступили на опасную политическую почву дискуссий об иммиграции и ограничениях на строительство.

Некоторые экономисты скажут, что нет никакой разницы между анализом арендной платы с кофеен и исследованием иммиграции. В известном смысле это верно. Во многих отношениях экономическая наука напоминает инженерное дело; она расскажет вам, как работает мир и что произойдёт в случае тех или иных изменений. Экономист покажет, что приток образованных людей ограничивает разрыв в оплате труда квалифицированных и неквалифицированных работников, а приток неквалифицированных иммигрантов имеет обратное действие. Другой вопрос – как общество и его лидеры распорядятся этой информацией.

Хотя экономика есть инструмент объективного анализа, экономисты не всегда объективны. Они исследуют вопросы власти, бедности, роста и развития, и не просто остаются безучастным к событиям, из которых выводятся базовые модели этих явлений.

Поэтому экономисты часто выходят за пределы простой разработки экономической политики и начинают публично защищать те или иные идеи. Так, Давид Рикардо был одним из первых поборников свободной торговли. Его друг Джеймс Милль убедил Рикардо баллотироваться в парламент. И он был избран

в 1819 году, успешно проведя предвыборную кампанию под лозунгом борьбы за отмену «Хлебных законов», жесточайшим образом ограничивших ввоз зерна в страну. Теория Рикардо наглядно показала, что благодаря этим законам землевладельцы набивали свои карманы в ущерб остальным жителям страны. Рикардо не довольствовался простым наблюдением, он хотел добиться отмены этих законов.

Сегодня экономисты придерживаются аналогичного мнения относительно протекционистских законов, которые, как мы увидим в девятой главе, защищают интересы привилегированных групп в ущерб всем остальным людям как в развитых, так и развивающихся странах. Миллионы людей умирают из-за несправедливого экономического устройства, и миллиарды могли бы выиграть от более адекватной экономической политики. Иногда логика экономической науки столь неотразима, что исследователи не в силах оставаться в стороне.

ГЛАВА 2

О ЧЁМ МОЛЧАТ СУПЕРМАРКЕТЫ

Т Е ИЗ ВАС, ЧТО БЫЛИ В ЛОНДОНЕ НЕ ТАК ДАВНО, ВЕРОЯТНО, ПОСЕЩАЛИ ЯРЧАЙШУЮ ГОРОДСКУЮ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЬ – КОЛЕСО ОБОЗРЕНИЯ «ЛОНДОНСКИЙ ГЛАЗ». Хорошо в солнечный денёк купить в Costa Coffee чашку капучино, и, прихлёбывая его, глазеть, как кабинки движутся высоко в небе, время от времени заслоняя солнце... Много ли надо для счастья?

Повсюду вокруг «Глаза» торговцы, пытающиеся заработать на дефицитном ресурсе. К примеру, Costa Coffee – единственная поблизости кофейня. Сувенирная лавка здесь также одна, и торговля идёт бойко. Но самый наглядный пример – сам «Лондонский глаз». Это крупнейшее колесо обозрения в мире, с которого открывается вид на большую часть знаменитых лондонских зданий. Власть дефицита явно велика, но безгранична: хотя «Лондонский глаз» уникален, посещать его совсем необязательно. Никто не заставит вас туда идти. Выше по реке – не менее уникальный «Купол тысячелетия» (бесполезная белая машина, возведённая за государственный счёт для торжеств по случаю нового тысячелетия). Это, как хвастаются местные власти, «крупнейшее матерчатое сооружение в мире»*. Но с финансовой точки зрения это была катастрофа: уникальность строения не помогла убедить людей заплатить достаточно, чтобы окупить строительство. Обладающие властью дефицита компании не могут продавать нам свои товары за столько, за сколько им вздумается. Но у них есть

* Сам купол изготовлен из тканого стекловолокна с тефлоновым покрытием, несущие конструкции – из стали и бетона.

несколько приёмов, позволяющих взять с нас побольше. Экономисту под прикрытием пора взяться за дело и разузнать, что к чему.

Будучи единственной кофейней поблизости от «Лондонского глаза», Costa Coffee обладает большой властью над покупателями. Она не имеет ничего общего с бизнесом самой Costa, это отблеск славы удивительного пейзажа вокруг. Поскольку, как мы знаем, в привлекательных местах покупатели готовы платить за кофе дороже, арендная плата для Costa высока. Землевладелец сдал Costa в аренду часть этой дефицитной ценности, точно так же, как это сделали владельцы небоскрёбов Манхэттена или станции метро от «Ватерлоо» до «Шиньюку». Дефицитный ресурс можно арендовать – по правильной цене.

Но как Costa распорядиться этим ресурсом? Фирма могла бы просто поднять цену на капучино с £1,75 (около \$3) до £3 (почти \$6). Некоторые заплатили бы, но многие – нет. Вспомните про «Купол тысячелетия»: дефицит даёт власть, но безграничную. Также они могли бы снизить цены и продать больше кофе. Зарплату и стоимость ингредиентов можно было бы покрыть, взяв всего-то 60 пенсов (\$1) за порцию. Но если не увеличить продажи в десяток раз, за аренду нечем будет платить. Вот дилемма: выше наценка, но меньше посетителей, или ниже наценка и больше посетителей?

Было бы здорово, если бы Costa решила эту дилемму, взяв 60 пенсов с тех, кто не хочет платить много, и £3 с тех, кто готов платить побольше, чтобы насладиться кофе и видами. Так кафе могло бы иметь высокую маржу всякий раз, когда это возможно, и по-прежнему делать небольшую прибыль на скупердях. Но как это подать? Написать в меню: «Капучино – £3, если только вы не готовы заплатить всего 60 пенсов»?

Капучино для богатеев	£3
Капучино для прижимистых	60 пенсов

В этом, несомненно, что-то есть, но сомневаюсь, что такое меню найдёт понимание у публики, покупающей кофе на южном берегу Темзы. Нужно нечто поизящнее.

В какой-то момент Costa нашла весьма элегантную стратегию: как и большинство кофейен в наши дни, Costa предлагает покупателям так называемый «справедливый» кофе; свой Costa получает у Cafédirect – одной из ведущих компаний «справедливой торговли». Cafédirect пообещала покупать сырьё у фермеров из бедных стран за справедливую цену. В течение нескольких лет с потребителей, что желали поддержать фермеров третьего мира – а такие в Лондоне не редкость, – брали сверху 10 пенсов (около 18 центов). Наверное, клиенты верили, что эти десять пенсов идут бедствующим фермерам. Факты же свидетельствуют, что почти вся сумма оказывалась не где-нибудь, а в карманах Costa.

Cafédirect платила фермерам сверх рыночной цены 40–55 пенсов (не больше доллара) за фунт кофе. Благодаря этой относительно скромной премии фермер в Гватемале (где средний доход не превышает \$2000 в год) может почти вдвое повысить своё благосостояние. Но коль скоро на стандартный капучино требуется лишь четверть унции кофейных зёрен, уплаченная фермеру премия добавляет к себестоимости чашки кофе менее пенса.

Из тех дополнительных 10 пенсов, что взимала Costa, более 90% исчезали где-то на пути между покупателем и фермером. Получается, либо Costa и Cafédirect проедали эти средства (возмещая свои высокие издержки), либо это была их чистая прибыль. Организации по справедливой торговле кофе дают обещания производителям, а не потребителям. Покупая такой кофе, вы гарантируете фермеру хорошую цену, но это не значит, что и для *вас* торговля будет справедливой. Оптовые торговцы могут платить фермерам развивающихся стран в два, три, а то и в четыре раза выше среднерыночной цены, и себестоимость капучино вырастет лишь незначительно, поскольку кофейные зерна составляют лишь малую её часть. Лишние 10 пенсов к цене создают ошибочное представление о том, во сколько на самом деле обходится «справедливый» кофе.

После некоторого расследования, предпринятого одним Экономистом под прикрытием, в Costa решили, что затея создаёт неверное впечатление. Так что к концу 2004 года там стали подавать «справедливый» кофе только по особому требованию и без наценки. Costa отказалась от наценки потому, что это создавало компании дурную репутацию, а вовсе не потому, что было неприбыльно. Но *почему* наценка на «справедливый» кофе была выгодной? Явно не потому, что в Costa противились самой идее справедливой торговли и хотели высокой ценой отбить у потребителей охоту к идеалистическому поведению. Всё дело в том, что «справедливый» кофе помог Costa отыскать покупателей, которые не прочь заплатить больше, если им предоставить разумный повод. Заказывая «справедливый» кофе, вы посылали Costa два сообщения. Первое интересовало их очень мало: «Я думаю, что “справедливый” кофе – это товар, который следует поддержать».

Второе сообщение было тем, что они давно мечтали услышать: «Я не прочь заплатить чуть больше».

Это немедленно сообщало Costa то, что нужно. Они знают теперь, что сознательные граждане в кофейнях склонны более беспечно относиться к деньгам, а «несознательные» имеют обыкновение смотреть на ценники.

Капучино для ответственных	£1, 85
Капучино для тех, кому всё равно.....	£1, 75

Задача Costa – извлечь максимум из той власти дефицита, которую они арендовали у «Лондонского глаза». Они разрываются между двумя путями: под-

нять цены и потерять часть покупателей или же снизить цены и потерять часть прибыли. Если бы они были обязаны брать одну цену со всех, им пришлось бы гадать, какой вариант лучше. Но если фирма может брать больше с расточительных (но сознательных) клиентов и меньше — с экономных (но безразличных), то выбирать не нужно — она получает всю возможную выгоду. Кстати, не стоит переживать за Costa в связи с их отказом от этой стратегии. У компании есть множество других способов определить, когда покупатели готовы переплатить. И конечно, Costa Coffee не отличается каким-то особенным коварством. Всякая нормально управляемая фирма стремится взять с каждого покупателя максимальную цену, какую он готов платить, — и берёт.

Возьмём первое попавшееся кафе компании Starbucks, хотя бы то, что стоит на углу улицы «П» и 14-й авеню в Вашингтоне. Прейскурант выглядит так:

Горячий шоколад.....	\$2,20
Капучино.....	\$2,55
Мокко.....	\$2,75
Мокко с белым шоколадом.....	\$3,20
Капучино 20 унций.....	\$3,40

Или, в переводе:

Горячий шоколад — без наворотов.....	\$2,20
Капучино — без наворотов.....	\$2,55
Смешайте их — я ведь особенный.....	\$2,75
Насыпьте другой порошок — я ведь совершенно особенный.....	\$3,20
Налейте побольше — я такой жадный.....	\$3,40

Starbucks не только стремится предложить покупателям разнообразный выбор. Компания также предоставляет клиентам все возможности показать, что те не смотрят на цену. Ведь сделать чашку побольше, добавить сироп, шоколад или шапку из взбитых сливок совсем недорого. Производство всех напитков из вышеприведённого меню обходится Starbucks примерно одинаково, плюс-минус 5–10 центов.

Значит ли это, что Starbucks дерёт втридорога со всех потребителей? Нет. В этом случае обычный капучино или горячий шоколад стоили бы \$3,30, а все добавки вы могли бы получить за гривенник сверху. Может, Starbucks этот вариант и показался бы привлекательным, но фирма не может заставить чувствительных к цене покупателей платить столько. Продавая примерно одинаковые по себестоимости напитки по совершенно разным ценам, Starbucks выкуривает из норы тех покупателей, для которых цена не на первом месте. Точного способа выявить таких покупателей нет, поэтому Starbucks предлагает им самим выбрать роскошный крюк и подвесить себя на нём.

Он рождается каждую минуту: два способа его найти

Есть три способа отыскать покупателей с беспечным отношением к ценам. Поговорим вначале о первых двух, а лучший оставим на закуску.

Первый экономисты называют «ценовой дискриминацией первой степени», но лучше бы назвать его стратегией «индивидуального ценообразования». Её суть в том, чтобы оценивать каждого потребителя в отдельности и просить с него ровно столько, сколько тот готов платить. Этой стратегией пользуются продавцы подержанных машин и продавцы недвижимости. Она требует опыта и больших усилий. Неудивительно, что чаще всего она применяется при продаже товаров, дорого стоящих в сравнении со временем продавца — машин и домов, а также сувениров на африканских уличных базарах, где бедняку-лоточнику не зазорно немного поторговаться ради лишнего доллара.

Впрочем, нынче компании пытаются автоматизировать оценку отдельных покупателей, чтобы сократить затраты времени. Например, супермаркеты собирают информацию о том, сколько вы готовы платить, посредством выдачи вам дисконтной карты, которая нужна, чтобы покупать товары по сниженным ценам. В обмен на более низкие цены вы позволяете магазину следить за тем, что вы покупаете, и затем, в свою очередь, предлагать вам купоны со скидками на отдельные товары. Метод не идеален, поскольку супермаркеты могут рассылать лишь купоны со скидками, но не с наценками. Купоны с наценками никогда не пользовались успехом.

При наличии определённых технологий фирмы, обладающие властью дефицита, применяют весьма изощрённые методы ценообразования. Уже не секрет, что интернет-ритейлеры вроде Amazon могут опознать каждого покупателя при помощи специальных программных средств — «кукиз»^{*}. Прежде цены в Amazon формировались на основе сведений об отдельных покупателях. И фактически компания действительно предлагала купоны с наценкой: два читателя, покупая одну и ту же книгу, могли увидеть разные цены в зависимости от их поведения при предыдущих покупках. Хотя в супермаркетах это сложнее, чем при продажах онлайн, при наличии соответствующей технологии ритейлеры могли бы делать то же самое — каждый покупатель получал бы персональную метку, а ценники менялись бы в зависимости от того, кто на них смотрит.

Конечно, публика такое «уникальное» ценообразование не жалует. В случае с Amazon покупатели стали замечать, что если стереть «кукиз» из компьюте-

^{*} Cookies — файлы на компьютере пользователя, куда Amazon или другой интернет-магазин записывает историю покупок и просмотра веб-страниц, а затем — при следующем посещении — считывает их и «опознаёт» посетителя.

ра, им предлагают другие, и часто более низкие цены. Когда потребители поняли, чем занимается компания, поднялся большой шум. Как и Costa, Amazon пообещала больше так не делать.

.....

Любопытно, что против второй стратегии – «группового подхода», или установления разных цен для разных групп потребителей – люди протестуют не в пример меньше. И правда, кто же против льготных тарифов на проезд для детей и пенсионеров? Несомненно, у кофеев должны быть резоны давать скидку тем, кто работает неподалёку, а на туристические достопримечательности хорошо бы пускать местных жителей по сниженным тарифам. Эта стратегия зачастую кажется мудрой, потому что люди из тех групп, что платят больше, – это, как правило, люди, которые могут позволить себе больше; а люди, которые могут больше себе позволить, обычно меньше волнуются о цене. Но следует помнить, что это лишь удачное совпадение. Компании, пытающиеся увеличить прибыль и извлечь максимум из обладания дефицитным ресурсом, интересуются прежде всего теми, кто *желает* платить больше, а не теми, кто *может позволить* себе платить больше.

К примеру, предоставляя скидку 50% местным жителям, администрация парка Disney World во Флориде вовсе не подразумевает, что жители Солнечного штата до невозможности бедны. Просто в компании знают, что по сниженной цене местные будут с большей вероятностью посещать парк регулярно. А турист придёт один-единственный раз, и неважно, дешёвые будут билеты или дорогие.

Этот пример проникает в самую суть и показывает, что на самом деле имеется в виду под «чувствительностью к цене», «щедростью» или «беспечным отношением к ценам». Если я подниму цену, насколько упадут продажи? И если я снижу цену, насколько они поднимутся? Экономисты называют это «прямой эластичностью спроса по цене». Хотя мне кажется, термин «чувствительность к цене» был бы понятнее.

Посещающие Флориду туристы менее чувствительны к цене, чем местные жители. Значит, если Disney World поднимет цену, местные могут отказаться от похода в парк. Точно так же, если входная плата снизится, местные жители могут начать ходить в парк регулярно, чего туристы, вероятно, делать не будут. Высокий достаток иногда влечёт нечувствительность к ценам, но не всегда. Перелёты бизнес-классом дороги, потому что фирмы готовы платить, а авиакомпании обладают властью дефицита, достаточной, чтобы извлечь из этого выгоду. Деловые телефонные звонки стоят дешево: хотя фирмы были бы готовы платить и дороже, но конкуренция слишком сильна, чтобы какая-либо телефонная компания смогла их к этому принудить.

То же касается и скидок в кофейнях для тех, кто работает рядом. Кофейня АМТ на станции «Ватерлоо» в Лондоне скинет вам 10%, если ваш офис неподалёку. Это не потому, что местные труженики бедны. В их числе высшие правительственные чины и щедрее щедрого оплачиваемые сотрудники нефтяного гиганта Shell. Скидка отражает тот факт, что местные служащие, хотя и богаты, всё же чувствительны к цене. Пассажиры, следующие через «Ватерлоо», на бегу замечают одну—две вывески и согласны платить за удобство. Местный же работник, вываливающийся из офиса в и утра, чтобы попить кофе, может отправиться в любом направлении. У него на выбор несколько одинаково удобных кафе, каждое из которых он может предварительно опробовать. Такому посетителю сам бог велел быть чувствительным к цене, невзирая даже на достаток.

Стратегия «индивидуального ценообразования» трудна в исполнении — отчасти потому, что требует большого количества информации, а отчасти из-за сильного общественного неприятия. Но несмотря на сложности, она настолько прибыльна, что компании постоянно ищут новые пути её реализации. Стратегия «группового ценообразования» — скидки студентам или местным жителям — менее эффективна, но её легче реализовать на практике. К тому же общество обычно её благосклонно принимает и даже приветствует. И оба варианта приносят больше прибыли, чем если обращаться со всеми покупателями как с однородной массой.

Третий способ:

ИНДЮШКИ ГОЛОСУЮТ ЗА РОЖДЕСТВО

Самый умный и наиболее распространённый способ сделать так, чтоб индюшки сами проголосовали за Рождество — применить стратегию «явки с повинной». Именно её используют Costa и Starucks, когда убеждают некоторых покупателей «сознаться» в нечувствительности к цене. Чтобы покупатели себя выдали, нужно иметь в продаже несколько товаров, хотя бы чуть-чуть отличающихся друг от друга. Поэтому компании предлагают свою продукцию в различных количествах (большой капучино вместо маленького или три по цене двух), с различными свойствами (со взбитыми сливками или белым шоколадом или со «справедливыми» ингредиентами) или даже в различных местах, поскольку сэндвич в станционном киоске — это не тот же самый товар, что физически идентичный ему сэндвич в гипермаркете за городской чертой.

Резонно поинтересоваться: насколько распространена подобная тактика? Ведь если товары отличаются, откуда нам знать, это фирма проворачивает трюк с ценой или всего лишь перекладывает на нас дополнительные издержки? Может, и правда «справедливый» кофе в капучино стоит 10 пенсов? Может, банки

со взбитыми сливками дорого хранить в холодильнике и неудобно вычищать, а персонал ненавидит возиться с ними? Может, большую чашку кофе пьют дольше, и потому плата берётся не за кофе, а за занимаемый столик? И если так, то высокая цена — это не попытка заставить меня выдать себя, просто Costa возмещает свои затраты? Но, полагаю, можно без особой опаски утверждать, что компании рады любой возможности выжать максимум из своей власти дефицита и что ценовое таргетирование — самый распространённый способ сделать это. Если нечто выглядит как ценовое таргетирование — видимо, это оно и есть.

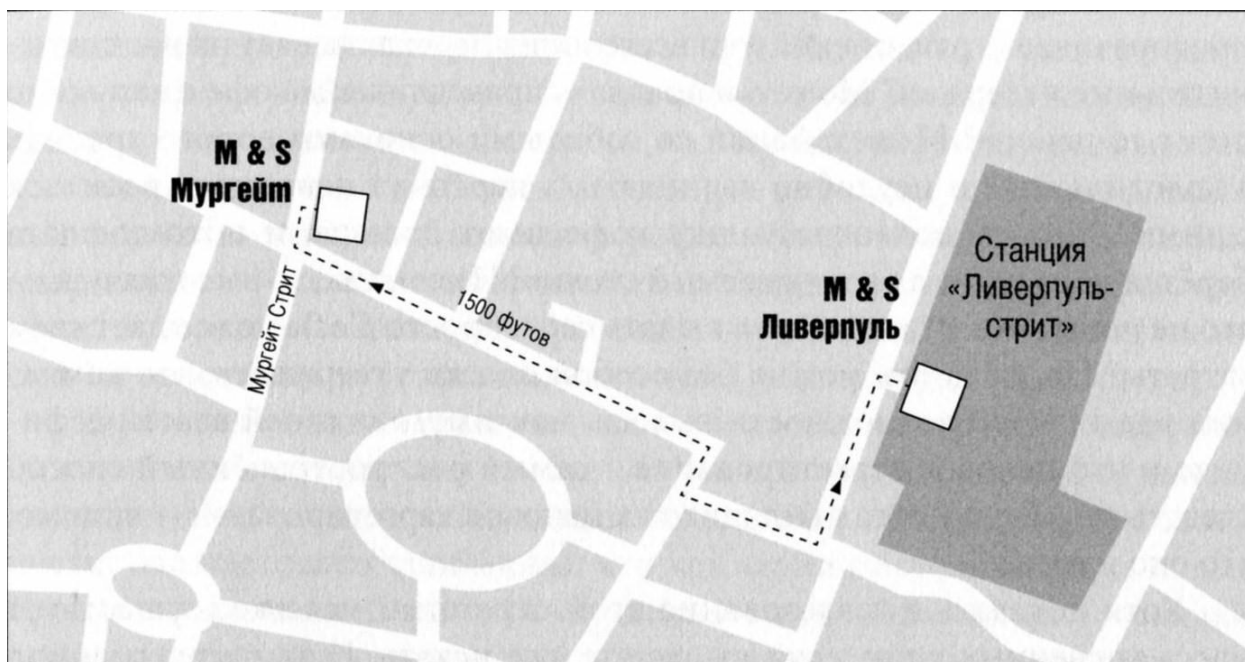
Хотя доказать использование этой стратегии нелегко, существует масса косвенных улик, если вы знаете, где искать. К примеру, разница в цене между большим и маленьким капучино всегда одинакова, пьёте ли вы его в кафе или берёте навынос. (За исключением моей любимой кофейни Monmouth в лондонском районе Ковент-Гарден. У них мало места, и они возьмут с вас дороже за большой капучино, если вы будете пить внутри. Однако они просят меньше, если вы берёте навынос, и в этом случае капучино будет только одного объёма. Я решил, что они слишком добросердечные люди, чтобы стремиться к прибыли.) Но если эта разница отражает стоимость места в кофейне, то так быть не должно. Так что есть серьёзные основания подозревать, что кофейни взяли на вооружение стратегию «самотаргетирования», взимая высокую плату именно с тех покупателей, которые демонстрируют готовность её заплатить.

Кофейни не одни такие

Супермаркеты превратили ценообразование в искусство, придумав великое множество приёмов. Над главным вестибюлем лондонской станции «Ливерпуль-стрит» расположен магазин Simply Food фирмы Marks and Spencer, снабжающий провиантом занятых пассажиров по пути в Лондон и обратно. Мы теперь знаем всё о дефицитной ценности железнодорожных станций, поэтому нас не должно удивлять, что этот магазин недёшев, даже в сравнении с другим магазином Marks and Spencer в каких-нибудь полутора тысячах футов отсюда, на улице Мургейт.

Я выбрал наугад пять товаров в магазинах на Ливерпуль-стрит и сумел обнаружить четыре из них в магазине на Мургейт. Каждый там был примерно на 15% дешевле. Большие салаты стоили £3,5 и £3 (\$6,60 и \$5,65), сэндвичи — £2,20 и £1,90 (\$4,15 и \$3,55) соответственно. Но даже когда эта разница выходит на поверхность, немногие работающие в городе отправятся за несколько кварталов ради экономии в тридцать пенсов (примерно полдоллара). Вот вам пример смелого и эффективного ценового таргетирования.

Какой путь вы готовы проделать, чтобы сэкономить 30 пенсов?



Примерно 1500 футов (500 м) – это всё, что разделяет Marks and Spencer с заметно отличающимися ценами. Но для большинства горожан прогулка того не стоит.

.....

Другие супермаркеты ведут более осмотрительную ценовую политику. В очередной раз работая под прикрытием, я сравнил между собой два магазина Sainsbury: маленький супермаркет на Тоттенхэм-Корт-роуд в центре лондонского Вест-Энда и крупный магазин в Далстоне, одном из не столь преуспевающих районов Восточного Лондона. Найти одинаковые товары, продающиеся по разным ценам, оказалось сложнее. Значит ли это, что Sainsbury не занимается ценовым таргетированием так же активно, как Marks & Spencer? Вовсе нет. Но у них более элегантный подход.

Я обследовал Sainsbury по тому же принципу, что и Marks & Spencer: нужно было зайти в магазин и посмотреть, на что упадёт взгляд. Как вы, вероятно, знаете, то, что привлекает наше внимание, пока мы идём по магазину, оказалось там не случайно. Это результат тщательного планирования с целью выложить на вашем пути привлекательные, но прибыльные товары. Что считать привлекательным, зависит от того, кто покупатель. На Тоттенхэм-Корт-роуд все товары на виду были весьма дороги: апельсиновый сок Tropicana по £1,95 (\$3,66) за литр, коктейль Tropicana из сока и йогурта по £1,99 (\$3,50) за 100 мл, минеральная вода Vittel по 80 пенсов (\$1,50) за 750 мл и так далее. Не то чтобы эти напитки на Тоттенхэм-Корт-роуд были намного дороже, чем в Далстоне (кроме Vittel), но в Далстоне их дешёвые заменители попадались на глаза значи-

тельно быстрее.

К примеру, я не смог найти недорогой апельсиновый сок в магазине на Тоттенхэм-Корт-роуд, в Далстоне же натуральный сок Sainsbury стоял рядом с Tropicana по цене вдвое ниже, а сок из концентрата — почти в шесть раз дешевле Tropicana. Макароны под одним известным брэндом в обоих магазинах стоили одинаково, но только в Далстоне рядом с ними лежали макароны Sainsbury, опять же почти в шесть раз дешевле. Смысл всего этого — ориентировать магазин на Тоттенхэм-Корт-роуд на безразличных к цене покупателей, а магазин в Далстоне — на тех, у кого глаз намётан на выгодные сделки. При этом, разумеется, у каждого нечувствительного к цене покупателя в Далстоне есть масса возможностей проявить свою истинную натуру.

Ценовые махинации вокруг натуральной пищи

Компании, наиболее преуспевшие в ценообразовании, маскируют свои усилия по увеличению прибыли под весьма благородное поведение. Мы видели, как Costa Coffee трубила о своей приверженности справедливой торговле, используя её для выявления покупателей, у которых денег куры не клюют. Не менее успешная затея — предлагать скидки пенсионерам и студентам (в переводе: задирать цены для тех, у кого, вероятно, есть нормальная работа). У кого, кроме циника — или экономиста — повернётся язык выступить против столь достойной политики?

Сейчас самая актуальная забава — это ценовые трюки с органическими продуктами. Такая пища популярна по целому ряду причин, включая и то, что многие люди, напуганные многочисленными страшилками о пищевых заболеваниях, думают, что она полезнее или по крайней мере не убьёт их. Супермаркеты пришли на помощь, предлагая обширный ассортимент органических продуктов, наценка на которые куда выше дополнительных издержек ритейлера. В британских супермаркетах органические продукты лежат все рядом, как будто для удобства их любителей, но также и в интересах магазинов — это снижает риск, что покупатель узреет цену обычной альтернативы. В супермаркете Wholefoods в Вашингтоне, прямо напротив Starbucks, представлен богатый, роскошный ассортимент овощей и фруктов. Органические и обычным путём выращенные продукты лежат там бок-о-бок... но всегда бок-о-бок с совершенно другим продуктом. Органические бананы — рядом с обычными яблоками; органический чеснок — рядом с обычным луком. Вы никогда не увидите органические бананы рядом с обычными и органический чеснок рядом с обычным чесноком. Разница в ценах слишком отрезвляюще действовала бы на покупателя.

Но обязательно ли дороговизна органической еды — элемент ценового таргетирования? Органические продукты должны стоить больше: производить их дороже, чем обычные продукты, и дистрибуция тоже более затратна (из-за более коротких сроков годности). Но, как и в случае с капучино, стоимость сырья — лишь малая часть цены большинства продуктов питания на магазинных полках. Так, в Британии органическое молоко дороже обычного примерно на 50 центов, но фермеру от этого достаётся меньше двадцати. Неудивительно, что супермаркеты воспользовались возможностью, которую им даёт движение за органическую пищу, и взяли покупателя на прицел благодаря своей точной ценовой политике. Я бы порекомендовал следующее. Как бы вы ни были уверены в полезности органической пищи, не позволяйте ритейлерам наживаться на вашем энтузиазме: голосуйте кошельком за тот магазин или того поставщика, кто сводит к минимуму разницу в ценах между органическими продуктами и обычными.

Экономный шопинг и дешёвые магазины

Всякий раз, когда я говорю, что живу в Вашингтоне рядом с супермаркетом Wholefoods, мои собеседники непременно восторгаются, какой это замечательный магазин. Wholefoods объявляет себя «ведущим мировым супермаркетом натуральной и органической пищи», хвалится своим участием в жизни местного сообщества и предлагает несусветное разнообразие свежих фруктов и овощей наряду с выращенной без гормонов роста говядиной, европейскими сырами и пивом, шоколадом экстра-класса. Ходить туда за покупками — одно удовольствие, и продукты там отличные. Однако мои собеседники также жалуются, что там всё очень дорого. Но верно ли это?

Всё зависит от того, что понимать под дороговизной. Обычно люди делают такой вывод, сравнив цены в разных магазинах. Давайте и мы сравним цены в Wholefoods с ценами расположенного в пяти кварталах по соседству супермаркета Safeway — того самого, который местные жители прозвали «советским» за скудный выбор и безвкусное оформление. Типичная покупательская корзина из Wholefoods в девяти случаях из десяти будет стоить дороже. Но это скорее говорит о покупателях, чем о магазинах. На самом деле, и это легко проверить, если сравнивать цены на одни и те же товары, то в Wholefoods ничуть не дороже, чем в Safeway.

Safeway и Wholefoods просят в точности одни и те же деньги за бананы или коробочку помидоров черри или грейп. Надо признать, что в Safeway ниже цены на жёлтый лук, ирландское масло и сухой завтрак Cheerios. Но Wholefoods берёт меньше за минеральную воду, апельсиновый сок Tropicana Premium и сладкий лук. Всё просто: если вы купите большую корзину одних и тех же про-

дуктов в каждом из этих магазинов, расхождение между чеками скорее всего составит доллар—два, и возможно даже, что чек из Wholefoods окажется меньше.

Это не слишком соответствует распространённым представлениям, что есть магазины дешёвые, а есть дорогие. Но подобные представления никогда не отличались особой разумностью. В конце концов, если некий магазин действительно берёт больше конкурента за один и тот же товар в том же самом месте и при сходном качестве обслуживания, это означает, что он имеет дело с покупателями-идиотами. Шопинг в Wholefoods доставляет больше радости, но когда жизнь берёт за грудки, это лишь ещё один супермаркет, где вы нарезаете крути, заполняя тележку, как и в Safeway.

Wholefoods дорог не в том смысле, что там просят больше за те же товары. Он дорог потому, что у него особая ценовая политика: продукты из базового набора товаров могут стоить относительно недорого, но сам ассортимент товаров в Wholefoods нацелен на покупателей с другими представлениями о том, что такое «базовый набор».

Приведём пример. Safeway берёт больше Wholefoods за апельсиновый сок Tropicana и газированную минеральную воду Poland Spring. Для клиентов Wholefoods сок Tropicana и газированная минералка – базовые товары, поэтому цены на них должны быть конкурентоспособными, в то время как посетители Safeway вполне могут счесть воду из-под крана и сок из концентрата превосходной заменой. Клиент Safeway, покупающий газированную минералку и натуральный сок, сигнализирует о тяге к красивой жизни. А в Wholefoods покупатель может пройти мимо Tropicana, которая представляется ему дешёвым вариантом, и выбрать более дорогой коктейль из свежавыжатого сока в специальном отделе магазина.

Традиционные сорта лука, жёлтый и сладкий, в обоих магазинах стоят одинаково. Но в Wholefoods покупатель может выбрать и необычные сорта: жемчужный, красный и даже органический лук с изрядной наценкой. Покупатель Wholefoods, ищущий продукты по сносным ценам, найдёт их. А тот, кто хватается первый попавшийся под руку пакет с луком, сполна заплатит за невнимание к ценам.

Вот почему корзина продуктов в Wholefoods может стоить гораздо дороже, чем в Safeway. Не потому, что Wholefoods «дорогой», а его покупатели тупицы, а потому, что Wholefoods предлагает дополнительные, более дорогие альтернативы, и покупатели готовы их брать, считая, что более качественный товар должен стоить дороже.

Так что вот вам мой совет: если хотите сэкономить на продуктах, не ищите дешёвый магазин. Делайте более дешёвый выбор. Сходные продукты очень часто стоят одинаково в магазинах разных категорий. Разорительный поход в магазин есть результат бездумного выбора товаров с высокой наценкой, а не то-

го, что вы зашли «не в тот» магазин. Разница в ценах — это в гораздо большей степени результат ценового таргетирования, чем различий в потребительской ценности, которую предлагают разные магазины.

Перемешайте это!

Другой распространённой ценовой стратегией является распродажа. Мы настолько привыкли к продажам по сниженным ценам сотен наименований товаров во всех магазинах, что даже не задумываемся, с какой стати магазины вообще это делают. Если как следует поразмыслить, распродажа оказывается хитрым методом ценообразования. В результате распродажи средняя цена в магазине снижается. Так зачем дважды в год снижать цены на 30%, если можно всё время держать их ниже на 5%? Изменение цен причиняет магазинам огромные хлопоты — приходится менять ценники и рекламу. Почему же они идут на это?

Одно из объяснений в том, что распродажа — эффективный способ сегментировать покупателей. Если одни покупатели ищут выгодные сделки, а другие — нет, то магазину лучше всего устанавливать либо высокие цены, чтобы выманить денежки у лояльных (или ленивых), либо низкие, чтобы завоевать сердца охотников за дешевизной. Средний ценовой диапазон не годится: эти цены недостаточно высоки, чтобы снять сливки с лояльных покупателей, и недостаточно низки, чтобы привлечь любящих поэкономить. Но и это ещё не всё: если бы цены были стабильными, то даже самые нечувствительные к ценам покупатели рано или поздно выучили бы, в каком магазине что дешевле. Поэтому вместо того, чтобы придерживаться высоких или низких цен, магазины скачут между двумя этими крайностями.

Распространённая ситуация — два супермаркета сражаются за одних и тех же покупателей. Как мы отмечали, трудно систематически поддерживать более высокие цены и при этом не растерять значительную часть клиентов. Так что в среднем оба супермаркета установят похожие цены, и оба внесут элемент путаницы. Так они смогут отличить охотников за выгодными покупками от тех, кому нужны конкретные товары — например, ингредиенты для праздничного блюда по рецепту из поваренной книги. Первые хватают всё, что выставлено на распродажу, и уже потом решают, для чего им это понадобится. Вторые приходят за конкретными продуктами и менее чувствительны к ценам. Такая стратегия ценового таргетирования срабатывает только потому, что супермаркеты постоянно меняют модели своих специальных предложений, а также потому, что ходить в оба магазина было бы слишком хлопотно. Если бы покупатели умели достоверно предсказывать, какие продукты подпадут под распродажу, они могли бы заранее планировать своё меню и даже подбирать супермаркет, где ингредиенты будут дешевле всего.

Мы не погрешим против истины и даже поймём больше, если увидим распродажу с обратной стороны, т.е. если рассмотрим обычные цены как результат накрутки на цены распродажи, а не сниженные цены как результат скидки. Если распродажи происходят по случайному принципу, то этим же законам подчиняется и повышение цен. Оказывается, что для компании более прибыльно повышать цены (делать надбавку к цене распродажи) по-крупному и неожиданно, чем по чуть-чуть, но предсказуемым образом. Потребителям трудно избежать непредсказуемого роста цен — а в случае с дешёвыми товарами его можно и вовсе не заметить, — но люди с лёгкостью избегают предсказуемого повышения.

.....

Когда в следующий раз пойдёте в магазин, попробуйте найти другие странности в ценах. Обращали ли вы внимание, что супермаркеты часто берут почти в десять раз больше за свежий перец чили в упаковке в сравнении с тем, что лежит россыпью? Это потому, что обычно его покупают в столь малом количестве, что покупателю не приходит в голову проверить, стоит ли он четыре цента или сорок. Излюбленный трюк супермаркетов — утроение цен на овощи по случайному принципу. Те покупатели, что заметят наценку, в этот раз купят другой овощ, а те, кто нет, попадутся на крючок бессовестной накрутки.

Однажды я искал картофельные чипсы и подметил особенно ловкий трюк. Чипсы моего любимого брэнда с солью и перцем лежали на верхней полке, а все остальные сорта чипсов этой марки в упаковке того же объёма — на нижней полке на расстоянии всего нескольких футов. Чипсы на верхней полке стоили на 25% дороже, хотя упаковки были одинакового объёма. Покупатели, бравшие чипсы сверху, тем самым демонстрировали, что не потрудились сравнить цены на два практически одинаковых товара, лежащих совсем рядом. Очень уж чипсов хотелось.

Ясное дело, для некоторых людей вкус важен. Некоторые заметят, что чипсы с солью и перцем дороже, но даже поворчав, всё равно заплатят. Другие возьмут другой сорт, радуясь, что у них такой неприхотливый вкус.

Но общий принцип работает во всех супермаркетах: там полно близких (и не очень) товаров-заменителей, одни подешевле и другие подороже, и цены на них во многом случайны. Ввиду элемента случайности самый выгодный шопинг — у тех потребителей, которым хватает внимательности замечать, помнить и сравнивать цены. Если хотите перехитрить супермаркет, лучшее оружие — элементарная наблюдательность. Ну а если вы не хотите себя этим утруждать, то вам и вправду экономить ни к чему.

Проверка № 1: обладает ли компания реальной властью дефицита?

Пришло время для проверки на практике. Обсуждая крупные компании, легко увлечься мыслями о том, как они могущественны и как мы доверчивы. Это неверный подход.

Помните, что ни одна компания не обладает властью, если не располагает дефицитным ресурсом, и часто мы сами вручаем им такой ресурс из-за собственной лени. Ничто не мешает нам пройтись или проехаться от одного магазина до другого; ничто не мешает нам совершить небольшие подсчёты в уме при покупке перца чили или пару секунд пошарить глазами вокруг при покупке картофельных чипсов.

Всякий магазин обладает небольшой властью дефицита хотя бы потому, что отказ от покупок и поход в соседний магазин требуют усилий. Но некоторые магазины обладают большей властью, чем другие. Об этом полезно поразмыслить, если вы не хотите попасть под прицельный огонь.

К примеру, каков ответ на вопрос, заданный в предыдущей главе: почему так дорог попкорн в кинотеатрах? А вино в ресторанах дорого по той же причине или нет? В обоих случаях напрашивается ответ: «Раз уж они заманили вас внутрь, то могут запросить сколько угодно». Но мы знаем, что ответ, лежащий на поверхности, скорее всего, ошибочен. Может, потребители и туповаты, но не настолько. Ещё *до того*, как перешагнуть порог ресторана или кинотеатра, люди прекрасно понимают, что за вино или попкорн с них возьмут втридорога.

Теперь у нас есть ответ получше: по всей видимости, это стратегия Ценового таргетирования. Те любители кино, что чувствительны к ценам, принесут попкорн с собой или обойдутся без него. Человек, к цене нечувствительный — может, у него свидание и он не хочет показаться жмотом, — просто заплатит за дорогий попкорн. Очень умно.

Это объяснение намного лучше, поскольку во многих небольших городах всего один кинотеатр, но даже если их десять, интересующий вас фильм часто идёт только в одном. Это даёт кинотеатру большую власть дефицита, и если директор неплохо соображает, он воспользуется ею по полной.

Однако это не объясняет высокие цены на алкоголь в ресторанах. Типичный ресторан располагает меньшей властью дефицита, чем кинотеатры, поскольку в большинстве городов ресторанов довольно много. Если власть дефицита невелика, цены должны соответствовать затратам. Но даже в самом обычном ресторанчике цены на вино кусаются. Более разумное объяснение таково: одна из самых крупных статей затрат в ресторанном бизнесе — места за столика-

ми. Рестораторы и рады бы взимать плату с тех, кто слишком засиживается, но делать они этого не могут и потому устанавливают высокие цены на товары, потребляемые во время длительных застолий — алкоголь, закуски, и десерты.

Мы ходим в кинотеатры, чтобы посмотреть кино, и в рестораны, чтобы поесть. Может быть, верно будет сказать, что нас обжуливают на дополнительных услугах? Вовсе нет. Одна из услуг, доступных и в кино, и в ресторане, это посещение туалета. Оно всегда бесплатно, как и водопроводная вода в ресторанах. Не дополнительные услуги помогают вытягивать из нас деньги, а недостаточная чувствительность потребителей к цене. Она позволяет бизнесам, располагающим властью дефицита, заниматься точным ценовым таргетированием.

Проверка № 2: может ли компания заткнуть течь?

Возможно, вы руководите некой компанией и при чтении всего этого радостно потираете руки, замышляя применить хитрые стратегии ценового таргетирования в своём бизнесе. Пока вы не слишком возбудились, сообщая, что прежде необходимо устранить протечки в вашей системе таргетирования. В блестящей маркетинговой схеме, описанной выше, есть две большие дыры, грозящие катастрофой.

Первая проблема в том, что потребители, которых вы считаете нечувствительными к ценам, могут отказаться играть в вашу игру. Нетрудно отвадить чувствительных к цене потребителей от дорогих товаров, но куда труднее удержать нечувствительных покупателей от покупки дешёвых. Когда разница в цене невелика, это не проблема. Мы уже видели — можно устроить так, чтобы потребитель уплатил наценку, скромную в абсолютных величинах, но гигантскую в относительных, если всего лишь завернуть перец чили в пластиковый пакет или переложить пакет с чипсами на верхнюю полку. Сложнее, когда дело доходит до траты более крупных сумм.

Едва ли не самые яркие примеры есть в транспортной сфере. Ездить и летать первым классом намного дороже, чем экономклассом, но поскольку речь в конечном счёте лишь о перемещении из пункта А в пункт Б, вытянуть деньги из обеспеченных пассажиров может оказаться не так просто. Чтобы ценовое таргетирование было эффективным, фирме необходимо преувеличить разницу между лучшим и худшим уровнем сервиса. К примеру, нет никаких оснований не оборудовать железнодорожные вагоны экономкласса столиками (в британских поездах их обычно нет), если не считать того, что потенциальные пассажиры первого класса могут купить более дешёвый билет, увидев, как комфортно стало ездить экономклассом. А пассажиры экономкласса в итоге страда-

ют.

Вот знаменитый пример той эпохи, когда во Франции только появились пассажирские поезда:

«Та или иная компания держит вагоны третьего класса открытыми и с деревянными скамьями не потому, что ей жалко нескольких тысяч франков на обустройство крыши и обивку сидений... Компания пытается отвлечь тех, кто может заплатить за второй класс, от следования третьим; тем самым она ударяет по бедным, но не потому, что хочет им насолить, а чтобы запугать богатых. ...По той же самой причине, проявляя жестокость к пассажирам третьего класса и пренебрежение к пассажирам второго, компании демонстрируют щедрость в отношении пассажиров первого. Отказав бедным в самом необходимом, они дают богатым больше, чем нужно».

Убогость большинства залов вылета в аэропортах – из той же серии. Если бы они стали комфортабельнее, преимущество ожидания вылета в VIP-залах уже не было бы доводом в пользу покупки билетов бизнес-класса. По той же причине стюардессы не выпускают из самолёта пассажиров экономкласса, пока не выйдут пассажиры первого и бизнес-классов. Такой «сервис», ясно, не для покупателей дешёвых билетов, а для тех, кто с жалостью и отвращением глядит на них из переднего салона самолёта. Идея ясна: продолжайте платить за свои дорогие места, а не то в следующий раз окажетесь по другую руку от стюардессы.

В супермаркетах используется похожий приём: некоторые продукты упаковываются так, словно их создатели хотели подчеркнуть их ужасное качество. Супермаркеты часто создают под своим брэндом линейку «бюджетных» товаров с одинаковым грубым дизайном этикетки, будь это лимонад, хлеб или консервированная фасоль. Нанять хорошего художника и отпечатать более симпатичную этикетку не так уж дорого. Но это значило бы разрушить сам замысел: такого рода упаковка специально создаётся, чтобы отпугнуть клиентов, готовых платить больше. Даже те покупатели, что готовы заплатить внятеро дороже за бутылку лимонада, купят дешёвый продукт, если супермаркет не приложит особых усилий, чтобы их от этого удержать. Поэтому, как и отсутствие столиков в вагонах экономкласса и неудобные кресла в залах ожидания аэропортов, уродливое оформление «бюджетных» товаров предназначено для того, чтобы покупатели-снобы сами сели на крючок высокой цены.

Самый удивительный пример – в мире компьютерной техники. Дешёвый лазерный принтер LaserWriter E компании IBM на поверку оказывается в точности таким же аппаратом, что и LaserWriter верхнего ценового сегмента. За исключением того, что в дешёвой версии стоит дополнительная микросхема, снижающая скорость печати. Самым эффективным способом нацелить свои принтеры на разных покупателей оказалось сконструировать и выпустить одну

и ту же модель, но торговать ею по двум ценам. Разумеется, чтобы хоть кто-нибудь купил дорогой принтер, надо было сделать дешёвый медленнее. Это кажется расточительством, но это точно дешевле, чем конструировать и выпускать два совершенно разных принтера. Производитель микросхем Intel играет в ту же игру, торгуя двумя очень похожими процессорами по разным ценам. В этом случае процессор худшего качества даже дороже в производстве: чтобы его изготовить, нужно взять более качественный чип и проделать дополнительную работу – отключить некоторые функции.

Компьютерные программы часто имеют две или несколько версий: одна («профессиональная») обладает полной функциональностью, другие, для массового пользователя, продаются по гораздо более низким ценам. Но не все понимают, что «профессиональная» версия обычно разрабатывается первой, а потом для массового продукта те или иные функции отключаются. Несмотря на высокую цену за «профессиональную» версию, именно дешёвая версия обходится дороже на этапе разработки. И конечно, обе версии продаются на компакт-дисках с одинаковой себестоимостью. Структура затрат на аппаратное и в особенности программное обеспечение нетипична: это громадные расходы на исследования и разработку и относительно низкие производственные издержки. На пике интернет-пузыря впавшие в эйфорию компьютерные гуру утверждали, что новая структура затрат меняет всё. Но, как мы видим, базовые правила бизнеса в высокотехнологичных отраслях не так уж отличаются от практики железнодорожных компаний или кофеен.

.....

Таким образом, первая «течь» стратегии ценового таргетирования – это богатые потребители, которые будут покупать дешёвые товары, если магазин целенаправленно этому не препятствует. Вторая «протечка» создаёт больше всего проблем для компаний, применяющих стратегию «группового таргетирования»: их товары могут перетекать от одной группы потребителей к другой. Потребители, получившие скидку, могут купить товар и перепродать его с наваром тем покупателям, с кого фирма берёт дороже. До сих пор мы в основном говорили о услугах, которые невозможно перепродать (вроде поездки на автобусе или визита в Disney World), или о товарах, перепродавать которые слишком хлопотно (сэндвич или чашка кофе). Это не случайно. Услуги и товары первой необходимости – самая благодатная почва для стратегии ценового таргетирования, поскольку они не способны к перетеканию. Самые большие фокусы с ценами творятся в авиакомпаниях, в ресторанах и барах (в большинстве книжных магазинов нет «счастливого часа»^{*}), супермаркетах и в местах туристических развлечений.

^{*} Определенное время суток, когда на всю продукцию предлагаются скидки.

Другие товары, напротив, по природе своей текучи: они дороги, легко перевозятся и не портятся. Очевидные примеры – продукты на цифровых носителях (музыка, фильмы и программное обеспечение) и лекарства. На что только не идут компании, чтобы заделать дыры; но в эпоху, когда Интернет позволяет нам заказывать товары из любого уголка мира, избавляться от утечек всё труднее. Например, производители DVD договорились о системе регионального кодирования, чтобы купленный в США диск нельзя было просмотреть в Европе. Однако эти планы разбиваются о негласный союз потребителей и производителей бытовой электроники: последние охотно выпускают DVD-проигрыватели, способные читать диски из любой точки мира.

Если наши чувства схожи, то всё это выглядит довольно низко. Однако та же самая общественность, что презирует производителей DVD за попытку торговать по разным ценам на разных рынках, также уверена, что крупные фармацевтические компании обязаны поставлять лекарства бедным странам по сниженным ценам. Наше нравственное чутьё, похоже, запутывает нас.

А может, всё проще: когда речь идёт о важном товаре вроде лекарства от ВИЧ, нам кажется, что самое главное – донести его до бедных; когда дело касается такой банальной вещи, как DVD-диск, тогда превалирует раздражение от того, что нас обдирают. Но одно с другим не вяжется. DVD поступают и в самые бедные регионы, так может быть, нам стоит испытывать хоть какое-то удовлетворение от того, что бедные в развивающихся странах могут смотреть кино в барах и деревенских клубах? Или же, наоборот, следует негодовать, что фармацевтические компании заставляют нас переплачивать за жизненно необходимые лекарства в развитых странах? Экономист не в силах разрешить эти этические затруднения, но он может раскрыть проблему так, чтобы её этическая сторона стала хотя бы яснее для публики.

Когда ценовое таргетирование – это хорошо

Проведём мысленный эксперимент.

Представим себе вымышленную фармацевтическую компанию – корпорацию «Пилюля», которая разработала новое и беспрецедентно эффективное средство для лечения ВИЧ. Предположим, компания не играет в ценовые игры и повсюду торгует по одной цене. «Пилюля» назначает такую цену, чтобы прирост продаж от её снижения в точности компенсировал уменьшение наценки. Допустим, компания снизит цену и тем самым уменьшит наценку вдвое. Если удвоить продажи не удастся, при быль упадёт. Можно поднять цену и удвоить маржу, но если продажи упадут более чем вдвое, прибыль также уменьшится.

Максимальную прибыль компания получит, установив такой уровень цены, при котором и снижение, и повышение цены лишь слегка навредит значению в итоговой строке.

Цена будет высокой, потому что люди в богатых странах готовы платить много за эффективное лекарство, и нет смысла терять покупателей, платящих тысячи долларов, ради тех, кто платит гроши.

Плохо дело. Выходит, корпорация «Пилюля» пользуется властью дефицита, чтобы дорого продавать лекарство, спасающее жизнь. В итоге люди в бедных странах лекарства не получают. Они гибнут из-за жадности «Пилюли».

Но это лишь одна сторона дела. Благодаря жадности «Пилюли» люди ещё и выживают. Компания разрабатывала лекарство, поскольку её вела надежда застолбить за собой доходный патент. Разработка лекарств обходится очень дорого, и кто-то должен за это платить. При сложившейся практике платят государственные и частные страховщики, и раз США – заведомо крупнейший рынок, инновации и поощряются, и оплачиваются именно там.

.....

Хотя «Пилюля» и получает прибыль, торгуя своим лекарством по единой глобальной цене, но всё могло быть ещё лучше не только для компании, но и для всех остальных. Говоря «могло быть лучше», экономисты вовсе не имеют в виду: «Ничего не попишешь – жизнь порой жестока». Нет, речь идёт о вполне конкретном: корпорация «Пилюля» может зарабатывать больше денег и при этом лучше служить обществу.

Предположим, годовой курс препарата для одного потребителя обходится «Пилюле» в \$10, а продаётся за \$1000. Для богатых покупателей, готовых платить – или тех, у кого есть страховка, – это не проблема. Каждый год лечения \$990 переходят из рук тех, кто живёт с ВИЧ, в руки производителя лекарства. А вот водитель такси в Камеруне готов платить за годовой курс лечения только \$50; на остальные деньги он скорее купит еды или бензина. Вследствие глобальной ценовой политики «Пилюли» таксист не получит лечения, а компания – шанса заработать какую-то прибыль. Но если у «Пилюли» была бы возможность дать таксисту единовременную скидку и продать ему лекарство по любой цене между \$10 и \$50 – скажем, по \$30, – то выигрывали бы все. Таксист получит лекарство за \$30, хотя был готов заплатить \$50. «Пилюля» получит \$30 за таблетки стоимостью \$10 и сделает на этом двадцатку.

Вот что имеют в виду экономисты, говоря, что ситуация «могла быть лучше». Если можно произвести некоторое изменение, после которого хотя бы одному человеку станет лучше и никому не станет хуже, мы, экономисты, говорим, что текущая ситуация неэффективна, или, простыми словами, могла быть лучше. (Мы также говорим, что текущая ситуация эффективна, если всякое из-

менение, при котором как минимум одному человеку станет лучше, приведёт к тому, что кому-то другому станет хуже. Это не значит, что эффективную ситуацию нельзя улучшить; просто это не удастся сделать даром.)

.....

Теперь представим, что «Пилюля» практикует ценовое таргетирование: компания продолжает брать с потребителей на Западе \$1000, но при этом поставляет лекарство потребителям в развивающихся странах, таким как наш камерунский таксист, за \$30. Неожиданно для «Пилюли» открылся целый новый рынок: скидка позволила заполучить миллионы новых потребителей, приносящих по \$20 прибыли в год каждый. При этом в богатых странах компания продаёт столько же, сколько и всегда.

Но всё это при условии, что дешёвые таблетки не «утекают» обратно, что в действительности вызывает огромную озабоченность у фармацевтических фирм. Например, утечка дешёвых лекарств из Канады – реальная проблема для производителей лекарств, которые желают извлечь выгоду из готовности потребителей в США платить дорого, но также продают лекарства канадским учреждениям здравоохранения, которые много платят отказываются. Если утечка не прекратится, американские производители могут отказаться от предоставления скидок канадцам.

Этот пример также показывает, что более прозрачные благодаря Интернету и прочим изменениям в сфере коммуникаций цены порой выходят боком: компания, обладающая властью дефицита, теряет охоту предлагать товары со скидкой, поскольку вероятность их утечки становится выше.

Политика двойной цены «Пилюли» порождает много лучшую ситуацию. Потребителям в богатых странах хуже не стало. Акционерам «Пилюли» стало лучше. И больным СПИДом в бедных странах стало лучше. На жаргоне бизнесшкола это ситуация обоюдного выигрыша, или, как выразился бы экономист, заметное повышение эффективности.

Это не значит, что ситуация идеальна; это значит лишь, что налицо прогресс в сравнении с предшествующей ситуацией, когда власть дефицита «Пилюли» приводила к громадной неэффективности... и громадным человеческим потерям в бедных странах. Возможно, мы возмущены тем, что бедным отказывают в лекарствах, производство которых обходится в сущие гроши, не потому, что это несправедливо (многие вещи несправедливы), а потому, что это расточительно по отношению к жизни людей.

Когда ценовое таргетирование – это плохо

Программа ценового таргетирования корпорации «Пилюля» – взаимовыгодная затея. Но иногда подобные стратегии приводят к сплошному расточительству.

Рассмотрим ещё одну гипотетическую организацию – корпорацию «Паровоз», которая занимается железнодорожными пассажирскими перевозками. Поезд «Паровоза» всегда заполнен под завязку. Часть мест уходит со скидкой \$50 отдыхающим, забронировавшим места заранее, пенсионерам, студентам и тем, кто путешествует всей семьёй. Остальные билеты за полную цену в \$100 раскупают те, кто ездит постоянно, и другие командировочные. Это довольно стандартная стратегия группового таргетирования. Распродав некоторое количество дешёвых билетов, «Паровоз» ограничивает предложение и получает возможность поднять цену; оставшиеся места предлагаются только покупателям с наибольшей готовностью платить. («Паровозу» было бы также выгодно ограничить предложение, просто демонтировав часть сидений, но раз эти места тоже можно заполнить, выходит ещё лучше.)

Мы сразу видим – мы ведь экономисты, – что это неэффективно. Другими словами, можно придумать нечто такое, от чего как минимум одному человеку станет лучше и никому не станет хуже.

Так, можно найти пассажира, который готов был заплатить чуть меньше \$100, скажем \$95, но решил взамен поехать на машине, и предложить ему билет за \$90. Но где найти для него место, если поезд уже заполнен? Ну, можно выбрать студента, который особо не торопится и готов заплатить за билет чуть больше \$50, скажем \$55, и вежливо выставить его из поезда, вернув стоимость билета плюс \$10 сверху за беспокойство.

Что теперь получается? Пассажир был готов заплатить \$95, а заплатил только \$90. Он выгадал \$5. Студент был готов платить \$55 за билет стоимостью \$50, и если бы мы позволили ему ехать, он бы выгадал только \$5. Но мы только что дали ему ещё десятку, так что студент тоже счастлив. А что у нас с «Паровозом»? Компания только что продала пятидесятидолларовый билет за \$90, совершив более прибыльную сделку. Даже после выплаты студенту компенсации в \$10 компания получила на \$30 больше. Выиграли все. То есть могли бы выиграть, если бы компания внедрила эту систему взамен стратегии группового ценового таргетирования.

Но конечно, этого не происходит, поскольку если бы компания попыталась сделать это, то пассажиры, готовые заплатить сотню, принялись бы околачиваться у касс в ожидании билетов по \$90, а студенты, не собиравшиеся пла-

тить и полтинника, купили бы билеты всё равно и стали бы ждать компенсации за то, что их высадят. Всё это кончилось бы плохо для самой корпорации «Паровоз».

Если у вас уже голова идёт кругом, вот вам вывод на скорую руку: стратегия группового ценового таргетирования неэффективна, поскольку отнимает места у пассажиров, готовых платить больше, и передаёт их тем, кто готов платить меньше. Но авиакомпания и железные дороги продолжают её применять, поскольку альтернатива – индивидуальное ценообразование – просто нереалистична.

.....

Итак, иногда ценовое таргетирование менее эффективно, чем единая цена, как в случае с поездом; иногда более эффективно, как в случае с лекарством от ВИЧ. Более того, всякий раз, когда ценовое таргетирование не увеличивает физический объём продаж, а лишь перемещает товары от тех, кто ценит их сильнее (как постоянные пассажиры), к тем, кто ценит их меньше (как студенты в примере с корпорацией «Паровоз»), оно определённо менее эффективно, чем единая цена. Когда же ценовое таргетирование открывает новый рыночный сегмент без ущерба для старых, как в случае с корпорацией «Пиллюля», оно определённо эффективнее единой цены.

Есть и промежуточный вариант. Во многих случаях групповое ценообразование приводит отчасти и к тому, и к другому: оно открывает новые рыночные ниши, но в то же время происходит расточительное перемещение товаров от выгодных покупателей к менее выгодным. К примеру, эта книга сначала печатается в твёрдом переплёте по высокой цене, а потом появляется издание подешевле, в мягкой обложке. Издание с высокой ценой адресовано тем, кому не терпится узнать, что я написал, и библиотекам. Хорошо, что издатель сможет продавать в мягкой обложке дешевле, поскольку некоторые издержки этого варианта будут покрыты за счёт продаж в твёрдом переплёте, и книга дойдёт до большего числа читателей. Плохо, что ранняя версия книги намного дороже, чем могла быть, если бы издавалась только в мягком переплёте, так что некоторые покупатели книгу вообще не купят. Такова жизнь в мире ограниченных ресурсов: когда компании, обладающие властью дефицита, пытаются воспользоваться ею, ситуация почти всегда нерациональна. А значит, мы, экономисты, почти всегда сможем придумать что-нибудь получше.

Я говорю «почти», потому что компания, способная выстроить идеально индивидуальное ценообразование, не потеряет ни одной сделки: богатые или одержимые будут платить много, бедные или безразличные – очень мало, но ни один потребитель, готовый заплатить хотя бы по себестоимости, не получит от ворот поворот. Такая ситуация была бы эффективной.

Но будем реалистами. Крайне маловероятно, чтобы какая-нибудь компания обладала настолько детальной информацией о своих потребителях, чтобы совершать идеальные сделки. Для этого пришлось бы забраться в голову к каждому потенциальному покупателю и выяснить, насколько сильно он желает получить товар; а для правильной работы касс понадобился бы суперкомпьютер. Это просто неосуществимо. Но возможно, такая идея заставит вас задуматься. Что, если бы нам всё же удалось подключиться к мыслям каждого потребителя с помощью суперкомпьютера? Что, если бы у нас была вся необходимая информация, чтобы не упустить ни единой сделки? Был бы такой мир лучше?

Кое-что ещё могло бы привлечь ваше внимание. Когда корпорация «Пилюля» изменила свою глобальную ценовую политику, она сделала нечто, что было не только прибыльным, но также и эффективным, и справедливым ходом. Можно ли вывести закономерность более общего характера о том, при каких условиях жадность одного человека пойдёт на пользу всему обществу? Чтобы получить ответ на все эти вопросы, продолжайте читать.

ГЛАВА 3

РЫНКИ СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ И «ПРАВДИВЫЙ МИР»

ТРУДНО ПРЕДСТАВИТЬ, ЧТОБЫ ФИЛЬМЫ С ДЖИМОМ КЕРРИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА ИМЕЛИ ЧТО-ТО ОБЩЕЕ, НО, ОКАЗЫВАЕТСЯ, НАМ ЕСТЬ ЧЕМУ ПОУЧИТЬСЯ У ЭТОГО КОМИКА В ГУТТАПЕРЧЕВОЙ МАСКЕ.

Возьмём фильм «Лжец, лжец», рассказывающий историю Флетчера Рида. Когда желание его сына по случаю дня рождения чудесным образом исполняется, Рид обнаруживает, что вынужден в течение суток говорить одну только правду. Для Флетчера это серьёзная проблема, ведь он юрист – или вун, как это понимает его сынишка. Так что когда Флетчер в ужасе принимается закладывать сам себя, беспомощно выбалтывая правдивый ответ на любой вопрос, тут-то и начинается веселье. Кино, конечно, поинтереснее будет, но свободные рынки всё же кое в чём похожи на сына Флетчера Рида – они заставляют вас говорить правду. Для персонажа Керри последствия были унижительными, а мы с вами увидим, что мир без вранья – это предельно рациональная экономика, в которой невозможно улучшить жизнь одного человека, не ухудшив положение кого-нибудь другого.

В этой главе мы поговорим о том, что такое правда с точки зрения экономики, как она ведёт к эффективности и почему эффективность – это хорошо. Мы также исследуем и недостатки эффективности: почему она не всегда справедлива и почему у нас есть налоги. Мы увидим, что налоги – всё равно что враньё: они не к месту в правдивом мире. Но я открою один способ, как учредить налоги, которые и справедливы, и эффективны одновременно. И это станет хорошей новостью для пожилых людей, которым с трудом удаётся заплатить за

отопление зимой, и плохой новостью для Тайгера Вудса.

.....

Представим себе, что желание сына Флетчера Рида исполнилось не только в отношении его сладкоречивого папаши, но и в отношении всего мира. Теперь давайте попробуем купить капучино в этом правдивом мире. Перед тем как вспенивать молоко, бариста оглядывает вас с ног до головы и спрашивает:

- Сколько вы готовы выложить за этот кофе по максимуму?
- Вы бы рады соврать и притвориться, будто вообще не любите кофе, но правда сама слетает с губ:
- У меня кофеиновая ломка. Пятнадцать баксов.
- Ухмыльнувшись, бариста уже готовится пробить грабительский чек, но у вас самого есть к нему несколько вопросов:
- Сколько стоят кофейные зёрна для этого кофе?
- Сколько вы отдали за пластиковую крышку и стакан?
- Во что обходится вырастить корову и сколько молока можно с неё получить?
- Сколько электричества пошло на охлаждение, нагрев и освещение в кафе?

Теперь настала пора бариста ощутить себя в шкуре Флетчера Рида. Как бы он ни пытался увильнуть от ответа или преувеличить себестоимость капучино, он не может солгать. Выясняется, что капучино стоит не пятнадцать долларов, а менее одного. Бариста пытается торговаться, но у вас припасён ещё один, убийственный вопрос:

- Торгует ли капучино кто-нибудь ещё в радиусе тридцати ярдов?
- Да-а-а..., – стонет он, рухнув головой на прилавок в знак полного поражения.

И вы выходите из кафе полноправным владельцем стакана кофе, купленного по выгодной цене в 92 цента.

Цены необязательны – поскольку они раскрывают информацию

Всякой системе цен присуща правдивость. Она проистекает из того факта, что магазины и покупатели не обязаны продавать или покупать по данной цене – они всегда вправе отказаться. Если вы согласны заплатить за кофе всего 50 центов, никто не может заставить вас повысить своё предложение или вынудить бариста снизить цену. Сделка просто не состоится.

Конечно, часто приходится слышать, как люди жалуются, что вынуждены платить за что-нибудь – скажем, за апартаменты на западной оконечности Цен-

трального парка – заоблачную цену, запрашиваемую продавцом. Это так, но даже если иногда цены кажутся несправедливо высокими, вы всё равно не обязаны их платить. Взамен вы можете на эти деньги купить квартиру в Гарлеме, или дом в Ньюарке, или миллион чашек кофе.

На свободном рынке люди не покупают вещи, ценность которых для них ниже, чем запрашиваемая цена. И люди не продают вещи, ценность которых для них выше, чем просимая цена (а если и продают, то недолго: фирмы, как ни в чём не бывало торгующие кофе по цене в половину себестоимости, быстро выходят из бизнеса). Причина проста: их никто не заставляет, а это значит, что большинство транзакций, происходящих на свободном рынке, повышают эффективность обмена, поскольку они выгодны – или как минимум не убыточны – для обеих сторон и не наносят ущерба никому другому.

Теперь вы, наверное, понимаете, почему я утверждаю, что цены «говорят правду» и раскрывают информацию. На свободном рынке все покупатели кофе предпочитают иметь кофе, а не деньги, которые он стоит, или, иначе, они предпочитают кофе всему остальному, на что могли бы потратить 92 цента. Ценность товара для потребителя равняется его цене или выше её; а стоимость для производителя равняется цене или ниже её. Ясно как дважды два, но последствия этого весьма драматические.

Утверждение, что в условиях свободного рынка покупатели ценят кофе выше, чем деньги, которые платят за него, вовсе не так банально, как кажется. Начнём с того, что эта «тривиальная» информация уже даёт нам больше понимания, чем факты о чём-то купленном вне рыночных отношений – к примеру, о чрезвычайно спорном проекте нового бейсбольного стадиона в Вашингтоне. Бейсбольный клуб Montreal Expos согласился переехать в Вашингтон при условии, что власти округа дадут субсидию на строительство стадиона. Одни говорят, что размер субсидии составит \$70 млн, другие – что намного больше. Может, это хорошая идея, а может, и нет. Непонятно, как узнать, разумный это способ потратить деньги налогоплательщиков или нет.

Когда решения принимаются в рамках рыночной системы, таких вопросов не возникает. Если я плачу \$70 за билет на бейсбольный матч, никто не задумывается, стоит ли игра таких денег. Я сделал свой выбор – значит, я думал, что стоит. Этот выбор даёт информацию о моих приоритетах и предпочтениях, а когда выбор делают миллионы, рыночные цены впитывают приоритеты и предпочтения всех нас.

Совершенные рынки: правда, вся правда, ничего кроме правды

Итак, тривиальная информация, что потребители на свободном рынке ценят капучино больше, чем деньги, которые они платят за него, совсем не тривиальна. Поехали дальше.

Представим теперь, что кофейный рынок – не только свободный, но и весьма конкурентный; что предприниматели один за другим создают фирмы и выходят на рынок со свежими идеями в надежде задать жару старожилам. (Если это конкурентная отрасль, прибылей хватает лишь на то, чтобы заплатить работникам и убедить предпринимателей, что банковский депозит принесёт им меньший доход.) Конкуренция опустит цену кофе до уровня «предельных затрат», т.е. затрат, которые понесёт кофейня при изготовлении ещё одного капучино, а затраты эти, как мы помним, составляют чуть меньше доллара. На рынке с совершенной конкуренцией цена кофе будет равна предельным затратам. Если цена упадёт, фирмы станут покидать рынок, пока цена не подрастёт. Если цена вырастет, на рынок ринутся новые фирмы, а старые начнут расширять производство, пока цена не упадёт. Неожиданно цена стала сообщать не расплывчатую информацию («этот кофе ценится покупателем в 92 цента или дороже, и стоит продавцу 92 цента или меньше»), а чистую правду («этот кофе обходится кофейне точно в 92 цента»).

Представим, что в других отраслях конкуренция тоже совершенна, то есть цена каждого товара равна предельным затратам на его производство. Каждый товар связан со всеми другими сверхсложной сетью цен, так что когда где-нибудь в экономике что-то меняется (в Бразилии грянули морозы, а в США народ сходит с ума по «айподам»), всё остальное тоже меняется – может, неувлочно, а может, и значительно. Так, морозы в Бразилии попортят урожай кофе и уменьшат объём его мировых поставок. Цена, которую теперь вынуждены платить за кофе обжарщики, поднимется до уровня, при котором падение потребления компенсирует дефицит поставок. Спрос на товары-заменители вроде чая немного вырастет, что приведёт к росту цен на них и увеличению поставок. Спрос на сопутствующие товары вроде сливок немного упадёт. Фермеры в Кении обрадуются возросшим прибылям и примутся вкладывать средства в алюминиевые крыши для своих домов; цена на алюминий подрастёт, и некоторые фермеры решат подождать с покупкой. Значит, вырастет спрос на банковские депозиты и ячейки в банковских хранилищах, хотя для несчастных бразильских фермеров с их помёрзшим урожаем, пожалуй, всё будет наоборот. Суперкомпьютер свободного рынка обсчитывает правдивые сведения о спросе и затратах

и подвигает людей реагировать поразительно сложным образом.

Возможно, всё это выглядит как нелепый гипотетический сценарий? Но экономисты умеют отслеживать такие эффекты и действительно их отслеживают: когда в Бразилии ударяют морозы, цены на кофе и вправду растут, кенийские фермеры покупают алюминиевую кровлю, цены на алюминий поднимаются, и фермеры действительно откладывают ремонт, чтобы не переплатить. Даже если рынки не идеальны, они способны сообщать невероятно сложную информацию.

У правительств — да и вообще любых организаций — есть проблемы с обработкой столь сложной информации. В Танзании кофе производится не в условиях свободного рынка, и именно правительство, а не фермеры, получает сверхприбыли от высоких цен на него. Как показывает жизнь, правительства не умеют тратить деньги с умом; они щедрой рукой и без всякого на то основания повышают жалованье госслужащих, не сознавая, что скачок цен — явление временное.

.....

Чтобы понять, как рынкам удаётся так ловко обрабатывать сложную информацию, сперва поразмыслим о потребителе. Мы знаем, что он не станет покупать капучино, если только не ценит его выше, чем *всё* прочее, что мог бы купить на эти деньги. Но что ещё он мог бы на них купить? В нашем правдивом мире он мог бы купить всё то, стоимость чего равняется или меньше стоимости капучино. Покупая кофе, человек сообщает, что из всех вещей на свете, которые стоят столько же, он выбирает именно его.

Где-то другие люди, конечно же, тратят деньги не на кофе, а на билеты в кино, проезд в автобусе, нижнее бельё. А есть и такие, что предпочитают не тратить деньги, а класть их в банк. Все эти соперничающие запросы влекут определённую реакцию производителей. Если люди хотят компьютеры, производители строят фабрики, нанимают рабочих, покупают пластик и металл, которые вместо каких-либо других нужд идут на производство компьютеров. Если вместо нижнего белья нам захочется больше кофе, тогда больше земли будет отведено под кофе и меньше — под другие нужды: парки, жильё, выращивание табака. На место магазинов нижнего белья придут кофейни. Разумеется, начинающие компании будут занимать деньги в банках, и процентные ставки будут расти или снижаться в зависимости от соотношения между теми, кто хочет положить деньги в банк, и теми, кто хочет взять займы. Процентная ставка — та же цена: столько стоит возможность совершить траты сегодня, а не в будущем году. (Вы, возможно, думали, что процентные ставки устанавливаются главами центробанков вроде Алана Гринспена* из Федерального резервного банка или

* Председатель совета управляющих Федеральной резервной системы США в 1987–2006 годах.

Мервина Кинга^{*}. На самом деле Гринспен и Кинг возглавляют комитеты, которые устанавливают номинальные процентные ставки. Реальную ставку, с учётом инфляции, определяет рынок в ответ на действия центробанков.)

Изменения на этом не кончаются. Волны расходятся дальше по системе. Они на огромной скорости проносятся по одним отраслям экономики и вызывают медленные, но фундаментальные сейсмические сдвиги в других, таких как образование и высокие технологии. Например, если для производства компьютеров не хватает квалифицированных специалистов, компаниям вроде Dell и Compaq^{**} придётся обучить новых людей или повысить зарплаты, чтобы переманить кадры у других производителей, таких как Apple и Gateway. С ростом заработков квалифицированных работников люди увидят, что время и деньги, потраченные на колледж, стоят того. Заинтересованность компаний в производстве более дешёвых или качественных компьютеров даст толчок развитию исследовательских лабораторий и технических вузов. Более высокий спрос на пластмассы поднимет цену на сырьё – сырую нефть – что в свою очередь подтолкнёт тех, кто использует нефть в качестве топлива, к переходу на дешёвые заменители или инвестициям в энергосберегающие технологии. И так далее. Одни последствия будут крошечными, другие – колоссальных масштабов. Одни проявятся тотчас, другие – через десятки лет. Но в правдивом мире – мире совершенных рынков – каждое действие имеет последствия. Каков результат работы множества рынков, работающих в условиях совершенной конкуренции и взаимосвязанных по описанной модели?

Фирмы делают всё, как надо. Всякая компания, которая тратит ресурсы попусту – производит больше, чем нужно, или применяет неподходящую технологию, – покинет рынок. Все товары производятся самым эффективным образом.

Фирмы делают то, что нужно. Цена товара равняется стоимости его изготовления. Цена также отражает условия, на которых потребители выбирают между двумя вариантами. (Две чашки обычного кофе стоят столько же, сколько одна латтук; что вы предпочтёте?) Цена находится на прямой линии между себестоимостью и предпочтениями потребителей.

Всё делается в нужном количестве. Если выращивается слишком много кофе, производители снижают цены; если слишком мало – цены растут. В обоих случаях ситуация исправляется сама собой. На конкурентном рынке цена равняется издержкам. Ни у кого нет стимулов производить меньше (упускать прибыльные продажи) или больше (выпускать товары, стоимость которых выше, чем кто-либо готов платить). Это правило конкуренции – цена = издержки = ценность для потребителя – обеспечи-

^{*} Управляющий Банка Англии с 2003 года.

^{**} С 2002 года принадлежит компании Hewlett-Packard.

вает эффективность.

Вещи достаются тем, кому следует. Товары покупают только те люди, что готовы платить соответствующую цену. Допустим, я отниму капучино у Акселя и отдам Бобу. В правдивом мире это расточительство. Аксель был готов платить за кофе, а Боб – нет; значит, Аксель ценит кофе больше Боба, и проведённая мной конфискация нерациональна. Заметьте, что я здесь приравниваю понятия «правильно» и «рационально». Мы исследуем это допущение и усомнимся в нём в ближайшее время.

Итак, если нужные вещи производятся как надо, в нужном количестве и попадают к людям, которые ценят их больше других, эффективности расти уже некуда. Другими словами, *нет ничего более эффективного и рационального, чем рынок с совершенной конкуренцией*. И всё это естественным образом вытекает из истины, заложенной в системе цен: цены – это правдивое отображение затрат фирм, а также правдивое отображение ценности для потребителей.

Жизнь без рынков

Поскольку западное общество в очень большой степени полагается на свободные рынки, нам трудно представить, что бывает без них, или сделать шаг назад, чтобы увидеть, насколько глубоко воздействие рынка. Тем не менее во всякой современной демократии есть товары и услуги, которые поставляются вне рыночной системы. И то, как это происходит, показывает нам, каковы сильные и слабые стороны рынка. Подумайте о местной полиции, работа которой оплачивается посредством нерыночной системы налогообложения. У этой системы есть свои достоинства. Взять хотя бы то, что, когда вы вызываете пожарных, никто не спрашивает номер вашей кредитки. Предполагается, что государство должно предоставлять одинаковый уровень защиты и богатым, и бедным, хотя так не всегда бывает на самом деле.

Но у нерыночной системы есть и недостатки. Если полицейский груб или некомпетентен, нет возможности прибегнуть к услугам другой полиции. Если вам кажется, что вас чрезмерно опекают, уменьшить объём защиты не в вашей власти. И точно так же вы не можете заплатить больше, если вам потребуются какие-то дополнительные услуги. Вы можете только давить на местных политиков и надеяться, что они учтут ваши запросы.

Государственное школьное образование – ещё один пример нерыночной услуги. И в Британии, и в США большинство людей посылает детей в школы с государственным финансированием. Однако школы отличаются друг от друга – по атмосфере, академическому уклону. Что самое главное, есть школы хорошие, а есть не очень. Рыночное решение для школ сходно с рыночным решением для продуктов питания: лучшие продукты попадают к тем, кто готов – а также

способен – платить за них больше. Но в государственном секторе цены не действуют. Что происходит взамен? Родители объединяются, возмущаются и бунтуют. Они переезжают в район, где школы лучше. В Британии у учеников государственных церковных школ зачастую выше академические результаты. Поэтому даже родители-атеисты каждое воскресенье водят детей в церковь, чтобы получить хорошую рекомендацию от священника и устроить своих чад в такую школу.

Как и в случае с полицией, нерыночная система удачно скрывает тот факт, что бедные не получают образование того же качества, что богатые. Но она опять же страдает от серьёзного недостатка: правдивой информации о ценности, издержках и выгоде нет. Невозможно сказать, какие родители устраивают детей в церковные школы по религиозным мотивам, а какие – из-за качества обучения. Также невозможно узнать, как много были бы готовы заплатить родители за большее число учителей и более качественные учебники. Рыночная система производит достоверную информацию о том, во что обходятся хорошие школы и кто готов за это платить. В нерыночной системе есть трудности с ответами на эти ключевые вопросы.

Люди готовы платить за хорошие школы. Мы видим это хотя бы по тому, что цены на дома в районах, где есть школы с хорошей репутацией, выше. Нерыночная система, отдающая предпочтение местным детям, переправляет деньги, которые родители готовы платить за хорошие школы, в карманы владельцев недвижимости рядом с такими школами. Это едва ли это разумно. В рыночной системе эти деньги просто пошли бы на оплату более качественных школ.

Сигнальная функция цен

Цены выполняют не одну функцию, а две. В рыночной системе цена – это способ решить, кому достанется ограниченное предложение школ: в лучшие школы отправят детей те, кто больше заплатят. Возникнет не очень комфортная ситуация, которую как раз и призвана предотвратить система государственного образования. Но цены также сигнализируют, что нужно строить больше школ, нанимать больше учителей или поднимать жалованье, если их не хватает, и покупать более качественные учебные материалы. В долгосрочной перспективе цены позволяют преобразовать готовность платить за хорошие школы в большое количество самих хороших школ. Это столь же твёрдый закон, как то, что высокий спрос на кофе непременно трансформируется в большое количество этого напитка.

Разве политики не знают, что нам уже сейчас нужны хорошие школы? Не следует ли им выделить на это государственные средства? Проблема в том, что хотя политики и видят наш спрос на хорошие школы, они также слышат, что

нам нужно больше полицейских на улицах, более качественное здравоохранение, больше просторных дорог, высокие социальные пособия, низкие налоги и очень большой латте с карамелью. Нам легко требовать что угодно, но цены, заставляя нас отвечать за свои слова, обнажают правду. Налоги имеют свои преимущества, но вклад многих из них в установление истины нулевой: у нас нет выбора, платить их или не платить в зависимости от того, тратится ли каждый пенни так, как мы того желаем. А цены, поскольку они необязательны, дают информацию.

Ничто из этого не может считаться решающим аргументом против нерыночных форм обеспечения правопорядка или оказания образовательных услуг. У нерыночных систем есть свои достоинства, но в них теряется кое-что важное: информация о нуждах, желаниях, мечтах, о неудобствах и издержках. Иногда потеря информации оправдана, поскольку перекрывается выгодами от большего равенства или стабильности. Но порой она оборачивается для экономики и общества растратой и путаницей. Мы думаем, что реальная ценность школ и полиции больше того, во что они обходятся нам в виде налогов, но мы не уверены в этом на все сто. Не то что с капучино.

Эффективность или справедливость: по вкусу ли нам правда?

Рынок с совершенной конкуренцией подобен гигантской сети суперкомпьютеров. Обладая невообразимой вычислительной мощностью и датчиками во всех уголках экономики, забираясь даже в наши мозги, чтобы узнать, чего мы хотим, рынок всё время перенастраивает производство и идеально распределяет его результаты. Вспомним: говоря, что экономика неэффективна или нерациональна, экономисты имеют в виду, что можно улучшить чьё-либо положение, не сделав хуже никому другому. Хотя совершенная конкуренция обеспечивает наивысшую эффективность, эта последняя не гарантирует создание справедливого общества — или хотя бы такого, в котором нам просто хотелось бы жить. Ведь эффективной была бы и такая ситуация, когда все деньги были бы у Билла Гейтса, а все остальные помирали с голоду — поскольку нельзя было бы улучшить чьё-либо положение, не затронув интересы Гейтса. Нам нужно нечто большее, чем эффективность.

Так что неудивительно, что иногда мы предпочитаем уютную ложь во спасение: к примеру, обогревать дом пожилой леди в Миннесоте дорого, но мы предпочитаем субсидировать топливо, чтобы она не столкнулась с истинной величиной затрат.

Ещё более распространённая причина неэффективности — это налоги:

государство облагает налогами рыночные операции и тратит средства на нужные, как мы надеемся, дела вроде полиции и школ. Почему налоги неэффективны? Потому что они разрушают информацию, которую цены несут на конкурентных, эффективных рынках: цены больше не равны затратам, а значит, затраты больше не равны ценности. Например, налог с продаж в размере 10% порождает «ложь» в следующих обстоятельствах:

Себестоимость капучино: 90 центов

- Цена капучино на рынке с идеальной конкуренцией: 90 центов
- Цена капучино после налогообложения: 99 центов
- Готовность уплатить за капучино: 95 центов
- Проданных капучино: ноль
- Собранные налоги: ноль

Эта сделка могла породить выигрыш в эффективности в 5 центов (капучино стоит 90, но был оценён в 95), но этого не произошло из-за налога. Ещё хуже, что налог даже не был уплачен. Если бы при таких обстоятельствах государство отказалось от налога, ему бы хуже не стало, а покупателю кофе стало бы лучше: налицо выгода в эффективности.

Налоговым чинам нелегко понять, когда стоит взимать налог (т.е. когда это не изменит поведения покупателя), а когда лучше от него отказаться (поскольку потенциальные покупатели от него уйдут, просто не купив кофе). Но они пытаются сделать это при помощи стратегий Ценового таргетирования, наподобие тех, что мы обсуждали во второй главе. Налоги часто оказываются выше, когда чувствительность к ценам ниже. Так, государство облагает высокими налогами бензин и сигареты, но не ради охраны природы и здоровья людей, а потому что одним нужно ехать, а другие не могут не курить. Поведение этих покупателей не сильно изменится даже перед лицом высоких налогов.

Перед нами дилемма. Нам нужно избежать неэффективности, мы не хотим упустить шанс сделать кому-нибудь лучше без ущерба для остальных. Но налоги порождают неэффективность, и большинству из нас кажется, что налоги помогают перераспределить доходы (в той или иной мере) от богатых к бедным. Похоже, у нас два противоречащих друг другу императива: избежать бесполезной растраты, то есть «неэффективности», и при этом сделать так, чтобы блага были распределены более-менее равномерно. Нужен способ сделать экономику и эффективной, и справедливой.

Можем ли мы обратиться к рынкам, чтобы помочь установить справедливость?

Верно ли, что нам необходимо выбрать одно из двух: либо эффективные, совершенные рынки, либо справедливое, благотворное вмешательство государства? Похоже, именно такого мнения придерживаются все правительства свободного мира со времён Великой депрессии и Второй мировой войны. «Новый курс» президента Рузвельта в 1930-е привёл к усилению роли государства в ответ на Великую депрессию. В Британии послевоенный кабинет министров Клементы Эттли взял под контроль значительную часть организаций здравоохранения, сталелитейной и нефтяной отрасли, воздушных и железнодорожных перевозок, телефонной связи. Государственные компании взяли верх отчасти потому, что в послевоенные годы лишений, невзгод и надежд экономисты питали определённое доверие к руководителям военного времени и надеялись, что организовать эффективную экономику у тех получится не хуже, чем боевые действия. Немногие предвидели будущий коллапс государственной экономики, как в крупных странах (Китай и СССР), так и в мелких (Танзания, Северная Корея). Но даже если кто и верил, что рыночная система более эффективна, в 1940-е это было не так важно: послевоенное лейбористское правительство Британии было готово с лёгким сердцем пожертвовать некоторой эффективностью ради более справедливого общества.

Но давней дилемме между эффективностью и справедливостью жить оставалось недолго благодаря молодому жителю Нью-Йорка по имени Кеннет Эрроу. Он не понаслышке знал, что такое несправедливость. В совсем ещё юном возрасте, во время Великой депрессии, Эрроу стал беспомощным свидетелем того, как его отец потерял успешный бизнес и все сбережения. В сердце его жило стремление к социальной справедливости, однако, мысля рационально, он не мог игнорировать проблему эффективности. Молодой экономист направил всю свою логику на борьбу с противоречием между безупречной эффективностью свободного рынка и потребностью в справедливости. Его решение оказалось блестящим; оно переворачивало традиционные аргументы о рынках и эффективности с ног на голову. Эрроу показал, что не только все совершенные рынки эффективны, но и *любой эффективный результат можно получить посредством конкурентного рынка, если скорректировать стартовые позиции*. Эрроу был удостоен всех возможных для экономиста почестей, он и по сей день остаётся самым молодым лауреатом Нобелевской премии по экономике. В чём же важность его идеи?

.....

Я называю это «теоремой о преимуществе на старте». Отвлечёмся от реальной экономики с её немыслимой сложностью и поразмыслим над простым, элементарным состязанием: спринт на сто метров. Забег выигрывает тот, кто быстрее всего бежит. Если нужно, чтобы все бегуны финишировали одновременно, достаточно изменить правила забега, приказав самым быстрым притормозить, а при пересечении финишной черты всем взяться за руки. Пустая трата таланта. Но можно перенести стартовые колодки одних бегунов вперёд, других – назад, так что даже если бы все бежали в полную силу, в соответствии с правилами и целями спринта, самому быстрому участнику пришлось бы покрыть дополнительное расстояние. В итоге он пересёк бы ленточку ноздря в ноздрю с самым медленным бегуном.

Эрроу показал, что тот же самый подход может сработать при попытке уравновесить крайности конкурентных рынков: вместо того чтобы вмешиваться в саму их работу, нужно подправить стартовые позиции игроков при помощи единовременных выплат и разовых сборов.

Государство может взимать по 800 долларов с каждого человека, с тех, кто старше 65, или с тех, чья фамилия в свидетельстве о рождении начинается на «Х». В отличие от налога на прибыль или налога с продаж кофе, единовременного сбора никак нельзя избежать, и значит, он не влияет ни на чьё поведение. Поэтому, в отличие от налога с продаж, он не приводит к потере эффективности. Сходным образом, примером единовременного перераспределения могла бы служить *выплата* 800 долларов каждому, чья фамилия начинается на «Х» (я лично был бы обеими руками «за»).

Если обратиться к примеру стометровки, то аналогом единовременного сбора было бы отнесение стартовых позиций на несколько шагов назад. А подоходный налог и налог с продаж равносильны просьбе к лучшим бегунам бежать задом наперёд. Обе меры обеспечили бы более равный финиш, но отнесение стартовых позиций назад ничей бег не замедляет.

В спринте очевидно, что один из способов обеспечить близкие результаты – дать медленным бегунам стартовое преимущество. В экономике, с её миллиардами товаров, желаний, видов сырья и талантов, теорема о преимуществе на старте оказывается намного более смелым заявлением. Но оно верное: можно позволить конкурентной экономике использовать любые умения, сырьё, любые возможности торговать, сотрудничать, учить или инвестировать – и всё равно получить справедливый результат, если передвинуть стартовые колодки и предоставить совершенным рынкам позаботиться об остальном.

Из этого следует, что в мире совершенных рынков единственное, что требуется, чтобы гарантировать и справедливость, и эффективность – это стратегия компенсации стартового превосходства: программа соответствующих разовых сборов и субсидий, ставящая всех в равное положение. Затем рынки сами оты-

щут все возможности улучшить положение каждого относительно поправленных стартовых позиций. Вопрос в том, возможно ли такое в реальности?

Нереалистичный пример

Рассмотрим пример. Американский философ Роберт Нозик выдвинул знаменитый довод против идеи о том, что «справедливо — значит правильно». Другими словами, он оспорил представление, что существует единственное «наилучшее» или «правильное» распределение богатств. Для доказательства Нозик взял в качестве примера своего современника — Уилта Чемберлена, звезду баскетбола 1960–1970-х. Талант Чемберлена сделал его очень богатым человеком. Нозик полагал, что это «справедливо», поскольку Чемберлен достиг богатства в результате законных действий болельщиков, которые были счастливы заплатить, чтобы увидеть его игру. Такое положение, может, и «правильно» в понимании Нозика, но может ли считаться справедливой какая бы то ни было ситуация крайне неравномерного распределения средств?

Возможно, было бы справедливей обложить доходы Чемберлена высоким налогом. Однако, предупреждает Нозик, если Чемберлену не так уж и нравится играть в баскетбол, то под гнётом высоких налогов он может вовсе прекратить выступления. Так что хотя эта ситуация кажется более «справедливой», в этом случае не будет ни налоговых поступлений, ни баскетбола, как в той истории с налогом на продажу капучино. Так есть ли смысл называть распределение доходов «справедливым», если все заинтересованные стороны — и болельщики, и игрок — предпочли бы «несправедливый» вариант?

Благодаря Кеннету Эрроу мы теперь знаем, что делать, сталкиваясь со звездой современного спорта вроде Тайгера Вудса. Надо ввести для него однократный сбор в несколько миллионов долларов. У него по-прежнему будет резон зарабатывать деньги игрой в гольф, ведь он не мог бы избежать сбора, играя меньше — как он мог бы сделать, чтобы избежать высокого подоходного налога. Несомненно, Вудс сумел бы заработать достаточно, чтобы оплатить свой долг налоговой службе, и у него хватило бы ещё и на семейный мини-вэн и на милый домик в каком-нибудь непритязательном месте. При таком варианте потери и неэффективность сведены к минимуму, а результат «справедлив» в том смысле, что приводит к намного более равномерному распределению благ.

Единственный недостаток этого плана — он крайне непрактичен. Дело даже не в том, что невозможно учредить налог, распространяющийся на одного-единственного человека: президент Франклин Рузвельт ввёл ставку подоходного налога в размере 79%, но порог обложения был столь высок, что налог платил один только Джон Д. Рокфеллер. Скорее трудность в том, что единовременный сбор в модели Эрроу вообще не должен влиять на поведение. В

идеале решение о сборе должно быть принято ещё до рождения Тайгера Вудса, ведь если бы спортсмен мог предвидеть, что успех подведёт его под сбор, то выбрал бы другую профессию.

Ясно, что это невозможно. Однако погодим отказываться от теоремы стартового превосходства. Мы не можем применять единовременные сборы и перераспределение всегда, но иногда это возможно. И в таких случаях об этом стоит подумать, ведь так мы сохраним эффективность и достоверность, присущие конкурентному рынку, добавив добрую порцию справедливости.

Практический пример

Более практичным приложением теоремы стартового превосходства могло бы быть спасение старых людей от зимних морозов без ущерба для окружающей среды. В обычную зиму в Британии 25 тысяч стариков умирают из-за плохого отопления. Для решения этой проблемы налоги на бытовое топливо установлены ниже, чем на многие другие товары. Но это немного странный способ, равносильный бегу задом наперёд. Если правительству нужно увеличить налоговые поступления — а похоже, ему это нужно всегда, — тогда в первом приближении эффективной стратегией была бы одинаковая ставка налога, поскольку это не слишком сильно исказило бы покупательские решения. Более тонкий подход — «ценовое таргетирование» из второй главы. Поскольку потребители не могут с лёгкостью сократить потребление топлива, они не очень чувствительны к цене. Значит, правительству стоило бы взимать чуть более высокие налоги с бытового топлива и чуть более низкие с других товаров: поведение потребителей изменится несильно, эффективность упадёт незначительно. Ещё более проницательный читатель (возможно, заглянувший в четвёртую главу) заметил бы, что бытовое топливо — невозобновимый ресурс и его применение вызывает загрязнение окружающей среды, так что более высокие налоги на бытовое топливо выглядят ещё более обоснованными.

Историю с низкими налогами на бытовое топливо и высокими налогами на другие товары трудно понять, пока не задумаешься о стариках, дрожащих от холода перед безжизненной газовой или керосиновой колонкой, которую они не могут позволить себе включить. Может, это и есть одно из тех непростых решений, которые порой приходится принимать правительству? Не обязательно. Вместо того чтобы облагать неадекватной ставкой налога всех остальных, лучше установить более разумный процент, но дать старикам изначальное преимущество, поскольку они бедны и потому что, будучи слабы, нуждаются в большем тепле. Простой выход для государства — поднять ставку налога на топливо, но выдать старикам дополнительные деньги, на которые они могли бы включить колонку и согреться.

Из теоремы стартового превосходства нам известно, что, получив деньги, каждый пенсионер найдёт им самое эффективное применение, которое не обязательно будет связано со сжиганием большего количества топлива. Не всем пенсионерам холодно, а те, кому холодно, могут найти решение получше. Одни используют полученные деньги для переезда во Флориду. Другие утепляют дома. Те, кто в первую очередь страдают не от холода, потратят деньги на другие цели. Никто не станет жечь больше топлива без нужды, а в случае такой нужды у них будут на это деньги.

Урок теоремы стартового превосходства таков: когда возникает проблема, полезно задуматься, нельзя ли решить её, меняя стартовые позиции, а не вмешиваясь в забег. Такая стратегия не всегда осуществима, но коль скоро свободные рынки эффективны, имеет смысл использовать эту эффективность для достижения других целей.

.....

В этой главе мы предавались полёту фантазии, не более правдоподобному, чем история Флетчера Рида. «Правдивый мир» – это мир, рынки которого наполнены товарами, свободны и конкурентны. В реальности шансы увидеть такой мир ничуть не выше, чем на то, что шишки из юридических фирм примутся говорить правду всем подряд.

Поэтому вы вправе спросить себя, зачем вы вообще читали эту (пусть и короткую) главу о фантазиях чудаковатых экономистов. А затем, что фантазии помогают нам понять, почему возникают экономические проблемы, и двинуться в правильном направлении. Мы знаем, что мир совершенных рынков в сочетании с умением управлять стартовым превосходством – это лучшее, чего мы можем достичь. Когда экономика реального мира даёт сбой, мы знаем, что надо искать ошибки рынка и исправлять их по мере сил.

Одну из этих ошибок мы уже разобрали: некоторые компании обладают властью дефицита и могут устанавливать цены гораздо выше уровня своих издержек – уровня, на котором они были бы в условиях конкурентного рынка. Вот почему экономисты верят, что важно отличать благоволение к рынкам от благоволения к бизнесу, особенно к конкретным компаниям. Политик, благоволящий рынкам, верит в значимость конкуренции и стремится не дать компаниям доступ к чрезмерной власти дефицита. Политик, попавший под чрезмерное влияние корпоративных лоббистов, будет поступать в точности наоборот.

Неважно, поощряют их политики или нет, компании, обладающие властью дефицита, – это одна из ошибок рынка. Есть и ещё две, встреча с которыми ждёт нас в следующих двух главах. Мы покидаем забавный мир без вранья и снова оказываемся лицом к лицу с реальностью.

ГЛАВА 4

Поездки по городу

КАК МЫ ТОЛЬКО ЧТО УЗНАЛИ, В МИРЕ СОВЕРШЕННЫХ РЫНКОВ ВСЁ ДЕЛАЕТСЯ К ЛУЧШЕМУ.

Совершенные рынки абсолютно эффективны и дают результаты, безупречные во всех отношениях, кроме распределения благ. Из теоремы о стартовом превосходстве нам также известно, что все жалобы на несправедливость можно предусмотреть и удовлетворить заранее. Вуаля! Все проблемы решены – по крайней мере, те, что касаются распределения товаров и услуг.

Это приятно слышать, но почему тогда сегодня утром я ехал на работу два часа? Стояние в пробке бампер к бамперу – что за идиотское, бесполезное занятие! А ведь все мы могли поехать на автобусе или вчетвером на одной машине, а не каждый на своей, и тогда добрались бы до центра минут за пятнадцать. Где же он, этот совершенный рынок? Очевидный ответ, разумеется, таков: нет ни совершенного, ни какого бы то ни было ещё рынка для поездок по городу. Менее очевидно то, что такой рынок мог бы существовать.

Экономика, работающая без сбоев, потому что она состоит из совершенных рынков, столь же неинтересна, сколь нереальна. Но раз уж совершенные рынки дают такой чёткий ориентир, экономисты предпочитают отталкиваться от него и разбираться, что идёт не так, вместо того чтобы начинать с нуля и выяснять, что работает как надо. Именно такой способ размышления о мире поможет нам найти средство от городских заторов.

Что не так в моём мире?

Я счастливый человек, но в моей жизни есть вещи, которые выводят меня из себя и которые я хотел бы изменить. Я хотел бы, чтобы мне не нужно было каждые пару лет платить изрядную сумму для обновления программ на моём компьютере. Я хотел бы, когда заболел, быть уверенным, что мой врач прописывает мне правильное лечение. И ещё я хочу, чтобы улицы Вашингтона не были забиты машинами и отравлены выхлопными газами.

Эти три личных и в то же время распространённых повода поворчать соответствуют тем трём случаям, когда рынки оказываются неспособны жить согласно высоким идеалам совершенства из третьей главы. Из главы второй мы узнали, что рынки работают плохо, столкнувшись с властью дефицита. В этом одна из проблем при покупке компьютерных программ – на рынке доминирует единственная компания, Microsoft; громадная власть позволяет ей назначать высокие цены. Ещё рынки работают плохо, когда тем, кто принимает решения, не хватает информации. Когда я выхожу от своего врача, я понятия не имею, правильное ли лечение он мне назначил, притом что ему нет нужды волноваться о моих затратах, а страховая компания так и норовит отказаться платить, не зная реального положения дел. (Со здравоохранением мы разберёмся в пятой главе.) Наконец, рынки работают плохо, когда люди принимают решения, влияющие на окружающих: когда водитель покупает бензин на заправке, это просто замечательно и для него, и для заправки, но не для окружающих, в том числе других водителей, которым в итоге приходится вдыхать угарный газ.

Эти три большие проблемы принято называть «сбоями рыночного механизма»*. К ним относятся власть дефицита, которую мы обсуждали в первой и второй главах, недостаток информации, о котором мы поговорим в пятой главе, и предмет этой главы – решения, имеющие последствия для окружающих. Экономисты называют побочные эффекты таких решений «экстерналиями» (внешними), поскольку они выходят за пределы изначального решения, например о покупке бензина. Какими бы ни были причины – власть дефицита, неполнота информации или экстерналии, – если экономика не дотягивает до идеализированного «правдивого мира», неприятности обеспечены.

Как водители вредят окружающим

Какой крупный город ни возьми – Вашингтон, Лондон, Токио, Атланту, Лос-Анджелес, Бангкок, – все они битком набиты легковушками, автобусами и гру-

* Market failure – рыночная неэффективность, сбой рыночного механизма.

зовиками. Эти транспортные средства разрушают счастье невинных окружающих. Они серьёзно отравляют воздух. Несомненно, сегодня Лондон не так загрязнён, как во времена «Великой вони» 1850-х, когда десятки тысяч людей умерли от холеры^{*}. Но загрязнение воздуха автомобилями не назовёшь обыденным явлением: многие тысячи людей умирают, потому что другие люди хотят ездить. Примерно 7 тысяч человек, то есть один из 10 тысяч британцев, ежегодно преждевременно умирают от загрязнений, вызванных дорожным движением. В США, по оценке Управления по охране окружающей среды^{**}, 15 тысяч человек ежегодно умирают до наступления старости вследствие загрязнения воздуха твёрдыми частицами из дизельных двигателей и других источников. Издержки заторов в городах ещё выше, если рассматривать часы, потраченные на ожидание в пробках, как значительную потерю рабочего или личного времени. А есть ещё шум, аварии и «эффект барьера», из-за которого люди, особенно дети, боятся ходить в школы, местные магазины или даже в гости к соседям, если для этого нужно переходить улицу.

Люди вовсе не глупцы: почти наверняка каждый, кто отправляется в путь на машине, извлекает из этого выгоду. Однако делают они это за счёт всех остальных – других водителей, застрявших в пробке, родителей, опасющихся отпустить детей в школу одних, пешеходов, которые рискуют жизнью, сломя голову перебегая дорогу на красный, потому что зелёного не дожидаться, офисных работников, которые даже в душающую жару не могут открыть окна из-за рёва машин.

Поскольку каждый водитель, садящийся в машину, причиняет страдания другим людям, свободный рынок не может предложить решение транспортной проблемы. Внешние эффекты в виде заторов и загрязнения представляют собой важное отклонение от законов «правдивого мира». В мире без вранья каждый акт эгоистичного поведения идёт на пользу обществу. Я из эгоистичных соображений покупаю нижнее бельё, потому что хочу его иметь; тем самым я направляю ресурсы в руки производителей и никому не приношу вреда. Ткачи в Китае, где выпускается нижнее бельё, своекорыстно ищут лучшую работу, а производители – самых способных работников. Всё это происходит к всеобщей выгоде: товары изготавливаются, только если они кому-то нужны, и изготавливают их те, кто лучше всего для этого подходит. Своекорыстные мотивы поставлены на службу всем.

Водители в иной ситуации. Они не компенсируют затраты, в которые вводят других людей. Когда я покупаю нижнее бельё, деньги, что я плачу, компенсируют все затраты, возникшие при его изготовлении и продаже. Когда я

^{*} Летом 1858 года Темза оказалась настолько загрязнена содержимым канализации, что находиться рядом с ней было опасно, а британский парламент даже прервал заседание из-за сильных испарений от реки.

^{**} Environmental Protection Agency.

сажусь в машину и еду кататься, пользуясь преимуществом бесплатных дорог, мне нет никакой нужды думать о затратах, понесённых обществом вследствие этого.

Цены: маржинальные и средние

Сказать, что водители пользуются дорогами даром, было бы не совсем верно. В Великобритании запрещено законом водить машину или даже ставить её на улице, если вы не уплатили солидный ежегодный налог – акцизный сбор с транспортного средства. Аналогичный сбор действует и во многих штатах США. Бензин и дизельное топливо также облагаются налогами, и довольно высокими – они вызывают сильнейшее недовольство. Так, осенью 2000 года по Британии прокатилась волна протестов против высоких цен. Подвоз топлива на заправки был блокирован, и страна встала. Британские водители ежегодно платят £20 млрд в виде налогов на автомобили и топливо; в Америке эта сумма составляет около \$100 млрд. Вопрос «разве они недостаточно платят?» неверен. Правильный вопрос: а за то ли они платят? Отвечаю: нет, не за то.

Здесь мы имеем дело с двумя понятиями цены, и различие между ними крайне важно. В случае, если водитель платит годовой лицензионный сбор, средняя цена, которую он платит за поездку по городу, довольно высока. Но стоимость каждой новой поездки мала: расход топлива невелик, и платить за дополнительные поездки не надо. Заплатив за само право вывести автомобиль на улицу, вы не получаете скидки, если ездите мало. И вы можете ездить сколько душе угодно, налог не вырастет ни на пенни. В этом разница между средней ценой и маржинальной, то есть ценой за ещё одну поездку.

.....

Чтобы понять, почему это различие важно, обратимся к алкоголю. Когда я учился в колледже, разные студенческие клубы и общества имели обыкновение устраивать большие вечеринки, на которых одни люди не употребляли алкоголь вовсе, а другие, что менее удивительно, пили больше, чем следовало. Всё дело в двух типах билетов. «Алкогольные» билеты позволяли после уплаты на входе, скажем, десяти фунтов (по тем временам пятнадцать долларов) пить сколько влезет. Билеты второго типа были намного дешевле, но их обладатели вместо алкоголя весь вечер пили прокисший апельсиновый сок и стояли в уголке, наблюдая, как другие теряют человеческий облик. Приходить, чтобы выпить пару бутылок пива, было весьма дорогим удовольствием, поэтому большинство людей либо пили по максимуму, раз уж можно было это делать без ограничений, либо совсем отказывались от алкоголя. Итогом был, разумеется, полный бардак, хотя некоторые считали, что от этого вечеринки только веселее.

Предположим, руководство университета решит, что столько пить никуда не годится, и задумает на будущее поднять входную плату до, скажем, £20 (около \$30). Однако, скорее всего, дело кончится тем, что некоторые пополнят унылые ряды добровольных любителей сока или совсем перестанут бывать в обществе, но большинство пьющих решат, что вечеринка без выпивки – пустая трата времени. Возмущаясь, они всё равно будут опорожнять свои кошельки, а позже вечером – и желудки.

В университете неверно поняли проблему. Там заметили, что люди слишком много пьют и справедливо рассудили, что решение, видимо, как-то связано с ценой на выпивку. Вопрос в том, что считать ценой выпивки. Есть цена за право пить – 10 фунтов. Есть средняя цена выпивки: для типичного студента, выпивающего двадцать порций, она составит 50 пенсов. А есть ещё *маржинальная* цена порции; она равна нулю. Заплатив за входной билет, вы можете пить до посинения.

Вопрос: если бы вы управляли университетом, как бы вы решили эту проблему: (а) подняли входную плату, (б) закупили более вкусный апельсиновый сок, (в) отменили входную плату и стали брать пропорционально выпитому?

Апельсиновый сок повкуснее не помешал бы, но Экономист под прикрытием всё же скромно посоветовал бы в качестве решения вариант «в».

Теперь вернёмся к заторам на дорогах. Будучи советником министра транспорта, вы могли бы изложить ему аналогию со студенческими вечеринками. Сейчас у водителей два варианта: оторвать от сердца крупную сумму за «входной билет» и ездить сколько захочется или не ездить вовсе. Во втором, «безалкогольном» варианте им пришлось бы пересесть на велосипеды, воспользоваться общественным транспортом или ходить пешком; хотя, как и в случае с вечеринками, чем больше людей выбирают первый вариант, тем менее привлекательным становится второй.

Вы могли бы даже предложить варианты законодательного решения проблемы: (а) поднять цену входного билета, то есть акцизного сбора, (б) закупить более вкусный «апельсиновый сок» (обеспечить автобусы, поезда, велосипедные маршруты, пешеходные дорожки в большем количестве и лучшего качества) или (в) отменить входную плату и брать с людей за то, кто сколько ездит.

Все эти меры, наверное, уменьшили бы заторы на дорогах и, может быть, даже значительно. Но только вариант (в) позволяет бороться с причиной проблемы. Водители не живут в правдивом мире совершенных рынков, то есть не платят истинную цену своих действий, включая «экстерналии» – побочные эффекты для окружающих. Вариант «в» нацелен на то, чтобы они эту цену заплатили; назовём его «экстернальным сбором».

Пока что каждому потенциальному водителю предлагается тот же выбор, что и студентам-тусовщикам: выложить кругленькую сумму за неограниченный кулёж или не платить ничего и ничего не получить взамен. Третьего не дано.

Студенческие вечеринки подогревало не то, что напитки выходили по 50 пенсов (менее доллара) в среднем, а то, что каждый следующий глоток всегда был бесплатным. Так и заторы обусловлены не тем, что налог на поездку составляет в среднем 50 центов, а тем, что следующая поездка обходится почти даром.

Нам не нужно забивать себе голову тем, сколько водители платят в среднем. Конечно, средний размер налога на ту или иную группу людей – важный параметр распределения благ. Но хотя распределение важно, оно не оказывает большого влияния на загруженность улиц и загрязнённость городов.

Гораздо важнее маржинальная цена, то есть цена, которую платят водители за ещё одну поездку. В конце концов, ведь не сами машины являются причиной загрязнения и пробок, а *поездки* на них. Чтобы обеспечить приемлемый уровень потребления алкоголя, университету нужно брать со студентов соответственно количеству выпитого. Точно так же, чтобы добиться приемлемой интенсивности вождения, министерству транспорта следует взимать с водителей плату за каждую поездку.

Цены должны отражать ущерб

Я, как всегда, всё упрощаю. В большинстве европейских стран водители платят налог на километраж в форме высоких налогов на топливо. Но налог на топливо не очень точно отражает затраты, которые водители возлагают друг на друга и на тех, кто машину не водит. Люди в сельской местности платят налоги (как правило, они тратят на бензин на треть или на четверть больше, чем горожане), однако наиболее серьёзные заторы, самое сильное загрязнение воздуха и больше всего шума производят лондонские, нью-йоркские и парижские водители в часы пик. Те же самые поездки очень рано утром не создают заторов, хотя загрязнение и шум остаются. Сопоставимая по дальности поездка между двумя домами на Аляске не приведёт к заторам. Шум услышит разве что какой-нибудь заблудившийся олень. Ущерб от выхлопов намного ниже, так как большая их часть рассеется без вреда. Если идея налога на езду в том, чтобы каждый водитель платил за издержки своих действий, нью-йоркский водитель в час пик должен платить больше – от него окружающим больше вреда. Какой бы уровень экстерналий штрафа ни будет сочтён подобающим, этот штраф должен учитывать время и место.

Идея экстернального штрафа не в том, чтобы отбить у людей охоту Делать нечто, что может причинить неудобство другим, а в том, чтобы люди принимали это неудобство в расчёт. Возьмём крайний случай: когда я отправляюсь гулять в район гор Голубой гряды в Вирджинии, мне хочется любоваться природными красотами более или менее в одиночестве, поэтому меня несколько раздражают толпы народа на всех тропинках. Мне это, может, и не по нутру, но было бы нерационально запрещать им здесь гулять, поскольку по сравнению с их удовольствием моё неудобство невелико.

В экстернальном штрафе важен правильный баланс между удовольствием и неприятностями; штраф должен отражать стоимость побочного эффекта, но не более. Надо стремиться сделать наш мир таким, чтобы люди не боялись делать то, что им нравится, даже если другим от этого слегка неудобно, но и таким, чтобы мы воздерживались от причинения вреда другим, если этот вред трудно предотвратить. В третьей главе мы обнаружили, что такой мир получается в результате работы совершенного рынка, по крайней мере – в сфере его действия. Совершенный рынок не может заставить нас улыбаться прохожим или любить свои семьи. Но он гарантирует, что мы получим капучино тогда и только тогда, когда будем готовы заплатить за него больше его истинной стоимости, включающей время и хлопоты бариста, сборщиков зёрен, предпринимателей, производителей оборудования и всех остальных. Другими словами, совершенный рынок позволяет нам чувствовать себя свободно, делая то, что нам нравится, но только если наше удовольствие перевешивает причинённые другим неудобства. Вот почему экономисты могут немного расслабиться, когда рынки работают хорошо. Но мы также бдительны к многочисленным сбоям рыночного механизма. Как же сделать, чтобы решая, ехать или не ехать, я был уверен, что мои выгоды от поездки перевесят издержки всех остальных? Нет нужды волноваться об издержках и выгодах, которые являются частью эффективных рыночных операций. То есть, если рынки нефтепереработки и розничной торговли бензином эффективны (а в противовес расхожему мнению, они не так уж от этого далеки), то все хлопоты по переработке и дистрибуции бензина полностью отражены в цене. Я стану покупать бензин, только если выгоды от него для меня больше, чем хлопоты по его производству и дистрибуции.

Вместо этого нам следует беспокоиться об издержках и выгодах, не учтённых в рыночной транзакции. Выхлопы бензина отравляют окружающую местность и вызывают глобальное потепление, но большая часть ущерба от того, что я сжёл бак бензина, ложится не на меня и не на нефтяную компанию. Вопрос в том, как симитировать совершенный рынок, заставив водителей оплачивать все издержки своих действий: они уже компенсировали нефтяной компании все рыночные затраты, но сверх того они должны возместить ещё и экстернальные затраты, то есть издержки, понесённые другими людьми и не покрытые

ни водителем, ни нефтяной компанией.

Теперь у нас есть все необходимые детали для разработки экстернального сбора. Мы знаем, что есть затраты и выгоды и за рамками индивидуального выбора или рыночного обмена, и раз так, это нерационально (читай: можно улучшить жизнь хотя бы одного человека, и при этом никому не станет хуже). Также ясно, что для изменения поведения и устранения неэффективности нужно корректировать маржинальные, а не средние цены. Далее, мы должны рассмотреть затраты, неучтённые в транзакции хорошо функционирующего рынка. Наконец, маржинальная цена должна точно отражать экстернальные затраты. Недостаточно просто запретить поведение, которое нам не нравится. Нужно разобраться со случаями, когда человек действует, получая небольшие выгоды, но создавая серьёзные издержки для других.

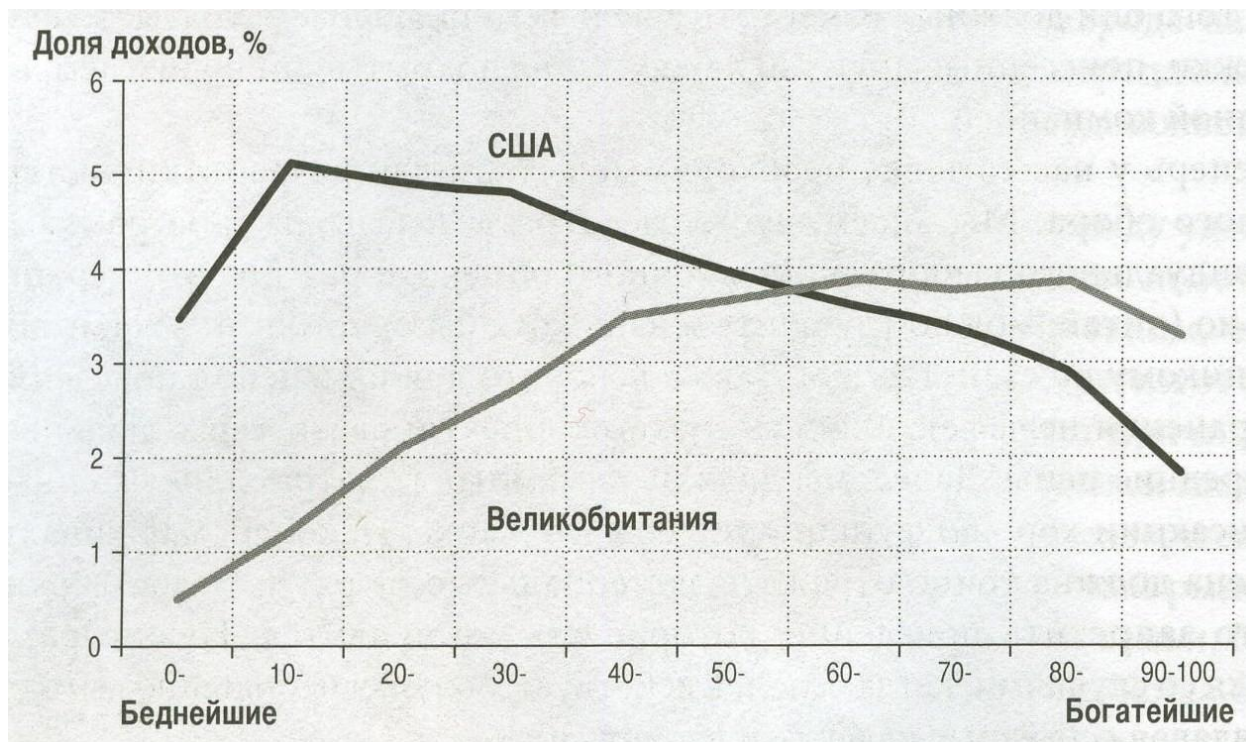
Два возражения против экстернальных штрафов

Экстернальный сбор – это по сути налог в пользу государства, а все налоги вызывают споры. Экстернальные сборы часто подвергаются нападкам с двух противоположных нравственных позиций.

Одно возражение таково: экстернальный штраф – это несправедливый налог, бьющий по малоимущим. Возьмём идею штрафования водителей за езду во время пробок. На подобные (весьма частые) предложения автомобильное лобби отвечает, что водители платят достаточно, и несправедливо не пускать бедных автовладельцев на дорогу при помощи высокой цены. С другого фланга наступают те, кто резко противится самой деятельности, которую предполагается обложить сбором. Они утверждают, что после введения экстернального штрафа у богатых всё равно будет возможность заниматься предосудительным делом. В случае с дорожным движением представители антиавтомобильного лобби заявляют: учитывая вред, который наносят природе автомобили богачей, это возмутительно, что они могут позволить себе разъезжать сколько вздумается.

Верно ли, что экстернальные штрафы ведут к несправедливому перераспределению доходов? Их объект – не бедные люди, а добровольные действия: если вы перестанете причинять неудобство окружающим, штраф вам платить не придётся. Верно, что богатые могут позволить себе ездить больше, чем бедные, но ведь богатые могут и кушать лучше бедных. Это тоже несправедливо, но если вы смиряетесь с тем, как работает система цен в отношении самых обычных товаров, вроде продовольствия, то почему не отнести сюда же место на дороге или чистый воздух? Мы же понимаем, что еда, одежда и дома не могут быть

График 4.1. Сколько люди тратят на бензин?



Источник: Smith 1992; Chermick and Reschovsky 1997.

бесплатными, иначе бы они быстро закончились. Место на дороге закончилось именно потому, что оно бесплатно.

Более того, коль скоро богатые почти во всех отношениях потребляют или делают больше остальных, экстернальные сборы часто перераспределяют деньги в желательном направлении. В случае с заторами факты поразительны: в Великобритании бедные люди не ездят на машинах. Они передвигаются на велосипедах, автобусах или пешком. Доля расходов на топливо в бюджете у самых бедных 10% населения в семь раз меньше, чем у 10% самых богатых. А суммарные расходы 10% самых богатых людей как минимум в 30 раз превышают расходы 10% самых бедных.

Значит, налог на заторы не только повышает эффективность экономики, но и позволяет перераспределить средства, так как налоговые сборы с богатых растут.

Это чудесный аргумент для поборников экстернальных сборов в Британии, но он не годится в США, где бедные много ездят на машине и, значит, платят больший процент своего дохода в качестве налогов. С другой стороны, экстернальный штраф можно установить таким образом, чтобы не перераспределять слишком много. В случае с дорогами правительство могло бы отменить акцизный сбор на автомобили — крупный авансовый налог — и начать взимать сбор за каждую поездку. Так мы получили бы выигрыш в эффективности, а нежелательное перераспределение доходов можно было бы нейтрализовать, введя

нечто вроде единовременного сбора с Тайгера Вудса, предложенного в третьей главе.

.....

Отразив атаку противников перераспределения, экономисту приходится развернуться и разобраться с энтузиазмом высоконравственных защитников природы. В большинстве своём они не возражают против штрафов за вредные выбросы и заторы, но некоторые против. Эти поборники экологии уверены, что загрязнение следует просто поставить вне закона, вместо того чтобы делать его недоступным для бедных и по карману богатым. С какой стати богатым позволено загрязнять природу? Некоторые общественные организации протестуют против экстернальных штрафов на том лишь основании, что они позволяют людям заплатить и дальше заниматься сомнительными делами.

На это можно ответить, что даже богатые не загрязняют природу ради удовольствия. Верно, что богатые, скорее всего, заплатят налог на пробки, но они не смогут его игнорировать. Возможно, они начнут задумываться, что лучше съездить всего в один супермаркет, а не в два, или даже прогуляться до местного магазина вместо того, чтобы ехать куда-то далеко. Экстернальный штраф делает альтернативы более привлекательными и для бедных, и для богатых.

Если посмотреть на проблему с более фундаментальной точки зрения, то не следует путать жёсткость предлагаемого метода урегулирования с жёсткостью экстернальных штрафов. Размер сбора за создание заторов может быть \$1, \$10 или \$1000 в день. Но что бы там ни решило общество насчёт степени серьёзности того или иного побочного эффекта, подобные сборы – оптимальный метод борьбы с экстерналиями. Так, грамотно установленная плата за заторы – самый эффективный способ сократить использование дорог. В какой мере его нужно сокращать, вопрос открытый, но введение штрафов в любом случае даёт результат.

Есть альтернативы штрафам за создание заторов, не предполагающие полный запрет на поездки. Проблема в том, что они плохо работают. Например, правительство могло бы раздать всем ваучеры, разрешающие проехать двадцать миль в неделю. Немедленно некоторые люди, в основном бедные, стали бы продавать свои ваучеры другим людям – в основном тем, кто побогаче. Бедные предпочли бы деньги, богатые – езду на машине. Разрешив торговлю ваучерами, правительство просто введёт штраф за пробки, только в другой форме, причём вероятно несколько менее эффективный, учитывая суету с куплей-продажей ваучеров. (Величина штрафа будет равняться рыночной стоимости ваучеров.) Если же правительство запретит торговлю ваучерами, план сразу оказывается неэффективным, потому что люди, желающие торговать, не смогут этого делать.

Прочие альтернативы, такие как парковочные сборы, вероятно, ещё менее эффективны, хотя это труднее обосновать в одном абзаце. К примеру, высокие тарифы на парковку отпугнут часть водителей, но между вождением и парковкой нет прямой зависимости. Некоторые водители проводят на дороге больше времени просто потому, что ищут свободное место. Но если уж правительство хочет сократить движение на улицах, вводя водителей в расходы, лучше взимать эти деньги напрямую и потратить выручку на что-то полезное.

Всегда найдутся заинтересованные группы, которые будут жаловаться, что экстерналильные штрафы недостаточно суровы, – или, наоборот, что они драконовские. Экономисты парируют: сколь бы суровы мы ни были, экстерналильный штраф – самый эффективный способ проявить суровость. Любая другая политика менее эффективна, чем плата за экстерналии, благодаря которой некоторым людям будет лучше, а хуже не станет никому.

СКОЛЬКО СТОИТ ВАША ЖИЗНЬ?

Из предыдущего раздела становится совершенно ясно, что величина всякого экстерналильного штрафа обречена быть предметом споров. Для Экономиста под прикрытием, настроенного воссоздать «правдивый мир», идеальная плата за экстерналии – та, что учитывает *все* реальные внешние издержки и *только* реальные внешние издержки.

Полезно подумать, как могла бы выглядеть идеальная система сборов за побочные эффекты, связанные с ездой на автомобилях. Со всякого водителя, чья поездка вызывает загрязнение окрестностей, следует взять плату за загрязнение, если речь идёт о районах с высокой плотностью населения. Ещё один штраф, тоже с каждой поездки, следует взимать за выбросы углекислого газа, поскольку это влечёт изменение климата независимо от того, в каком месте планеты происходит выброс. Величина штрафа будет зависеть от того, насколько грязны выбросы. Дополнительным штрафом должны облагаться те, кто ездит в заселённых районах в часы пик. Старые автобусы с самыми ядовитыми выхлопами надо обложить высокими налогами, чтобы стимулировать замену двигателей на более современные. Тяжёлые автомобили должны платить сбор за езду по непрочным дорогам и мостам. С внедорожников надо взимать дополнительный сбор – за то, что в авариях с их участием вероятность гибели других людей выше.

Значит ли это, что мы должны вернуть «налог на роскошь» для дорогих автомобилей? Вовсе нет. Такой налог почти наверняка будет вреден для окружающей среды, поскольку побуждает людей держаться за старые, более ядовитые автомобили: дешёвая, старая машина, как правило, более вредна, чем модная и современная. С внедорожников следует брать больше не из-за их стоимо-

сти, а потому что они неэкономичны, а их вес и высота представляют опасность для других автомобилей. Смысл в том, чтобы подтолкнуть людей к езде на больших, лёгких, более экономичных автомобилях, а вовсе не на дешёвых.

Выглядит сложновато. Сработает ли? Допустим, в каждом автомобиле будет установлен небольшой компьютер, связанный с глобальной системой таргетирования и отслеживающий местонахождение автомобиля вместе с объёмом выхлопов. Табло на приборной доске будет показывать текущий тариф, возможно, с полезными подсказками. «Тим, твоя поездка сейчас обходится тебе в девять центов в минуту. А ты знаешь, что мог бы ездить вдвое дешевле, если бы отрегулировал двигатель?»

Технология найдётся; в основном, по большей части такая техника уже существует. Трудность в том, чтобы подсчитать реальную стоимость экстерналий. Компьютер может замерить загруженность улиц и количество выбросов, но сколько стоит время других людей, потраченное в пробке? Сколько стоит отравление людей твёрдыми частицами или бензолом? Экстерналии часто влекут реальные затраты, которые очень тяжело измерить: потерю времени, здоровья, покоя и даже жизни.

Для пущей ясности сосредоточимся на оценке экстерналий, вызванных ездой на машине. Довольно нелегко измерить даже физические последствия: каким будет ущерб дороге от ещё одного автомобиля? Сколько шума произведёт ещё один автомобиль? Сколько аварий спровоцирует? Как сильно задержит другие автомобили? Каким будет загрязнение? Каков ущерб здоровью от этого загрязнения? А психологические последствия измерить ещё труднее. Как подсчитать, сколько хлопот людям причиняют те или иные неприятности: спёртый воздух, шум, задержки, стресс, болезнь или смерть? Тем более их значимость для каждого человека своя.

Перед лицом таких проблем руки опускаются. Понятно, что невозможно определить точную стоимость даже шума или потерь времени, и уж тем более — человеческой жизни. Но мы обманываем себя, думая, что такие решения можно не принимать вовсе. Каждое постановление правительства, каждый индивидуальный выбор означают, что оценка была произведена, даже если у нас не хватает честности признаться в этом себе и окружающим.

Сами мы постоянно принимаем решения, показывающие, какую ценность имеют для нас наше окружение, время и даже жизнь. Если вы платите больше за аренду квартиры или гостиничный номер в тихом районе, вы неявным образом высоко оцениваете покой и тишину. Решив не ехать на такси, а подождать автобуса, вы неявно оцениваете стоимость своего времени. Если вы сочли, что противопожарная сигнализация вам ни к чему, значит, вы предпочли сэкономленное время и деньги уменьшению шансов погибнуть. Однако, принимая все эти решения, вы, вероятно, никому — даже себе — не говорите правду о том, во

что вы оценили покой, время и жизнь.

Государство также принимает решения, из которых видно, во что оно оценило наши с вами жизни. Как ему лучше поступить: установить дополнительные дорожные знаки и нарисовать разметку? Потратить деньги на камеры слежения за скоростью? Повысить качество медицинской помощи? Финансировать исследования против рака? Или ничего этого не делать, а снизить налоги, повысить качество университетского образования и благоустроить национальные парки? Такие решения так или иначе приходится принимать, и принимаются они на основе предположений о личных ценностях, включая ценность человеческой жизни. Рассчитать величину экстерналий штрафов просто труднее, поскольку для добросовестного исполнения нужно, чтобы все эти предположения были озвучены и обоснованы. Не делая этого, мы в лучшем случае полагаемся на волю случайных политических процессов, а в худшем – покорно уступаем эгоистичным запросам отдельных групп людей.

Один из лучших способов узнать стоимость этих субъективных ценностей – это смотреть, как люди поступают. У экономистов есть теория «выявленных предпочтений», суть которой в том, что предпочтения людей видны из того, какие решения они принимают как потребители. Вы купили яблоки, хотя могли позволить себе персики, значит, вы предпочитаете яблоки персикам. Для экономиста предпочтения людей не просто логически выводятся из подобного рода решений, а фактически определяются ими. Отсюда недалеко до вывода, что люди рационально потребляют и менее осязаемые ценности, даже здоровье и безопасность. Если вы не готовы заплатить \$5 за такси, чтобы сэкономить 20 минут, Экономист под прикрытием делает вывод, что вы хотите потратить \$5 на что-то другое. Не сказать, чтобы это был сногсшибательный вывод, но и его некоторые считают спорным. Исходя из вашего решения о найме жилья, экономист заключает, что тишину и покой вы оцениваете в \$15 в неделю. А заметив, что у вас нет пожарной сигнализации, он решает, что вы не готовы потратить 1 час и \$20, чтобы уменьшить вероятность гибели на одну миллионную.

Два важнейших источника информации о предпочтениях людей – это зарплаты и цены на дома. Цены на дома содержат информацию о ценности, которую люди придают всевозможным прелестям жизни: магазинам, зелени, низкому уровню преступности, тишине, утреннему солнцу в окне и т.д. Кое-что из этого можно довольно точно измерить. К примеру, разница в цене между двумя одинаковыми домами друг напротив друга, вероятно, откроет, насколько людям нравится, чтобы дом стоял лицом к солнцу. А зарплаты раскрывают информацию о том, во сколько люди оценивают разницу между должностями с очень похожими профессиональными требованиями, но разными уровнями опасности.

Этот метод небезупречен: в частности, что, если тишина и покой идут в

одном наборе с закрытой для машин улицей, где ваши дети могут играть в безопасности, и с теплоизоляцией, которая позволит экономить на отоплении? Сколько из этих \$15 в неделю на самом деле – плата за тихие окрестности? Что, если хорошо оплачиваемая, но опасная работа на буровой требует, чтобы вы не пили в течение шести недель и проводили всё свободное время в помещении? Возможно, высокую зарплату вы получаете вовсе не за опасность, а за неудобство. Всегда непросто отделить друг от друга различные факторы, и невозможно понять, насколько вы в этом преуспели. Однако при достаточной информации экономисты могут совершить, как им кажется, достойную попытку.

Есть и другая проблема. Когда вы размышляли о покупке пожарной сигнализации, возможно, вы думали, что она уменьшит шансы гибели всего на одну пятимиллионную, а не на одну миллионную. Прежде чем делать выводы о том, как дорого вы цените собственную жизнь, нам сперва нужно выяснить, как вы расценивали вероятность того, что сигнализация её спасёт. И возможно, придётся признать, что вы вполне рационально решили не тратить слишком много времени на проверку своих предположений.

Сколь бы спорными и несовершенными эти методы ни были, они отражают важнейшее допущение современных экономических теорий: никто не знает, что для вас лучше, лучше, чем вы сами.

Пробелы в наших знаниях

При определении цен на экстерналии нам приходится полагаться на ненадёжную информацию о том, насколько в действительности для людей ценно снижение побочных эффектов, таких как шум, аварии, загрязнение и пробки. Но это не единственный пробел в наших знаниях; мы также не знаем, какой способ уменьшения шума, аварий, загрязнения и пробок дешевле всего. И вот здесь штрафы за экстерналии показывают себя во всей красе.

Когда речь идёт о первом виде ненадёжной информации, плата за экстерналии – не хуже любой другой политики. Мы теперь знаем, что любая политика – регулирования, ценообразования, налоговая, командно-административная или политика невмешательства в экономику (*laissez-faire*) – опирается на неявные или явные предположения о научных данных касательно загрязнения или пробок и о субъективных предпочтениях людей в отношении своего времени, удобства и здоровья. Действенность всякой политики определяется точностью сделанных допущений.

Реальное преимущество экстернального ценообразования в том, что оно позволяет обойти второй пробел в наших знаниях. Никто не знает самого дешёвого способа решить проблему пробок – пока. Но экстернальные сборы вводят загрязнение, заторы и всё остальное в границы правдивого мира, который

для нас создают рынки. Оказавшись лицом к лицу с правдой, или как минимум с наилучшей оценкой стоимости их действий, индивидуумы сами найдут способ уменьшить издержки. И чем больше времени у них будет, тем более удивительными и изобретательными окажутся ответы – в чём мы сейчас и убедимся.

Эффект Нового Орлеана

Чтобы убедиться, сколь серьёзно люди реагируют на ценовые сигналы, совершим визит в Новый Орлеан. Городу присущ особый архитектурный стиль «верблюжьей спины» (Camelback), возникший из-за попыток избежать налога. В конце XIX века дома облагались налогом по числу этажей во фронтоне, так что в Новом Орлеане есть дома, у которых спереди один этаж, а в задней части два и более. Выглядит очаровательно, но если бы такая конструкция была практичной, то наверняка бы прижилась и в других местах. Похожая история имела место в Британии, где полно мрачных и тёмных зданий – всё потому, что с 1696 по 1851 годы люди платили налог на недвижимость по числу окон в доме.

Защитники налога на пробки верят, что убедить людей ездить реже будет проще, чем вынудить их строить дома в новаторском с точки зрения архитектуры, но расточительном стиле. За несколько недель ничего не изменится, но по прошествии месяцев или лет мы, бог даст, будем жить в обществе, в котором сможем перемещаться быстрее и безопаснее.

Сбор за пробки будет влиять на мелкие решения, которые мы принимаем каждую неделю: поехать ли в супермаркет на машине, сесть на автобус, дойти до местного магазина или купить продукты через Интернет. Но и на крупных решениях он тоже скажется. Ежегодно каждый третий меняет работу, а каждый седьмой переезжает. Всякий раз, когда такое происходит, представляется хорошая возможность рассмотреть все варианты с учётом дорожного сбора.

Кроме того, изменения в поведении будут подкреплять друг друга, порождая эффект домино. Если люди станут ездить на автобусах, на улицах появится больше места и автобусы будут передвигаться быстрее, а стало быть, смогут ходить чаще. Чем больше людей решат ездить вместе на одной машине, тем быстрее будет найти попутчика и тем чаще людям будет по пути. Чем больше людей будет экономить на дорожных сборах и работать на дому пару дней в неделю либо ездить на работу в другие часы, тем большее число компаний будет находить способ их трудоустроить. Возможно, люди будут стараться жить поближе к работе. А может быть, компании станут переезжать подальше за город, чтобы сотрудники добирались до офиса без уплаты высокого дорожного сбора.

Мы не знаем, как всё получится. Что привлекает в плате за экстерналии – она бьёт по проблеме, но из этого не вытекают какие-то определённые решения. Штраф за пробки посылает сигнал: выводя свою машину на улицу в час

пик, вы причиняете неудобство всем остальным. У водителей есть выбор: заплатить компенсацию или придумать, как избежать причинения затрат. Способов много, очень много, а рынки хорошо стимулируют смекалку. Когда экстерналий нет, рынки автоматически учитывают затраты и дают производителям стимулы к их снижению. Когда экстерналии есть, эти затраты рынку не видны, но система экстернальных штрафов формирует недостающий сигнал о дополнительных издержках.

Когда в начале 2003 года в Лондоне ввели плату за въезд в центр города в размере £5 (около \$9) в сутки, люди отреагировали намного быстрее, чем предрекали критики. Через год поток транспорта уменьшился почти на треть. Стали популярнее варианты, не облагаемые сбором: поездок на автобусе стало больше на 15%, на мотоцикле – на 20%, на велосипедах – на 30%. Водители, переставшие въезжать в центр, отреагировали по-разному: четверть стала объезжать кругом, 55% пересели на общественный транспорт, 20% избрали такие альтернативы, как велосипед, совместные поездки на одном автомобиле или работу на дому в некоторые дни. Число поездок из расчёта на один автомобиль снизилось, но ещё сильнее сократились задержки из-за заторов, то есть улицы стали использоваться намного эффективнее. И чем больше у людей времени, чтобы приспособиться к дорожному сбору, тем дешевле это им обходится.

Как бороться с выбросами подешевле?

В 1990-е американское Управление по охране окружающей среды^{*}, желая найти управу на кислотные дожди, придумало экономичный способ борьбы с загрязнениями при помощи экстернального штрафа. Управление собиралось уменьшить выбросы серы с электростанций – предполагалось, что это даст положительный эффект. Вот только уменьшение выбросов влечёт за собой не только выгоды, но и затраты. Поэтому в управлении сомневались, какого сокращения выбросов нужно требовать.

Проблема в том, что руководители станций будут врать насчёт стоимости сокращения выбросов. Ведь даже при дыхании выделяется углекислый газ, но нельзя же требовать, чтобы мы прекратили дышать. Так какое же загрязнение следует уменьшать? И как? Перейдя на другие методы выработки электроэнергии? Сократив потребление энергии? Или ещё как-то? Спросите тех, кто производит выбросы, и они скажут, что запретить им это делать – это всё равно что запретить дышать. Это так дорого – может, лучше этим займётся кто-то другой?

Однако выяснить правду не так уж и сложно. Можно узнать, сколько стоит сокращение выбросов, если предложить производителям принять меры либо

^{*} Environmental Protection Agency (EPA).

заплатить штраф. Посмотрите, что они выберут, и судите по их действиям.

ЕРА испробовало этот метод применительно к выбросам серы. Управление организовало аукцион прав на выброс диоксида серы, того самого, что вызывает кислотные дожди. Производители получили некоторую квоту на выбросы; также они могли купить на аукционе разрешение на выбросы сверх квоты или же сократить эти выбросы: закрыть производство, установить фильтры, перейти на более чистый уголь. Пока ЕРА просто настаивало на установке фильтров, энергетики говорили, что это очень дорого, и активно лоббировали отмену этих требований. Даже по оценкам самого управления, стоимость сокращения выбросов диоксида серы на одну тонну составляла от \$250 до \$700 и могла доходить даже до \$1500. Но когда в 1993 году ЕРА провело аукцион, мало кто из производителей предложил высокую цену. Оказалось, компании завышали свои затраты. К 1996 году цена разрешения упала до \$70 за тонну, и даже при такой цене многие производители предпочитали не покупать разрешения на продолжение выбросов, а переходить на более чистый уголь и устанавливать фильтры.

Оказалось, сокращение выбросов так дешево, что мало кто готов платить за право и дальше загрязнять природу. В конечном итоге платить высокую цену стали лишь студенческие природоохранные группы, покупавшие разовые разрешения в надежде на 15 минут славы. Самое замечательное в этих аукционах даже не то, что выбросы серы уменьшились – этого можно было добиться законодательно, – а то, что регулирующие органы во всём мире узнали, сколько на *самом деле* стоят серные фильтры. Так появился фундамент для дальнейшего регулирования: теперь правила можно было устанавливать не наобум, а с полным пониманием затрат – весьма скромных. И это послужило примером всему миру. Так, провинция Шаньси на северо-востоке Китая внедряет похожую программу.

Теперь экономисты разрабатывают механизм аналогичных аукционов для выбросов углекислого газа в надежде притормозить климатические изменения*. Мнения о том, сколько будет стоить снижение выбросов, ещё как расходятся, но аукционы прав на добычу нефти, угля и газа скоро начнут нам об этом сообщать. Хорошо было бы начать с того, что в первый год аукционов объём выставленных на торги разрешений равняется количеству углекислого газа, выброшенному в атмосферу годом ранее. При таких условиях экономический рост будет достигнут без увеличения выбросов. Если верить защитникам природы, часть выставленных на аукцион квот и вовсе не удастся продать, поскольку простейшие меры по экономии энергии вообще ничего не стоят.

В последующие несколько лет будет покупаться всё меньше и меньше

* Международная торговля квотами на выбросы парниковых газов (эмиссионными квотами) ведётся согласно Киотскому протоколу к Рамочной конвенции ООН об изменении климата. Первый аукцион (по квотам Евросоюза) провело правительство Ирландии в феврале 2006 года, за ним последовали и другие. В ряде стран уже действуют биржи по торговле эмиссионными квотами, с 2008 года участвуют в торгах и российские компании.

разрешений. Возможно, выбросы углекислого газа будут уменьшаться быстрее, чем количество разрешений, потому что спекулянты начнут скупать разрешения и придерживать их на будущее. Ничего страшного: выбросы в итоге останутся в тех же пределах, просто они будут отсрочены. Если выяснится, что разрешения обходятся дорого, у нас появится информация для предметного обсуждения. Тогда мы вправе спросить, не будут ли издержки изменения климата выше, чем затраты на сокращение выбросов. Но многие экономисты уверены: как и в случае с разрешениями на выбросы серы в Калифорнии, мы очень скоро убедимся, что сокращение выбросов дешевле, чем мы думаем, и ещё будем жалеть, что так долго с этим тянули.

Может ли охрана природы оставаться лишь вопросом морали?

- Как вы сюда добрались?
- На чём вы сказали?

Я в растерянности. Я приехал на экспертную дискуссию, организованную природоохранным обществом, и вот один из его восторженных юных членов поджаривает меня ещё до того, как я переступил порог аудитории.

- На чём вы сюда приехали? Это важно для нашей программы компенсации выбросов.
- Что ещё за компенсация выбросов?
- Мы хотим, чтобы все наши встречи были углекисло-нейтральными. Мы всех спрашиваем, как издалека они приехали и каким транспортом. Потом мы подсчитываем, какое количество углекислого газа при этом было выброшено в атмосферу, и высаживаем деревья, чтобы компенсировать ущерб.

Экономист под прикрытием на грани того, чтобы раскрыть себя.

- Понятно. В таком случае я прибыл сюда из Австралии на пароходе, работающем на антраците.
 - Простите... как пишется «антрацит»?
 - Это такой сорт угля. Он очень грязный, в нём много серы. Ах!
- Жена экономиста сильно пихает его под рёбра.
- Не слушайте его. Мы оба приехали на велосипедах.
 - Вот как!

Это яркий пример, каким противным типом может быть Экономист под прикрытием. Но эта правдивая история должна, я надеюсь, вызвать и вопросы. Зачем обществу охраны природы устраивать «углекисло-нейтральные» заседа-

ния? Ответ очевиден: «Чтобы проведение дебатов не усугубляло климатическую ситуацию». Вроде всё правильно, но получается путаница.

Экономист во мне смотрит на вещи с точки зрения эффективности. Если озеленение – столь удачный способ борьбы с изменением климата, почему бы не забыть про совещания и не приняться сажать деревья? (В этом случае всем пришедшим следует говорить, что они прибыли на пароходе.) А если просветительские дебаты так важны, то почему не забыть про деревья и не устроить дополнительные дебаты?

Другими словами, зачем быть «углекисло-нейтральными», если можно быть «углекисло-оптимальными», особенно если учесть, что эти встречи не были ни бензол-нейтральными, ни свинец-нейтральными, ни озон-нейтральными, ни серо-нейтральными, ни заторо-нейтральными, ни шумо-нейтральными, ни ДТП-нейтральными, ни нейтральными в смысле выброса твёрдых частиц? Вместо того чтобы решить, охранять ли природу напрямую (высаживая деревья) или косвенно (поддерживая публичные дебаты), организация тратила массу сил на то, чтобы быть абсолютно «нейтральной», причём не в отношении вообще всех экстерналий или хотя бы широкого круга токсинов, но применительно к одному-единственному «раскрученному» загрязнителю: углекислому газу. И притом очень демонстративно.

Можно было бы отнестись к этому снисходительно. Добрый взгляд на всё это был бы таков: организация показывает «хороший пример» – если, конечно, бессмысленные действия можно считать хорошим примером. Недобрый взгляд таков: напрашивается вывод, что это позёрство.

.....

Из-за подобных рассуждений экономисты выглядят такими самодовольными. А между тем этот пример – отличная иллюстрация более важной мысли. Позёрство природоохранного общества можно напрямую связать с тем фактом, что природоохранное регулирование не даёт узнать истинную цену наших действий. Будь иначе, защитники природы могли бы отстаивать свою точку зрения с экономических позиций, нравоучительный тон природоохранных дебатов по большей части сошёл бы на нет, а природа охранялась бы гораздо эффективнее.

В мире, где охрана природы – всего лишь вопрос морали, даже сами её защитники не в силах определить экологический эффект повседневных решений. Что хуже: одноразовые подгузники (которыми завалены все свалки) или многоразовые (при стирке которых потребляется электричество, а в канализацию спускается вода, загрязнённая моющими средствами)? Даже будучи семи пядей во лбу, нелегко сделать правильный выбор.

Что ещё важнее, ничтожное меньшинство, необедительно рассуждающее

об этической приемлемости индивидуальных действий, точно не сможет решить проблему подгузников, да и любую другую экологическую проблему, большую или малую. Находящимся в меньшинстве «зелёным», чтобы действовать с толком, не хватает правильных сигналов о наносимом природе ущербе, а большинство людей просто не станут доставлять себе неудобства, даже если осознают проблему. Необходимы и информация, и стимулы; и, как мы обнаружили в третьей главе, рынки могут дать и то и другое.

Нехватка информации и стимулов – это та самая причина, по которой экономисты, давно находящиеся на переднем крае анализа природоохранных проблем, ратуют за экстернальные сборы. Экономисты беспокоятся о природе, но мечтают о мире, где охрана природы – не повод для позёрства, а часть правдивого мира рынка; это даёт информацию и стимулы, побуждающие самых обыкновенных людей вести себя ответственно по отношению к окружающей среде. В таком мире все мы получали бы ясные сигналы о стоимости наших действий посредством рыночных цен. На пластик ввели бы налог, потому что он не разлагается естественным путём, а скапливается на свалках. Это оттолкнуло бы нас от использования пластиковой упаковки, разовых полиэтиленовых пакетов и подгузников с синтетической подкладкой. Люди перешли бы на более дорогой пластик, если бы удобство его применения стоило дополнительных трат; так наверняка было бы с подгузниками, но вряд ли – в случае с пластиковой упаковкой. Производство электроэнергии, способствующее изменению климата, также подпадало бы под налог, из-за чего цены на электричество выросли бы, если бы мы не изобрели более чистое топливо. Те, кто стирает подгузники, да и все остальные получили бы стимул к покупке более экономичных стиральных машин и вообще к снижению энергопотребления.

Вместо того чтобы понапрасну волноваться о нашем влиянии на природу, мы бы прекрасно знали: раз мы готовы платить дополнительный сбор за товар вроде подгузника, то этим мы компенсируем другим людям вред, который причиняем; и в то же время мы были бы уверены, что этот вред меньше, чем наше собственное удобство. Может быть, мы даже обнаружили бы, что есть более лёгкие способы принести пользу природе, чем возиться с памперсами. С ними и без того возни предостаточно.

Как насчёт позитива?

Мы уделили много внимания тому, что экономисты называют «отрицательными экстерналиями» – нежелательным внешним эффектам наших действий, за которые мы не платим.

Размышляя об «отрицательных экстерналиях», скоро понимаешь, что должны быть и положительные, то есть *желательные* внешние эффекты челове-

ческих действий, за которые люди не получают награды. Если Абрам покрасит фасад дома и приведёт в порядок сад, вся улица станет выглядеть лучше, но никто не оплатит ему стоимость краски или садовых ножниц. Если Белинда открывает милое уличное кафе, по улице станет приятнее ходить, но клиенты Белинды будут платить ей только за своё собственное удовольствие, а не за удовольствие прохожих. И если Крег решит привить своего ребёнка от кори, свинки и краснухи, у других детей будет меньше шансов подхватить заразу. Однако государство лишь до некоторой степени может подтолкнуть Крега к этому.

«Положительные экстерналии» – это очень приятно, пока не поймёшь, что Абрам может и не утруждать себя окраской дома, Белинда не станет открывать кафе, опасаясь банкротства, а Крег не поведёт ребёнка к врачу, боясь побочного действия прививок. Мы бы все выиграли, если бы они исполнили задуманное, однако каждый из них решил: в конечном итоге оно того не стоит. Отрицательные экстерналии – это огромные пробки и сильное загрязнение, но при недостатке положительных экстерналий мы получаем недопривитость, нехоженые улицы и нехватку уютных кафе. Хотя отрицательные экстерналии привлекают всеобщее внимание, положительные экстерналии, может быть, даже важнее. На свете масса вещей, способных сделать жизнь лучше – свобода от заболеваний, честность в публичных делах, красивые улицы, технологические новшества. Но поскольку это положительные экстерналии, их у нас меньше, чем хотелось бы.

Когда понимаешь значимость положительных экстерналий, сразу напрашивается идея развернуть политику, применяемую к отрицательным экстерналиям: вместо штрафов предлагать субсидии. Например, государство или благотворительные организации зачастую субсидируют прививки; научные исследования тоже обычно получают солидное государственное финансирование. Но нужно быть реалистами и понимать, что это может зайти слишком далеко. Хотя штрафы и субсидии представляются отличным решением проблемы экстерналий, дело может принять неожиданный оборот.

Хорошего помаленьку? Решение проблемы экстерналий без государства

Когда побочный эффект не относится к экстерналиям? Вот пример. Положим, я жалуюсь, что дерево с участка моего соседа портит мне забор. Но если это меня так уж беспокоит, я мог бы заплатить ему, чтобы он позволил срубить дерево. Если он откажется, остаётся сделать вывод, что он получает от дерева больше удовольствия, чем я – неприятностей, и по справедливости дерево должно остаться на месте. Или, предположим, у меня есть законное право заставить его

срубить дерево. Тогда он может заплатить мне, чтобы я этого не делал, и я смогу пустить часть его денег на ремонт забора. Если право решать принадлежит мне, то я стану богаче. Если решает сосед, то богаче станет он. Но в любом случае дерево будет расти, если его ценность больше для соседа, и будет срублено, если оно сильнее раздражает меня.

Внешние эффекты не являются экстерналиями, если людям нетрудно встретиться и договориться. Мы назвали их так, потому что эти эффекты лежат вне рыночных операций. Однако некоторые из тех ситуаций, что мы считаем находящимися вне рынка, можно легко вернуть в рыночную сферу.

Раз с такими псевдоэкстерналиями можно без труда управиться силами частного сектора, то если правительство вмешается в дело со своей платой за экстерналии, может оказаться, что мы «управились» с побочными эффектами дважды. Но тогда уж лучше нам было вообще ничего не делать. А то получится, что мы будем каждый вечер ходить по ресторанам, причём впотьмах, так как, преувеличив стоимость вредных выбросов электростанции и потребовав слишком серьёзных компенсаций, мы отключили холодильники в домах и уличное освещение.

Как возможна такая «передозировка»? Говоря об Абраме, который покрасил фасад своего дома, я смело заявил, что соседи не станут возмещать ему стоимость краски, но в действительности такое бывает. В частности, нередко домовладельцы покупают жильцам краску, чтобы добиться положительного внешнего эффекта: после окраски квартиры жильцам будет приятнее в ней жить, а хозяину – проще сдать её в будущем. С учётом обоюдной выгоды квартиру стоит покрасить, но если хозяин не раскошелится, жильцы могут решить, что утруждаться не стоит. Купив краску, хозяин разделит издержки с жильцами, но также извлечёт выгоду вместе с ними. То, что казалось внешним эффектом, превратилось во внутреннее дело жильцов и хозяина в результате переговоров о расходах.

Но что, если государство тоже подумывает о субсидиях на позитивные экстерналии? Представьте, чиновникам взбрѣдет в голову, что в случае аренды квартиры хозяин и жильцы будут делать ремонт слишком редко, и жильѐ развалится. Ни жильцам, ни хозяину невыгодно делать ремонт часто, но если обе стороны примут в расчѐт интересы друг друга, они могут договориться о ремонте. Узрев эту позитивную экстерналию, государство начинает раздавать субсидии в размере \$500 съѣмщикам, которые ремонтируют жильѐ. (Если это кажется неправдоподобным, вспомните о субсидиях, которые правительство реально выдаѣт на повышение энергоэффективности домов, что даѣт положительный побочный эффект.)

Предположим, что ценность ремонта для жильцов в виде более уютной квартиры составляет \$300, а для хозяина – в форме будущей арендной платы –

\$500, а сам ремонт стоит \$1000. Государство очень точно рассчитало величину побочного эффекта: выгода в \$500 (более высокая арендная плата) для домовладельца, которую жильцы не берут в расчёт. Но заметьте, что поскольку \$300 плюс \$500 это меньше, чем \$1000, субсидии не хватит, чтобы убедить жильцов заняться ремонтом, да и не могло хватить, потому что затраты на ремонт очевидно выше, чем выгода для хозяина и жильцов вместе взятых.

К сожалению, ничто не мешает жильцам взять \$500 субсидии и попросить хозяина внести ещё, скажем, \$350. Теперь жильцы чувствуют себя распрекрасно, ведь у них сделан отличный ремонт стоимостью в \$1000 и субъективной ценностью в \$300, и обошёлся он им всего в \$150, так как 85% оплатили государство и домовладелец. Хозяин не прочь заплатить, ведь он израсходует на ремонт \$350, а выгадает на нём \$500. Но финансировать такой ремонт вообще не стоило – ведь государство в итоге потратило \$500, а жильцы и хозяин выгадали лишь по \$150. Не самое эффективное вложение средств.

Почему возникла проблема? Потому что произошла «передозировка», мы решили проблему дважды: один раз при помощи государственной субсидии, другой – посредством индивидуального торга. По отдельности и то и другое – эффективные для общества способы обращения с экстерналиями, и оба подсказывают правильный вывод: положительная экстерналия недостаточно велика, чтобы оправдать ремонт. Но если применить оба способа одновременно, это приводит к чрезмерному субсидированию. То же самое может произойти и с отрицательными экстерналиями. Если правительство обложит налогом злобную бензиновую газонокосилку моего соседа, да ещё я заплачу ему, чтобы он избавился от неё, потому что мне не нравится запах и шум, комбинация налога и моего предложения может убедить его выбросить это чудовище. И это при том, что удовольствие и удобство от газонокосилки перевешивают весь ущерб кому бы то ни было, и вообще-то ему следовало её оставить.

Но многие побочные эффекты очень даже реальны. За милыми сердцу (хоть и покосившимися) изгородями наших участков и за некрашеными стенами съёмных квартир нас по-прежнему ждут забитые, душливые улицы. Проблему заторов на дорогах не решить на переговорах за чашечкой кофе. Вовлечено столько людей, что прийти к согласию невозможно, и нашлось бы много таких, кто хотел бы избежать хлопотных переговоров, надеясь воспользоваться выгодами соглашения бесплатно.

Введение официальных сборов за экстерналии будет наиболее уместно, когда проблему побочного эффекта нельзя решить путём переговоров – как в случае с шумом от низко летящих самолётов. Чем больше шансов, что люди сядут вокруг стола и к чему-нибудь придут, тем выше вероятность, что вмешательство правительства только испортит дело. Во-первых, правительство подвержено влиянию заинтересованных групп и не всегда действует в общественных ин-

тересах; во-вторых, есть опасность «передозировки»; и в-третьих, люди знают о своих затратах и выгодах лучше, чем любое правительство. Экстернальные сборы будут работать хорошо применительно к таким проблемам, как пробки и изменение климата, когда достичь договорённости на уровне отдельных людей практически невозможно. В менее значительных случаях следует задаться вопросом: не будет ли прописанное государством лекарство вреднее заболевания?

Эпилог: чем на самом деле занимается экономическая наука?

В этой главе мы говорили о способах разобраться с самыми серьёзными общественными бедствиями, такими как загрязнение окружающей среды, заторы на дорогах и конфликты с соседями. Мы выяснили, что сбор за вредные выбросы или езду в густонаселённых районах города, субсидия на научные исследования или на прививки – это самые эффективные способы решения множества проблем, не поддающихся воздействию рынка. Экстернальные сборы дают людям и информацию, и стимулы для принятия верных решений. Такие меры не дают автоматического ответа на вопрос, насколько строгим должно быть регулирование, или что именно следует регулировать. Но когда по ходу наших политических процедур мы получим представление о том, чего хотим, экстернальные сборы будут самым экономичным способом получить желаемое.

Тем не менее часто приходится слышать, что так называемые эксперты беспокоятся, что налоги на езду на автомобиле или на загрязнение плохо скажутся на состоянии экономики. Звучит тревожно. Но что такое «экономика»? Если часто смотреть телеканал Bloomberg или читать *Wall Street Journal*, может создаться ошибочное представление, что экономика – это груда довольно скучных статистических показателей, именуемых аббревиатурами вроде ВВП (валовой внутренний продукт). ВВП измеряет общую стоимость всего, что было произведено в экономике за год. Так, один дополнительный капучино добавит к ВВП \$2,55 или чуть меньше, если некоторые из его ингредиентов – импортные.

Если вы думаете, что это и есть экономика, тогда эксперты правы. Налог на вредные выбросы вполне может уменьшить значение ВВП. Но кого это волнует? Точно не экономистов. Известно, что в расчёт ВВП включается множество вредных вещей (продажи оружия, криворукое строительство с последующим дорогостоящим ремонтом, затраты на поездки на работу) и не включается множество важных, таких как уход за вашими детьми или прогулки в горах.

По большей части экономической науке очень мало дела до ВВП. Экономическая наука исследует, кто получает выгоду, какую выгоду он получает и почему. В этом смысле чистый воздух и езда без пробок – часть «экономики».

Возможно, что штрафы за езду в часы пик увеличат ВВП, поскольку люди будут добираться до работы быстрее, смогут работать больше и цены в магазинах будут ниже благодаря более эффективной дистрибуции. Точно так же возможно, что штрафы за пробки снизят ВВП. Но это совершенно неважно. Мы знаем, что от этих мер нам будет лучше в более важном смысле: перед нами откроется множество новых дорог и занятий. В жизни много такого, чего статистика не учитывает. Это понимают даже экономисты.

ГЛАВА 5

«ЛИМОНЫ» И «ПЕРСИКИ»

Ю **МОРИСТИЧЕСКИЕ ПУТЕВЫЕ ЗАМЕТКИ ДЖЕРОМА К. ДЖЕРОМА** «Трое в лодке, не считая собаки» начинаются с того, как мистер Джером, будучи в Британском музее, листает медицинский справочник:

«Я добрался до холеры, прочёл о её признаках и установил, что у меня холера, что она мучает меня уже несколько месяцев, а я об этом и не подозревал. Мне стало любопытно: чем я ещё болен? Я перешёл к пляске святого Витта и выяснил, как и следовало ожидать, что ею я тоже страдаю; тут я заинтересовался этим медицинским феноменом и решил разобраться в нём досконально. Я начал прямо по алфавиту. Прочитал об анемии и убедился, что она у меня есть и что обострение должно наступить недели через две. Брайтовой болезнью, как я с облегчением установил, я страдал лишь в лёгкой форме, и, будь у меня она одна, я мог бы надеяться прожить ещё несколько лет. Воспаление лёгких оказалось у меня с серьёзными осложнениями, а грудная жаба была, судя по всему, врождённой. Так я добросовестно перебрал все буквы алфавита, и единственная болезнь, которой я у себя не обнаружил, была родильная горячка»^{*}.

Будь вы на месте Джерома, что бы вы сделали? Он отправился в путешествие по реке, но ведь он не был экономистом. Мой совет в подобной ситуации — бежать в страховую компанию и покупать полис с наибольшим покрытием расходов. Раз уж вы знаете наверняка, что вас ждут огромные счета за лечение,

^{*} Перевод М. Донского и З. Линецкой.

почему не раскошелиться на обслуживание по высшему разряду?

Однако возникает вопрос. Если бы люди типа Джерома неслись покупать медицинскую страховку тогда и только тогда, когда знали, что больны, кто бы взялся их страховать?

Внутренняя информация

Вопрос совсем не праздный. Экономистам уже довольно давно известно, что если одна из сторон сделки владеет так называемой внутренней информацией, а другая – нет, то рынки работают не так хорошо, как мы рассчитываем. Интуитивно это понятно. Но лишь после того, как в 1970 году американский экономист Джордж Акерлоф опубликовал свою революционную работу, учёные осознали, насколько это глубокая и серьёзная проблема.

Акерлоф выбрал для примера рынок подержанных машин и показал, что даже если рынок отличается сильной конкуренцией, он попросту не будет функционировать, если продавцы знают о состоянии автомобилей всё, а покупатели – почти ничего. Для пущей ясности предположим, что половина выставленных на продажу машин – это «персики», а другая половина – «лимоны». Ценность «персиков» для покупателей выше, чем для продавцов, иначе покупатели не покупали бы. Пусть она равняется \$5000 для потенциальных покупателей и \$4000 для продавцов. «Лимоны» же – бесполезные груды металла. Продавцы знают, какой автомобиль – «персик», а какой – «лимон». Покупатели вынуждены гадать.

Покупатель, если он не прочь сыграть в честную лотерею, может счесть любую сумму между \$2000 и \$2500 разумной ценой за машину, у которой равные шансы оказаться «персиком» и «лимоном». Продавец тоже мог бы посчитать сделку с шансами 50 на 50 вполне справедливой, но перед ним маячат совсем другие перспективы: он точно знает, «персик» это или «лимон». Продавец «лимона», предложи вы ему \$2500, оторвёт их с руками, но продавец «персика» сочтёт такое предложение довольно оскорбительным. Слоняясь по округе с предложением заплатить \$2500 за машину, вы быстро обнаружите, что по такой цене в продаже есть только «лимоны». Конечно, если вы предложите \$4001, на рынке появятся и «персики», но «лимоны» тоже никуда не денутся. А \$4001 – не слишком привлекательная цена за машину, которая то ли будет ездить нормально, то ли нет.

И это отнюдь не мелкое недоразумение где-то на периферии рынка. При таком сценарии рынка вообще не будет. Ни один продавец не отдаст «персик» дешевле \$4000, но ни один покупатель не предложит столько за машину, шансы которой оказаться «лимоном» составляют 50%. Продавцы не выставляют «персики» на продажу, и покупатели знают об этом; в итоге в продаже остаются

только бесполезные «лимоны», которые переходят из рук в руки за бесценок. Не столь радикальные допущения приводят к менее серьёзным сбоям, но результат похож: если одни люди знают о качестве товара больше других, товаров высокого качества в продаже будет очень мало, а то и не будет вовсе.

Каждый, кто когда-либо покупал подержанную машину, согласится, что в рассуждениях Акерлофа что-то есть. Рынок далёк от совершенства – подержанные машины имеют обыкновение быть дешёвыми и плохими. Продавцы хороших машин предпочитают попридержать их, надеясь на высокую цену; но поскольку они не могут подтвердить, что машина на самом деле «персик», то не могут продать её дорого и ездят на ней сами. Казалось бы, продавцы должны извлекать выгоду из внутренней информации, но выигравших здесь нет: умные покупатели просто не садятся играть заведомо краплёными картами.

Давайте внесём ясность насчёт глубины и серьёзности проблемы. То, что описал Акерлоф, это не рынок, на котором кого-то надувают; всё намного хуже. Он описал рынок, который должен работать, но не работает вследствие разъедающего действия внутренней информации. Продавцы хороших машин просто обязаны заключать сделки с покупателями, ведь каждая сделка производит стоимость в размере \$1000 (разница между ценностью машины для покупателя и для продавца). Если цена ближе к \$4000, покупатель получает большую часть этой стоимости, если цена ближе к \$5000, больше получает продавец. Но Акерлоф показал, что ни одна из этих сделок не совершается, потому что покупатели не станут платить деньги без подтверждения качества автомобиля, а продавцы не могут это подтверждение предоставить.

Рынок подержанных машин – не единственный рынок, где внутренняя информация играет большую роль. Вспомните мебель в съёмных квартирах: почему она вечно дышит на ладан? Модель Акерлофа даёт ответ. Квартира обременена многими заметными, даже очевидными чертами, которые влияют на наше решение её снять, – площадь, местонахождение, планировка и т.д. Но также есть характеристики, которые оценить нелегко, в частности, долговечна ли мебель. Хозяину незачем обставлять квартиру дорогой, крепкой мебелью: жилец не заметит этого, пока не въедет, и эта особенность квартиры не из тех, за которые жилец готов платить в первую очередь. (Конечно, владелец жилья может обставить его дешёвой, ломкой мебелью из опасения, что жильцы разломают всё, что ни поставь. Но тогда уж это скорее аргумент в пользу более долговечной мебели.) В итоге рынок жилья с шаткой мебелью есть, а рынка жилья с долговечной мебелью нет.

Из-за внутренней информации вам также не отведать приличного качества еды в таких «ловушках для туристов», как Лестер-сквер в Лондоне, Таймс-сквер в Нью-Йорке или афинский район Плака. За редким исключением голодный турист там платит втридорога за посредственную стряпню. Туристы го-

товы платить, потому что понятия не имеют, где найти место получше, даже если оно на соседней улице. Но феномен ловушек для туристов – вовсе не в высоких ценах. Будь дело только в них, существовал бы широкий выбор ресторанов, маленьких, уютных бис-тро и забегаловок с пастой и гамбургерами – словом, всевозможной еды в диапазоне от превосходной до отвратительной, и неизменно с большой наценкой. А вместо этого мы видим усечённый рынок, где приличной пищи, будь то жареная курица или изысканный обед, днём с огнём не сыщешь. Причина проста: турист здесь в первый и последний раз, так что ему нелегко с ходу разобраться, где хорошо кормят, а где – нет. Все хорошие рестораны располагаются там, где их могут оценить более осведомлённые аборигены. Плохие же рестораны остаются «лимонами» отрасли общественного питания.

.....

Важно подчеркнуть, что Акерлоф описывает ситуацию не всеобщего невежества, а такой случай, когда одна сторона знает больше другой. Если покупатель и продавец оба не знают, «лимон» машина или «персик», никаких проблем нет: покупатели готовы платить вплоть до \$2500 за машину, шансы которой оказаться «персиком» – 50 на 50; продавцы, знаящие не больше покупателей, были бы рады любому предложению выше \$2000. Понятно, что в итоге они ударят по рукам. Соглашение невозможно, только когда одна сторона знает очень много, а другая очень мало. Причина этой проблемы – неравное владение фактами, что экономисты обычно называют «асимметричной информацией». Такой информационный дисбаланс может напрочь уничтожить совершенные рынки и их правдивый мир.

Чего не знают страховые компании?

Проблема с «лимонами» Акерлофа звучит достаточно неприятно уже в применении к подержанным машинам, мебелированному жилью и заведениям общепита в красивейших местах планеты. К несчастью, от этой же проблемы страдает рынок гораздо более важных услуг – медицинского страхования.

Медицинская страховка – очень нужная вещь, поскольку заболевания крайне непредсказуемы, и порой лечение обходится очень дорого. И дело не только в дороговизне; часто его нельзя отложить до более подходящего времени. Кроме того, необходимость лечиться может прийти как раз на период, когда у вас низкий доход. Люди с большей вероятностью нуждаются в лечении после выхода на пенсию, а к тому же те, кому нужна помощь, возможно, слишком больны, чтобы работать.

Так что медицинская страховка – ценный продукт. Когда рынок медицин-

ского страхования работает неважно, мы получаем непомерно высокие страховые премии и огромное число незастрахованных людей. Это наверняка знакомо для жителей США, где рынок и правда не слишком хорошо справляется с оказанием страховых медицинских услуг, и это происходит как раз из-за проблемы «лимонов».

Назовём людей, подверженных заболеваниям, «лимонами», а тех, у кого богатырское здоровье, – «персиками». Если, как и Джером К. Джером, я подозреваю в себе «лимона», очень мудро было бы купить все страховки, какие только бывают. С другой стороны, если вы здоровы как бык, а все ваши предки дожили до ста лет, страховку вы купите, только если уж она совсем дешёвая. Ведь вам она вряд ли понадобится.

Благодаря Акерлофу, который доказал, что судьба рынков с асимметричной информацией печальна, мы знаем, что рынок страхования может развалиться так же, как и рынок хороших подержанных машин. Если тело у вас словно сочный «персик», стандартный пакет страховых услуг едва ли покажется вам удачным приобретением, в то время как мистер Джером и я, чьи тела – сморщенные, горькие «лимоны», всеми руками ухватятся за этот пакет. Как следствие, страховая компания продаёт полисы только тем, кто знает, что они им пригодятся. В итоге она теряет тех клиентов, которые почти по врачам не ходят, и приобретает таких, которые только и делают, что лечатся; так что страховщику не остаётся ничего другого, как уменьшить объём покрытия и увеличить размер страховой премии. Теперь уже люди среднего здоровья сочтут страхование дорогим и откажутся от него, вынуждая компанию ещё больше поднять цены, чтобы не прогореть. И так всё больше и больше людей начнут отказываться от страхования, пока в один прекрасный день полисы не станут покупать только самые чахлая из «лимонов» по заоблачным ценам.

.....

Страховые компании, конечно же, будут стараться поправить ситуацию на рынке, собирая данные о потребителях в большем объёме. Курят ли они? Сколько им лет? Умерли ли их родители в 35 лет от наследственных заболеваний или разбились на своей спортивной машине в столетнем возрасте? Чем более доступной будет генетическая информация, тем точнее страховщики смогут оценивать затраты на медицинское обслуживание конкретных индивидов. Раньше развитие рынка страхования сдерживала внутренняя информация: страховщики знали меньше, чем застрахованные. Но если страховые компании сумеют ликвидировать пробелы в своих знаниях, они будут охотнее предлагать свои услуги большему числу людей.

Это может прозвучать как что-то вроде ценового таргетирования Starbucks или Wholefoods из второй главы, но на самом деле это другая игра. Когда

Starbucks метит в нас своими ценами, она знает свои затраты – компания просто хочет выяснить, пройдёт ли номер с более высокими ценами для некоторых покупателей. Страховая компания решает более фундаментальную задачу: она не знает, сколько будет стоить лечение каждого потребителя, и если фирма не сможет подсчитать это точнее, чем сам потребитель, то окажется погребённой под грудой счетов. Различны и последствия. Ценовое таргетирование – это способ отхватить побольше от уже имеющегося пирога, выжать больше денег из покупателей; но при помощи сведений о страхователях можно испечь новый пирог, сделав возможными прежде немыслимые сделки.

К сожалению, стабилизация рынка страхования – дело не бесплатное: нам с мистером Джеромом страховка обойдётся в огромные деньги, в то время как «персики» вроде вас смогут получить её по минимальной цене. В обоих случаях страховая премия будет вычислена методом актуарных расчётов – исходя из того, что она должна покрывать не больше и не меньше, чем вероятные расходы на лечение. Если бы у компаний была по-настоящему точная информация, которую в будущем, наверное, можно будет получать путём генетического тестирования, тогда тот, кому суждено болеть, будет платить страховую премию в сотни тысяч долларов; хотя это едва ли можно будет вообще назвать страхованием.

Разузнав про наследственность каждого клиента и оценив грядущие выплаты по страховке, страховая отрасль может остаться на плаву. Если страховая компания не повысит цены для таких, как мы с мистером Джеромом, ей скоро конец. Проблема в том, что люди с самыми дорогостоящими медицинскими потребностями – старики и хронические больные – обнаружат, что страховая компания на самом деле их не страхует. Поскольку размер страховой премии учитывает величину затрат на лечение, страхователи будут платить за страховку больше, чем если бы они платили врачам из своего кармана безо всякой страховки.

Любопытный вывод, очевидный в ретроспективе, состоит в том, что страхование держится на обоюдной неосведомлённости. Страховая компания может застраховать меня от кражи, пожара или счёта от врача, только если нам обоим неизвестно, случится это или нет. Умей мы предсказывать будущее, страхование потеряло бы смысл. Если бы моя страховая компания умела предсказывать пожары лучше меня, она стала бы продавать мне страховку, только если бы она точно была мне не нужна. А если бы я знал, что дом мой сторит, страховщику следовало бы не страховку мне оформлять, а звонить в полицию. Коль скоро без обоюдного неведения страхование невозможно, то всякий прогресс медицинской науки, отодвигающий границы непознанного всё дальше – для страховщика, страхователя или для них обоих, – будет ослаблять фундамент страхования. Чем больше мы знаем, тем меньше нам нужно что-то страховать.

Тревожная перспектива — если, конечно, мы хотим дать людям шанс защитить себя от высоких издержек невезения.

ГОТОВИМ ЛИМОНАД

Как гласит один несколько занудный афоризм, «если жизнь подбрасывает вам лимоны, делайте из них лимонад». Как нам приготовить лимонад из «лимонов» Акерлофа? Возвращаясь к самому первому примеру с подержанными машинами, заметим, что и у покупателя, и у продавца есть стимул к решению проблемы: продавец хочет получить достойную цену за свой «персик», а покупатель хочет «персик» купить. Если внутренняя информация мешает взаимовыгодной сделке, обе стороны захотят ликвидировать информационный разрыв.

В 2001 году Акерлоф получил Нобелевскую премию по экономике за свои работы в области асимметричной информации; он разделил премию с двумя экономистами, каждый из которых предложил частичное решение этой проблемы. Майкл Спенс утверждал, что сторона, владеющая информацией, в силах найти такой способ передачи её другой стороне, чтобы та поверила. Джо Стиглиц смотрел на проблему с другой стороны и размышлял над тем, как сторона, не владеющая информацией, могла бы её заполучить.

Спенс понимал: недостаточно, чтобы продавец просто сказал: «Все мои машины — “персики”», поскольку это дешёвый трёп. Продавец «лимонов» тоже может заявить, что все его машины — «персики». Покупатель не знает, кто из них говорит правду, так что подобное заявление не несёт никакой информации. Спенс понял, что настоящим признаком качества будет некий сигнал, который продавец «лимонов» не может подать покупателю, либо ему это просто не по карману.

Например, вложить средства в покупку автосалона может позволить себе только тот продавец, кто пришёл в бизнес всерьёз и надолго. Продавец «персиков» рассчитывает, что довольные клиенты вернутся к нему сами, да ещё и расскажут знакомым про безотказные, надёжные машины. С годами продажи окупят инвестиции в салон. Продавец «лимонов» так работать не может. Сбив с рук несколько перехваленных «лимонов», он будет вынужден убраться туда, куда дурная слава о нём ещё не дошла.

Вот почему банки всегда строят себе такие внушительные здания. В дни, когда государственного надзора ещё не было, откуда людям было знать, что они не вкладывают деньги в фирму-однодневку? Клиенты чувствуют, что мошенники, планирующие сбежать с деньгами, не станут облицовывать стены бронзой и мрамором. По этой же самой причине вы заплатите больше в стационарном магазине, чем в рыночной палатке, если будете покупать товар, о качестве и надёжности которого вам не хватает информации. Когда вы придёте жаловаться

на качество товара, магазин всё ещё будет на своём месте, чтобы вернуть вам деньги, и сама эта возможность внушает вам уверенность, что жаловаться не придётся.

Другие экономисты использовали теорию Спенса для объяснения немислимо дорогих и бессодержательных рекламных кампаний. Какая информация содержится в рекламе прохладительных напитков? «Всё будет Coca-Cola». Не понял? Единственное, что потенциальный покупатель может вынести из такой рекламы – это то, что обошлась она недёшево. А значит, компания Coca-Cola планирует и впредь столь же ответственно, что и всегда, относиться к качеству своей продукции.

Сам Спенс впервые применил свой вывод, чтобы объяснить, почему студенты стремятся получить диплом по философии, который даётся огромным трудом, но никакой конкретной карьеры не обещает, в отличие от диплома по экономике или маркетингу. Предположим, что работодатели предпочитают нанимать толковых, трудолюбивых работников, но не могут на основании собеседования решить, кто из кандидатов сообразителен и трудолюбив. Предположим ещё, что ради степени по философии всем приходится трудиться очень упорно, но ленивым, недалёким студентам это особенно тяжело.

Спенс показывает, что толковые, трудолюбивые люди могут доказать свои качества, поступив на философский факультет. Не то чтобы недалёкие, ленивые люди не могли его окончить, но они просто не станут этого делать: работодатель платит новоиспечённым философам достаточно, чтобы компенсировать их труды, но недостаточно, чтобы тупые, ленивые люди стали себя утруждать получением такого диплома. Работодатели идут на это, хотя диплом философа сам по себе не добавляет кандидатам производительности. Это всего лишь заслуживающий доверия сигнал, ведь для ленивых глупцов получение такого диплома сопряжено с очень большими трудностями. Коль скоро Спенс и сам изучал философию в Принстоне, вероятно, он знает, о чём говорит.

Итак, Спенс показал, что один из способов устранить информационную асимметрию на рынках, нормальной работе которых прежде препятствовало наличие внутренней информации, – чтобы продавец подал сигнал о своей надёжности. Первокласные претенденты на место, банки, торговцы подержанными автомобилями и производители прохладительных напитков – все они считают выгодным тратить огромные деньги и кучу времени (на знания, не имеющие практической ценности, роскошную отделку, здания и рекламу), только чтобы их можно было отличить от низкопробных кандидатов, банков, торговцев и производителей.

Из размышлений Спенса следует, что проблема «лимонов» не является неразрешимой, однако до полного успокоения далеко. В некотором смысле модель Спенса показывает: всем было бы только лучше, если бы расточительные

сигналы были невозможны. Если бы изучение философии было запрещено, работодатели не могли бы отличить ленивых работников от трудолюбивых и платили бы всем одинаковую зарплату, соответствующую их средней ожидаемой продуктивности. Ленивые бы выиграли; трудолюбивые тоже выиграли бы, если бы новая, более низкая зарплата была больше старой за вычетом затрат на получение диплома по философии. Работодатели тоже не против; нанятые ими работники в среднем хуже, но зато и платить им приходится меньше. Акерлоф показал, что внутренняя информация снижает способность людей заключать взаимовыгодные сделки. Спенс показал, как сделать эти сделки возможными, но также обнаружил, что при этом для общества могут возникать очень высокие издержки.

.....

Пока Спенс размышлял, как информированной стороне просигнализировать о своей надёжности, Стиглиц разбирался, как несведущая сторона может вывести эту информацию. Он подробно изучил рынок страхования и пришёл к выводу, что несведущий страховщик не так уж и беспомощен перед лицом клиентов, способных определить вероятность своего обращения за страховой выплатой. Страховщик может разнообразить своё предложение: например, ввести полис со сниженной страховой премией, но повышенным нестрахуемым минимумом. Объём страхования снижается: небольшая страховая премия сделает страховку дешевле, но из-за более высокого нестрахуемого минимума, то есть суммы, на которую уменьшается каждый счёт за лечение, возмещение по каждому случаю станет меньше. Это, вероятно, будет по душе клиентам-«персикам», поскольку страховка стала дешевле, а много ходить по врачам они так или иначе не планировали. Зато клиент-«лимон» скорее предпочтёт заплатить высокую премию, потому что знает, что будет частым гостем в страховой компании, и высокий нестрахуемый минимум больно ударил бы по его карману.

Так страховщик может вынудить клиентов различных типов раскрыть внутреннюю информацию. Это немного напоминает стратегию кофеен из второй главы в области сегментирования клиентов. Starbucks предлагает добавки вроде взбитых сливок и ароматизированного сиропа, чтобы заставить покупателей проявить своё отношение к цене. Страховая компания Aetna Insurance предлагает физическим лицам четыре различных полиса, нестрахуемый минимум по которым колеблется от \$500 до \$5000, чтобы страхователи раскрыли свои ожидания относительно количества будущих страховых случаев. Но и Стиглиц не говорил, что проблему «лимонов» Акерлофа можно решить бесплатно. Напротив, он показал, что в ответ на наличие внутренней информации банки могут отказывать в кредитах целым общественным группам, фирмы — платить высокие зарплаты нынешним привилегированным работникам вместо

того, чтобы нанимать больше людей со стороны, а страховые компании — давать от ворот поворот часто болеющим людям. Спенс и Стиглиц доказали, что из «лимонов» Акерлофа можно приготовить лимонад, но нельзя избавиться от горького послевкусия.

«Лимоны» и здравоохранение в США

Сложность проблемы «лимонов» как раз и объясняет, почему американская система здравоохранения функционирует столь неважно. При финансировании большей части медицинских расходов в США полагаются на частное страхование. Это нетипичная модель: например, в Британии, Канаде и Испании расходы на здравоохранение в основном покрываются государством. В Австрии, Бельгии, Франции, Германии и Голландии эти затраты покрываются за счёт системы социального страхования: большинство людей обязано покупать страховку, но размеры страховых премий законодательно привязаны к доходам граждан, а не к риску наступления страхового случая.

В американской системе покупка страховки — дело добровольное, а премия зависит от риска, а не от дохода. Однако непохоже, чтобы медицинское обслуживание, основанное на столь любимых американцами рыночных принципах, делало граждан счастливыми. Недавний опрос показал, что только 17% респондентов в США довольны системой здравоохранения и не видят необходимости в её серьёзной реформе. В чём причины недовольства?

Несколько из них лежат на поверхности: чрезвычайная дороговизна, масса бюрократии и неполный охват. Сначала затраты: американское здравоохранение в расчёте на человека стоит на треть дороже, чем у второй по дороговизне страны — баснословно богатой Швейцарии, и в два раза дороже, чем во многих европейских странах. Одни только государственные затраты в США на одного застрахованного больше, чем государственные и частные затраты в Британии вместе взятые, хотя британские власти обеспечивают бесплатное медицинское обслуживание всем постоянным жителям страны, а в США государство платит только за стариков (в рамках программы Medicare) и частично за малообеспеченных граждан (Medicaid). Большинство американцев очень обеспокоено медицинскими расходами, и многие, наверное, были бы поражены, узнав, что британское правительство тратит на одного человека меньше американского и всё равно умудряется предоставлять каждому доступ к бесплатной медицине. Если учесть ещё затраты на страхование госслужащих и налоговые послабления, стимулирующие частное медицинское обслуживание, государственные расходы США на здравоохранение в расчёте на человека — самые большие в мире.

Теперь бюрократия. Исследователи из Гарвардской медицинской школы

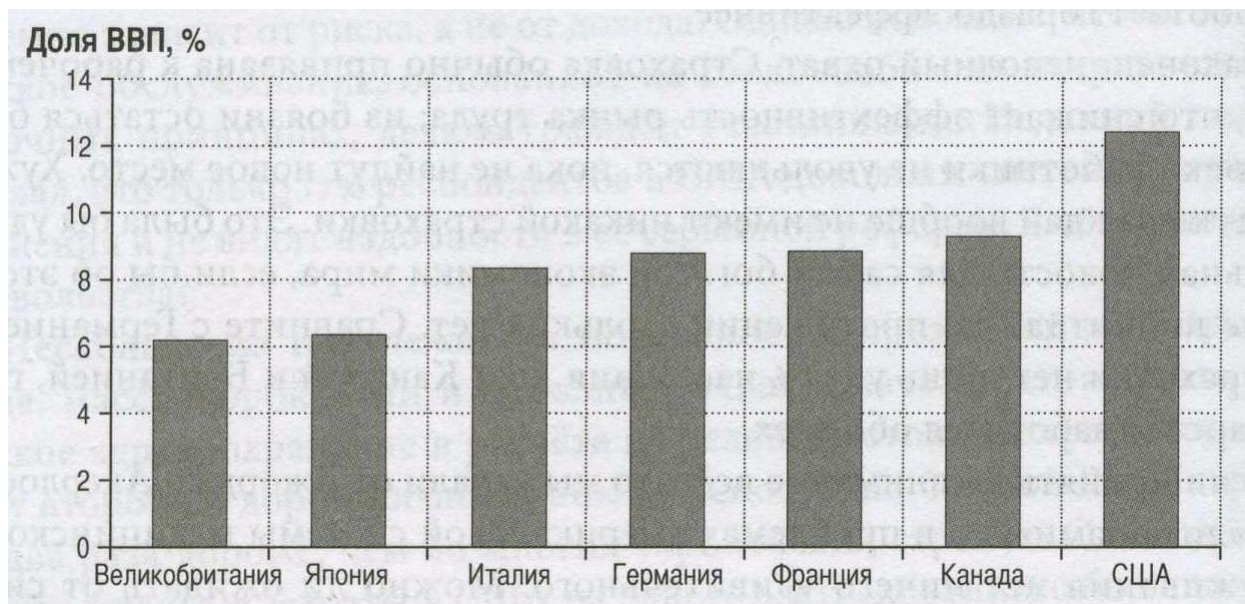
подсчитали, что административные издержки американской системы, частные и государственные, превышают \$1000 на человека. Другими словами, если сложить все налоги, страховые премии и личные расходы, средний американец тратит на докторских секретарш и всё такое столько же, сколько граждане Сингапура или Чехии на медицинское обслуживание вообще. Результаты работы системы здравоохранения в обеих странах очень близки к показателям США: ожидаемая продолжительность жизни и ожидаемая продолжительность «здоровой жизни» (показатель, позволяющий отличать долгую здоровую жизнь от долгой жизни, омрачённой годами тяжёлой инвалидности) в Чехии чуть ниже, а в Сингапуре немного выше, чем в США. Затраты на бюрократию в США в три раза выше, чем в канадской системе здравоохранения (\$307 на человека), которая работает гораздо эффективнее.

Наконец, неполный охват. Страховка обычно привязана к рабочему месту, что снижает эффективность рынка труда; из боязни остаться без страховки работники не увольняются, пока не найдут новое место. Хуже того, 15% граждан вообще не имеют никакой страховки. Это была бы удивительная новость для самой богатой экономики мира, если бы об этом уже не причитали на протяжении стольких лет. Сравните с Германией, где страховки нет лишь у 0,2% населения, или Канадой и Британией, где государство заботится обо всех.

Если принять во внимание всё, что мы узнали от Джорджа Акерлофа с его «лимонами», то в проблемах американской системы медицинского обслуживания нет ничего удивительного. Можно ли ожидать от системы частного добровольного страхования полноты охвата? Люди с более насущными, чем медицинская страховка, потребностями (например, молодая беднота, у которой денег мало, а вероятность серьёзно заболеть невелика) не станут страховаться. В результате страховые компании, чтобы покрыть расходы, увеличивают премию для среднего клиента, отпугивая всё больше и больше людей. Рынок не разваливается окончательно, как в канонической истории о «лимонах»; отчасти он выстоял потому, что многие люди сильно беспокоятся о своих расходах на лечение и готовы выложить за страховку значительно больше той премии, какая может считаться справедливой. Исход страхователей прекращается, но только когда многие уже ушли.

Зная доводы Спенса и Стиглица, мы вправе ожидать, что страховщики постараются обойти проблему «лимонов», но это будет весьма затратно. Так, страховые компании пытаются отслеживать риски, поведение и расходы клиентов, что ложится на систему тяжким бюрократическим грузом. Другое следствие — неуклюжая привязка страховки к месту работы. На первый взгляд, нет никаких причин на то, чтобы к рабочему месту прилагалась именно страховка, а не служебное жильё или бесплатное питание. Работники часто вынуждены платить за страхование, привязанное к месту работы. Из-за этого страховку покупают и

График 5.1. США тратят на медицинское обслуживание больше всех.



Источник: Cutler 2002.

самые здоровые члены общества, что предотвращает распад рынка. Но это решение обходится недёшево: страховой план выбирает не бенефициар, стремящийся подобрать оптимальный полис по правильной цене, а менеджер по персоналу, у которого другие приоритеты; в частности, последний рад облегчить себе жизнь, закупая полисы по принципу «один размер для всех». В итоге ещё больше средств тратится впустую.

Не следует сваливать все недостатки американской системы на проблему Акерлофа. И без внутренней информации страхование проблематично, поскольку пациенты не всегда могут выбрать себе лечение. Когда оплату счёта берёт на себя страховщик, выбор подходящего лечения всегда является в известной степени предметом переговоров. Если вы просите кого-то заплатить за ваше лечение, не удивляйтесь, если получите не совсем то, что выбрали бы сами.

Тем не менее поразительно, что такие определяющие характеристики частного медицинского страхования, как неполный охват, неэффективность и высокие издержки, — это именно то, что можно было бы предсказать для этой системы, вооружившись одними лишь теоретическими моделями Акерлофа, Спенса и Стиглица.

Куда заводит неполная информация

Проблема «лимонов» (или, на жаргоне экономистов, «неблагоприятного отбора»), когда внутренняя информация уничтожает рынок, поскольку неосведом-

лѐнные покупатели не готовы платить за неочевидное качество товара, — это один из примеров более общей проблемы внутренней информации (на жаргоне — «асимметричной информации»). Внутренняя информация также порождает неприятности, известные как «моральный риск» или «риск безответственности». Идея проста: если вы компенсируете расходы людей, когда с ними случается что-то плохое, они становятся беспечными.

Если мой автомобиль застрахован от кражи, я буду парковаться везде, где найду место, даже на пустынной улице, которая отнюдь не выглядит безопасной. Если страховка не покрывает кражу, я, пожалуй, предпочту заплатить чуть больше за охраняемую стоянку. Если государство будет платить мне пособие по безработице, когда меня уволят, я не буду так спешить с поисками новой работы, как если бы я остался вообще без источников дохода. Если деньги на моём счету застрахованы от банкротства банка, зачем мне выяснять, надёжен ли он?

Риск безответственности — неизбежная проблема реальной экономики. И поскольку страховые компании (да и все мы) не в силах полностью избежать этого риска, можно предпринять шаги по его снижению. К примеру, страховые компании не страхуют от увольнения или беременности, что весьма досадно. Было бы просто чудесно иметь такую страховку, ведь и то и другое нетрудно устроить. На свете много людей, желающих уйти с работы или завести детей, и они бы с удовольствием приобрели полис, который сопровождает претворение этих планов в жизнь щедрыми выплатами. Этот риск безответственности мешает развитию рынка частного страхования от безработицы.

С другой стороны, государственное страхование от безработицы всё же существует, невзирая на моральный риск. Очевидно, что пособия по безработице стимулируют безработицу, хотя говорить об этом и не принято. Но если бы государство отменило пособия по безработице, безработные всё равно никуда бы не делись, а всякому цивилизованному обществу полагается поддерживать людей, оставшихся без работы. Поощрять безработицу — это плохо, отказывать в помощи лишѐнным дохода тоже плохо. Приходится идти на компромисс.

И государство, и частные страховщики пытаются защититься от морального риска. Один из самых распространѐнных способов — неполное страхование в форме нестрахуемого минимума. Если бы для моего автомобиля нестрахуемый минимум составлял \$200, страх потерять эти деньги едва ли побудил бы меня предпринимать особые меры предосторожности; но по крайней мере я стал бы проверять, закрыта ли машина.

Ещё один метод борьбы с риском безответственности — получить доступ к внутренней информации. Компании медицинского страхования, прежде чем устанавливать размер страховой премии, интересуются, курю ли я. Я мог бы соврать, однако вывести меня на чистую воду несложно: простейший медицин-

ский анализ покажет, что я курю. Когда государство платит пособие по безработице, оно делает это при условии, что получатель пособия активно ищет работу. Поскольку государство не в силах проследить за этим полностью, размер пособия мал. А вот если бы государство могло достоверно судить, насколько упорны безработные в своих поисках, оно могло бы платить более щедрое пособие тем, кто действительно этого заслуживает.

.....

Помимо неблагоприятного отбора и риска безответственности, неполнота информации приводит и к другим, более общим и туманным проблемам. К примеру, мой начальник мог бы платить мне больше, если бы я работал старательнее. Но коль скоро у него весьма смутное представление о том, как сильно я стараюсь, премия за усердие составляет лишь малую часть моей зарплаты. Если бы начальник до конца представлял себе мои умения и степень моего усердия, он мог бы привязать всю мою зарплату к уровню продуктивности. Ещё пример: допустим, я хочу поесть в самом лучшем ресторане в чужом городе. Я не знаю, какой ресторан какого качества, поэтому ищу заведение со знакомым названием, где я точно не прогадаю. Зная, что клиенты не станут утруждать себя поисками самого дешёвого места в городе, рестораны с именем берут с посетителей больше, чем следовало бы.

Верно ли, что эти информационные проблемы полностью уничтожают рынки? Конечно, точно не помогают, но не будем преувеличивать опасность. Невзирая на асимметрию информации, рынки часто работают хорошо, так как люди находят изобретательные способы того, как повысить качество информации или уменьшить ущерб, наносимый её неполнотой.

Когда я покупаю сложное оборудование, например видеокамеру, я советуюсь с друзьями, читаю веб-сайты и журналы для потребителей в надежде получить полезную информацию о продуктах, между которыми пытаюсь выбрать. Экспертные обзоры, содержащие «внутреннюю информацию», исключительно полезны, когда мы не разбираемся в том, что покупаем. Я всегда полагаюсь на них и на другом рынке, страдающем тяжелейшим информационным недугом: на рынке туристических поездок. Я люблю бывать в новых местах, но зачастую не имею понятия, куда поехать и что там интересного, где плохой сервис, какое предложение выгоднее, где красиво, а где опасно. Если бы проблема была неразрешима, мы бы вообще не ездили в отпуска. (Или требовали их организации от государства, что в моём воображении вызывает картину многолетнего ожидания своей очереди поучаствовать в организованных командных играх и незатейливых увеселениях под пасмурным небом в санатории из бетонных блоков.) Мы же просто покупаем туристический справочник и пытаемся узнать побольше сами.

Медицинское обслуживание — особенно яркая иллюстрация этой проблемы. Одно дело листать справочник, чтобы решить, куда поехать в отпуск. И совсем другое — искать в справочнике подходящего кардиохирурга. Однако по сути проблема одна и та же. Пациенты кардиохирургов стараются разузнать, какой доктор опытнее, какие методы лечения более успешны, в каких больницах лучше послеоперационный уход. И всё равно, очень многие пациенты соглашались, что у них довольно слабое представление о квалификации тех, кто их лечит.

Сбои рынка в сравнении со сбоями государственной машины

Всё это не слишком радостно. Система здравоохранения на основе частного страхования, как мы выяснили, страдает дороговизной, бюрократизмом и неполнотой охвата. Помимо этого, пациенты в ней сталкиваются с решениями — например, о выборе кардиохирурга, — для принятия которых им не хватает специальной подготовки. Так может, у государства выйдет лучше? В конце концов, во всех предыдущих главах этой книги, кроме третьей, мы только и делали, что плакались о причинах и издержках рыночных сбоев. Так и хочется попросить о помощи государство.

Увы, оно тоже не без греха. У политиков и бюрократов свои мотивы. Власть дефицита, побочные эффекты и неполнота информации не исчезают волшебным образом, когда государство берётся рулить экономикой. Если и рынки, и государство дают сбои, приходится выбирать меньшее из двух зол. Любопытный пример — Национальная служба здравоохранения Великобритании, которая обеспечивает медицинские услуги всем гражданам. Эти услуги почти бесплатны, хотя работающие платят символическую сумму за лекарства, отпускаемые по рецепту. Система обеспечивает всеобщий охват: любой врач и любая больница обслуживают вас даром.

Нетрудно догадаться, что британские больницы переполнены, больные вынуждены ждать очереди на процедуры, а право пациента на выбор не слишком уважают: вы соглашаетесь на любое лечение, которое доктор сочтёт подходящим, либо не получаете никакого. В целом результаты не так уж плохи, но очереди на лечение многие годы остаются предметом яростной критики. В опросе, показавшем, что только 17% американцев довольны системой медицинского обслуживания в США, выяснилось, что в Британии таких 25% — лучше, но едва ли это безоговорочная поддержка.

Будь вы британцем, теряющим зрение, вам бы трудности этой системы

были известны не понаслышке. Королевский национальный институт слепоты^{*} вместе с другими организациями, представляющими интересы людей с ослабленным зрением, ополчились против решения Национального института здоровья и совершенствования клинических методов^{**} – учреждения, которое оценивает виды лечения и решает, должна ли Национальная служба здравоохранения их оплачивать. К примеру, NICE одобряет операции на сердце, но не пластические операции на носу.

Страсти разгорелись вокруг нежелания NICE одобрить новый метод лечения под названием «фотодинамическая терапия». Метод заключается в применении препарата «Визудин» (вертепорфин) в сочетании со слабым лазерным облучением, что позволяет разрушить больные ткани под сетчаткой глаза, не повреждая её саму. Если этого не сделать, произойдёт необратимое повреждение центральной части сетчатки – макулы. В результате развивающейся с возрастом дегенерации макулы нарушается центральное зрение, так что больной не различает лиц, не может читать и водить машину. Это основная причина слепоты в Великобритании.

В 2002 году NICE представил доклад, рекомендуя фотодинамическую терапию только в самом крайнем случае, когда поражены оба глаза, причём только для менее поражённого глаза. В результате такого предписания даже получившие лечение пациенты оставались бы слепыми на один глаз, а тем, чьё зрение могло быть улучшено, в лечении было бы и вовсе отказано.

Легко осудить NICE, не разобравшись в их методах и в ситуации, в которой они находятся. Главная проблема Национальной службы здравоохранения в том, что количество денег ограничено, а способов их потратить – безграничное количество. Спрашивать мнение пациентов не годится: они почти ничего не платят, так что будут требовать всего и побольше. Поэтому NICE вынужден разрешать неизбежные дилеммы, определяя, кто и какой вид лечения получит, а кому придётся позаботиться о себе самому. Как в таких условиях решить, на что тратить деньги? А как бы вы поступили на месте NICE?

Задача почти невыполнимая, но надо полагать, что вы, вероятно, сперва выяснили бы стоимость и результат каждого вида лечения, а затем сравнили их между собой. Порой всё просто: метод, предотвращающий повторный инфаркт с вероятностью 20%, лучше метода с вероятностью 10%. Если на вас поднажать, вы могли бы пойти ещё дальше и заявить, что первый метод вдвое лучше, и его следует применять, только если он дороже второго менее чем в два раза. Даже это натяжка. Как тогда сравнить лечение, повышающее шансы на то, что больной после дорожной аварии сможет ходить, с лечением, снижающим вероятность наступления слепоты? Невозможно! Но если бы вы были на месте NICE,

^{*} Royal National Institute of the Blind.

^{**} NICE – National Institute for Clinical Excellence.

вам пришлось бы попробовать.

NICE измеряет действенность каждого метода показателем «годы жизни с поправкой на качество», сокращённо QUALY. Лечение, делающее жизнь длиннее на 10 лет, лучше того, что продлевает её на 5 лет. Лечение, гарантирующее 10 лет полноценной жизни, лучше того, что обеспечивает 10 лет жизни в коме. Понятно, что подобные ценностные суждения даются с превеликим трудом. Однако в системе бесплатного медицинского обслуживания по-другому никак.

В качестве примера поговорим о проблемах применения QUALY для оценки эффекта фотодинамической терапии, снижающей вероятность слепоты. Чтобы утвердить фотодинамическую терапию в качестве приоритетного метода лечения, Институту слепоты лучше всего было бы настаивать, что ценность одного года слепой жизни меньше, чем года жизни зрячей. Если бы NICE согласился с таким взглядом, лечение слепоты приобрело бы большую ценность по показателю QUALY, который ставил бы год зрячей жизни много выше года жизни в слепоте.

Но погодите. Строгая логика утверждения «слепым быть плохо» диктует, что раз излечению от слепоты придаётся первостепенное значение, лечение уже ослепших людей от *других* заболеваний отодвигается на задний план. Если двое людей, один слепой и один зрячий, одновременно окажутся в больнице с сердечным приступом и будет время, чтобы спасти только одного, применение QUALY приведёт к весьма неприятному выводу: выгоднее спасти зрячего, а не слепого.

Сдадим назад: давайте считать, что ценность жизни слепого человека не отличается от ценности жизни зрячего. Так намного комфортнее. К несчастью, в соответствии с методикой QUALY при таком подходе вообще не имеет смысла тратить не только на фотодинамическую терапию, но даже на очки. Ведь тогда получается, что лечение не улучшает жизнь и тратить деньги на него незачем, особенно когда есть масса других болезней, тот же рак, излечение от которых определённо повышает ценность жизни.

Неудивительно, что Институт слепоты избегает самого упоминания QUALY. Он просто заявляет, что фотодинамическая терапия гарантированно улучшает зрение и, стало быть, должна быть общедоступной. Я Институт слепоты не виню. Но зная проблему, которую пытается решить NICE – как распределить конечные ресурсы между бесконечным числом видов лечения, – позицию NICE, в частности бессердечное указание лечить только один глаз, обрекая другой на слепоту, тоже можно понять.

Беспристрастный анализ QUALY даёт: разница между двумя здоровыми глазами и одним здоровым глазом меньше, чем между одним здоровым глазом и полной слепотой. Шокирующие рекомендации – естественное следствие подобных расчётов. Но бесплатное обслуживание всегда будет востребовано, и

трудно представить, как ещё его нормировать.

Лечим здравоохранение точечными методами

Принцип минимальной инвазии (то есть нанесения минимальной травмы) позволяет хирургам оперировать, не делая крупных разрезов, что сводит к минимуму риск осложнений и побочных эффектов. Экономисты часто выступают за такой же подход при решении проблем той или иной государственной политики: разобраться с проблемой адресно, не прибегая к мерам глобального масштаба. Так как же нам вылечить здравоохранение? Рыночное решение на основе частного страхования в США работает плохо, по большей части из-за лимонной проблемы Акерлофа. Результат: дорогое бюрократическое здравоохранение, да и то не для всех.

Британский подход таков: полностью ликвидировать рынок и заменить его системой, управляемой бюрократами вроде NICE, а не рыночными ценами, — как если бы методы Советского Союза перенесли в больницы и поликлиники английских графств. К счастью, с тех, кто принимает политические и административные решения в Великобритании, общество спрашивает намного строже, чем в СССР, так что система работает неплохо. Однако это грандиозный и весьма масштабный ответ на серьёзную, но всё же частную проблему внутренней информации. Хочется спросить: а нельзя ли вылечить систему здравоохранения «точечным» способом, не жертвуя правом пациентов решать, насколько они сами ценят свои глаза?

При точечном решении сначала надо выявить конкретные рыночные сбои, которые относятся к одной из трёх категорий — власть дефицита, экстерналии и неполнота информации, — и не забудем ещё о проблеме справедливости. Власть дефицита — это для большинства видов лечения проблема несущественная. Так, в Великобритании на каждого врача общей практики (первого, к кому обращается большинство клиентов Национальной службы здравоохранения) приходится около полутора тысяч пациентов. Таким образом, городок с населением 9 тысяч жителей может приютить 6 докторов; этого, вероятно, более чем достаточно для реальной конкуренции в стране, где 90% населения проживают в городах. По отдельным видам лечения власть дефицита выше — люди летают из Австралии и Новой Зеландии на Гавайи ради лечения опухолей мозга гамма-ножом Лекселла. Есть ситуации, когда власть дефицита создаёт проблемы, но таких немного.

Экстерналии также имеют значение лишь в отдельных случаях, например — в государственных программах по ограничению распространения заразных

заболеваний. (Если бы все вокруг пользовались презервативами, чтобы защититься от ВИЧ, мне не нужно было бы об этом беспокоиться.) И всё же ни экстерналии, ни власть дефицита не настолько суровы или широко распространены в сфере здравоохранения, чтобы государственное вмешательство казалось заманчивым. Минимальной инвазией здесь был бы ненавязчивый присмотр со стороны правительства – только чтобы не допустить эксплуатации власти дефицита плюс целенаправленно поддерживать программы вакцинации.

Недостаток справедливости, строго говоря, вообще не сбой рыночного механизма; даже совершенные рынки не гарантируют справедливый исход. Но когда речь идёт о медицине, мы глубоко печёмся о справедливости – и потому, что не хотим оставлять бедных без врачебной помощи, и потому, что расходы людей на медицинское обслуживание могут разительно отличаться в зависимости от их везения. В цивилизованном обществе, считаем мы, каждому должен быть гарантирован некоторый уровень медицинского обслуживания. Лучший для этого способ – решить проблему бедности как таковую (вспомним теорему о стартовом преимуществе из третьей главы) посредством перераспределительных налогов. В конце концов, нужно ли тратить столько на медицину для бедных, не обращая внимания на то, что они не могут позволить себе здоровой пищи и безопасного жилья?

В итоге самой главной преградой на пути создания хорошо функционирующей системы здравоохранения остаётся внутренняя информация. Проведённый нами экономический анализ показал, что государственная система неэффективна, потому что пациенты лишены возможности принимать решения, а нормирование ресурсов – процесс политический. В то же время у рыночного здравоохранения есть свой недостаток – существование внутренней информации, разрушающей рынок страхования.

Такой диагноз диктует точечное решение из двух частей. Первое, что нужно сделать, – это обеспечить широкий доступ к информации, чтобы можно было легко узнать другое мнение, позвонив в справочную службу, получив информацию в библиотеке, больнице, Интернете, даже в супермаркете. В Великобритании люди не очень внимательны к такой информации, потому что решения принимают доктора. Если бы мы сами, несли ответственность за своё медицинское обслуживание, мы были бы намного любопытнее и появилось бы гораздо больше ресурсов (общественных и частных), удовлетворяющих нашему желанию знать больше.

Вторая часть решения – дать пациентам возможность реально пользоваться этой информацией. В рыночной системе на основе страхования большое число решений принимает страховая компания; в государственной системе – государство. Но представим себе рыночную систему без страхования, где выбор делает пациент. Уже лучше. Но при этом пациенту приходится оплачивать не-

предсказуемые и потенциально катастрофические для него расходы на лечение. Как дать пациенту право выбора и ответственность и при этом не взвалить на него непосильную ношу? Лучше всего так: вынудить пациентов оплачивать значительную часть расходов, чтобы у них был стимул интересоваться медицинскими услугами и принимать экономичные решения в своих интересах, а самые разорительные расходы пусть оплачивают правительство или страховщики. Это могло бы сработать, ведь большинство счетов совсем не колоссального размера и потому не нуждаются в страховании.

.....

Как может работать такая система? Пациенты должны иметь максимум свободы выбора и ответственности. Для этого нужно, чтобы они тратили свои деньги, а не государственные или страховой компании, но при этом требуется следить, чтобы никто не столкнулся с неподъёмными счетами за лечение и чтобы даже у бедных хватало денег на медицинское обслуживание.

Соблюдение этих требований предполагает следующее: люди должны платить за все медицинские услуги, а страховка должна возмещать самые крупные счета; также у каждого должен быть сберегательный счёт в банке на лечебные нужды, куда государство могло бы перечислять субсидии бедным или хронически больным пациентам.

Страховка на случай серьёзных заболеваний, которая выплачивается, только если тот или иной курс лечения особенно бьёт по карману, сравнительно дёшева. Сбережения вообще не проблема: нужно просто вычесть из налоговых выплат каждого человека, скажем, \$1500 в год – примерно столько налогоплательщик отчисляет в виде налогов на государственное здравоохранение что в Великобритании, что в США – и перевести их на сберегательный счёт. Тем, кто платит менее \$1500 в год в виде налогов, разницу пусть доплачивает государство. Поскольку система носит обязательный характер, неблагоприятного отбора не происходит.

Как такая программа может выглядеть для вас? Ваши медицинские сбережения будут автоматически перечисляться на банковский счёт под высокий процент, и сумма будет потихоньку расти. Большинству людей медицинское обслуживание в молодости обходится недорого. Таким образом, к сорока годам вы будете иметь на счету тысяч тридцать долларов, а то и больше, если тратили мало и следили за процентами. На \$30 тыс. можно полечиться от души. Конечно, вся сумма может уйти на одну дорогостоящую операцию, если только страховка от серьёзных заболеваний не покроет ваши расходы.

Если к пенсии у вас на счету образуется избыток средств сверх некоторого минимума, вы сможете сделать его прибавкой к пенсии. После вашей смерти остаток средств на счёте перейдёт на счета других людей (вашей второй поло-

вины или детей). Так в каждый момент у вас будет стимул тратить деньги только на то лечение, которое вы считаете совершенно необходимым. Если вам кажется, что нужен профилактический ремонт организма – скажем, курс шиаци, – дело ваше. Может, вы даже бросите курить, представив, во что с годами обойдётся лечение. Конечно, страховка на случай серьёзных заболеваний всё равно покроет стоимость трансплантации лёгкого, но в конце концов ни одна общественная система не может полностью избежать морального риска.

Если однажды ваш окулист скажет, что у вас возрастная дегенерация макулы, но фотодинамическая терапия поможет сохранить зрение ещё на несколько лет, – решение за вами. Стоимость препарата «Визудин» для фотодинамической терапии составляет \$1500. Операция повысит ваши шансы сохранить зрение на 40–60%. Ни к чему вспоминать про QUALY: это ваши деньги, ваш выбор.

Исключением был бы случай, когда расходы очень велики и покрываются страховкой, но страховая компания предпочитает самое дешёвое лечение, а вы – самое лучшее. Непростая проблема, но ничем не отличающаяся от конфликта интересов, который в нашей существующей системе возникает по поводу буквально каждой процедуры. При новой системе таких «встроенных» конфликтов интересов было бы намного меньше.

Снабжение товарами и услугами посредством частного рынка – дело обычное. Одной из основных альтернатив – и в идеологическом смысле это определённо главная альтернатива – является снабжение посредством политических процедур. Медицинские товары и услуги – из тех, что труднее всего распределять. Наше общество пробовало использовать для этого политические механизмы, но они нас здорово подвели, и причины этого очевидны.

.....

На первый взгляд сбои частного рынка, примером которого является американская система, также очевидны. После внимательного изучения этих сбоев выясняется, что самый серьёзный из них – это нехватка информации, а больше всего от неё страдает рынок страхования. Американские граждане получают большую часть медицинских услуг через посредничество этого скверно функционирующего рынка.

При наличии некоторого воображения и экономических знаний мы можем посмотреть со стороны на трудности существующих систем и подумать, как их исправить. Система, описанная выше, с успехом работает в Сингапуре вот уже двадцать лет. Средний сингапурец доживает до восьмидесяти, а расходы системы (государственные и частные вместе) составляют \$1000 на человека в год – меньше, чем одни только административные издержки в США. Каждый год средний сингапурец платит около \$700 из своего кошелька (средний америка-

нец платит \$2500), а правительство — ещё \$300 (в пять раз меньше, чем британское, и в семь раз меньше, чем американское государство). Точечная экономика работает.

Причина, по которой успех Сингапура больше никому не удаётся повторить, вероятно, такова: законодательные дебаты застревают на том, что одна сторона ратует за рынок, а другая уверяет, что у государства получится лучше. Так государство или рынок? Мы-то знаем, что вопрос не имеет никакого смысла сам по себе. Чтобы ответить на него, мы должны разобраться, почему рынок работает и как и почему он терпит неудачу.

Из третьей главы мы точно знаем, почему рынки работают: потому что выбор потребителей между производителями даёт последним и правильные стимулы, и правильную информацию, чтобы производить именно то, что нужно, и в нужном количестве. И ещё мы выучили, что власть дефицита, экстерналии и асимметричная информация могут развалить рынок.

В случае с медицинским обслуживанием рынок работает неважно, потому что хотя мы желаем иметь уверенность, что потянем большие счета за лечение, проблема внутренней информации пожирает страховой рынок, отталкивая относительно более здоровых клиентов и стимулируя рост страховых премий. Частные компании придумали несколько способов решения проблемы, которые, однако, страдают дороговизной и бюрократизмом. У сингапурских властей хватило силы пойти на проблему с открытым забралом; они ввели принудительное сбережение и страхование на случай серьёзных заболеваний, чтобы держать расходы в узде, но сохранили выбор пациента как основу всей системы. Государство может заменить собой рынок, но чаще всего лучше попробовать вылечить рыночный механизм. Но и здесь успеха не будет, если первым делом не разобраться, в чём конкретно проблема.

ГЛАВА 6

РАЦИОНАЛЬНОЕ БЕЗУМИЕ

МНЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ, ЧТО ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ БУДЕТ ВСЕГО ДВА–ТРИ КРУПНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛА И ВСЕ БУДУТ ЗАХОДИТЬ НА ОДИН ИЗ НИХ, ЧТОБЫ ЧЕРЕЗ НЕГО ОТПРАВИТЬСЯ ДАЛЬШЕ, КУДА ИМ НУЖНО В ИНТЕРНЕТЕ. Счёт будет идти на сотни миллиардов долларов. Чтобы преуспеть, вам придётся войти в число этих порталов».

Так говорил Грэм Бейли (имя ненастоящее) в 1998 году. Бейли был партнёром в консалтинговой фирме и выступал с этой страстной речью перед любым потенциальным клиентом, готовым его выслушать. Насколько я понимаю, он верил в это тогда, верит и теперь. В то время скептиков находилось немного. В 1998 году неистовство в отношении доткомов (интернет-компаний) только набирало силу.

Одним из самых известных доткомов был книжный интернет-магазин Amazon.com (очень быстро стало модным называть компании по адресу веб-сайта). Amazon начал торговать книгами через Интернет в 1995 году, а в 2003 году объём продаж составил более \$5 млрд. Быстрый рост компании и её борьба за прибыльность производят впечатление, но не столь сильное, как курс её акций. Акции Amazon впервые увидели свет в 1997 году по стартовой цене в \$18.

С тех пор много чего произошло. В 1999 году акции Amazon взлетели до \$100. В то время говорили, что стоимость Amazon выше, чем всех обычных книжных магазинов в мире вместе взятых. Но в течение 2000 года курс акций

скатился до \$18 и ниже. Летом 2001 года они торговались в районе \$8. В 2002 году компания получала положительные отзывы в финансовой прессе, но акции её всё равно ценились ниже первоначальных \$18. А затем курс поправился до \$40. Так какая цена была ошибочной? Сто долларов или восемь? А может, обе?

В этом полезно разобраться и потому, что такие американские горки для курсов акций компаний — дело обычное. Итак, может ли Экономист под прикрытием как-либо объяснить, почему курсы акций так себя ведут и что произойдёт с ними в будущем?

Куда глаза глядят

Пытаясь сказать что-нибудь вразумительное по поводу цен на акции, экономисты сталкиваются с серьёзной проблемой. Ведь они делают выводы на основе рационального поведения, но чем рациональнее себя ведут инвесторы фондового рынка, тем сумасброднее реагирует сам рынок.

И вот почему. Рациональный человек покупает акции сегодня, если понятно, что завтра они пойдут вверх, и продаёт, когда ясно, что они пойдут вниз. Но значит, всякий прогноз, что акции завтра непременно вырастут, будет неверным: вместо этого акции вырастут сегодня, поскольку люди начнут их скупать и будут продолжать скупать до тех пор, пока они не станут настолько дешёвыми, что завтра уже точно не вырастут. По сути дела, рациональный инвестор должен предвосхищать любые предсказуемые колебания фондового рынка или цены любой отдельно взятой бумаги — если они предсказуемы, тогда, учитывая поставленные на кон деньги, инвестор их спрогнозирует.

Но это означает, что если инвесторы действительно рациональны, никаких предсказуемых колебаний курсов акций вообще быть не должно. Всякая предсказуемость будет быстро высосана из рынка, поскольку все тренды и так будут предвосхищаться*. Единственное, что останется — это неожиданные известия. Поскольку цена акций будет зависеть только от случайных новостей, колебания курсов и биржевых индексов будут совершенно случайны. Математики зовут такое поведение «случайным блужданием», когда каждый день шансы на рост или падение равны.

Точнее говоря, фондовый рынок будет работать по модели «случайного блуждания с трендом», т.е. по прошествии времени рынок будет постепенно идти вверх, чтобы оставаться конкурентным в сравнении с другими потенциальными вложениями денег вроде сберегательных счетов или недвижимости. Если бы ожидалось, что рынок будет расти быстрее тренда, это бы уже произошло, как и в случае, если бы ожидалось, что он будет расти медленнее или падать.

* Т.е. будут учтены в текущей цене акций.

Из-за существования такого тренда люди и держат акции. Но это не меняет базовый принцип, так что всякий день индексы подвержены случайным колебаниям.

Чтобы теория работала, даже не обязательно всем инвесторам вести себя рационально. Активности рационально мыслящих инвесторов должно быть достаточно, чтобы отправлять рынок в случайное блуждание, при условии, что они вкладывают много средств в растущие акции и выводят вложения из падающих. Увеличивать инвестиции в растущие акции должно быть несложно, ведь предполагается, что более разумные инвесторы и зарабатывают больше.

.....

Стоит ли верить теории «случайного блуждания»? Понятно, что на её абсолютную правоту надеяться не стоит. Будь так, возник бы парадокс: абсолютно информированные инвесторы порождают случайный рынок, но такой рынок никого не вознаграждает за абсолютную информированность. Не имело бы смысла тратить время и силы на анализ рынка и поиск новой информации, если бы все остальные занимались тем же. С другой стороны, рынок, полный неиспользованных возможностей, обещал бы большую прибыль любому инвестору, готовому их исследовать, что привело бы к уменьшению числа неиспользованных возможностей. Где-то посередине находится точка равновесия: рынок работает почти по законам случая, но есть определённые хитрости, позволяющие вознаградить информированных инвесторов, которые поддерживают рынок в почти случайном состоянии.

Тот же самый феномен можно наблюдать на кассах в супермаркете. Какая очередь движется быстрее? Простой ответ таков, что об этом не стоит и беспокоиться. Если бы было очевидно, какая очередь движется быстрее других, люди бы уже давно в неё перешли и она перестала бы быть самой быстрой. Вставайте в любую кассу и не переживайте. Но если бы люди действительно вставали в любую кассу, возникали бы предсказуемые для опытного покупателя схемы; например, если люди начинают путь от входа и обходят магазин кругом, то самая быстрая очередь будет в кассе рядом со входом. Но если это станет известно достаточному числу опытных покупателей, очередь уже не будет самой короткой. На самом деле смекалистые, прыткие и опытные покупатели немного лучше ищут самые короткие очереди и проводят в них времени меньше, чем все остальные. Но ненамного.

Стоимость и цена – помимо случайностей

Если предположить, что этот анализ, верный для супермаркета, годится и для цен на акции, то экономист смог бы немного прояснить картину фондового рынка – но не слишком. Многие экономисты трудятся в инвестиционных фондах. Они ошибаются почти так же часто, как бывают правы, но всё-таки чуть реже. Наша дополненная теория случайных блужданий говорит, что именно этого следовало ожидать.

Итак, что же делают все эти экономисты, чтобы обеспечить инвестиционным фондам столь мизерное преимущество над рынком? Начнём с самой сути акций: это претензии на долю в будущей прибыли компании. Приведём пример. Допустим, компания Timharford.com выпустила 100 акций, Если я владею одной акцией, то у меня есть право на 1% от прибылей Timharford.com до тех пор, пока акция у меня. Если Timharford.com будет всегда делать \$100 в год, я буду всегда получать \$1 в год. Если Timharford.com будет зарабатывать \$1000 каждый год следующие десять лет, а потом ничего, я буду десять лет получать по \$10, а потом ничего.

Это просто. Теперь чуть посложнее: компании необязательно возвращают прибыль акционерам. Amazon в 2003 году заработала 8 центов на акцию, так что можно было ожидать, что компания выплатит акционерам дивиденды в таком же размере. Но она не платила дивиденды в 2003 году, как и в предыдущие годы. Это не значит, что акционеров компании облагопошили. Руководство компании тратит деньги на другие нужды, например на выплату долгов или расширение деятельности. Если делать это мудро, прибыль со временем подрастёт. Вместо дивидендов акционеры компании получают компенсацию в виде растущего курса акций, предвкушая будущие прибыли. Даже если акционеры продадут акции до выплаты дивидендов, они получают за них более высокую цену именно в силу того, что такая выплата намечается.

Если бы будущее было предсказуемо, мы легко смогли бы подсчитать, какую ценность имеет владение одной акцией Timharford.com. Допустим, всем известно, что Timharford.com всегда делает по \$100 в год. Тогда одна акция будет вечно приносить по \$1 в год. Много ли это? Если я положу \$10 на сберегательный счёт под 10% годовых, то также буду вечно получать по \$1 в год. Получается, что одна доля в Timharford.com – это всё равно что \$10 на сберегательном счёте под 10% годовых. При банковском проценте в 10% годовых я был бы готов уплатить за одну акцию Timharford.com \$10. При ставке 5% годовых акции в два раза привлекательнее сберегательного счёта; при 1% – в 10 раз привлека-

тельное. При постоянной процентной ставке в 1% годовых я был бы готов выложить за одну акцию \$100, поскольку она каждый год приносила бы мне один доллар – столько же, сколько \$100 на счёте в банке. (В этом одна из причин, почему фондовые рынки растут, когда ожидается падение процентных ставок, и падают в ожидании их роста.)

Акции Amazon в октябре 2004 года оценивались в \$40. Но при долгосрочной процентной ставке в США около 4% годовых мне в тот момент нужно было иметь на сберегательном счёте всего \$2, чтобы получать 8 центов в год. Поскольку в 2003 году Amazon заработала 8 центов на акцию, акции компании должны были стоить \$2, а не \$40. Для более высокой цены нужно другое обоснование – перспективы будущего роста.

Реальные компании не каждый год гарантированно получают прибыль. Инвесторы вынуждены всеми доступными способами строить догадки об их будущей прибыльности. Может быть, Timharford.com, совершив невероятный рывок, будет зарабатывать не \$100, а \$1 млрд. в год. А может, Timharford.com завтра лопнет. Из-за такой неопределённости всякий разумный человек попросит скидку: одна акция надёжной компании при ожидаемых 1% годовых может стоить \$100, но одна рискованная акция с тем же ожидаемым доходом в \$1 в год (но кто его знает?) должна стоить меньше – \$90, \$70, а то и \$30. Насколько меньше, зависит от того, насколько высок риск и насколько типичный инвестор беспокоится по поводу этого риска.

Отсюда следует, что акционеры Amazon ожидают в длительной перспективе не по 8 центов на акцию, а чего-то значительно более существенного. Вместо того чтобы покупать акцию за \$40 и получать 8 центов, они могли бы положить \$40 на счёт в банке и получать \$1,60 (при долгосрочной ставке 4%). Инвесторы Amazon явно рассчитывают, что доходность акций возрастет до \$1,60 и выше, чтобы вознаградить их за риск. Для этого прибыль Amazon должна увеличиться с \$35 млн до примерно \$1 млрд в год*.

Я только что описал взгляд на фондовый рынок с точки зрения так называемых фундаментальных показателей – иными словами, исходя из того, что акции не зря зовутся «долями» (shares): они дают вам право на долю в прибыли реальной компании. На длительном отрезке времени цена акции должна отражать эту уверенность инвесторов. Экономисты могут помочь выяснить, какова «внутренняя», или фундаментальная, стоимость акции, что я только что и проделал. Если биржевой курс акций ниже их внутренней стоимости, значит, акции недооценены и их стоит купить, чтобы заработать. В долгосрочной перспективе цена акции отражает реальную прибыль компании. В крайнем случае, даже если акции вроде бы успешной компании вечно остаются недооценёнными, вы всё равно на них заработаете, если будете держать их и получать дивиденды.

* В 2007 году чистая прибыль Amazon составила \$476 млн.

В краткосрочном периоде цена акции также должна отражать реальные перспективы компании. В конце концов, кто станет покупать акцию за \$10, если всем известно, что в долгосрочной перспективе она на самом деле стоит \$1? И кто станет продавать акцию за \$1, если все знают, что на самом деле она стоит \$10? Пока крупные инвесторы ведут себя разумно, цены на акции должны отражать фундаментальные показатели и в краткосрочной, и в долгосрочной перспективе. Но разумны ли инвесторы?

.....

Самый знаменитый экономист XX века Джон Мейнард Кейнс сравнивал фондовый рынок с глупым газетным конкурсом, когда читателям предлагается отобрать несколько смазливых девичьих мордашек из сотни фотографий. Победителем становится читатель, чей выбор окажется ближе всего к общему мнению.

«Это не тот случай, когда нужно выбрать тех девушек, которые, на взгляд читателя, на самом деле красивее всех, и не тех, которые кажутся красивее всех большинству читателей. Это уже третья стадия, когда вся мощь интеллекта брошена на то, чтобы предугадать, каким, по общему мнению, является общее мнение. А есть и такие, я уверен, что доходят до четвёртой, пятой и дальнейших стадий».

А вот современный пример того, по каким принципам выбирают акции. Один инвестор поведал мне, что купил большое количество акций пивоваренной компании Grolsch, поскольку на какой бы вечеринке в лондонском Сити он ни бывал, там везде подавали Grolsch. Другие сорта пива, популярные ранее, вроде Stella Artois или Heineken, похоже, сошли со сцены.

Я, наивный, сказал ему, что вечеринки в Сити – не самый верный способ оценить глобальные продажи. Пиво Grolsch могло хорошо идти в Сити и плохо – во всех других местах; в этом случае в длительной перспективе прибыль компании упадёт, а значит, покупка её акций – это ошибка. Инвестор ответил, что всё это он понимает, но это не важно. Он мыслил так, что раз Grolsch хорошо идёт в Сити, большое количество тамошних инвесторов решат, что его варит успешная компания, и купят акции производителя. Курс акций поднимется – на какое-то время, – и он продаст свои акции с наваром. Фундаментальные показатели имели бы значение только в том случае, если инвестор собирался держать их долго – настолько долго, чтобы вырисовалась реальная картина дел. А какой была реальная картина? В течение следующего года акции Grolsch упали на треть, с £24 до £17,5; затем буквально за пару месяцев они подскочили до прежнего уровня. На момент написания этой главы в марте 2005 года они были практически на том же уровне, что и во время нашей с инвестором беседы.

Действуя таким методом, инвестор не интересуется стоимостью акций.

Это просто попытка извлечь выгоду из ошибок, которые, по его мнению, надеются другие игроки. Однако с учётом всего того, что мы знаем о рационально устроенных фондовых рынках и случайном блуждании, с чего бы надеяться, что инвесторы будут допускать оплошности, которые столь легко использовать?

Рациональные болваны

Вот вам история Тони Дая, директора по инвестициям компании Philips and Drew, которая по поручению крупных клиентов управляет крупными средствами — например, пенсионных фондов. В 1996 году Тони Дай заключил, что при значении индекса FTSE 100 (отражающем показатели работы ста крупнейших компаний Лондонской фондовой биржи) в 4000 пунктов курс акций завышен, и перевёл значительную часть денег своих клиентов в наличные, по сути — на сберегательный счёт. После того как он увёл с рынка £7 млрд, клиенты, конкуренты и пресса принялись день за днём осуждать это решение. Дай подвергся насмешкам и получил кличку «Доктор Дум»^{*}. В конце 1990-х индекс FTSE продолжал карабкаться вверх и Дай выглядел всё более глупо. В 1999 году Philips and Drew потеряла больше клиентов, чем любая другая управляющая компания. За последние три месяца 1999 года по показателю доходности для клиентов компания заняла в отраслевом рейтинге шестьдесят шестое место из шестидесяти семи. Дай продолжал утверждать, что рынок перегрет, игнорировал акции интернет-компаний и телекоммуникационных операторов и держал большую долю средств клиентов в наличных. Конец был неизбежен: в марте 2000 было объявлено о его досрочной отставке, как считается — не по своей воле. Лондонская *Times* назвала Philips and Drew «ходячим посмешищем», а преемник Дая сообщил, что тот очень страдал: «Ему было одиноко здесь. Последние несколько лет были не самыми приятными, если вспомнить всю ту критику, что обрушилась на него».

Дай потерял работу, но оказался прав. Philips and Drew даже не успела поменять стратегию, как фондовый рынок перевернулся. Акции высокотехнологичных, телекоммуникационных и интернет-компаний камнем пошли на дно. «Старомодные» акции, которые держал Дай, чувствовали себя неплохо, да и наличные были всяко лучше, чем терпящие крах инвестиции в интернет-бизнес. Philips and Drew взлетела на верхние строчки в рейтингах управляющих пенсионными средствами, во втором квартале 2000 года заработав для своих клиентов 6,4% (эквивалент 28% годовых) на стремительно падающем рынке. Индекс FTSE опускался всё ниже и ниже, с 6400 пунктов на момент ухода Дая до менее чем 3300 пунктов тремя годами позже. Ещё в 1996 году Дай пришёл к выводу,

^{*} Суперзлодей из комиксов издательства Marvel, враг «Фантастической четвёрки» и многих других супергероев.

что при значении индекса в 4000 пунктов для его клиентов будет лучше продать акции и положить деньги в банк. Семь лет спустя его правота подтвердилась.

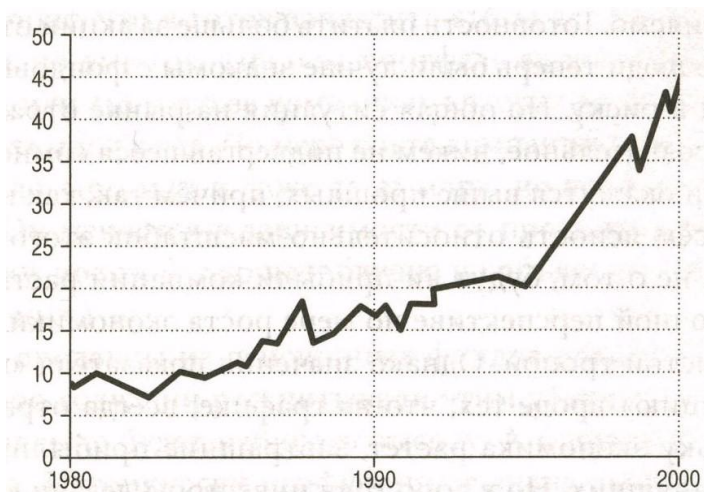
Тони Дай был прав, но разумно ли он поступал? Сотни управляющих, совершивших чудовищный просчёт, сохранили работу, поскольку тогда ошибались все. Тони Дай пошёл своим путём. В конечном итоге он был оправдан, но не раньше, чем его осмеяла пресса, бросили клиенты и выставило за дверь начальство. У управляющих фондами кривые стимулы: если они решат вести себя не как все, то в случае успеха приобретут нескольких клиентов, а в случае неудачи потеряют работу. Намного безопаснее подчиняться стадному инстинкту.

Я не хочу сказать, что цены акций существуют в совершеннейшем отрыве от реальности. Просто многим управляющим крупных фондов, принимающим решения о размещении огромных сумм, платят за точное следование моде, а не за выбор правильных акций. А это неизбежно означает, что фондовый рынок будет ошибаться.

Долгосрочная перспектива

Может пройти много лет, прежде чем ошибки всплывут. Кто поручится, что интернет-пузырь — действительно пузырь? Может быть, теперь, когда фондовый рынок упал так низко, мы совершили ошибку? Никто не знает наверняка, однако я считаю, что если оглянуться далеко назад, то это помогает правильно поставить вопрос. На пике рынка в 2000 году было модно убеждать людей вложить средства в акции или другие инструменты фондового рынка, такие как пенсионные фонды, демонстрируя примерную динамику курсов акций, приведённую на графике 6.1:

График 6.1. Так ли ведёт себя рынок?



Источник: Shiller 2001.

Предназначение графика 6.1 – показать вам, что фондовый рынок (в данном случае часто упоминаемый американский фондовый индекс S&P 500) вскарабкался наверх очень быстро, и если бы вы инвестировали в начале 1980-х, к концу 1990-х всё у вас было бы просто замечательно.

Но истинный смысл графика настораживает. Цифры вдоль вертикальной оси показывают значения параметра «цена акции, делённая на прибыль на акцию», в исторической перспективе. На графике мы видим, как цена акций той или иной компании соотносится с прибылями компании за предыдущие десять лет. Так, в 1980 году цена акций типичной компании из списка S&P500 в девять раз превышала её среднюю прибыль в 1970-е (все значения рассчитаны с поправкой на инфляцию). Ацию, которая в 1970-е приносила по \$100 в год, в 1980 году можно было купить за \$900. В 1990 году акция, которая в 1980-е приносила по \$100 в год, обошлась бы в \$1800. Это значит, что в 1980 году инвесторы были настроены в отношении 1980-х (в сравнении с 1970-ми) куда менее оптимистично, чем инвесторы в 1990 году в отношении 1990-х (в сравнении с 1980-ми).

К 2000 году инвесторы готовы были платить \$4500 за акции, которые в 1990-е приносили по \$100 дохода ежегодно. Если в 1990 году инвесторы были оптимистичнее инвесторов 1980 года, то в 2000 году они вели себя абсолютно невменяемо. Готовность платить больше за акции отчасти объяснялась тем, что люди теперь были лучше знакомы с фондовым рынком и более терпимы к риску. Но общая ситуация на рынке отражала предположение – бессознательное, никем не подвергнутое сомнению, – что будущие прибыли окажутся выше прошлых, причём так, как никогда.

Давайте внесём ясность относительно масштабов этого предположения. Речь шла не о том, будут ли прибыли компаний расти. Как правило, в среднесрочной перспективе по мере роста экономики они всегда идут вверх ухабистой тропой. Однако значения показателя «цена акции к прибыли на акцию» вроде тех, что на графике, всегда отражали мнение, что поскольку экономика растёт, завтрашние прибыли, вероятно, будут выше сегодняшних. Но в 2000 году инвесторы делали ставку даже не на это. Они ставили на то, что завтрашние прибыли будут во много раз выше сегодняшних прибылей, чего не случалось в истории фондовых рынков никогда, ни во времена строительства железных дорог, ни во времена электрификации Америки, ни в период великой экспансии 1950-х и 1960-х.

График показателя «цена акций к прибыли на акцию» не должен вздыматься как северный склон горы Эйгер. В нормальных условиях он довольно плоский, возможно, слегка колеблется вверх-вниз, но остаётся почти неизменным в длительной перспективе. Стабильный коэффициент 16 говорит, что я готов заплатить \$16 за акцию, которая в прошлом приносила по \$1 в год, \$1600 за

График 6.2. ...или так? Долгосрочная перспектива.



Источник: Shiller 2001.

портфель акций, приносивший прежде \$100 в год, или \$16 млрд за компанию, которая до того получала прибыль в размере \$1 млрд в год. По мере роста компаний прибыли могут вырасти с \$10 млн до \$100 млн и даже до \$1 млрд, но коэффициент меняться не должен. (Он меняется в зависимости от процентных ставок и отношения к риску, но эти факторы и близко не объясняют того, что случилось в конце 1990-х.)

Когда продавцы из пенсионных фондов показывали мне такие графики в 2000 году, они рассчитывали этим убедить меня, что фондовый рынок и дальше будет набирать высоту. А я видел в этом верный признак краха. Исторически коэффициент «цена акции к прибыли» колебался примерно на уровне 16. Экономист Роберт Шиллер из Йельского университета собрал статистику по этому коэффициенту начиная с 1881 года, и после некоторого анализа доказал, что его значение всегда возвращается к 16. (Данные Шиллера использованы при построении обоих графиков. По сути, первый график – это фрагмент второго, но сколь разное впечатление они производят!) Из данных Шиллера явственно следует, что коэффициент выше 30 ненормален. Такое прежде бывало только раз, в 1928 году. Как и в 2000 году, тогда люди придумывали множество разумных объяснений высокому курсу акций.

Ирвинг Фишер, один из предшественников Шиллера, также знаменитый йельский экономист, прославился заявлением, что акции достигли «нового, высокого и длинного плато». Фишер был не дурак. Будучи очень влиятельным представителем монетаризма, он даже написал книгу под названием «Крах

Уолл-стрит и что будет дальше»^{*}, где приводил убедительные, как казалось тогда, доказательства, что цены и впредь будут оставаться высокими.

После первого резкого провала фондового рынка в конце 1920-х, в начале краха на Уолл-стрит, Фишер утверждал, что будущие прибыли будут превосходить благодаря недавним крупным слияниям, применению новых технологий, развитию управленческих знаний и опыту Федеральной резервной системы. Рассуждения кажутся здравыми... и странно знакомыми.

К сожалению, несмотря на название, книга Фишера была опубликована не после краха Уолл-стрит, а всего лишь после первого акта этой затянувшейся драмы. Последовали новые падения курсов, а затем наступила Великая депрессия.

Здравые размышления о дефиците

Будем надеяться, что мы не стоим на пороге новой депрессии. Некоторые оптимисты заявляют даже, что фондовый рынок со временем докажет обоснованность цен времён интернет-пузыря. Джеймс Глассман и Кевин Хассетт, авторы «Доу 36 000»^{**}, книги, содержащей легендарное пророчество, держались невозмутимо и продолжали отстаивать свою позицию и в августе 2002 года, когда индекс Доу-Джонса шлёпнулся об отметку 8000. Они вполне справедливо указывали, что на короткой дистанции результаты рынка предсказать невозможно, и предрекали, что постепенно рынок восстановит утраченные позиции. (Правда, они уже не вспоминают, как сами писали, что рынок может вновь воспарить уже через три-четыре года... то есть в конце 2004 года.) Глассман и Хассетт утверждают, что фондовый рынок оставался недооценённым на протяжении сотни лет, поэтому данные Роберта Шиллера не доказывают, что в будущем инвесторы совершат ту же ошибку. Возможно, инвесторы действительно ошибались в течение ста лет. Как мы уже видели, едва экономисты отбрасывают предположение, что люди действуют разумно, становится очень трудно вообще о чём-либо говорить.

Гораздо полезнее задаться вопросом, смогут ли компании в ближайшие годы достичь той высокой прибыли, что следовала из цен времён пузыря. Сובлазнительно думать, что это довод в пользу мощи Интернета, сотовых телефонов, компьютеров и других технических новшеств. Действительно, многие поклонники Интернета утверждали, что были все основания платить огромные деньги за компании вроде Amazon, поскольку с приходом Интернета якобы «всё меняется».

^{*} Irving Fisher, *The Stock Market Crash – And After* (New York: Macmillan, 1930).

^{**} James K. Glassman, Kevin A. Hassett, *Dow 36,000: The New Strategy for Profiting From the Coming Rise in the Stock market* (New York: Times Books, 1999).

К несчастью, дело не в этом. Может, Интернет – и правда революционная технология вроде электроэнергии, массового химического производства или железных дорог. Со временем мы узнаем ответ, но для фондового рынка он большого значения не имеет. Подспудно предполагается, что раз на дворе экономическая революция, акции должны быть в большой цене. Это предположение ложно. Акции будут расти в цене, только если есть достаточные основания полагать, что будущие прибыли будут высокими. А, как мы знаем, прибыль проистекает из дефицита, например – из владения дефицитной землёй (защищённой законным правом), обладания дефицитным брэндом (который охраняется торговой маркой) или из наличия у организации уникальных навыков (защищённых самим фактом, что эффективную организацию очень трудно скопировать). Поэтому курс акций будет расти, только если экономические преобразования повышают степень контроля организаций над ограниченными ресурсами.

Легко сказать, что между экономической трансформацией и степенью контроля над ограниченными ресурсами может быть связь. Гораздо труднее понять, какая именно; маловероятно, что эта связь настолько прямая, что «новые технологии усилят контроль корпораций над дефицитными ресурсами». Одни компании приобретут, другие потеряют. Исторически явной связи между экономическими преобразованиями и высокими прибылями среднестатистической компании никогда не наблюдалось. На самом деле чаще верно обратное: экономические преобразования пагубно влияют на прибыльность фирм-старожилов (замещая или дублируя их дефицитные ресурсы), а идущих им на смену новичков ждут огромные издержки построения бизнеса и высокая частота банкротств. В выигрыше работники, которым в среднем больше платят, и потребители, которые получают новые и улучшенные товары и услуги или меньше платят за старые товары и услуги. Например, прибыль Amazon за 2003 год в размере \$30 млн следует рассматривать на фоне падения прибылей мировой музыкальной индустрии на \$2,5 млрд в том же году, в чём руководители отрасли винят загрузку музыки через Интернет и усиление пиратства. Интернет убивает прибыль точно так же, как и приносит её.

Так было всегда и в случае с прежними революционными технологиями, такими как железные дороги и электричество. Когда-то, когда я этого ещё не понимал, я имел глупость заключить пари с экономистом Джоном Кеем. Он спросил меня, что было бы, если бы я купил акции Great Western Railway, самой знаменитой железнодорожной компании Британии, прародительницы железных дорог. Кей спорил, что даже если бы я купил её акции в самый первый день и держал их довольно долго, мой доход был бы весьма скромным, менее 10% годовых. Я не мог и представить, чтобы одна из самых успешных компаний эпохи железнодорожной революции приносила акционерам столь незначи-

тельный доход. Я бросился листать пыльные подшивки журнала *Economist* за XIX век и нашёл ответ. Разумеется, Кей был прав. Сразу после того, как в 1835 году акции Great Western Railway были выставлены на продажу по £100 за штуку, начались грандиозные спекуляции железнодорожными акциями. В 1845 году, через 10 лет после учреждения компании, акции Great Western достигли пика в £224. Потом они рухнули и никогда более за столетнюю историю компании не возвращались на этот уровень. Выходит, долгосрочные инвесторы Great Western могли получать приличные, но отнюдь не выдающиеся дивиденды – 5% годовых. Те, кто купил акции Great Western на пике сумасшествия, потеряли деньги, хотя в итоге оказались удачливее вкладчиков бессчётного числа железнодорожных компаний, которые вообще обанкротились, так и не построив свои ветки.

Выходит, даже акции лучших железнодорожных компаний не были таким уж лакомым куском, а уж про акции плохих и говорить нечего. При этом никто не отрицает, что железные дороги полностью преобразили развитые экономики. По самым сдержанным оценкам, вклад железных дорог в экономику США к 1890 году составил от 5 до 15% – огромная величина, если вдуматься. Но конкуренция в сфере строительства железных дорог и управления ими не давала прибылям разгуляться. Пока конкуренция сильна, власть дефицита железных дорог невелика.

Дефицит и технологии

В случае с дотками и другими высокотехнологичными компаниями говорить о дефиците ещё труднее. Верно, некоторые компании – IBM, Microsoft, Intel – сработали неплохо. IBM добилась чрезвычайных успехов: в конце 1970-х она была самой прибыльной компанией за все времена. Но уже в начале 1980-х она едва не обанкротилась и пришла в себя лишь после радикального и болезненного преобразования в совершенно другой бизнес. Intel избежала подобной участи, хотя в 2001 году её операционная прибыль сократилась более чем на три четверти. Но Intel знаменита своей неослабевающей тягой к инновациям, благодаря которым компания держится впереди всех. (Недаром глава компании Энди Гроув назвал свою книгу «Выживают только параноики».)

Только Microsoft, сменившая IBM на месте титана компьютерной отрасли, похоже, жила припеваючи. Вероятно, именно её огромный успех подбил всех на безумные поиски новой Microsoft. Но большинство компаний совсем не похожи на Microsoft; и никогда ею не станут. А уж если говорить о цене акций, то Microsoft и сама не Microsoft, поскольку стоимость её акций в конце 1990-х отражала не текущую ситуацию, но ожидания насчёт того, чем компания в итоге станет. По мнению инвесторов – и вероятно, оно справедливо, – благодаря кон-

тролю над целым рядом важнейших отраслевых стандартов Microsoft обладает истинной, долговечной властью дефицита, которая будет приносить огромную прибыль ещё многие годы.

Что же касается оравы претендентов на роль интернет-лидера, трудно себе вообразить более разительный контраст. Бизнес многих из них можно было скопировать без особых затрат за пару месяцев, и уже это должно было подсказать, что акциям их грош цена в базарный день. Неважно, меняется экономика или нет - она никогда не будет меняться так сильно, чтобы компании без малейшего намёка на власть дефицита могли добиться высокой прибыльности.

Это возвращает нас к Грэму Бейли и управленческому консалтингу в конце 1998 года. Подспудной идеей его рассказов было: неважно, обладаете ли вы властью дефицита. Неважно, есть ли на свете кто-то, умеющий делать то же, что и вы. Главное - оказаться первым. Это подход времён «золотой лихорадки»: приоритет получает тот, кто первым заявит о своих правах. Если интернет-компания удастся каким-то образом застолбить «территорию» в Сети, другим не сдвинуть её с насиженного места.

Когда проговоришь эту идею, становится ясно, что она вызывает к великим американским мифам, но без особых на то оснований. Поселенцы и золотоискатели имели под рукой набор инструментов, грубых, но весьма эффективных, для защиты прав собственности. Интернет-компании этого лишены; у них есть лишь доменное имя и, может быть, некоторая узнаваемость брэнда. Легко пришло – легко ушло: с какой, скажите на милость, стати компания, первой основавшая бизнес в Интернете, не должна столкнуться с конкуренцией? Потребителю несложно узнать о появлении новых компаний. Посетить веб-сайт легче лёгкого и куда проще, чем новый магазин. Вообще, в наши дни преимущество компаний-первопроходцев меньше, чем когда-либо. Пока Бейли разглагольствовал, в калифорнийском гараже родилась маленькая компания. Она предлагала услуги интернет-поиска, но поначалу выполняла всего несколько сотен запросов в час. Она называлась Google.

Google – живое свидетельство того, что в Интернете не обязательно быть первым. Надо быть лучшим. Google вступила в игру довольно поздно, когда Yahoo!, казалось, уже утвердилась в роли королевы поисковых движков. Тем не менее именно имя Google стало синонимом поиска в Интернете. Вопрос в том, не рождается ли сейчас где-нибудь в гараже компания, которая сделает с Google то же самое, что та сделала со своими конкурентами. В Интернете никто не застрахован от конкуренции. Сеть съедает власть дефицита.

Уроки для ваших собственных инвестиций в фондовый рынок довольно прозрачны. Во-первых, вспоминая историю про самую быструю очередь, следует держать в голове, что цены фондового рынка отражают огромную массу экспертных знаний. Если вы планируете как следует разжиться, следует чётко

понимать, известно ли вам что-то такое, что участники рынка упускают из виду. Во-вторых, нужно помнить, что долгосрочная прибыльность обусловлена наличием у компании неких особенностей, которые не могут повторить остальные. Это может быть мощный бренд на консервативном рынке, как у презервативов Trojan, контроль над отраслевыми стандартами, как у Microsoft, или просто глубочайшие знания и опыт, как у General Electric. Возможно, такой способностью обладает eBay благодаря крепко привязанным к ней покупателям и продавцам. А большинству остальных мало чем можно похвастаться. Если хорошенько подумать, рассуждения Грэма Бейли и в 1998 году выглядели крайне неубедительно. А в 2001 году его консалтинговая фирма обанкротилась.

ГЛАВА 7

ТОРГОВЦЫ ВОЗДУХОМ

Тот, кто знает цену всего и ценность ничего.

Определение, данное Оскаром Уайльдом цинику,
ныне широко применяемое к экономистам.

ПРЕДСТАВИМ, ВЫ НАНЯЛИ ЭКОНОМИСТА, ЧТОБЫ ПРОДАТЬ ДОМ. Он придумывает хитроумный аукцион, который, по его уверениям, принесёт вам \$300 тыс., в которые вы свой дом оценили. Но вот поступают заявки от участников аукциона, и вдруг, к вашему ужасу и немалому смущению экономиста, выясняется, что вы почему-то получаете за дом меньше \$3000. Вы остаётесь без дома и почти без гроша, от вас уходит жена, и вы проводите остаток дней, ночуя по сырым подвалам.

А в это же самое время ваш сосед также решает продать дом и подряжает другого экономиста, который придумывает не менее хитрый аукцион. Ваш сосед рассчитывает на те же \$300 тыс., но цена всё растёт и растёт, и в итоге у него на руках оказывается \$2,3 млн.

Надуманная ситуация? Нисколько. Нечто очень похожее на самом деле произошло, только не с домовладельцами, а с правительствами. И торговали с аукциона не стенами и крышей, а прозрачным воздухом, точнее — частотами радиодиапазона для работы сетей сотовой связи. В последние годы правительства многих стран продавали права на использование частот телекоммуникационным компаниям. Количество частот ограничено, а мы-то знаем: где дефицит — там возможность сделать деньги. К несчастью, не все нанятые в качестве консультантов экономисты знали, как организовать аукцион так, чтобы получить хорошую цену. Один из аукционов принёс менее 1% от ожидавшейся суммы, а другой собрал в десять раз больше того, на что рассчитывали устроители.

Дело было не в удаче или неудаче, а в недомыслии в одном случае и сообразительности – в другом. Торги воздухом, как и покер, это игра, которая требует большого умения, и эта игра идёт на очень большие деньги.

Любовь, война и покер

Многие из тех, кто знал математика Джона фон Неймана, считали его «величайшим умом мира», и им было с чем сравнивать, ведь одним из коллег Неймана по Принстону был Альберт Эйнштейн. Фон Нейман был гением, вокруг которого витал миф о почти сверхчеловеческом интеллекте. По легенде, однажды к нему обратились за помощью в создании суперкомпьютера, призванного решить новую, важнейшую математическую задачу, с которой тогдашние компьютеры совладать не могли. Фон Нейман попросил изложить ему суть задачи, а затем за несколько минут решил её, пользуясь лишь карандашом и бумагой, после чего отклонил просьбу о помощи.

Фон Нейман внёс грандиозный вклад в логику, теорию множеств, геометрию, метеорологию и другие области математики. Он сыграл ключевую роль в развитии квантовой механики, создании ядерного оружия и компьютеров. Однако нас больше интересует его роль основоположника теории игр.

В теории, игра – это всякая деятельность, при которой ваши предположения о том, что будет делать другой человек, влияют на то, что будете делать вы. Среди таких игр – покер, ядерная война, любовь и торги воздухом. Теория игр порой обманчиво проста. Возьмём незамысловатую игру «движение по дороге». При «движении по дороге» я получаю приемлемую отдачу, если двигаюсь по правой стороне дороги и вы делаете то же самое. Я также получаю приемлемую отдачу, если двигаюсь по левой стороне, равно как и вы. Если один из нас поступит иначе, меня ожидает весьма печальный итог – поездка в карете «скорой помощи». (В случае лобового столкновения исход для вас также печален, но в теории игр меня не волнует ваша судьба. Исход игры для вас волнует меня лишь пос-хольку, поскольку это помогает мне предсказывать ваше поведение.)

Обычно игры описывают как небольшие забавные истории, но за этим скрывается тот факт, что для учёного игра – это математический объект. Великие теоретики игр – это блестящие математики вроде самого фон Неймана или нобелевского лауреата Джона Нэша, героя фильма «Игры разума». Как и сама теория игр, предложенный Нэшем революционный метод предсказания исхода игры был результатом вдохновенного применения глубоких познаний в математике.

Фон Нейман обожал покер, и, размышляя о нём, он разработал математические инструменты, полезные не только экономистам, но и тем, кто пытается разобраться во многом другом, от ухаживания до эволюционной биологии и

Основы покера просты: игроки держат свои карты в тайне до их вскрытия, когда игрок с лучшей картой забирает банк, содержащий все ранее сделанные ставки. Каждый игрок должен продолжать ставить, чтобы остаться в игре, но некоторые выходят из игры, предпочитая потерять немножко, нежели рисковать много большей суммой при вскрытии. Если все игроки выйдут из игры, вы можете забрать банк, даже не показав карт.

При игре в покер первостепенная задача – решить, стоит ли платить, чтобы остаться в игре. От теории вероятности помощи немного. Недостаточно просто подсчитать шансы на то, что ваши карты сильнее, чем у всех остальных игроков. Нужно анализировать ходы соперников. Является ли маленькая ставка признаком плохой карты, или это уловка, чтобы заставить вас поднять ставку? А крупная ставка – это признак сильной карты или блеф? Одновременно необходимо помнить, что ваши оппоненты интерпретируют ваши собственные ставки, так что нужно следить, чтобы не стать предсказуемым.

Покер весь состоит из догадок, идущих по кругу: «Если он думает, что я думаю, что он думает, что у меня четыре короля, тогда...» Покер – это игра везения и мастерства, но более всего это игра секретов: каждый игрок имеет доступ к информации, скрытой для остальных. В шахматах, игре чистого мастерства, сражение протекает перед открытыми взорами соперников. В покере никто не видит всей картины.

Вот тут в дело вступает теория игр. Фон Нейман верил, что если он сможет при помощи математики проанализировать покер, то сумеет пролить свет и на другие виды человеческого взаимодействия. В покере небольшое число игроков пытается обхитрить друг друга в ситуации случайности, секретности и умелых расчётов. Но покер – не единственная ситуация, подпадающая под это описание. Взять хотя бы генералов, ведущих войну, или даже – если вы такой же циник, как и я – мужчин и женщин, играющих в великую игру любви. Многие ситуации человеческого взаимодействия, как и покер, можно интерпретировать как состязание умов. Все эти ситуации были описаны как игры и исследованы при помощи теории игр.

Экономическая жизнь – не исключение. Фон Нейман объединился с экономистом Оскаром Моргенштерном, чтобы написать священную книгу своей науки под названием «Теория игр и экономическое поведение»*, опубликованную незадолго до окончания Второй мировой. С тех пор теория игр и экономика идут рука об руку: теорию игр изучают большинство студентов-экономистов, а несколько теоретиков игр получили Нобелевскую премию по экономике.

* John von Neuman, Oscar Morgenstern, *Theory of Games and Economic Behavior* (Princeton: Princeton University Press, 1944).

Если вам нужен пример «экономической игры» из реальной жизни, подумайте о торге между домовладельцем и жильцом, между правительством и профсоюзами, между продавцом подержанных машин и покупателем. Подумайте о том, как нефтедобывающая страна прикидывает, стоит ли ей придерживаться правил ОПЕК, чтобы помочь поднять цену, или качать нефть без остановки, пользуясь высокими ценами, которые подняли другие. Или, говоря о примере из этой главы, подумайте о скопище алчущих телекоммуникационных компаний, пытающихся купить у государства ограниченное число лицензий на использование радиочастот. У каждого претендента есть некоторое представление о том, какую прибыль принесёт обладание лицензией (то есть насколько ценной она является), но никто не знает это точно. Правительству предстоит вывести ряд секретов: какая компания наилучшим образом распорядится лицензией и какую ценность лицензия имеет для каждой из них. В идеале нужно выдавать лицензии фирмам, которые лучше других знают, что с ними делать. Но поскольку правительство собирается поделиться народным достоянием, оно также хочет получить максимальную выгоду для налогоплательщиков.

В представлении фон Неймана и покер, и раздача лицензий – это игры. Между ними есть и ещё более близкое сходство: в обоих случаях важно, чтобы на кону стояла значимая сумма денег. Без ставок покер не имеет смысла. Любителю азартных игр всякая игра кажется «более интересной», если она идёт на деньги, но в покере деньги играют главенствующую роль. Это потому, что ставки в покере сообщают о силе и слабости – и если игроки не ставят настоящие деньги, «сообщение» лишено смысла. Как мы уже знаем, слова ничего не стоят. Блеф имеет последствия, только если на кону реальные деньги.

То же касается лицензий. Экономисты, специализирующиеся в теории игр, настаивали, что раздача общественных активов, от разрешения на бурение скважин до права использования радиочастот, должна производиться по правилам вроде тех, что действуют в покере. Чтобы отсеять дешёвую болтовню и пустые обещания претендентов, правительству нужно навязать участникам высокие ставки и заставить их, грубо говоря, «ответить за базар».

Игры внутри игр: как продать дом стоимостью \$300 000 за \$3000

Всю вторую половину 1990-х правительство США нанимало теоретиков игр для помощи в продаже частотных лицензий. Задача была не из простых: компания, претендующая на лицензии в Лос-Анджелесе и в Сан-Диего, скорее захочет иметь либо обе, либо ни одной, потому что эксплуатировать смежные сети дешевле. Но как можно торговаться за Лос-Анджелес, не зная, кто получит Сан-

Диего? Это сложная проблема, которую решает сложный раздел теории игр. Теоретики разработали хитрую, как и положено, схему параллельных аукционов.

Первые торги были очень успешными (и очень доходными для правительства), но после нескольких аукционов всё пошло наперекосяк. Разработчики аукционов правильно решили самые сложные проблемы, но допустили несколько простых ошибок - например, разрешили подавать заявки, не округлённые до тысяч долларов. Фирмы воспользовались этим и стали вписывать в цену почтовые индексы. Тем самым они посылали сигналы о том, какие лицензии их интересуют, чтобы поделить рынок без агрессивной борьбы с конкурентами. Эта схема даже не требовала прямого сговора, поскольку аукцион позволял посылать столь ясные сигналы. Было похоже на жульничество, но никто не мог ничего доказать. Через три года после первых торгов аукцион в апреле 1997 года принёс менее 1% от ожидаемой выручки – по мнению многих наблюдателей, фирмы научились избегать конкуренции.

Это то же самое, что продать дом стоимостью триста тысяч менее чем за три. Как такое вообще могло случиться? Но всё просто. Если бы потенциальных покупателей вашего дома было мало, они могли бы договориться о том, чтобы не торговаться друг с другом. Тот, кто купит дом по дешёвке, должен как-то отблагодарить остальных. Самая очевидная форма компенсации – обещание не торговаться с остальными на будущих аукционах. Так и операторы связи, похоже, нашли способ договориться о том, чтобы не сражаться друг с другом за лицензии в тех или иных регионах. Для теории игр это было унижение, лишь чуть менее жестокое, чем если бы лицензии вообще раздавались бесплатно.

Есть и альтернативный взгляд на проблемы американских аукционов: теоретики не заметили, что анализировали лишь часть более крупной игры. Правительство вело себя как игрок в покер, находящийся в блаженном неведении о наличии в комнате скрытых камер и не обращающий внимания, что другие игроки посредством кивков и подмигиваний по очереди выигрывают его деньги. Игра, в которую он, как ему казалось, играл, не была настоящей игрой.

Теория игр для тупиц

Идёт ли речь о сговоре на аукционах или жульничестве в картах, теперь уже ясно, что теория игр – настолько же искусство, насколько и математика. Для моделирования любой игры нужно прежде сформулировать ряд упрощающих предположений; если теоретик построит неверные предположения (например, что участники аукциона не будут использовать почтовые индексы для координации дележа рынка), он выдаст идеальное решение – но не той проблемы.

Самая большая трудность вызвана самим происхождением теории игр: её

разработали учёные почти нечеловеческого интеллекта, такие как Нэш и фон Нейман. В этом и сила теории, и её слабость – ведь чтобы теория имела успех, она должна предсказывать то, как будут вести себя простые смертные. Теория игр представляет поведение людей как решение математического уравнения. Она предполагает наличие сверхрациональных игроков, способных мгновенно решать невероятно сложные проблемы. Но если говорить о применении теории игр к поведению реальных людей, такое предположение звучит нереалистично. Нэш и фон Нейман могли решать такие задачи мгновенно, но этого не скажешь про всех остальных.

К примеру, теория игр говорит нам, что играть в шахматы не имеет смысла, поскольку в теории результат предопределён: один из игроков может форсировать его. Однако мы не знаем, белые это будут или чёрные, будет ли результатом ничья или победа, и уж точно мы не знаем, как игра будет протекать. Нам известно лишь, что в теории возможен форсированный результат. На практике даже сильнейшие игроки (компьютеры или люди) не знают оптимальной стратегии, так что результат игры в шахматы далёк от предопределённости. Так какой же прок в теории, которая говорит нам, что шахматы были бы тривиальной игрой, если бы мы все были достаточно умны и знали верные стратегии?

Не все мыслят, как гении. В покере многие блефуют, имея на руках среднюю карту. Фон Нейман показал, что правильная тактика – блефовать при самой плохой карте. Крис Фергюсон по прозвищу «Иисус», ученик фон Неймана, доказал это, выиграв Мировую серию по покеру в 2000 году. Однако покер с приятелями в гараже – это не Мировая серия. Что сообщает нам теория игр об игроках, которые принимают блефовать, до того накачавшись пивом?

Это возражение не смертельно для теории игр. Чтобы соответствовать немыслимо высоким стандартам фон Неймана, в модели можно учесть и ошибки, и забывчивость, и враньё, и прочие недостатки игроков. Штука в том, что чем больше ошибок нужно учесть, тем сложнее и бесполезнее становится теория. Теоретику игр не вредно опираться не только на чистую теорию, но и на практический опыт. Ведь если игра слишком сложна для понимания игроков, теория ничего не сможет сказать об их реальных действиях, а значит, на практике она почти бесполезна.

А вот и аукционисты

В конце 1996 года я видел, как один из ведущих британских теоретиков аукционов Пол Клемперер проиллюстрировал эту мысль на семинаре по применению теории игр к аукционам. По ходу объяснений Клемперер взял кошельки у двух слушателей и пересчитал деньги в них, после чего предложил

отдать всю (неизвестную) сумму тому из пострадавших, кто предложит больше. Застигнутые врасплох, эти двое справились с поиском оптимальной стратегии, прямо скажем, неважно.

Трудность - та же, что испытывают участники многих аукционов, включая продажу частот — состояла в том, что жертвы не знали, сколько стоит объект торговли. Разумеется, они знали, сколько лежало в их собственных кошельках, но никто не знал о содержимом чужого. Перед участниками частотного аукциона стоит похожая проблема: каждый участник знает свои прогнозы и технологические планы, но каждый понимает, что другие участники, вероятно, мыслят иначе. Оптимальной стратегией будет та, что позволит извлечь выгоду из всякой информации, которую выдают ставки игроков — но это не так-то просто. (В игре с кошельками одно из решений таково: каждый игрок торгуется до тех пор, пока не достигнет суммы, вдвое превышающей ту, что лежала в его кошельке. Игрок с более толстым кошельком победит и заплатит меньше, чем находится в обоих кошельках*. Более агрессивная стратегия обойдётся намного дороже.)

Неспособность двух застигнутых врасплох «добровольцев» принять правильное решение была тем примечательней, что это были Кен Бинмор и Тилман Боргерс, сами специалисты по теории аукционов. Клемпереру, Бинмору и Боргерсу вскорости предстояло войти в группу по разработке механизма выдачи лицензий на сотовую связь третьего поколения (3G) в Великобритании.

Учёным предстояло разрешить две серьёзные трудности. Во-первых, нужно было не дать участникам перехитрить устроителей аукциона так, как в США. Во-вторых, если уж они сами не смогли с ходу отыскать оптимальную стратегию для аукционов друг друга, стоит ли ожидать, что собрание бизнесменов поведёт себя так, как предсказывает теория игр? И если эти бизнесмены поведут себя непредсказуемо, кто возьмётся сказать, что из этого выйдет?

.....

Самый влиятельный экономист XX века Джон Мейнард Кейнс мечтал о времени, когда экономисты перестанут быть теоретиками, а будут, «как зубные врачи», решать злободневные проблемы и давать практические советы. Пока что экономика до этого не дошла, и всякий экономист, желающий быть хотя бы наполовину таким же полезным, как дантист, обязан приправить теорию доброй порцией уроков реальной жизни: игроки жульничают; участники торгов ошибаются; встречаются обычно по одежке. Аукционы, как покер и шахматы, не всегда разворачиваются так, как предсказывает теория игр.

Правительство Новой Зеландии начало продавать частотные лицензии на аукционах ещё в 1990 году. Но при этом оно пользовалось советами экономистов, похоже, плохо знавших реальную жизнь, и потому уроки обошлись вла-

* Видимо, имеется в виду аукцион «второй цены» (см. ниже).

стям очень дорого. Аукционы проводились без гарантии заинтересованности покупателей, без минимальной цены и с применением диковинной теоретической схемы, известной как «аукцион Викри»^{*}. Всё это вместе привело к печальным последствиям.

Аукцион Викри – это так называемый аукцион второй цены с запечатанными заявками. «С запечатанными заявками» означает, что каждый участник пишет одно-единственное предложение и запечатывает его в конверт. Когда конверты вскрываются, побеждает самое крупное предложение. «Вторая цена» – это весьма любопытное правило, гласящее, что победитель уплачивает не своё предложение, но следующее за ним по величине. Элегантность идеи в том, что ни у одного участника нет стимула занижать ставку в попытке извлечь больше выгоды; это уменьшит только вероятность его победы, но не цену, которую придётся уплатить в случае выигрыша. Для теоретика в этом нет ничего странного: в конце концов, на традиционных аукционах Sotheby's или Christies цену также фактически устанавливает покупатель со вторым по величине предложением, поскольку торги прекращаются, когда он выходит из игры.

Но прессе и публике аукцион Викри представлялся безумием. Проблема не столько содержательного, сколько внешнего свойства: на традиционном аукционе никто никогда не узнает максимальную цену, которую готов был заплатить выигравший участник, а на аукционе Викри этот факт становится общеизвестным. И новозеландцы вполне правомерно хотели знать, почему покупатель, предложивший за лицензию 100 тысяч новозеландских долларов (около \$72 тыс.), должен был заплатить всего 6 (чуть больше \$4), а тот, кто предложил 7 миллионов новозеландских долларов (больше \$5 млн), раскошелится всего на 5 тысяч (около \$3600). Цифры просто обескураживали.

Теоретики знали, что в среднем аукционы Викри приносят почти столько же денег, сколько другие аукционы, потому что они не требуют платить наивысшую цену из предложенных и тем самым поощряют всех участников предлагать больше. Но что там знают теоретики, публике и прессе неинтересно: сыровая реальность такова, что аукционы Викри были восприняты как поражение новозеландского правительства.

Теория игр может предсказать некоторые проблемы, как, например, жульничество на американских аукционах. Другие проблемы, такие как реакция новозеландской общественности, в теоретическом анализе просто не всплывают. Если уж экономисты хотят встать вровень с дантистами, они должны думать как следует и учиться на ошибках: новые будут по-прежнему обходиться дорого.

^{*} Эта модель названа так по имени своего изобретателя, нобелевского лауреата Уильяма Викри, внёсшего важный первоначальный вклад в дело применения теории игр к аукционам.

Зачем нужен аукцион?

Продажа частотных лицензий на аукционе была довольно смелым шагом со стороны британского правительства. Американские аукционы после первых успехов пошли вкось и вкривь, потому что их разрабатывали на основе весьма узко понятой теории игр. Правительство Новой Зеландии вообще выставило себя на посмешище, и не оно одно: австралийские власти провели торги телевизионными лицензиями и тоже оставили лазейки в правилах, которыми участники торгов воспользовались так цинично, что в итоге министр, ответственный за аукционы, потерял пост. Учитывая все эти риски, зачем Британии вообще было помышлять об аукционе?

Как и власти США, британское правительство хотело продать лицензии компаниям, которые лучше всех сумеют ими воспользоваться, и попутно выручить приличную сумму. Разумеется, была ещё одна, не афишируемая цель: избавить от лишних соблазнов бюрократов и политиков. Для налогоплательщиков Новой Зеландии и США любой аукцион, принёсший хоть какие-то деньги, был лучше бесплатной раздачи лицензий, но известно, что для политика раздача общественных активов - прекрасный способ завести друзей и союзников. Так что теоретикам аукционов нужно было найти действительно веские аргументы в их пользу.

Аргументы эти опираются на теорию игр, которая ясно показывает силу простых аукционов. Одна из самых трудных задач - сделать так, чтобы лицензии оказались в правильных руках. Если число лицензий ограничено, было бы преступно расточительным передавать хоть одну из них Timharford.com, дутой интернет-компания без соответствующего опыта и навыков использования ценного актива. Лицензии должны достаться компаниям, которые будут на их основе оказывать услуги наивысшего качества по наименьшей стоимости. Цены на услуги будут установлены в результате конкуренции между держателями лицензий.

Так как же определить самых способных? Можно спросить сами компании, но они примутся расхваливать себя на все лады. Одни будут напирать на свой опыт, другие - на новейшие технологии. Но скажут ли они правду? Слова ничего не стоят.

Другая идея, как будто более многообещающая - назначить экспертов, чтобы определить, какие компании больше других заслуживают лицензии. Однако в доходном мире сотовой телефонии большинство экспертов заинтересовано в успехе той или иной компании, и что это за эксперт, если он совершенно оторван от отрасли? Даже если удастся отыскать по-настоящему непредвзятого специалиста, едва ли ему удастся проникнуть в профессиональные секреты

и оценить истинный потенциал соперничающих технологий.

Теория игр показывает, что простой аукцион устраняет все затруднения и элегантно решает задачу. Для ясности рассмотрим прямой аукцион по продаже одной лицензии, который проходит, как и обычный аукцион, где участники предлагают всё более высокую цену, но с одним отличием: предполагается, что всякий, кто ещё находится в комнате, готов заплатить текущую цену. Тот, кто выбывает, должен выйти из комнаты и больше не возвращаться. С такой поправкой этот аукцион проще анализировать при помощи теории игр, и он сильно похож на многие реальные торги лицензиями.

Для начала каждый участник недвусмысленно определяет, какую ценность для него имеет лицензия. Чем более инновационные идеи и дешёвые технологии участник использует, тем больше он заработает, получив лицензию. Конечно, ни одна компания не в силах абсолютно точно предвидеть, какую прибыль принесёт ей лицензия, но каждый точно знает свои возможности лучше, чем сторонние эксперты.

Аукцион стартует, цена растёт, а участники выбывают, когда стоимость лицензии начинает превышать их собственное представление о её ценности. Компании, не слишком уверенные в своих бизнес-планах и технологиях, уйдут первыми. Если цена растёт долго и никто не покидает комнату, каждый участник делает вывод, что другие уверены в перспективах рынка в целом. (Вот различие между этим аукционом и традиционными торгами на Sotheby's: пока аукцион Sotheby's идёт, никогда не знаешь, кто всё ещё потенциальный участник, а кто просто наблюдает.) Если некоторые участники выбывают на удивление рано, оставшиеся должны принять это к сведению и ещё раз проверить свои предположения. Аукцион искусно суммирует коллективную мудрость всех участников.

Ни у кого из участников аукциона нет стимулов врать. Слова ничего не стоят, но ставки высоки. Ни одна компания не покинет торги, пока цена всё ещё ниже той цифры, которой измеряется для неё ценность лицензии; и ни один участник не станет продолжать торговлю, если цена поднимется слишком высоко. В некотором смысле аукцион - это нечто вроде покера фон Неймана: поскольку речь идёт о настоящих деньгах, к ставкам следует относиться очень серьёзно. С другой стороны, это вовсе не покер, поскольку аукцион совершенно не даёт блефовать.

Аукцион заставляет каждого участника говорить правду о том, во сколько он оценивает выгоду от лицензии для себя. В то же время аукцион сообщает коллективное мнение всем участникам, так что они могут соответственно обновлять свои представления. Что немаловажно, по ходу дела аукцион ещё и собирает выручку.

.....

Теория игр также показывает, что простой аукцион приносит больше выручки, чем любой другой способ совершения сделки. Это не очевидно. Одна из альтернатив – проведение аукциона с резервной ценой (известной или тайной), ниже которой продавец не станет продавать. Ещё один вариант – вести тайные параллельные переговоры с несколькими покупателями и врать насчёт того, как они протекают. Или же продавец мог бы обратиться к каждому покупателю по очереди с первым и последним предложением по принципу «не хочешь – как хочешь». Возможны и другие варианты. Как продавцу при столь широком выборе определить самый выгодный способ заключения сделки?

Теория игр проникает в самое существо проблемы. В середине 1990-х Клемперер и Джереми Бюлов (также вошедший в команду разработчиков) опубликовали работу, в которой показали, что если простота аукциона привлечёт хотя бы ещё одного серьёзного покупателя, прямой аукцион принесёт денег больше, чем любой другой метод переговоров.

Помимо главного утверждения, что такие аукционы приносят больше денег, статья сфокусировала внимание устроителей аукционов на, казалось бы, очевидной мысли: чтобы аукцион был успешным, нужно, чтобы в нём участвовало большое число серьёзных покупателей.

Британский аукцион в действии

Команда организаторов британского аукциона, несомненно, сделала всё от неё зависящее, чтобы эти серьёзные покупатели объявились. К марту 2000 года всё было готово к началу аукциона с участием тринадцати зарегистрированных участников, каждый из которых внёс депозит в размере £50 млн и подключился к Интернету, чтобы направлять предложения удалённо. Организаторы начали рекламировать аукцион более чем за год до проведения; к тому же они очень хотели, чтобы Великобритания первой из европейских стран провела аукцион по продаже лицензий связи третьего поколения. Результатом их усилий должно было стать чрезвычайно серьёзное соперничество участников.

Разработчики были просто одержимы мелочами. Они прогоняли модель аукциона на компьютере, проверяли её на лондонских студентах, игравших роли руководителей телекоммуникационных компаний. Они вчитывались буквально в каждую запятую в правилах, чтобы не оставить ни одной лазейки. Они даже оставили за собой право отложить аукцион, если будет происходить что-нибудь подозрительное. Но несмотря на все эти подготовительные мероприятия, никто не мог предсказать, чем всё закончится и не обернутся ли торги очередным конфузом экономистов.

Аукцион должен был проходить короткими раундами – по полчаса или около того, – во время которых покупатели были обязаны прислать предложе-

ние или прекратить участие. Те, кто решал не направлять очередного предложения, должны были покинуть торги; между тем каждому участнику было разрешено «спасовать» трижды, прежде чем выйти из игры окончательно. Планировалось каждый день проводить пару раундов, а затем, когда участники попривыкнут к процессу торгов, возможно, больше. Результаты каждого раунда следовало немедленно публиковать в Интернете; аукцион должен был проходить на виду у всего мира.

Выручка ожидалась весьма большая, 2–3 миллиарда фунтов – достаточно, чтобы скостить несколько пенни с подоходного налога каждого жителя страны. Хотя организаторы, понятное дело, нервничали, их чрезвычайно радовало, что к четырём участникам – старожилам рынка присоединились девять компаний-новичков, так что они всё же надеялись на успех.

Устроители связывали интерес со стороны компаний-новичков с тем, что на торги были выставлены пять лицензий. Первоначально технические специалисты полагали, что диапазон можно разбить на четыре смежные частоты, каждая из которых покрывала бы всю страну, так получалось четыре лицензии. Но при продаже четырёх лицензий на аукционе с участием четырёх компаний-старожилов победители были бы очевидны и новички даже не стали бы тратить время на участие в заведомо проигрышном аукционе. Экономисты испытали сильное облегчение, когда инженеры обнаружили, что широты диапазона хватит на ещё одну лицензию. Эта лицензия под литерой «А» была зарезервирована для компаний-новичков – тех, что на момент аукциона не работали на британском рынке сотовой связи.

Предполагалось, что сражение за лицензию «А» будет двигать вверх цены четырёх остальных лицензий. Любая фирма, которая в тот или иной момент не была лидером в борьбе за лицензию, обязана была продолжить ставки или прекратить участие; но пока фирмы продолжали делать ставки по всем правилам, они могли переключаться с одной лицензии на другую. Понятно, что фирмы будут биться за ту лицензию, которая в текущий момент кажется более выгодной. Это значит, что сражение за лицензию «А» будет подогревать страсти в борьбе за другие лицензии – всякий раз, когда цена лицензии «А» будет превышать остальные цены, другие лицензии будут казаться более дешёвыми. Тогда компании-новички могут бросить лицензию «А» и составить конкуренцию старожилам в борьбе за лицензии, на которые те положили глаз. Когда старожилы поднимут предложение по своим лицензиям, новички кинутся назад торговаться за лицензию «А».

Хотя схема одновременных торгов пятью лицензиями довольно сложна, участнику аукциона понять наилучшую стратегию нетрудно. Поскольку участники не знают, когда торги закончатся, они должны следить за тем, чтобы в каждый момент их текущая позиция их устраивала. Лучшая стратегия такова: сле-

дить за ценой на все лицензии и отправлять новое, более высокое предложение на ту лицензию, что в данный момент представляется самой выгодной. Если ни одна лицензия не выглядит привлекательной, самое правильное – отказаться от дальнейшей борьбы. Вероятно, именно простотой аукциона можно объяснить тот факт, что в нём приняло участие столько фирм. К тому же, в отличие от Мировой серии по покеру или игры с кошельками, он почти полностью защищён от глупостей участников.

.....

Предположим, вы продаёте дом на аукционе, который продолжается много недель. До вас уже дошли слухи про другие аукционы, и потому вы немного боитесь, что вместо того, чтобы получить заветные \$300 тыс., вы, как и ваш незадачливый сосед, останетесь без жены и без денег. Первая неделя торгов – адская мука. Но вот цена начинает медленно расти, а ваше кровяное давление – падать. Наконец предложение достигает \$250 тыс., и вы понимаете: что бы там дальше ни было, самое страшное уже позади. Через пару дней ставка вырастает до \$300 тыс., и вы счастливы. С этого момента всё в прибыль; может, вы получите \$310 тыс., 320, а то и 350. А цена продолжает расти. Она переваливает за \$320 тыс., 350, 400, 500. Что происходит? Вы не верите своим глазам.

Этот неожиданный поворот событий похож на тот, что приключился на британском аукционе, разве что цена вопроса была в десять тысяч раз выше: не £300 тыс., а £3 млрд. В течение недели торги шли спокойно; благодаря правилу непрерывных ставок общая выручка устойчиво росла. После примерно двадцати пяти раундов ставок участники уже готовы были заплатить примерно по £400 млн за лицензию.

После пятидесяти раундов объём предложений достиг тех самых £3 млрд, которые рассчитывало выручить правительство. (В сравнении с этим размер депозита, даже увеличенный до £100 млн, уже казался слегка несерьёзным.) Но было нечто неожиданное: никто не покидал аукцион. Все тринадцать фирм продолжали регулярно присылать предложения, цены лицензий шли вверх, и никаких признаков замедления не было.

Интерес прессы к аукциону нарастал. В газетах стали появляться фотографии разработчиков аукциона. Журналисты с трудом могли внятно объяснить, что же такого сделали организаторы, но всем было понятно, что происходит нечто замечательное.

Торги прошли шестьдесят раундов (общая выручка – £4 млрд), потом семьдесят (£5 млрд), восемьдесят (£7 млрд). Закончился март, начался апрель, а цены всё росли. Организаторы предпочитали помалкивать, что они думают обо всём этом, однако за закрытыми дверями чувствовалось нервное возбуждение. Аукцион превращался в жертву собственного успеха: он продолжался слишком

долго. На американском фондовом рынке ощущалась нестабильность – а что, если обвал рынка распространится и на Великобританию, разрушит уверенность участников аукциона и приведёт к внезапному прекращению торгов? Депозит в £100 млн вдруг стал казаться слишком маленьким. А вдруг участники просто дезертируют? Может, нужно ускорить торги? Но, как оказалось, беспокоиться было не о чем.

Утром 3 апреля, почти месяц спустя после первой ставки, когда общая сумма предложений превысила £10 млрд (£200 или почти \$400 на каждого жителя Великобритании), лёд тронулся. По окончании 94-го раунда было объявлено, что один из участников, Crescent, прекращает гонку. С этого момента всё пошло быстрее. В тот же день после полудня, на 95-м раунде, сошёл с дистанции второй участник, консорциум 3G-UK. На следующее утро от торгов отказался третий – Spectrum. Некоторые из оставшихся временно прекратили делать ставки, воспользовавшись правом «пасовать». На 99-м раунде сошла Epsilon, а к обеду следующего дня, 5 апреля, прекратила борьбу One-Tel.

После 93 раундов торговли без единого выбывшего за следующие восемь раундов и за три дня аукцион потерял пятерых участников. Осталось восемь. Почему торги застопорились так внезапно? Возможно, причиной тому была гордость: никто не хотел уходить первым, но едва Crescent сошла с дистанции, другие, которые только этого и ждали, почти сразу же последовали за ней.

У теоретиков есть своё объяснение: участники узнавали о ценности лицензий из ставок друг друга. В этом было одно из преимуществ прозрачного устройства аукциона. В качестве альтернативы можно было бы просто провести широко распространённый аукцион «с запечатанными заявками», когда каждый присылает конверт с единственным предложением. Но в этом случае каждый участник был бы вынужден строить догадки в неизвестности, что, вероятно, привело бы к более осторожной торговле и меньшей выгоде для правительства. На открытом аукционе, даже когда цена выросла больше, чем кто-либо ожидал, каждый из участников видел, что двенадцать соперников делают одинаково крупные предложения и разделяют уверенность, что лицензии окупят свою высокую цену.

У каждой компании был свой бизнес-план, свои технологические партнёры, свои прогнозы продаж. Всё это носило гипотетический характер, но прозрачный аукцион собрал воедино исходящие от этих планов сигналы и предоставил информацию в распоряжение всех участников. (Кроме того, аукцион предоставил эту информацию правительству и на её основе собрал выручку – ничего не скажешь, ловко придумано.) Своим уходом Crescent подала остальным сигнал, что не считает, что лицензии стоят больше. Приняв к сведению точку зрения Crescent, другие участники, у которых были свои сомнения, окончательно склонились к уходу. Выход из игры Crescent; положил начало спирали: уход

очередного участника укреплял уверенность, что дело зашло слишком далеко.

Конечно, те компании, что покинули аукцион, всего лишь подчинялись стадному инстинкту, но не будем забывать, что у стада есть веские причины держаться вместе. Аукцион и был сделан прозрачным ради распространения информации, так что неудивительно, что его участники изучали одни и те же факты и приходили к одним и тем же выводам.

Аукцион пережил внезапный всплеск отказов, но это был ещё не конец. К середине апреля общая выручка достигла £29 млрд. Вырученных средств хватило бы на то, чтобы вдвое снизить базовую ставку подоходного налога на год. В действительности произошло вот что: британский министр финансов Гордон Браун смог в предвыборный период совершить масштабные государственные траты без сильного повышения налогов и привлечения дополнительных заимствований. Благодаря буму телекоммуникационной отрасли и решительному настрою организаторов аукциона сыграть на этом британская публика получила гигантский бесплатный обед.

Три последних отказа от продолжения борьбы произошли постепенно в течение апреля. 27 апреля, сразу после завтрака, NTL Mobile объявила, что выходит из игры, и напряжение тут же спало. Компания TTW, новый игрок на рынке сотовой связи, заплатила £4 384 700 000 за лицензию «А». Vodafone выиграла кровопролитную битву у British Telecom, став гордым обладателем лицензии «Б» почти за £6 млрд. British Telecom довольствовалась лицензией с меньшим охватом*. Выручка аукциона, ставшего крупнейшим в современной истории, составила £22,5 млрд.

Если бы вы продавали свой дом стоимостью \$300 000, и аукционе превозмошёл ожидания так же, как этот, вы получили бы \$2,25 млн и на следующее утро щипали бы себя, чтобы убедиться, что всё это вам не приснилось.

Помните: силу даёт дефицит

Критики аукционов доказывали, что раз операторы связи столько заплатили за лицензии, они, в свою очередь, будут дорого брать с потребителей за услуги связи. Что же, получается, аукционы погубили связь третьего поколения? Рассмотрим первое утверждение:

Если лицензии очень дорогие, операторы будут брать с потребителей больше.

Звучит убедительно, но давайте всего одну минуту поразмышляем как экономисты: если бы лицензии были дешёвы, стали бы операторы брать с нас меньше? А если бы правительство раздавало лицензии задаром, стали бы опера-

* Ещё две лицензии получили операторы One-2-One и Orange.

торы оказывать услуги бесплатно? А если бы правительство и вовсе приплачивало операторам, лишь бы сбыть лицензии с рук, стали бы операторы помимо бесплатных услуг беспроводной связи выдавать покупателям бонус наличными?

В первой и второй главах мы узнали, что фирмы при любых обстоятельствах взимают столько, сколько могут. Мы также узнали, что их способность делать это ограничена доступной им властью дефицита.

В Британии важнейшим фактором оказалось то, что лицензий было пять. Это довольно немного, и в таких условиях каждая компания обладает достаточной властью дефицита, позволяющей устанавливать достаточно высокие цены. Если бы лицензий было две, власть дефицита была бы больше, а цены – ещё выше. Если бы их было двадцать, власть дефицита была бы меньше, а цены – ниже. Цена для потребителя определяется властью дефицита, а не ценой лицензий.

В Британии дефицит определялся количеством доступных частот: пять лицензий – это максимум, который могли предложить инженеры. Потребителям без разницы, сколько стоят лицензии, зато не всё равно налогоплательщикам, которым выгодно, чтобы государство получило за ценный общественный ресурс побольше, и акционерам телекоммуникационных компаний, которым выгодно, чтобы их компании заплатили как можно меньше.

Похмелье

В предыдущей главе мы много говорили про обвал фондового рынка – именно на его фоне проходили европейские аукционы по продаже лицензий 3G. Телекоммуникационные компании пострадали больше многих других, и их беды получили широкое освещение в прессе. В одной только Европе за два с половиной года после первых аукционов 3G компании связи потеряли \$700 млрд рыночной капитализации.

Многие винили аукционы в бедах компаний связи и утверждали, что организаторы британских торгов поступили неумно, фактически обобрав отрасль. Меньше внимания привлёк тот факт, что сильнее всего пострадали фирмы, которым лицензии 3G не достались. Это американские компании, которые не участвовали в европейских аукционах, а также бедствующие компании кабельной связи вроде NTL и Telewest, которые отказались от участия в торгах, не потратив ничего. Обладатели лицензий, в частности Vodafone, остаются успешными компаниями. После того как пузырь на телекоммуникационном рынке лопнул, они стали старше и мудрее, но по-прежнему живы и здоровы.

Руководители сотовых компаний могут проклинать британские аукционы, поскольку связь третьего поколения с коммерческой точки зрения пока себя не оправдала. К тому же ей угрожают конкуренты, в частности – Wi-Fi. Но общест-

венность должна быть довольна. Все участники торгов были убеждены, что лицензии на связь третьего поколения обладают невероятно дефицитной ценностью, и аукционы успешно помогли взять справедливую цену за эту очевидную всем ценность. Последователи фон Неймана при помощи теории игр добились одного из самых впечатляющих, хоть и спорных триумфов государственной экономической политики за все времена. Люди, которые «не знают ценности ничего», доказали, что экономисты, как и зубные врачи, не зря едят свой хлеб.

ГЛАВА 8

ПОЧЕМУ БЕДНЫЕ СТРАНЫ БЕДНЫ

ДУАЛУ НАЗЫВАЮТ «ПОДМЫШКОЙ АФРИКИ». Точнее не скажешь. Это мокрый, мрачный и зловонный город, приютившийся под могучим плечом Западной Африки, насквозь пропитанный малярией. Но если уж вы живете в Камеруне, деваться некуда. Камерун – очень, очень бедная страна; средний камерунец в восемь раз беднее среднего жителя Земли и почти в пятьдесят раз беднее среднего американца. В конце 2001 года я отправился в Дуалу, чтобы выяснить, почему.

Не знаю, кто ввёл в оборот прозвище «подмышка», но не удивлюсь, если это сделало камерунское министерство туризма. Как известно, в большинстве стран министерство обороны отвечает за нападение на другие страны, а министерство занятости – за раздачу пособий по безработице. Министерство туризма Камеруна следует в русле этой славной традиции – оно отваживает туристов от посещения страны.

Меня предупреждали, что камерунское посольство в Лондоне чинит такие препоны, что за туристической визой нужно будет ехать в Париж. Но я сравнительно легко отделался, так как у меня был свой человек внутри страны: мой камерунский приятель заплатил сумму, равную зарплате за полдня, чтобы получить на меня официальное приглашение. Вооружённый им, я заплатил еще пять дневных камерунских зарплат за визу, и, чтобы её получить, мне понадобилось всего три раза сходить в посольство и выказать немного подобострастия. Даже странно, что за три недели в Камеруне мы почти не видели туристов.

Впрочем, я не хотел бы перехваливать министерство туризма. Отпугивание туристов – это поистине коллективный труд. По данным Transparency International*, Камерун – одна из самых коррумпированных стран мира. В 1999 году Камерун был на первом месте среди всех изученных стран. В 2001 году, когда я туда ездил, он был уже на пятом месте – прогресс, бурно отпразднованный властями. Чуть подумав, вы поймёте, что получение звания «Самой коррумпированной страны мира» требует определённых усилий. Поскольку рейтинг Transparency International составляется на основе международных представлений о коррупции, самая выигрышная стратегия – направить все силы на вымогательство взяток у иностранных бизнесменов, причём прямо в аэропорту. Однако камерунские власти, пожалуй, чересчур разбрасываются: Камерун пронизан коррупцией сверху донизу, а не только в тех местах, где бывают иностранцы. Вероятно, из-за недостатка собранности они и скатились с первого места.

Из этого не следует, что международный аэропорт Дуалы функционирует как хорошо отлаженная машина. Вовсе нет: это отсыревшие развалины, где царит суматоха и приходится локтями прокладывать себе дорогу сквозь плотную толпу, хотя аэропорт принимает всего три или четыре рейса в сутки.

Слава богу, в тот душный вечер нас встречали мой друг Эндрю и его шофёр Сэм, готовый немедленно умчать нас в горную прохладу городка Буэа – если бы только Дуала была приспособлена к тому, чтобы мчать по ней куда бы то ни было. Отнюдь. В Дуале, городе с населением два миллиона человек, дорог, можно сказать, нет.

Ширина типичной улицы Дуалы от стены одной хижины до стены другой составляет пятьдесят ярдов. И вовсе не потому, что на этом пространстве необходимо расположить бульвар с деревьями. Улица запружена торговцами, которые горбятся над лотками с орехами или импровизированными придорожными мангалами, и небольшими кучками людей, сгрудившихся вокруг своих мотороллеров, сосущих пиво и перебродивший пальмовый сок или что-то готовящих на слабом огне. Груды кирпича и зияющие пустоты – следы незавершённых работ не то по возведению, не то по сносу зданий. Посредине улицы тянется череда ям, двадцать лет назад бывших дорогой. По этим ямам в четыре потока движется транспорт, в основном такси.

Крайняя полоса обычно занята неподвижными – или почти неподвижными – такси, подбирающими пассажиров, а по внутренней полосе они снуют, огибая рытвины и другие машины с непредсказуемостью шаров в лотерейном барабане. Правил словно не существует. Порой перегруженная пассажирами машина, кренясь, вырывается на обочину и обходит еле плетущийся поток справа – зачастую обочины ровней дороги. Стоит невообразимый грохот, не только потому, что буквально каждый в Дуале – мужчина, женщина, ребёнок –

* Международная организация, ежегодно публикующая индекс восприятия коррупции в разных странах мира.

таскает с собой магнитофон, включённый на полную громкость, но и потому, что автомобильные гудки стали универсальным средством общения. Мне даже удалось выучить самые распространённые фразы:

Би-и-ип – «Ты меня не видишь, а у меня есть свободное место».

Би-и-ип – «Вижу тебя, но мест нет».

Би-и-ип – «Не могу тебя взять, еду в другую сторону».

Би-и-ип – «Могу взять... залезай».

Би-и-ип – «Я сейчас яму буду объезжать и тебя задену. Подвинься!»

Раньше в Дуале ходили автобусы, но убитые дороги теперь им не по зубам. Такси – всё, что осталось. Как правило, это видавшие виды «тойоты», четыре места сзади, три спереди, жёлтые, как в Нью-Йорке, каждое со своим собственным лозунгом на борту, например: «Господь велик», «Веруем в Бога», «Силой Господней» или «Конченный человек».

Увидев подобные сцены на улицах Дуалы, вряд ли кто скажет, что Камерун беден из-за недостатка предприимчивости. И всё же страна бедна и становится ещё беднее. Можно ли хоть как-нибудь остановить падение и помочь Камеруну стать богаче? Хороший вопрос. Как выразился нобелевский лауреат Роберт Лукас, последствия подобных вопросов для благополучия людей просто ошеломляют: начав размышлять, уже не можешь думать ни о чём другом.

Недостающий фрагмент

У экономистов принято считать, что богатство образуется в результате сочетания *рукотворных ресурсов* (дорог, фабрик, машин, телефонных сетей), *человеческих ресурсов* (упорного труда и образования) и *технологических ресурсов* (технического ноу-хау или просто высокотехнологичного оборудования). Отсюда вытекает, что бедные страны стали богатыми вследствие вложения средств в физические ресурсы и совершенствование людских и технологических ресурсов посредством образования и программ передачи технологий.

Что не так в этой картине? Пока ничего. Образование, фабрики, инфраструктура, ноу-хау – всего этого в богатых странах действительно навалом, а в бедных странах жутко не хватает. Но картина неполна: отсутствует самый важный *фрагмент*.

Первый намёк на то, что в этой картине чего-то не хватает, следует вот из чего: если бы всё было так, как сказано выше, то в течение последних ста лет или около того бедные страны должны бы были догонять богатые и делать это тем быстрее, чем сильнее они отставали. Ведь стране с крайне неразвитой инфраструктурой и низким уровнем образования новые вложения дают наиболь-

шую отдачу. Богатым странам от дальнейших вложений проку гораздо меньше: этот эффект носит название «убывающей отдачи». К примеру, несколько дорог в бедной стране могут открыть для торговли целые новые области; в богатой стране несколько новых дорог лишь незначительно снизят загруженность дорожной сети. Первые несколько телефонов в бедной стране имеют колоссальное значение; в богатой стране школьники пользуются телефонами для обмена сообщениями во время урока. Чуть более качественное образование в бедной стране может привести к настоящему прорыву; в богатой стране люди с учёными степенями порой не могут найти работу. И конечно же, бедной стране намного проще перенять технологию, чем богатой стране изобрести её: жители Дуалы могут пользоваться такси, не дожидаясь, пока местный Готлиб Даймлер изобретёт камерунский двигатель внутреннего сгорания.

При взгляде на Тайвань, Южную Корею и Китай, которые удваивали благосостояние каждые десять лет или даже быстрее, теория «навёрстывания» представляется правдоподобной. Однако многие бедные страны растут не быстрее богатых, а в действительности растут медленнее или вовсе беднеют, как Камерун. Чтобы подправить традиционную картину, экономисты добавили к теории «убывающей отдачи» другую: «возрастающей отдачи». Новая теория гласит, что иногда чем больше у вас есть, тем быстрее вы растёте: телефоны полезны, лишь когда у других людей есть телефоны; дороги полезны, если у всех есть машины; технологию изобрести проще, если до этого уже было много чего изобретено.

Эта теория может объяснить, почему богатые страны остаются богатыми, а бедные страны отстают всё сильнее, но она не объясняет, почему такие страны, как Китай, Тайвань и Южная Корея, не говоря уже о Ботсване, Чили, Индии и Маврикии - наверстывают отставание. Именно эти страны, а не Япония, США или Швейцария, стали самыми быстрорастущими на планете. Пятьдесят лет назад они прозябали в нищете при отсутствии рукотворных, людских, технологических, а порой и природных ресурсов, но с тех пор стали намного богаче. А попутно они развили образование, технологии и инфраструктуру.

А почему бы и нет? Коль скоро технологии столь широко доступны и всё дешевеют, именно этого и следовало ожидать экономистам от всякой развивающейся страны. В мире убывающей отдачи беднейшие страны извлекают больше всего выгоды из новых технологий, инфраструктуры и образования. Например, Южная Корея обзавелась высокими технологиями благодаря поощрению иностранных инвестиций и покупке лицензий. Это стоило денег: вдобавок к лицензионным платежам компании-инвесторы увозили домой прибыль. Но выгода — в виде экономического роста — для корейских рабочих и предпринимателей была в пятьдесят раз больше, чем те прибыли и лицензионные платежи, что утекали из страны.

Что же касается образования и инфраструктуры, раз отдача столь велика,

должно быть достаточно желающих финансировать инфраструктурные проекты, ссужать деньги студентам или даже правительствам, предоставляющим бесплатное образование. Местные и иностранные банки должны в очередь выстраиваться, чтобы дать займы тем, кто хочет окончить институт или построить новую дорогу или электростанцию. В свою очередь, бедные люди в бедных странах должны быть счастливы получать подобные займы, зная, что отдача на эти вложения будет велика и вернуть кредит не составит труда. Даже если по каким-то причинам этого не происходит, Всемирный банк, учреждённый после Второй мировой специально для предоставления кредитов на цели реконструкции и развития, ежегодно даёт развивающимся странам займы миллиарды долларов. С деньгами проблем нет – значит, либо инвестиции не производятся, либо они не дают той отдачи, какую предсказывает традиционная модель.

Даже модель «возрастающей отдачи» допускает, что бедные страны могут стать богаче, если они одновременно проведут ряд взаимодополняющих вложений в фабрики, дороги, электроснабжение и порты, чтобы можно было производить и экспортировать товары. Идею «большого толчка» выдвинул экономист Пауль Розенштейн-Родан, несколько лет работавший во Всемирном банке в первые годы его функционирования.

Итак, если за последние несколько десятилетий многие бедные страны сумели быстро вырасти, будь то за счёт «большого толчка» или по иным причинам, то почему многие другие страны по-прежнему плетутся в хвосте?

Теория государственного бандитизма

Пока наш автомобиль медленно протискивался сквозь заторы, я пытался уяснить всё это, расспрашивая нашего водителя Сэма о его стране.

- Сэм, как давно последний раз ремонтировались дороги?
- Да их уже девятнадцать лет как не ремонтировали. (Президент Поль Би́я пришёл к власти в ноябре 1982 года и к моменту моего приезда в Камерун руководил страной уже девятнадцать лет. Четырьмя годами позже, в 2005, он всё ещё был у власти. Недавно он обозвал своих оппонентов «любителями от политики» – действительно, практики им не хватает.)
- И что, люди разве не жалуются?
- Жалуются, но что толку. Правительство отвечает, что денег нет. На самом деле денег море – их дают Всемирный банк, Франция, Британия, Америка. Но власти кладут их в свои карманы, а не тратят на дороги.
- А выборы в Камеруне бывают?
- О, да! Выборы проходят. Президент Би́я всякий раз переизбирается на новый срок, получая 90% голосов.
- Выходит, 90% людей голосуют за президента Би́я?

– Нет, конечно. Президент очень непопулярен. Но всё равно получает 90% голосов.

Чтобы понять, насколько люди недовольны властями, достаточно пробыть в Камеруне совсем недолго. Большинство действий правительства словно специально задуманы, чтобы отнимать деньги у жителей страны. Меня так часто предупреждали о коррупции и вероятности, что чиновники в аэропорту попытаются обогатить мой кошелек, что я боялся этого больше, чем любой тропической заразы и вооружённого грабежа на тёмных улицах Дуалы.

Многие люди радужно настроены в отношении политиков и чиновников, считая, что они служат интересам людей и делают всё возможное ради процветания своей страны. Другие мыслят более цинично – они уверены, что многие политики некомпетентны и зачастую жертвуют общественными интересами сплошь и рядом, вспоминая о них, лишь когда речь заходит о переизбрании.

Экономист Манкур Олсон предположил, что власти руководствуются ещё более дурными мотивами, и выдвинул замечательную и простую теорию, объясняющую, почему стабильная диктатура хуже для экономики, чем демократия, но лучше, чем анархия. Олсон исходил из того, что власть – это просто бандиты, люди с крупнокалиберными ружьями, которые приходят и забирают всё. Это отправная точка его рассуждений, с которой вы легко согласитесь, если минут пять понаблюдаете за происходящим в Камеруне. Как сказал Сэм, «денег много... но они кладут их в свои карманы».

Итак, представим себе диктатора со сроком правления в одну неделю, по сути – главаря бродячей банды, которая входит в город, берёт, что пожелает, и уходит. Предположим, что он ни зол, ни добр, а просто своекорыстен; будет ли он заинтересован оставить после себя в городе хоть что-нибудь? Ответ: ни в малейшей степени... если только он не планирует вернуться сюда на будущий год.

Теперь предположим, что нашему налётчику придётся по душе местный климат и он решит поселиться здесь, отстроить дворец, а армию свою отправит кормиться за счёт местных жителей. Это ужасно несправедливо, но теперь, когда диктатор решил остаться, местным жителям будет, пожалуй, легче. Беспримерно эгоистичный диктатор поймёт, что если он намерен здесь жить, то нельзя уничтожать экономику и обрекать людей на голод, так как в этом случае на следующий год уже нечем будет поживиться. Выходит, что диктатор, положивший глаз на землю, предпочтительнее того, кто беспрестанно рыщет по округе в поисках, кого бы ещё обогатить.

Это, может быть, совсем из другой оперы, но в биологии можно взять полезную для политического экономиста метафору: вирусы и бактерии со временем становятся менее опасными, поскольку самые смертельные их штаммы быстро погибают. Когда в XV веке в Европе был впервые замечен сифилис, его

описывали как невероятно быстро развивающееся заболевание, он приканчивал жертву очень скоро. Это не слишком успешная стратегия; лучше быть таким вирусом, который позволяет жертве пожить хоть немного, чтобы заболевание успело распространиться. Таким образом, штаммы-мутанты, медленнее убивающие жертву, оказались более успешными и долгоживущими, чем их более смертельные собратья.

Мысль об эволюции заболеваний посетила меня, когда я думал о президенте Бийя. Я не могу утверждать, что он соответствует олсоновскому описанию эгоистичного диктатора. Но если бы он ему соответствовал, отнимать слишком много у камерунского народа было бы не в его интересах, поскольку на следующий год взять было бы уже нечего. Пока он чувствует себя уверенно на троне, он не станет убивать курицу, несущую золотые яйца. Как и вирусу, само существование которого зависит от поражённого им тела, Бийя нужно было бы поддерживать камерунскую экономику в действующем состоянии, чтобы продолжать её обирать. Отсюда следует, что лидер, уверенный в своем пребывании у власти в ближайшие двадцать лет, будет делать больше для развития экономики страны, чем тот, кто собирается сбежать через двадцать недель. Двадцать лет правления «избранного диктатора» - это, вероятно, лучше, чем двадцать лет сплошных дворцовых переворотов. Так что же, да здравствует президент Бийя?

Я не хочу сказать, будто по теории Манкура Олсона стабильная диктатура идет стране во благо – только лишь, что вреда от неё экономике меньше, чем от нестабильной диктатуры. Но лидеры, подобные Бийя, уверенные в своей всегдашней победе на выборах, всё равно очень губительны для народа и экономики своих стран. Предположив для простоты, что Бийя полностью контролирует распределение доходов в Камеруне, допустим, что он решит каждый год забирать в форме «налогов» половину камерунских доходов, отправляя их напрямую на свой банковский счёт. Это плохо и для его жертв, и с точки зрения долгосрочного роста экономики. Скажем, мелкий бизнесмен прикидывает, стоит ли ему вложить \$1000 в новый электрогенератор для своей мастерской. Ожидается, что отдача составит \$100 в год. Это 10%, что весьма недурно. Но коль скоро Бийя может забрать половину этого дохода, прибыльность уменьшается до 5%, что совсем не так привлекательно. Бизнесмен решает ничего не делать и упускает прибыль, равно как и Бийя. Это крайний пример феномена, обнаруженного нами в третьей главе: налоги порождают неэффективность. Налоги Бийя больше и более произвольны, однако общие последствия для экономики те же.

Конечно, Бийя может вложить свои средства в экономику – например, построить дороги или мосты для стимулирования торговли. Они стоят огромных денег, но зато это был бы шаг к процветанию экономики, дающий Бийя возможность грабить и дальше. Но тут проявляется обратная сторона пробле-

мы: Бийя продолжал бы отбирать только половину доходов, чего явно недостаточно, чтобы подвинуть его на строительство необходимой инфраструктуры. Когда Бийя пришёл к власти в 1982 году, он получил в наследство дороги колониальной эры, которые ещё не были окончательно разрушены. Если бы он унаследовал страну вовсе без инфраструктуры, в его интересах было бы построить хоть что-нибудь. Поскольку инфраструктура существовала, Бийя нужно было прикинуть, стоит ли ремонтировать дороги или выгоднее просто проедать старые запасы. В 1982 году он, видимо, рассудил, что дороги вполне протянут лет десять, а дольше оставаться у власти диктатор и не надеялся. Поэтому он решил жить на старых запасах и никогда ни в какую общественную инфраструктуру не инвестировал. Коль скоро на его век хватит, зачем тратить деньги, ведь их можно отправить сразу на личный пенсионный счёт?

Не слишком ли я несправедлив к президенту Бийя? Разве что чуть-чуть. На выборах 2004 года, состоявшихся после моей поездки в Камерун, Бийя получил около 75% голосов, что многие наблюдатели сочли в какой-то мере правдоподобным. По теории Олсона, лидеру, нуждающемуся в широкой поддержке своей политики, необходимо тратить больше государственных средств на создающие стоимость товары и услуги, такие как дороги и судебная власть, и меньше – на себя со своими поделчиками. Тот факт, что Бийя этого не делает, но остаётся у власти, вызывает два вопроса: во-первых, возможно ли, что выборы были не столь демократичными, как заключили некоторые? И во-вторых, а в силах ли Бийя это сделать, даже если бы очень захотел?

Кругом одни бандиты

Возможно, Бийя контролирует ситуацию отнюдь не так хорошо, как кажется на первый взгляд. Самый популярный способ добраться из Буэа дальше на север, в Баменду – это мини-автобус; в Камеруне они курсируют на всех междугородних маршрутах. Автобус рассчитан на комфортный проезд десяти пассажиров, но отправляется, когда наберётся хотя бы тринадцать человек, готовых заплатить. Самое вместительное место – за него стоит побороться – располагается рядом с водителем. Автобусы – это выдавшие виды рыдваны, но в целом система работает неплохо.

Она бы работала ещё лучше, если бы не пагубное влияние властей. Порой дело просто в пренебрежении. К примеру, самый быстрый, хотя точно не самый короткий, путь из Буэа в Баменду лежит через франкоговорящий регион, где дороги лучше. Надо просто ехать два часа на восток, два часа на север и два часа на запад. Получится быстрее, чем если двинуть прямо на север по ужасным дорогам англоязычной части страны. Правительство Бийя игнорирует интересы политически немощных англоязычных районов. Англоязычное меньшинство

жалуется, что когда международные организации финансировали строительство кольцевой дороги, правительство просто посылало им счета, не утруждая себя строительством «английской» части шоссе.

Второе препятствие, в буквальном смысле этого слова, – множество полицейских постов. Устрашающего вида жандармы, часто пьяные, тормозят каждый автобус и всеми способами пытаются получить мзду с пассажиров. Обычно ничего не получается, но иногда жандармы входят в раж. Моего друга Эндрю однажды сняли с автобуса и продержали на посту несколько часов. Поводом для вымогательства было отсутствие у него при себе сертификата о прививке против жёлтой лихорадки, который требуется для въезда в страну – но никак не для поездки на автобусе. Жандарм терпеливо объяснял, что нужно защищать страну от болезней. Ценой двух бутылок пива удалось убедить полицейского в том, что эпидемия стране не грозит, и тремя часами позже Эндрю уехал на следующем автобусе.

Всё это куда менее эффективно, чем предсказывает модель Олсона. Да и сам Олсон признал бы, наверное, что его теория даже в своей крайней форме недооценивает ущерб, который наносит плохое правительство своему народу. Президенту Бийя нужно содержать в довольстве сотни тысяч полицейских и военных, а также армию госслужащих и прочих своих сторонников. При «совершенной» диктатуре он просто взимал бы наименее болезненные налоги в нужном количестве и распределял их между своими сторонниками. Однако такой подход к правлению нереалистичен, так как требует гораздо больше информации об экономике и много более жёсткого контроля над ней, чем это по силам бедному правительству. Его заменяет широкомасштабная коррупция при попустительстве верховной власти.

Коррупция не только несправедлива, но и крайне разорительна. Жандармы проводят своё время в домогательствах к путешественникам при довольно скромном наваре. Издержки огромны. Вся полиция так занята вымогательством взяток, что ей некогда ловить преступников. Четырёхчасовая поездка отнимает пять часов. Путешественники предпринимают дорогостоящие меры, чтобы защитить себя: берут в дорогу меньше денег, реже путешествуют, ездят в часы пик, запасаются кучей различных документов, чтобы спастись от домогательств.

.....

Дорожные посты и нечистые на руку полицейские – наиболее заметная форма коррупции, но в метафорическом смысле в камерунской экономике такие посты повсюду. Недавнее исследование основ регулирования бизнеса в стране, выполненное Всемирным банком, немного прояснило положение дел. В частности, выяснилось, что для открытия малого бизнеса в Камеруне нужно уплатить официальные сборы в размере средней зарплаты за два года. (Мои траты

на туристическую визу меркнут в сравнении с этим.) Оформление купли-продажи имущества обходится в пятую часть его стоимости. Чтобы получить судебное решение о принудительном взыскании средств для оплаты счёта, требуется два года; стоит это треть от суммы счёта и сопряжено с выполнением пятидесяти восьми различных процедур. Эти нелепые порядки весьма на руку тем, кто следит за их выполнением. Всякая процедура дает возможность получения взятки. Чем медленнее обычный процесс, тем сильнее порыв доплатить за скорость. В итоге президент Бийя имеет достаточно сторонников, чтобы прочно сидеть на троне. И это не единственное следствие. Из-за негибкого трудового регулирования только опытные специалисты-мужчины оформляются на работу по договору, а женщины и молодёжь вынуждены подвизаться на сером рынке. Волокита отпугивает желающих начать новое дело. Медленное судопроизводство приводит к тому, что предприниматели отказываются от выгодных сделок с новыми клиентами, потому что знают, что не смогут защитить себя от обмана. В бедных странах такие дурные порядки доведены до предела; и это есть одна из главных причин их бедности. Власти в богатых странах, как правило, выполняют такие базовые административные обязанности быстро и дёшево, а в бедных странах чиновники затягивают все процедуры в надежде положить кое-что себе в карман.

Институты имеют значение

Государственный бандитизм, широкомасштабное расточительство и деспотические порядки, предназначенные для вымогательства взяток — всё; это составляющие того самого недостающего фрагмента головоломки роста и развития. За последние лет десять экономисты, занимающиеся вопросами развития, сошлись на том, что «институты имеют значение». Не так-то просто объяснить, что такое «институт»; ещё труднее превратить плохой институт в хороший. Однако прогресс заметен. Теория Манкура Олсона о государственном бандитизме в упрощённом виде помогает понять, как разные политические режимы определяют систему стимулов для каждого жителя страны, хотя эта теория и не даёт конкретных рекомендаций, как улучшить положение.

Замеры масштабов волокиты, проводимые Всемирным банком, дают нам отличное представление об одной разновидности институтов: простом регулировании бизнеса. Этот пример также показывает, как самая обычная огласка может улучшить некоторые институты. В частности, когда Всемирный банк передал известности тот факт, что предприниматели в Эфиопии не могут открыть новое дело, не заплатив четыре годовые зарплаты за публикацию официального уведомления в государственных газетах, эфиопское правительство пошло на попятный и положило конец такой практике. Темпы регистрации новых компа-

ний немедленно выросли почти на 50%.

К сожалению, не всегда так просто заставить коррумпированное правительство изменить правила игры. Хотя становится всё яснее, что плохо работающие институты — главная причина бедности развивающихся стран, большинство институтов нельзя описать ни при помощи элегантной модели, как у Олсона, ни даже посредством тщательного сбора данных, как делает Всемирный банк. Большинство несчастливых институтов несчастны по-своему.

Худшая библиотека на свете

Именно такой удивительно неэффективный институциональный уклад стал виной появления худшей библиотеки на свете. Через несколько дней после прибытия в Камерун я посетил одну из самых престижных в стране частных школ, камерунский эквивалент Итона, недалеко от города Баменды. Территория школы была смесью привычного и странного. Приземистые, дешёвые учебные помещения вокруг полей для спортивных игр сильно напомнили мне мою старую школу в Англии. Этого не скажешь про выложенную каменными плитами очумелой формы, в духе Тима Бертона и фильма «Рождённая свободной»^{*}, тенистую аллею, вдоль которой жили все учителя. Нашим проводником по школе выступала библиотечка, направленная сюда Британской добровольческой организацией^{**}. Эта организация посылает квалифицированных волонтеров туда, где они более всего востребованы в бедных странах. Школа может похвастаться двумя отдельными библиотечными зданиями, однако у библиотечки был совсем несчастливый вид — и очень скоро я понял, почему.

На первый взгляд библиотека производила внушительное впечатление. Не считая роскошного дома директора школы, это было единственное двухэтажное здание в городке. Замысел архитектора был смел: нечто вроде Сиднейского оперного театра^{***} в варианте для бедных. Наклонная крыша, вместо того чтобы спускаться вниз с конька, взметнулась в форме буквы V вверх от центрального жёлоба, словно страницы лежащей на столе открытой книги.

При всей изобретательности архитектурного решения уверен, что мои воспоминания о восхитительной новой библиотеке проживут дольше самого здания. На солнцепёке, в разгар сухого сезона, не сразу понимаешь, что не так с крышей, похожей на гигантскую открытую книгу. Однако архитектор, видимо, забыл, что в Камеруне бывает и сезон дождей. Дождь в Камеруне идёт пять ме-

^{*} Тим Бертон — американский режиссёр, автор фильмов «Крупная рыба», «Кошмар перед Рождеством», «Чарли и шоколадная фабрика» и др. Известен своими мрачными и причудливыми образами. «Рождённая свободной» (*Born Free*) — фильм о львице, выращенной в домашних условиях и затем отпущенной на свободу. Снят по документальной книге Джой Адамсон.

^{**} Voluntary Service Organization

^{***} Сиднейский оперный театр — одно из самых известных зданий в мире, он занесён в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Крыша театра напоминает несколько раздутых ветром парусов.

сяцев подряд, да с такой силой, что даже самые большие сточные канавы быстро выходят из берегов. Если такой дождь льёт на крышу, которая не то чтобы покрыта желобами, а сама представляет собой жёлоб, вода с неё стекает – прямо на плоскую крышу фойе, так что надо срочно бежать ламинировать книги.

Причина, по которой школьные книги были ещё целы, – их просто не было в новой библиотеке; на все требования директора перенести их из старого здания в новое библиотекарь отвечала отказом. Когда я вошёл внутрь библиотеки, чтобы оценить масштаб разрушений, стало ясно, что бегство директора от реальности вошло в хроническую стадию. Библиотека лежала в руинах. Весь пол был в пятнах от луж. Стоящий в воздухе запах плесени ассоциировался у меня с сырым подвалом в Европе, а вовсе не с современным зданием на экваторе. Штукатурка слезала со стен, словно тысячелетняя византийская фреска. Между тем библиотеке было всего четыре года.

Это дикая расточительность. Вместо постройки библиотеки школа могла закупить сорок тысяч отличных книг или компьютеры с выходом в Интернет, а можно было бы учредить стипендии для бедных учеников. Любой из этих вариантов был бы несравненно лучше, чем непригодная для использования новая библиотека. Не говоря уже о том, что насущной необходимости в новой библиотеке-то и не было. Старая библиотека функционировала превосходно и могла запросто вместить втрое больше книг, чем было в её фондах, к тому же она была водонепроницаема.

Тот факт, что библиотека не была необходима, в некоторой степени объясняет её неудачную конструкцию. В конце концов, кого заботит функциональность строения с избыточными функциями? Но коли библиотека была никому не нужна, зачем её вообще построили?

Наполеону приписывают следующее выражение: «Никогда не относи на счёт заговора то, что можно легко объяснить глупостью». Это естественная реакция: легко всё списать на некомпетентность. Приезжему человеку в Камеруне проще простого пожать плечами и объяснить тамошнюю бедность тем, что камерунцы – непроходимые идиоты. Библиотека кажется отличным тому доказательством, хотя на самом деле камерунцы ничуть не глупее и не умнее нас с вами. Представляющиеся глупыми ошибки настолько распространены в Камеруне, что некомпетентность не может считаться объяснением. Действует другой, более систематический фактор. И нам вновь следует изучить стимулы тех, кто принимает решения.

Начнём с того, что большинство высших чиновников в сфере образования в северо-западном Камеруне происходит из небольшого городка Бафут. Они известны как «бафутская мафия», поскольку контролируют значительные средства, выделяемые на образование, и распределяют их не столько из необходимости, сколько по знакомству. Директор престижной частной школы, разуме-

ется, была одним из высших чинов «бафутской мафии». Она хотела превратить школу в университет, а для этого нужно было, помимо прочего, иметь библиотечное здание университетского масштаба и уровня. И её нимало не беспокоило, что имеющаяся библиотека вполне справлялась с делом и что деньги налогоплательщиков можно было потратить другим способом или на другие школы.

Во-вторых, никто не контролировал работу директора и её траты. Преподавателей вознаграждали и продвигали по службе не за хороший труд, а исключительно по воле директора. Это престижная школа с хорошими условиями для учителей, поэтому сотрудники держались за работу, то есть старались всячески заручиться благосклонностью начальства. По сути, только библиотекаря могла бросить вызов директорисе, поскольку она держала ответ только перед головным офисом VSO в Лондоне. Она появилась там уже после того, как библиотека была построена, но как раз вовремя, чтобы предотвратить перенос и порчу книг. Либо директориса была настолько глупа, что не понимала, что вода портит книги, либо их судьба её не заботила и она хотела лишь показать, что в библиотеке есть какие-то книги. Второе объяснение представляется более вероятным.

С деньгами на руках и при отсутствии чьих-либо возражений о бесполезности второй библиотеки она была полновластным хозяином ситуации. Для проектирования здания она привлекла бывшего ученика школы - вероятно, чтобы продемонстрировать качество обучения. Ей это удалось, но не совсем так, как хотелось бы. Впрочем, сколь бы бездарным ни был архитектор, огрехи конструкции можно было бы выявить, если бы хоть кого-то волновало, чтобы здание функционировало как библиотека. Однако ни одного чиновника с соответствующими полномочиями это не беспокоило. Представителям власти хотелось лишь возвести нечто, чтобы перекалвалифицировать школу в университет.

Подведём итог: средства выделили по знакомству, а не по необходимости. Вся затея устроена, чтобы пустить пыль в глаза, а не ради практической пользы. Никто ни за чем не следит и никто ни перед кем не отчитывается. Архитектор нанят человеком, не заинтересованным в качестве работы. Результат едва ли удивителен: здание, которое вообще не следовало строить, было построено, притом из рук вон плохо.

Может показаться, будто урок сей истории в том, что причиной разорения в развивающихся странах оказываются корыстные и честолюбивые представители власти. На самом деле всё печальнее. Корыстные и честолюбивые люди стоят у руля власти, на высоких постах и не очень, во всём мире. Но во многих странах их порывы сдерживают закон, пресса и демократическая оппозиция. Трагедия Камеруна в том, что на корысть чиновников нет никакой управы.

Случай посложнее – стимулы и развитие в Непале

Камерунская образовательная система даёт чиновникам такие извращённые стимулы, что обучение детей – последнее, что выгодно людям, а значит, и последнее, к чему проявляют интерес чинуши.

В других программах развития необычные стимулы сплетаются более замысловатым образом. Один из примеров обнаружила экономист Элино́р Остро́м, которая изучала тонкости функционирования ирригационных систем в Непале. В дополнение к традиционной, древней системе плотин и каналов, в Непале есть современные, бетонные плотины и каналы, спроектированные опытными инженерами и построенные на деньги международных донорских организаций. Что из этого работает лучше и почему? Услышав про это исследование, я подумал было, что и так знаю ответ. Очевидно, что оросительная система, спроектированная передовыми методами и построенная из новейших материалов по современным строительным технологиям, да ещё и при щедром финансировании, будет лучше, чем та, что построили какие-то крестьяне из ила и веток. Верно? Нет, неверно.

Хорошо, теперь-то нас не проведёшь. Известно, что крупные проекты строительства плотин зачастую плохо отвечают местным условиям и что действительно «красота в малом» – местные методы и традиционное знание, веками передающиеся из поколения в поколение, работают намного лучше. Правильно? Опять нет.

Оказывается, что реальная ситуация в Непале намного интереснее каждой из этих упрощённых схем. Элино́р Остро́м обнаружила явный парадокс. С одной стороны, современные плотины, спроектированные и построенные профессионалами, похоже, снижали эффективность оросительных систем. С другой стороны, когда доноры выделяли средства на постройку новых каналов или укрепление старых современными материалами, оросительная система уверенно несла на поля больше воды.

Но почему каналы, построенные на спонсорские деньги, оказываются эффективными, а дамбы – нет? По всей видимости, здесь творится нечто такое, что не укладывается в канву банальных споров о преимуществах технического прогресса перед народной мудростью. Картина проясняется, если разобраться в мотивах всех заинтересованных сторон.

Начнем с простейшей мысли, что всякое начинание будет успешнее, если его реализуют и извлекают из него выгоду одни и те же люди. Тогда понятно, почему существующие системы ирригации имеют преимущество: не только по-

тому, что они исполнены традиционной мудрости (конечно, так и есть), но и потому, что их задумывают, возводят и чинят те же самые фермеры, что пользуются ими. Современные плотины и каналы проектируют инженеры, которым не грозит голод, если плотину прорвёт; их инспектируют чиновники, пребывание которых в должности не зависит от успешной работы системы орошения; а финансируют организации, об эффективности которых судят скорее по процедуре, чем по результату. Вот мы и начинаем понимать, почему современные материалы и щедрое финансирование не гарантируют успеха.

Копнём поглубже, Чтобы системой орошения можно было пользоваться, её нужно содержать в порядке. Но кто должен этим заниматься? Ни у доноров, ни у чиновников нет к этому насущного интереса. Чиновники в Непале получают повышение в основном за выслугу лет, и отчасти - благодаря причастности к «престижным» строительным проектам. Ремонт в этом смысле занятие бесперспективное, пусть и необходимое фермерам. Какой чиновник захочет надзирать за бесконечной грязной работой вдали от Катманду, где его жена ходит по магазинам, а дети – в школу? А сверх того, всегдашний потенциальный источник Дохода для чиновников - это взятки, и крупное строительство дает больше возможностей для откатов, чем ремонтные работы.

Как и чиновники, донорские организации работают в условиях, поощряющих крупные строительные проекты. Всем им нужны дорогостоящие программы, поскольку если они не смогут освоить уже выделенные средства, им тяжело будет получить новые. Плюс к этому многие организации двусторонней помощи связаны особыми условиями: так, USAID* обязана использовать оборудование, купленное в США, а это, как правило, тяжёлая, высокотехнологичная техника. Поскольку бульдозеры больше подходят для сооружения дамбы, чем для её ремонта, предпочтение отдаётся крупномасштабным строительным работам. И даже если донорская организация не страдает такими наклонностями, ей приходится полагаться на информацию местных сотрудников и консультантов, чьи мотивы часто совпадают с мотивами чиновников.

Теперь становится понятно, почему те, кто ведёт строительство, намного меньше фермеров заинтересованы в том, чтобы построить добротную, экономичную систему. Но это не объясняет открытий Остром: ни того, что построенные на спонсорские деньги дамбы ухудшают положение, ни того, что каналы, построенные на те же деньги, улучшают его, хотя людям, которые их строят, на это наплевать. Чтобы понять, в чём дело, нам следует порассуждать о самих фермерах. Никто, кроме них, не заинтересован в уходе за системой орошения после того, как она построена. В этом нет никакой проблемы. До того как были построены первые крупные современные системы орошения, фермерам приходилось заботиться о традиционных сооружениях. Если им удавалось поддержи-

* Агентство США по международному развитию.

вать в рабочем состоянии традиционные системы, почему они не справляются с современными?

Уход за системой орошения предполагает два вида работ: поддержание цельности дамбы и чистку каналов от засорения. Это очень трудоёмкая работа. Фермеры палец о палец не ударят, если не увидят в этом своей выгоды, и это порождает проблему. Целая дамба нужна всем фермерам, но фермеров, ведущих хозяйство рядом с дамбой, не сильно волнует судьба оросительных каналов ниже по течению. Так с какой стати они должны помогать чистить каналы? К счастью, большинство фермерских общин Непала выработало систему кооперации; детали разнятся, но общий принцип таков: фермеры ниже по течению помогают ремонтировать плотину в обмен на помощь в уходе за каналами. До поры до времени всё идет хорошо.

Если крупный донор платит за прокладку новых, бетонных каналов, ситуация улучшается: новые каналы лучше, несут больше воды и требуют меньше ремонта. Но если донор финансирует новую плотину, всё разваливается. Не потому, что разваливается дамба – скорее наоборот. Поскольку бетонная дамба требует намного меньше ухода, чем обычная, договорённость о сотрудничестве, на которой держалась вся ирригационная система, больше не работает. Фермеры в верховьях больше не помогают чистить каналы в обмен на помощь в укреплении дамбы со стороны фермеров в низовьях. Первые не нуждаются в помощи, поэтому вторым нечего предложить взамен.

Многие современные системы орошения в Непале постигает печальная судьба; хотя технические характеристики системы изучены и улучшены, человеческим её аспектам не было уделено должного внимания.

.....

Это лишнее свидетельство того, что если действующие в обществе стимулы не способствуют продуктивному поведению, никакая инфраструктура не спасёт от бедности. Проекты развития зачастую реализуются людьми, которым неинтересен успех дела, зато их очень интересуют откаты и карьерный рост. Если эффективность проекта – дело десятое, стоит ли удивляться, что он не достигает публично провозглашенных целей, даже если при этом выполнены истинные цели мздоимствующих бюрократов? И даже если организаторы возьмутся за проект, где развитие и вправду является истинной целью, взятки и прочие нарушения с большой вероятностью погубят дело.

Есть ли шансы на развитие?

Специалисты по развитию часто фокусируют свои усилия помощи бедным странам в первую очередь на совершенствовании начального образования

и инфраструктуры – телефонной связи и дорожной сети. Это весьма разумно, но к сожалению, это лишь часть проблемы. Экономисты, дотошные в плане статистики или пользующиеся нетрадиционными данными – например, о заработках камерунцев на родине в сравнении с заработками камерунцев, эмигрировавших в США, – утверждают, что слабое развитие образования, инфраструктуры и производственных мощностей уже не объясняет пропасть между бедными и богатыми. Из-за паршивой образовательной системы Камерун должен быть вдвое беднее. Из-за ужасной инфраструктуры он опять, грубо говоря, должен быть вдвое беднее. Тогда Камерун должен быть вчетверо беднее США, а он беднее в пятьдесят раз. Более того, почему же жители Камеруна ничего не предпринимают? Почему они не повысят качество школьного образования? Разве не очевидно, что выгоды перевесят издержки? Разве камерунские бизнесмены не могут взять и построить фабрики, купить технологии, найти иностранных партнёров и разбогатеть?

Похоже, что нет. Манкур Олсон показал, что клептократия в верхах препятствует росту бедных стран. Когда президентом становится вор, это обязательно ведёт к гибели. Президент вполне может позволить экономике вырасти, чтобы затем потребовать свой кусок от более крупного пирога. Но мародёрство принимает массовый размах: либо диктатор не уверен в своём будущем, либо он позволяет другим воровать, чтобы они и дальше его поддерживали.

На нижних ступеньках общественной лестницы развитие стопорится, потому что порядки и законы в стране не поощряют проекты или бизнес, обеспечивающие общее благо. Предприниматели не учреждают легальный бизнес (слишком хлопотно) и, значит, не платят налоги; чиновники выдумывают смехотворные проекты ради собственного престижа или обогащения; школьники не забивают себе голову получением никому не нужных аттестатов.

То, что коррупция и искажённые стимулы играют роль, не новость. Возможно, новость в том, что извращённые порядки и институты объясняют не малую часть разрыва между Камеруном и богатыми странами, а практически весь этот разрыв. Страны вроде Камеруна живут намного хуже, чем могли бы, даже с учётом слабо развитой инфраструктуры, почти полного отсутствия инвестиций и низкого уровня образования. Что хуже, паутина коррупции препятствует любым попыткам улучшить инфраструктуру, привлечь инвестиции и повысить уровень образования.

Образовательная система Камеруна была бы лучше, если бы у людей был стимул получать хорошее образование, если бы в обществе царил меритократия и люди получали бы работу за хорошие оценки и реальные навыки, а не по благу. Камерун мог бы иметь более современные технологии и больше работающих фабрик, если бы инвестиционный климат был благоприятным – как для иностранных инвесторов, так и для местных – и если бы волокита и взятки не

съедали прибыль.

Даже то образование, те технологии и инфраструктура, которые есть в Камеруне, можно использовать с большей выгодой, если общественное устройство будет поощрять достойные, продуктивные идеи. Но этого не происходит.

.....

У нас по-прежнему нет подходящего слова для обозначения того, чего не хватает Камеруну и другим бедным странам во всем мире. Но мы всё-таки начинаем понимать, о чём речь. Одни называют это «социальным капиталом» и «доверием». Другие – «верховенством закона» или «институтами». Но всё это только названия. Проблема в том, что Камерун и другие бедные страны - это мир шиворот-навыворот, где люди заинтересованы вести себя так, что их действия прямо или косвенно вредят остальным. Стимулы к созданию благосостояния каким бы то ни было способом вывернуты точно так же, как крыша школьной библиотеки.

Гниение начинается с правительства, но поражает всё общество. Нет смысла вкладываться в дело, поскольку правительство не защитит вас от воров. (Лучше уж самому стать вором.) Зачем оплачивать телефонный счёт, если никто не сможет принудить вас сделать это по суду (а значит, нет смысла учреждать телефонную компанию)? Зачем получать образование, коль скоро рабочие места раздаются не по заслугам, а по благу (да и в любом случае вы не сможете взять кредит на обучение, поскольку у банка нет возможностей его вернуть, а правительство не обеспечивает хорошие школы)? Бессмысленно организовывать фирму-импортёра, ведь выгода от неё достанется таможенникам (поэтому объёмы торговли малы, отчего таможенники лишь голоднее и более жадны до взяток).

Теперь, когда мы более-менее понимаем важность этих факторов, можно приступать к исправлению положения. Однако по самой своей природе эта проблема сопротивляется решениям, так что это процесс медленный и трудный. Установление демократии силой считается у нас не очень приемлемым делом, да и живут такие демократии недолго. Нам определённо не нравится, когда выделенные на развитие деньги теряются в недрах бюрократической системы, однако контроль за надлежащим расходованием средств – очень трудоёмкое занятие.

Эти проблемы невозможно решить за одну ночь. Однако можно провести некоторые простые реформы, которые – при наличии известной политической воли - могут двинуть бедные страны вроде Камеруна в правильном направлении. Одна из таких реформ – покончить с волокитой, упростить регистрацию малого бизнеса, облегчить его развитие и кредитование. Зачастую нужны самые элементарные законодательные меры; и хотя они должны опираться на разум-

ное и великодушное правление, всё же для их принятия требуется единственный министр с головой на плечах и сердцем в груди, а не полномасштабная реформа всей государственной службы.

Еще один, весьма действенный способ – подрядить на помощь мировую экономику. Размер экономики большинства бедных стран очень мал; экономика всей Африки южнее Сахары по размеру сопоставима с бельгийской. Экономика маленькой африканской страны, такой как Чад, меньше, чем экономика вашингтонского пригорода Вифезда, а банковский её сектор меньше отделения Федерального кредитного союза, обслуживающего сотрудников Всемирного банка. Крохотным странам вроде Чада и Камеруна никак не обойтись своими силами: им необходим доступ к дешёвому топливу, займам международных банков и промышленному оборудованию. Но камерунцы словно в ловушке за высокими торговыми барьерами; импортные пошлины в стране – одни из самых высоких в мире, в среднем – более 60%. Подобные барьеры приносят выручку правительству, позволяют оберегать бизнес приближённых предпринимателей или выдавать прибыльные импортные лицензии. Маленьким странам не выжить без мировой экономики, но с её помощью они могут расцвести. В следующей главе мы посетим одну такую страну и выясним, как у неё это получается.

ГЛАВА 9

ПИВО, КАРТОФЕЛЬ-ФРИ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

ДАВНЫМ-ДАВНО, В ДЕЛЬТЕ ЗАЛИВА ЗВИН, В СТРАНЕ, НЫНЕ ИЗВЕСТНОЙ КАК БЕЛЬГИЯ, СТОЯЛ ПРЕУСПЕВАЮЩИЙ ТОРГОВЫЙ ГОРОД БРЮГГЕ. Он вырос вокруг замка, построенного в конце IX века герцогом Фландрским. Век спустя Брюгге уже был столицей Фландрии, и с развитием торговли в Северной Европе богатство его стремительно росло. Брюгге был центром ткацкого производства, и суда, заходившие в Звин грузиться сукном, везли с собой английские сыры, шерсть и руду, испанские вина, русские меха, датскую ветчину, шелка и пряности с Востока, поступающие в Европу через могущественные итальянские города Венецию и Геную. В 1301 году Брюгге посетила сама королева Франции, по слухам, сказавшая: «Думала, я одна на свете королева, а здесь вижу, что у меня шесть сотен соперниц».

Благополучие города длилось ещё 250 лет, несмотря на его покорение французами и герцогом Бургундским. Кто бы ни владел городом, он продолжал процветать: Брюгге был центром притяжения торговых городов Ганзейского союза. Искусства процветали, осваивались новые ремесла, такие как гранение индийских алмазов. Численность населения была вдвое больше, чем в Лондоне. Высокие мачты и широкие паруса украшали залив Звин. Добро со всего мира покупалось и продавалось в таверне, которой владело семейство негоциантов

Ван-дер-Берс; говорят, что именно поэтому биржи и по сей день зовутся биржами. Высокие мачты и широкие паруса в то время были постоянным украшением Звина.

Но в XV веке стало происходить нечто странное. Залив начал мельчать. Большим судам было уже не добраться до причалов Брюгге. Штаб-квартира Ганзейского союза переехала вверх по побережью в Антверпен. Брюгге быстро стал тихой заводью, в прямом и переносном смыслах. Город стал таким безжизненным, что получил прозвище «Мёртвый Брюгге» (Bruges-la-Morte). В наши дни это прекраснейший музейный уголок. Он прекрасно сохранился и наполняется шумом лишь благодаря туристам, жаждущим побывать в застывшем времени – в процветающем торговом городе XV века, чьему благополучию и развитию пришёл конец с уходом моря.

А в это время Антверпен, по-прежнему соединённый с миром рекой Шельдой, стал вместо Брюгге крупнейшим торговым городом Западной Европы. Богатство тех дней хорошо заметно и сегодня. Антверпенский кафедральный собор Богоматери буквально подпирает небо, но того, кто здесь впервые, ещё сильнее поражают величественные здания гильдий на Гроте-Маркт – рыночной площади, - взметнувшиеся над булыжной мостовой на пять, шесть, семь этажей и кажущиеся ещё выше благодаря длинным тонким шпилям и высоким узким окнам. Хотя с развитием воздушного, железнодорожного и автомобильного транспорта выгоды географического положения города поубавились, Антверпен остается мощным экономическим центром. Он по-прежнему является алмазной столицей мира и крупным портом на Шельде, работа в котором кипит круглые сутки.

Сравнение судеб Брюгге и Антверпена наводит на простую мысль: если хотите быть богатым, то неплохо бы наладить с миром прочную связь. Если вы не хотите ничего менять, вам лучше всего подойдёт мелеющая гавань. Если же вы хотите быть богатым и при этом ничего не менять, вынужден вас огорчить: так не бывает.

.....

На свете немного вещей, от которых я получаю больше удовольствия, чем от поглощения антверпенского картофеля-фри под майонезом и орошения желудка крепким пипучим бельгийским пивом. Разумеется, раз уж я экономист, я попутно размышляю о мировой торговой системе. Картофель-фри, подаваемый в заведении Frituur №1, невозможно воспроизвести нигде в мире. Однако бутылку пива Duvel, которой я его запиваю, можно без труда приобрести в Вашингтоне. Пусть вдвое дороже, но оно в точности такого же вкуса и крепости. Поэтому, когда я в Антверпене сижу в кафе рядом с Гроте-Маркт и вкушаю Duvel, мне даже немного жаль, что это наслаждение несколько утратило свою цен-

ность из-за того, что стало доступно мне и дома. Конечно, когда я в Вашингтоне – и трезв, – я только и делаю, что воздаю должное славным, предприимчивым торговцам, что доставляют экзотические сорта пива вроде Duvel, Chimay и Maredsous 10 к моим дверям, и жду не дождусь, когда они начнут импортировать еще и Westmalle Trippel.

Наиболее заметное проявление растущей экономической взаимозависимости мира – доступность зарубежных товаров в знакомых условиях. Это одновременно и благо, и проклятие: благо, потому что вы можете насладиться широким набором яств, не слишком удаляясь от дома. Проклятие, потому что во время путешествий обнаруживается, что заграница выглядит чересчур знакомо. От McDonalds в Москве до Starbucks в Пекине, не становимся ли мы все на одно лицо? Кажется, будто мир превратился в один бурлящий котел. Торговля с заморскими землями когда-то была прерогативой Флоренции, Венеции и Брюгге, а сегодня её ведут все, кому не лень.

Если вы проводите много времени в аэропортах, гостиницах и столичных городах, легко ощутить подобное; между тем мы живем в большом и разнообразном мире. Вы можете посетить Starbucks в Шанхае, но Starbucks – это не весь Шанхай, а Шанхай – это не весь Китай. Миру еще далеко до полной «глобализации», если понимать под этим странным словом «одно и то же везде». Из трудов биолога Эдварда Уилсона я узнал, что через несколько десятков поколений все люди станут «одинаковыми», в том смысле, что в Лондоне, Шанхае, Москве, Лагосе и где угодно ещё можно будет обнаружить одно и то же смешение рас. С другой стороны, разнообразие человеческих существ будет беспрецедентным: по мере того как перемешивание рас ускорится, «возникнет огромное, небывалое число сочетаний цвета кожи, черт лица, способностей и иных генетически обусловленных свойств».

Лично мне и то, и другое предсказание по душе, хотя другим они могут показаться тревожными. То же самое справедливо применительно к культурам, технологиям, экономическим системам и ассортименту товаров. С одной стороны, они будут всё сильнее напоминать друг друга; с другой – в любом отдельно взятом месте мы увидим немыслимое разнообразие и удивительные новые сочетания. Последнее подтвердит вам всякий, кто любит отведать мясо по-эфиопски в Вашингтоне, сашими в Антверпене или бангладешские блюда с карри в Лондоне. Как и смешение рас, экономическая и культурная интеграция потребует длительного времени. Более того, постоянно возникают новые идеи и новые технологии. Глобализация не сможет превратить всё вокруг в однородную массу, покауда появляются свежие находки, и в медленно крутящийся блендер экономической интеграции всё время добавляются новые ингредиенты. Тем, кого пугает глобальная одинаковость, следует помнить, что новые идеи, желанные или нет, всегда будут возникать быстрее, чем перемешиваться.

Впрочем, рассуждая о культурах и расах, я, вероятно, выхожу чересчур далеко за рамки моих познаний. Потому мне следует вернуться к экономике, где у меня есть так называемое «сравнительное преимущество».

.....

Этот термин лежит в основе рассуждений экономистов о торговле. Представим это таким образом: кто лучший экономист — я или Эдвард Уилсон? Профессор Уилсон считается «одним из величайших мыслителей XX века» и «одним из крупнейших ныне живущих учёных», как это написано на суперобложке его книги «Стечение обстоятельств»^{*}. Его труды по социологии были написаны после бесед с некоторыми величайшими экономистами; в результате на свет появилось проницательное толкование, из которого я узнал об экономике весьма много нового для себя. По правде говоря, как экономист Уилсон сильнее меня.

Что ж, проиграл так проиграл. Зачем браться за книгу по экономике, если профессор Уилсон может сделать это лучше? Отвечаю: из-за сравнительного преимущества. Из-за него Уилсон не написал книгу об экономике и, я почти уверен, никогда не напишет.

Идеей сравнительного преимущества мы обязаны герою нашей первой главы Давиду Рикардо. Если бы Рикардо был литературным агентом для нас с Уилсоном, он дал бы нам такой совет: «Тим, если ты будешь писать книжки по биологии, скорее всего, на каждый год твоего писательского труда будет приходиться одна проданная книжка — та, которую купит твоя жена. А вот твои экономические познания вполне сносны, так что можно рассчитывать на 25 тысяч проданных экземпляров за каждый год письма. Что касается вас, профессор Уилсон, ваши книжки по экономике, вероятно, будут расходиться тиражами по пятьсот тысяч из расчёта на каждый год писательства, но не лучше ли вам писать про биологию и продавать по десять миллионов штук в год?»

Уилсон как писатель-экономист лучше меня в двадцать раз, но, по совету Рикардо, он пишет книги по биологии, в которой разбирается лучше меня в десять миллионов раз. На бытовом уровне совет Рикардо продиктован здравым смыслом: Уилсону следует выбирать занятие, исходя не из того, что он делает лучше меня, а из того, что он сам делает лучше всего. В то же время мне разумнее писать на экономические темы, но не потому, что я лучший экономический автор в мире, а потому, что у меня это лучше всего получается в сравнении с остальными моими способностями.

Совет Рикардо становится более спорным, когда дело доходит до торговли с китайцами. «Китайские зарплаты настолько ниже наших, — восклицают протекционисты. — Они могут делать телевизоры, игрушки, одежду и много че-

^{*} Edward O. Wilson, *Consilience: The Unity of Knowledge* (New York: Knopf, 1998).

го ещё намного дешевле, чем мы. Мы должны защитить отечественного производителя, обложив китайские товары налогом, а то и вовсе запретить их ввоз». Что мы и делаем. Соединённые Штаты, препятствуя китайскому импорту посредством «антидемпинговых» законов, защищают интересы американских компаний (но не американских граждан). В соответствии с этими законами, демпинг – это продажа товаров задёшево. Но на самом деле никакой это не демпинг, это конкуренция. Кто, к примеру, выигрывает, когда ввоз китайской мебели блокируется под предлогом того, что она «несправедливо» дешёвая? Видимо, американские мебельщики. И уж точно не средний американец, которому нужна мебель. В это же время многие европейцы не могут себе позволить большие телевизоры с поддержкой высокого разрешения (HDTV), потому что Евросоюз отчаянно пытается воспрепятствовать их ввозу из Китая. Недавно в США неправомерными пошлинами была обложена сталь, которой Китай производит больше, чем США и Япония вместе взятые. Сельское хозяйство оберегают и того трепетнее.

Но так ли уж необходимо сдерживать лавину дешёвых иностранных товаров, под которой в противном случае якобы будет погребена отечественная промышленность? Вовсе нет. США следует производить товары и услуги, не задаваясь вопросом, что они могут делать дешевле Китая а фокусируясь на том, что им самим удастся лучше всего.

Идея Рикардо в том, что торговые барьеры, будь то субсидии нашим фермерам, ограничения на ввоз текстиля или тарифы на телевизоры, делают хуже и нам, и Китаю. Неважно, действительно ли китайцы лучше нас в производстве всего на свете: им следует держаться того, в чём их экономика наиболее продуктивна. А мы, хотя (вроде бы) уступаем им в производстве абсолютно всех товаров, должны держаться за ту продукцию, которую мы производим хотя бы наименее плохо. Это довод из той же серии, что дал мне и Э. Уилсону дух Давида Рикардо: я хуже во всём, но должен продолжать писать книжки про экономику, пока Уилсон пишет про биологию. Тем не менее торговые ограничения выступают помехой на пути и этого разумного разрешения ситуации.

.....

Для тех, кто ещё не согласен, приведём пример. Предположим, американский рабочий собирает электродрель за полчаса, а телевизор с плоским экраном – за час. Китайский рабочий собирает дрель за двадцать минут, а телевизор – за десять. Китаец – несомненный Э. Уилсон сборочного производства. (Кстати, показатели производительности труда в этом примере не просто вымышленные, но и фантастические. Увы для китайцев, рабочие в развивающихся странах работают намного менее продуктивно, чем в развитых. Они конкурентоспособны только потому, что им намного меньше платят; низкие зарплаты и низкая

производительность исключительно тесно связаны.)

Если бы Китай и Америка не торговали между собой, на то, чтобы собрать телевизор и дрель (с помощью которой можно повесить его на стену), американскому рабочему потребовалось бы полтора часа. Китайскому – полчаса. Когда протекционисты берут верх, так и бывает.

Когда торговых ограничений нет, мы можем торговать друг с другом, и каждому из нас становится лучше. Китайский рабочий собирает два телевизора за двадцать минут, а американский собирает две дрели за час. Если они обменяют одну дрель на один телевизор, положение обоих улучшится, ведь они сэкономят треть своего времени. Конечно, работая более продуктивно, китаец может заканчивать работу раньше или зарабатывать больше, но это не значит, что американский рабочий проиграет в результате торговли. Отнюдь.

Это верно, что если китайский рабочий поработает сверхурочно, он сделает не только свою работу, но ещё и ту, на которую американец потратил бы неделю. Но зачем быть столь необычайно щедрым? Китайцы экспортируют телевизоры в США вовсе не по доброте сердечной; они делают это, потому что мы шлём им что-то в обмен, даже при том, что – как в случае с нашими гипотетическими дрелями – этот товар китайцы тоже делают лучше.

Вопреки расхожему мнению, просто невозможно, чтобы торговля уничтожила все рабочие места и чтобы мы всё импортировали, но ничего не экспортировали. Будь так, нам было бы не на что закупать импортные товары. Чтобы торговля вообще имела место, кто-то в Америке должен делать что-нибудь на продажу во внешнем мире.

Это вроде бы очевидно, но почему-то далеко не всем. Подумаем об американских рабочих, скажем, в Питтсбурге, производящих эти самые дрели. Рабочим платят в долларах. Фабрика арендуется за доллары. Счета за телефон, свет и обогрев выставляются в долларах. Но дрели экспортируются в Китай и продаются там либо используются для производства товаров, и расчёты ведутся уже в китайской валюте, юанях. Себестоимость – в долларах, выручка – в юанях. В какой-то момент юани должны «превратиться» в доллары, чтобы выдать ими зарплату питтсбургским рабочим; но, разумеется, нет никакого волшебного рецепта, как из одной валюты сделать другую. Единственное, что может сделать импортёр в США, это заплатить доллары в обмен на юани, которые он затем использует для закупки импортных товаров. Экспорт платит за импорт.

К удивлению некоторых, экономика – это наука о взаимосвязанности вещей: товары и деньги не появляются и не исчезают сами собой. Никто за пределами США не примет доллары в качестве средства платежа, если США не экспортируют что-то, для покупки чего эти доллары можно использовать.

В более сложном реальном мире доллары и юани, дрели и телевизоры не обмениваются друг на друга непосредственно. Мы продаём буровое оборудование

саудовцам, саудовцы продают нефть японцам, японцы продают роботов китайцам, ну а китайцы продают нам телевизоры. Мы можем временно занять денег - что нынче и делают США – или можем производить и продавать не сами дрели, а заводы по их изготовлению. Но в конце концов потоки валют полностью уравниваются. США могут позволить себе импорт, только если мы в конечном итоге произведём достаточно экспортной продукции, чтобы заплатить за него; и всё это справедливо для любой страны.

.....

Вот ещё более радикальный пример, помогающий прояснить ситуацию. Представим себе страну, правительство которой одержимо идеей самообеспечения. «Мы должны поддерживать отечественную экономику», – заявляет министр торговли и промышленности. И вот правительство запрещает всякий импорт и патрулирует побережье, чтобы воспрепятствовать контрабанде. Одно следствие этих мер таково: масса усилий направляется на производство своими силами всего того, что раньше ввозилось из-за рубежа; это, несомненно, придаёт заряд бодрости местной экономике. Другой результат – все экспортные отрасли быстро съеживаются и испускают дух. Почему? А кто станет тратить время и силы, экспортируя товары в обмен на иностранную валюту, если эту валюту не разрешается тратить на импортные товары? Пока одна половина местной экономики поощряется, другая приходит в упадок. Политика «никакого импорта» – это одновременно политика «никакого экспорта». Один из важнейших законов торговли – теорема Лернера, названная именем экономиста Аббы Лернера, который сформулировал её в 1936 году, – гласит, что налог на импорт равносителен налогу на экспорт.

Из теоремы Лернера вытекает, что ограничение импорта китайских телевизоров ради защиты рабочих мест в американской отрасли по производству телевизоров имеет ровно столько же смысла, как и ограничение экспорта американских дрелей ради защиты рабочих мест в американской же отрасли по производству тех же самых телевизоров. На самом-то деле производители телевизоров из США конкурируют вовсе не с китайскими производителями телевизоров, а с американскими же производителями дрелей. Если производство дрелей более эффективно, телевизионная отрасль не выживет, точно так же, как многообещающей карьере Э. Уилсона в качестве экономического обозревателя так и не суждено было состояться ввиду выдающихся учёных способностей автора.

.....

Всё это, конечно, заставляет взглянуть на торговые ограничения в новом свете, но не доказывает, что они причиняют какой-либо вред. В конце концов, не могут ли выгоды от торговых ограничений для телевизионной отрасли пере-

весить ущерб, нанесённый производству дрелей? Теория сравнительного преимущества Рикардо даёт отрицательный ответ. Как мы видели, в условиях свободной торговли и китайские, и американские рабочие смогут заканчивать работу раньше, чем при действии торговых ограничений, при этом выпуская тот же объём продукции, что и прежде.

Здравый смысл с опорой на опыт также даёт отрицательный ответ: сравните Северную Корею с Южной, или Австрию с Венгрией. Чтобы дать самое грубое представление о том, насколько открытая либеральная экономика лучше закрытой, замечу лишь, что в 1990 году, сразу после падения Берлинской стены, средний австриец был в 2–6 раз богаче среднего венгра (в зависимости от способа измерения). Средний житель Южной Кореи вполне благополучен, а средний житель Северной Кореи голодает. Северная Корея настолько закрытая страна, что весьма затруднительно произвести хоть какие-то замеры, чтобы понять, насколько её жители бедны.

От торговых барьеров всегда больше вреда, чем пользы, и не только стране, против которой они введены, но и той, что их вводит. Не имеет значения, решат ли другие страны наложить на себя торговые ограничения, — нам в любом случае будет лучше без этих барьеров. Как однажды не без сарказма заметила великий экономист Джоан Робинсон, «то что другие кидают камни в свои бухты, не повод кидать их в свою». Жители Брюгге, без сомнения, усвоили эту истину много веков тому назад, по мере обмеления Звина.

.....

Но это не значит, что свободная торговля всем во благо. Конкуренция со стороны более дешёвых или качественных заграничных товаров не может выдвинуть из бизнеса все отечественные отрасли, ведь иначе мы не сможем покупать импортную продукцию. Но она может изменить расклад сил в экономике. Вернёмся к примеру про дрели и телевизоры: хотя китайцы лучше в производстве и того, и другого, мы всё равно производим дрели, торгуя с ними. Мы производим вдвое больше дрелей, чем прежде, но наши телевизионные заводы изведены под корень. Заводам по производству дрелей хорошо, телевизионным же не позавидуешь. Люди теряют работу. Они пытаются овладеть новыми специальностями и устроиться на работу к производителям дрелей, но это совсем не просто. В целом для США стало лучше, но некоторым не поздоровилось. Вот они-то и проклинают свободную торговлю и требуют ввести ограничения на ввоз телевизоров — хотя, как мы знаем, они могли бы точно так же потребовать ограничений на экспорт дрелей.

Даже тем, у кого по истории была тройка, наверняка придёт на ум движение луддитов. Оно началось в 1811 году в промышленной Англии как отчаянная реакция текстильщиков на конкуренцию со стороны новейших технологий:

прядильных и вязальных машин. Хорошо организованные луддиты, известные ещё как «разрушители машин», громили мануфактуры и протестовали против нового экономического порядка. Вопреки современным представлениям о луддитах как о лишённых воображения разбойниках, они боролись против реальной угрозы своему благополучию.

Выходит, технологические изменения некоторым навредили? Несомненно. Но стала ли Британия в целом беднее? И думать смешно. Не будем преуменьшать страдания тех, кто лишился куска хлеба, но очевидно, что технологический прогресс пошёл нам всем на благо.

Торговля – в некотором смысле тоже форма технологии. Экономист Дэвид Фридман отмечает, к примеру, что у США есть два пути производства автомобилей: их можно собирать в Детройте или выращивать в Айове. Второе означает применение уникальной технологии превращения зерна в «тойоты»: надо погрузить зерно на суда и отправить за Тихий океан. Некоторое время спустя корабли вернутся обратно с «тойотами» в трюмах. Технология, используемая для превращения пшеницы в автомобили, называется «Япония», но точно так же это могла быть какая-нибудь футуристическая биофабрика, плавающая вдоль побережья Гавайских островов. Так или иначе, автомобилестроители в Детройте напрямую соревнуются с фермерами Айовы. Ограничения импорта японских машин помогут автомобилестроителям и навредят фермерам: это современный эквивалент «разрушения машин».

В цивилизованном и прогрессивном обществе решение должно быть не в том, чтобы запрещать новые технологии или ограничивать торговлю. И не в том, чтобы закрывать глаза на бедствия людей, оставшихся без работы из-за новых технологий, торговли или чего-то ещё. Решение в том, что прогресс должен продолжаться, но нужно поддержать и переобучить пострадавших. Возможно, это звучит бессердечно. В конце концов, любой человек, потерявший работу и не способный найти другую, переживает личную трагедию. Однако заинтересованные группы, выступающие против свободной торговли ради собственной выгоды, преувеличивают её негативные последствия. В период между 1993 и 2002 годами в США были уничтожены зю миллионов рабочих мест. За тот же период более 327 млн рабочих мест были созданы. Каждый из 310 миллионов потерявших работу заслуживал сочувствия и помощи независимо от того, была в этом вина заморских конкурентов или нет. Есть торговля или нет, в здоровой экономике рабочие места исчезают и создаются всё время.

Но хороша ли глобализация?

Одно дело сказать, что торговля делает страны вроде США богаче. И несколько другое – утверждать, что глобализация – это хорошо. На то, чтобы как следует

разобраться в спорах вокруг глобализации, уйдёт целая книжка. У нас есть время обсудить две распространённые жалобы. Первая – что глобализация вредна для планеты. Вторая – что она вредна для бедноты всего мира.

Сперва надо, не углубляясь в технические детали, получше понять, что такое глобализация. Оставим в стороне внеэкономические явления, такие как распространение американского телевидения, индийской кухни и японских боевых искусств; но и у международной экономической интеграции много направлений. Вот лишь пять различных путей: торговля товарами и услугами, миграция людей, обмен техническими знаниями, прямые иностранные инвестиции, то есть покупка или строительство предприятий за границей, и инвестиции в иностранные финансовые активы вроде акций и облигаций.

Во многих дискуссиях на тему глобализации всё это перепутано. Рискую чересчур упростить дело, всё же позволю себе отложить в сторону три тенденции: миграцию, обмен технологиями и инвестиции в финансовые активы. Не потому что они неважны; просто, когда речь заходит о глобализации, люди думают о них не в первую очередь. Миграция вызывает споры по иным причинам, в основном из-за ксенофобии и эгоизма. С другой стороны, немногие протестуют против распространения мирных научных открытий и технологических решений. Вложения в финансовые активы – предмет серьёзных специальных дебатов среди экономистов; такие инвестиции дают отличные возможности и богатым, и бедным, но всякая возможность сопряжена с риском. Однако ради экономии места больше об этих явлениях – ни слова.

В большинстве случаев, говоря о глобализации, люди имеют в виду две оставшихся тенденции: рост торговли и прямых инвестиций со стороны компаний из богатых стран, в частности - строительство фабрик в бедных странах. Значительная доля иностранных вложений в бедные страны имеет целью производство товаров для отправки обратно в богатые страны. Пока это так, торговля и иностранные инвестиции будут тесно связаны. Есть общепризнанное мнение, что иностранные инвестиции способствуют экономическому росту в бедных странах: для последних это отличный способ создавать рабочие места и перенимать передовые технологии, и всё это не тратя собственные дефицитные средства. В отличие от финансовых вложений в акции, валюту или облигации, прямые капиталовложения невозможно быстро вывести в случае паники. Как выразился экономический обозреватель Мартин Вульф, «фабрики не бегают».

Хотя торговля и инвестиции в бедных странах в последние годы быстро росли, следует отдавать отчёт в том, что и то, и другое в ошеломляющих объёмах происходит между богатейшими странами, а не между богатыми и бедными. Люди смотрят на свои кроссовки Nike и, вероятно, думают, что всё на свете делается в Индонезии и Китае. Между тем значительно больше денег тратится на импорт вина из Австралии, свинины из Дании, пива из Бельгии, страхования из

Швейцарии, компьютерных игр из Британии, автомобилей из Японии и компьютеров из Тайваня, и всё это везут на судах, построенных в Южной Корее. Эти богатые страны в основном торгуют друг с другом. На могучий Китай, где проживает примерно четверть населения планеты, приходится лишь 4% мирового экспорта*. Мексика – страна с населением свыше ста миллионов, живущая в рамках соглашения о свободной торговле с США – крупнейшей в мире экономикой. Но в 2000 году, в условиях быстрого роста торговли со Штатами, чья экономика раскалилась докрасна, Мексика экспортировала меньше, чем живописная, маленькая Бельгия. Индия же с её миллиардным населением и вовсе ответственна менее чем за 1% мирового экспорта. И это касается не только товаров: если взглянуть на рынок услуг для бизнеса, то несмотря на всю шумиху вокруг офшоринга, вклад развивающихся стран оказывается ещё меньше.

А что насчёт самых бедных стран? Как ни печально для них, богатые страны торгуют с ними очень мало, и хотя везде в мире торговля растёт, беднейшие страны остаются на обочине этого процесса. В 2000 году объём североамериканского импорта из наименее развитых стран составил всего 0,6% от общего объёма по сравнению с 0,8% в 1980 году. Для Западной Европы эти показатели составляли 0,5% и 1%, для Японии – 0,3% и 1%, а для крупнейших торговых держав вместе взятых – 0,6% и 0,9%, соответственно. Причина бедствий отсталых стран – явно не чрезмерное участие в мировой торговле. Аналогичная история и с иностранными инвестициями.

Теория сравнительного преимущества, здравый смысл и опыт говорят нам, что торговля способствует экономическому росту, а иностранные инвестиции тесно связаны с ней и также полезны для роста. Беднейшие страны этих выгод лишены. Это упрощение, но справедливое. Впрочем, в обоих случаях остается открытым вопрос о влиянии торговли и иностранных инвестиций на окружающую среду. И ещё о том, как иностранные инвестиции в бедных странах влияют на тех, кто вынужден соглашаться на потогонный труд – нищенскую оплату и ужасные условия.

Глобализация природе не враг

Сначала разберёмся с природой. Из четвертой главы мы знаем, что концепция экстерналий даёт мощное средство оценки рисков ущерба окружающей среде; решением проблемы выступают экстернальные сборы. Многие, если не большинство экономистов понимают риски вреда природе и выступают за меры по

* Экспорт из Китая продолжает быстро расти. В 2007 году, согласно докладу World Trade Report 2008, опубликованному Всемирной торговой организацией (http://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr08_e.htm), Китай стал третьим по величине экспортёром в мире с объёмом экспорта \$1,345 трлн. Доля Китая в объёме мирового экспорта превысила 7,8%. По экспорту товаров Китай в 2007 году занял и вовсе второе место (8,8% мирового экспорта), по экспорту услуг – седьмое (3,9%).

её охране.

Однако предположение о связи между торговлей и ущербом природе строгой критики не выдерживает. Причин для беспокойства три. Первая – так называемая «гонка уступок» между государствами*: компании рвутся за границу, чтобы там производить товары в условиях менее жёсткого природоохранного законодательства, а незадачливые правительства угождают им, принимая такие законы. Вторая причина в том, что перевозка товаров туда-сюда неминуемо приводит к потреблению ресурсов и загрязнению окружающей среды. Третья причина озабоченности в том, что, способствуя экономическому росту, торговля тем самым наносит ущерб планете. Хотя каждый из этих доводов поначалу выглядит небезосновательным, идея о вреде торговли для окружающей среды – плод скудоумия, фактами она не подкрепляется.

Говоря о первой причине для беспокойства, суть которой в том, что свободная торговля вредит природе, поскольку товары производятся за границей в условиях более мягких природоохранных стандартов или вообще невзирая на них, – следует сразу же напомнить, что торговля преимущественно происходит между богатыми странами, природоохранные стандарты в которых схожи. Но как быть с инвестициями в бедные страны? Защитница природы Вандана Шива выражает позицию многих, заявляя, что «загрязнение перемещается от богатых к бедным. В итоге мы имеем дело с глобальным экологическим апартеидом». Сильно сказано, но так ли это?

В теории – может быть. Компании, производящие товары дешевле, получают конкурентное преимущество. Кроме того, в условиях свободной торговли им легче перемещаться по миру. Так что «гонка уступок» вполне возможна.

Но всё-таки есть основания подозревать, что это выдумки. Соблюдение природоохранного законодательства не главная статья затрат; труд – вот что обходится дороже всего. Если американские природоохранные законы так строги, то почему даже самые «грязные» американские фирмы тратят на борьбу с загрязнением только 2% от выручки? Все остальные и того меньше. Компании идут за границу в поисках дешёвой рабочей силы, а не природоохранного рая. Притом они не загрязняют природу ради развлечения; новейшие производственные технологии часто дешевле и чище одновременно. Снижение энергоёмкости производства, к примеру, экономит деньги и уменьшает выбросы.

Вот почему многие компании рассматривают природоохранную деятельность как составляющую общего контроля качества и эффективного производства. Даже если бы можно было сэкономить что-то, «срезав угол» на охране природы, многие фирмы по всему миру строят фабрики на основе одних и тех же самых передовых и чистых технологий развитого мира просто потому, что

* Race to the bottom – конкуренция за инвестиции между странами и территориями за счёт ослабления государственного регулирования, снижения налогов, смягчения требований к инвесторам и т.п.

такая стандартизация экономит деньги. Приведем аналогию: если бы компьютерные чипы десятилетней давности всё ещё производились, они были бы проще и дешевле в производстве, чем самые современные чипы; однако старые процессоры больше никого не интересуют. Сегодня нелегко купить старый компьютер, даже если очень хочется. И учтите ещё, что фирмы сами вводят жёсткие природоохранные стандарты, чтобы умаслить работников и потребителей.

Итак, «гонка уступок» возможна в теории; однако есть веские основания сомневаться в её реальном существовании. Какими фактами мы располагаем? Во-первых, иностранные инвестиции в богатых странах гораздо вероятнее идут в «грязные» отрасли, чем в бедных. Во-вторых, вложения в «грязные» отрасли – самый быстрорастущий сегмент иностранных инвестиций на территории США. Напротив, вложения в «чистые» отрасли – самый быстрорастущий сегмент американских инвестиций за границей. Иными словами, иностранцы везут грязные производства в США, а американские компании вывозят чистые производства в другие страны.

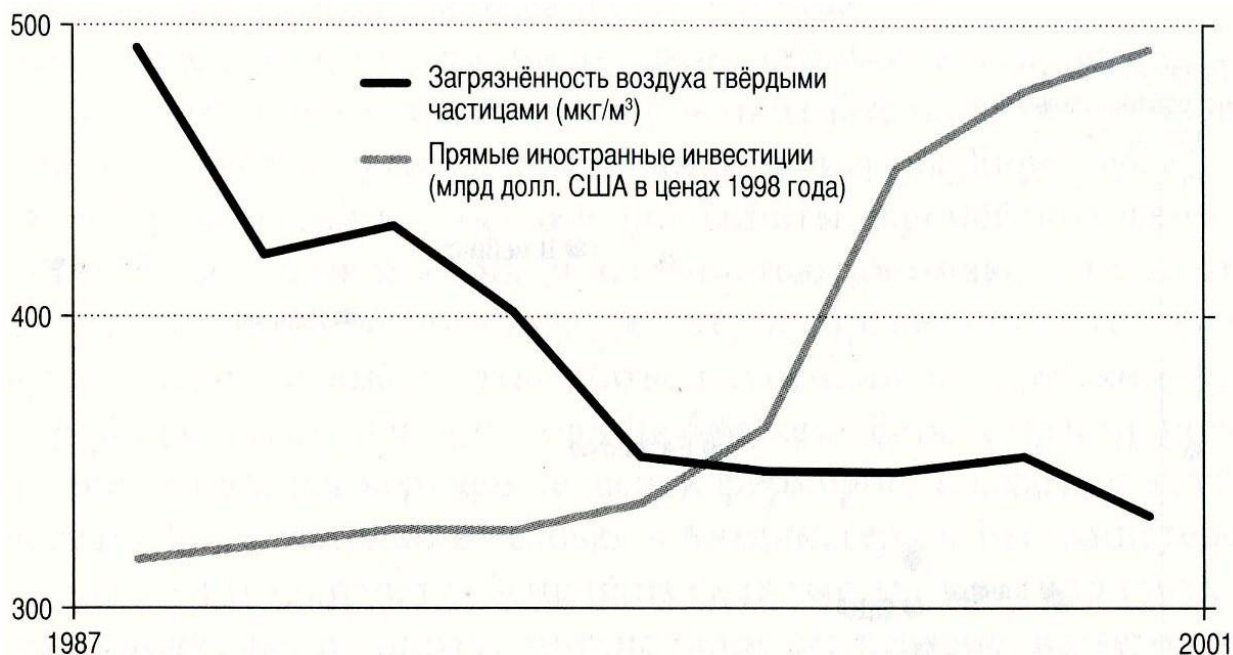
Читая предыдущий абзац, вы, наверное, заморгали от удивления. Тому, кого растили, пичкая чувством вины перед природой, подобная статистика кажется невероятной. Но она не так уж безумна, если вспомнить, что бедные страны производят товары вроде одежды, детских игрушек и кофе. А отрасли, серьёзно загрязняющие окружающую среду, вроде крупного химического производства, требуют высокой квалификации, надёжной инфраструктуры и – раз капиталовложения огромны – политической стабильности. Зачем рисковать, размещая завод в Эфиопии, ради незначительной экономии на экологических мероприятиях?

Ещё одно свидетельство экологического эффекта иностранных инвестиций в бедных странах – замеры загрязнений в Китае, Бразилии и Мексике. 60% иностранных инвестиций в бедные страны поступает в эти три государства. Из графика 9.1 видно, как с развитием китайской экономики уменьшалось загрязнение воздуха в городах. В то же самое время иностранные компании, пользуясь дешёвой рабочей силой, строили в стране фабрики по производству товаров либо для внутреннего рынка, либо на экспорт, так что объём иностранных инвестиций рос как на дрожжах. В Бразилии и Мексике наблюдается похожая картина.

Это не значит, что все лавры должны достаться иностранным инвестициям. С ростом благосостояния в стране китайские власти ввели более строгие экологические требования – как раз когда начали поступать инвестиции. Но так или иначе, эта картина имеет мало общего со сказкой о «гонке уступок». Это лишь страшилки, удобные для протекционистов, которые выискивают всё новые основания поддержать привилегированные отрасли за счёт потребителей и

График 9.1. Приводит ли глобализация?

Китай: Качество воздуха в городах и иностранные инвестиции



Источник: Wheeler 2001.

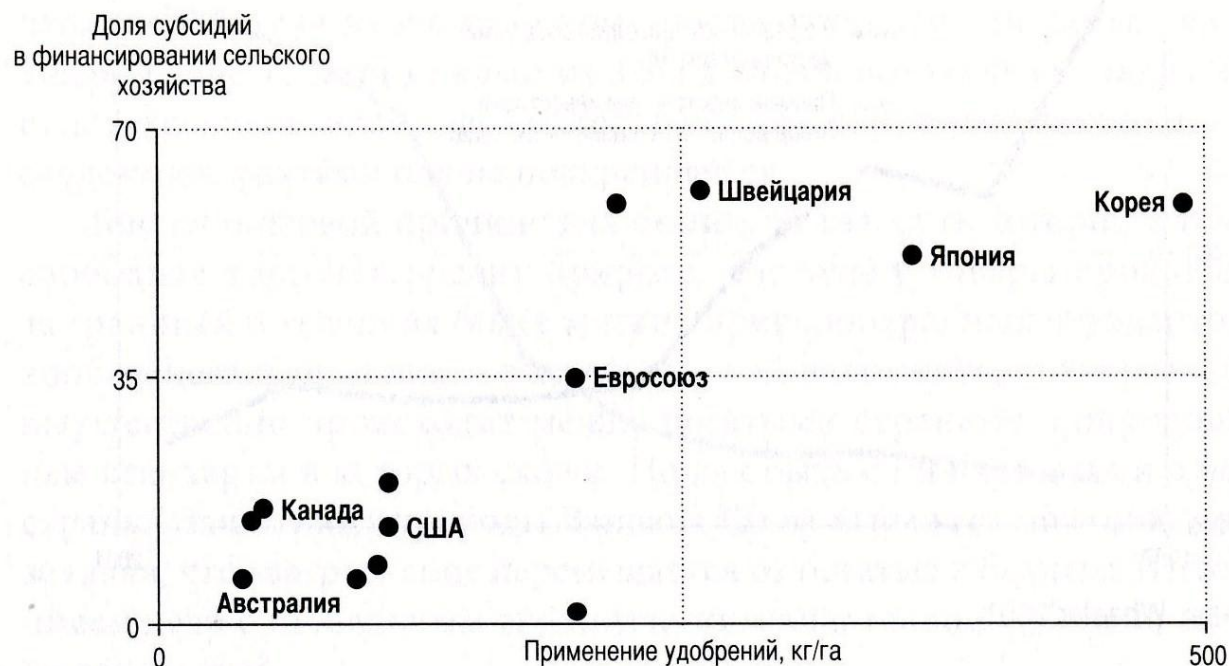
стран третьего мира.

Более того, сам протекционизм влечёт огромные природоохранные издержки. Самый наглядный пример — замечательно «многофункциональная» Единая сельскохозяйственная политика Евросоюза: пакет торговых ограничений и субсидий для защиты европейских фермеров. Его сторонники под многофункциональностью понимают самообеспечение, безопасность, экологическую чистоту и справедливые условия для бедных фермеров. А вместо этого объём субсидий европейским фермерам порой достигает почти половины бюджета Евросоюза, причём две трети денег достаётся верхней четверти фермеров, т.е. самым крупным хозяйствам. Так, богатейший человек в Англии, герцог Вестминстерский, в 2003–2004 годах получил субсидий на £448 тыс. (почти \$900 тыс.).

Такая политика поощряет интенсивное земледелие, из чего естественно вытекает низкое качество продукции и применение пестицидов и удобрений в больших объёмах. Это также приводит к экспорту массы продовольствия на рынки развивающихся стран по бросовым ценам, а значит, доходы фермеров в бедных странах снижаются. В придачу она пускает под откос текущие переговоры о либерализации глобальной торговли. Как заметил Мартин Вульф в *Financial Times*: «Это и впрямь многофункциональная политика: регрессивная, расточительная, наносящая ущерб качеству продовольствия и природе и препятствующая либерализации всей мировой торговли».

График 9.2. Государство защищает интенсивное земледелие.

Защита государственного сельского хозяйства и использование удобрений



Источник: Wheeler 2001.

Другие богатые нации, особенно Япония и Корея, балуют своих фермеров не хуже Евросоюза: треть дохода средней фермы в странах ОЭСР* составляет правительственная помощь, и как видно из графика 9.2, чем больше субсидий сельское хозяйство получает, тем больше удобрений оно потребляет. Если отменить Единую сельскохозяйственную политику и прочие протекционистские меры, экологическая обстановка, несомненно, улучшится вследствие менее интенсивного земледелия. При этом и европейские потребители, и фермеры третьего мира выиграют гораздо больше.

США субсидируют своих фермеров меньше, но если надо, они тоже умеют ограничить торговлю и навредить природе. В 1998 году американские производители сахара получили субсидий на \$1 млрд, половина из которых досталась лишь семнадцати хозяйствам. (Вызванные этими защитными мерами искажения на рынке обошлись потребителям почти в \$2 млрд, из которых половина была просто выброшена на ветер.) Это ударило по колумбийским производителям сахара, которые переключились на производство кокаина. Конечно, природоохранное лобби и это могло бы одобрить, если бы окружающей среде стало лучше, но увы: загрязнённые химикатами стоки с полей ферм интенсивного земледелия в южной Флориде наносят ущерб болотам знаменитого

* Организация экономического сотрудничества и развития. Кроме стран Западной Европы и Северной Америки, в неё входят также ряд государств Восточной Европы, Латинской Америки, Азии (на данный момент 30 членов). Страны – члены ОЭСР производят около двух третей товаров и услуг в мире.

национального парка Эверглейдс.

Интенсивное земледелие – простой случай, что нетипично. Свободная торговля не решает все экологические проблемы автоматически. Один из примеров – движение к монокультурному земледелию: выращиванию только риса, только кофе или только пшеницы. В этом случае недостаточное биологическое разнообразие делает растения более уязвимыми к вредителям и капризам природы.

Это может прозвучать аргументом против свободной торговли. Ведь рост торговли поощряет страны специализироваться на культурах, в выращивании которых они добились конкурентного преимущества. Но торговые барьеры – никудашный способ разобраться с интенсивным земледелием. Во-первых, хотя местное и глобальное биоразнообразие важны, забота о национальном биоразнообразии бессмысленна: экологические проблемы не замечают политических границ. Ну а если уж недостаточное биоразнообразие и впрямь является проблемой, то решать её нужно путём природоохранного регулирования по точечной модели из пятой главы. Смешно надеяться, что ограничение торговли решит эту проблему.

Это частный случай ещё одного важного закона теории торговли. В теории, да и, как правило, на практике обязательно находится альтернативная политика, позволяющая решить экологическую проблему напрямую и эффективнее любого торгового ограничения. Как заметил в связи с этим известный теоретик торговли Ягдиш Бхагвати, «двух птиц одним камнем не убьёшь». Торговые ограничения – грубое и вредное средство, если речь идёт о благих целях вроде чистоты природы.

Транспортные издержки – ещё один пример действия принципа Бхагвати. Идея ограничить международную торговлю, чтобы сократить загрязнения от контейнеровозов и грузовых самолётов, обманчиво привлекательна. Но в этом случае оптимальное решение – это опять-таки прямое регулирование в форме экстернального сбора. Торговые барьеры препятствуют транспортировке товаров через границы, однако ничего такого уж вредного для природы в самом пересечении границы нет. Издержки по доставке проигрывателя компакт-дисков из гавани Осаки в порт Лос-Анджелеса ниже, чем на его доставку из порта Лос-Анджелеса в Аризону, а может, даже и в филиал розничной сети Best Buy в самом Лос-Анджелесе. Когда же клиент едет за этим проигрывателем в магазин Best Buy и обратно домой, издержки для окружающей среды в форме заторов и вредных выбросов ещё выше.

Если товары перемещаются внутри страны или даже в пределах одного города, это ещё не значит, что природа не страдает. И опять-таки лучшее, что может порекомендовать Экономист под прикрытием, это политику, атакующую проблему напрямик: экстернальный сбор мог бы подтолкнуть к использованию

более «чистых» методов транспортировки как между странами, так и внутри них.

Последняя причина беспокойства в том, что торговля плоха не сама по себе, а потому что стимулирует экологически вредный экономический рост. То есть торговля делает людей богаче, и это в итоге наносит природе ущерб. Это заявление заслуживает обсуждения. Самые серьёзные и однозначные экологические проблемы сегодняшнего дня – и возможно, завтрашнего тоже, даже если считать угрозой изменения климата – причиняют вред как раз беднейшим людям. Один из примеров – загрязнение атмосферы вследствие сжигания дров в домашних печах, что вызывает слепоту и смертельные заболевания органов дыхания. Другой пример – грязная питьевая вода, убивающая миллионы людей. Лекарством от этих проблем является экономический рост, и торговля может в этом помочь.

Загрязнение окружающей среды другими выбросами, в частности, твёрдыми частицами в выхлопе автомобилей, с ростом благосостояния усиливается – но на время. Обычно такое загрязнение идёт на убыль после того, как доходы населения достигают примерно \$5000 на человека (как в Мексике), поскольку люди уже в состоянии позволить себе более высокие экологические стандарты и предъявляют спрос на них. Торговля способствует этому как косвенно, стимулируя рост, так и напрямую, поскольку введение правил свободной торговли в беднейших странах сопряжено с прекращением субсидирования престижных, но чрезвычайно «грязных» отраслей, таких как нефтехимическая и сталелитейная, и с импортом новых, более чистых технологий.

Верно, что потребление энергии, а вместе с ним выбросы углекислого газа и угроза климатических изменений нарастают ещё долго после того, как душевой доход превысит \$5000. Но весьма вероятно, хотя мы и не знаем наверняка, что в богатейших странах энергопотребление в расчёте на душу населения вот-вот перестанет расти. Ведь наши автомобили и бытовая техника год от года эффективнее, и когда у каждого уже есть две машины и дом с кондиционером, трудно представить, на что нам ещё больше энергии.

Если быть до конца честными, то аргумент, что торговля стимулирует экономический рост, в свою очередь влекущий изменение климата, подводит к поразительному умозаключению: нужно обрубить торговые связи, если мы хотим, чтобы китайцы, индийцы и африканцы гарантированно оставались бедными. Вопрос в том, приведёт ли экологическая катастрофа, даже серьёзнейшее изменение климата, к столь же ужасным человеческим жертвам, как и пребывание в бедности трёх-четырёх миллиардов людей. В вопросе уже содержится ответ.

Значит ли это, что мы обречены выбирать между массовым голодом и экологическим Армагеддоном? Вовсе нет. Есть множество способов помочь природе, не прибегая к контрпродуктивному ограничению торговли. Экстер-

нальные налоги уже позволили урезать выбросы серы в США (и сделают то же самое в Китае). Их также можно использовать для снижения выбросов углекислого газа и борьбы с изменениями климата, надо лишь как следует потребовать этого от наших лидеров. И это совсем недорого. Можно начать с того, что прекратить откровенное субсидирование ископаемого топлива. Скажем, Германия, страна, гордящаяся своей экологической репутацией и твёрдая сторонница Киотского протокола об изменениях климата, тратит \$86 тыс. в расчёте на одного шахтера в год, защищая свою угольную промышленность от международной конкуренции.

Итак, что же остаётся от нападок экологов на свободную торговлю? Мы увидели, что «гонки уступок» не существует; что «грязные» отрасли по-прежнему размещаются скорее в богатых, чем в бедных странах; что природоохранные требования в Китае, Бразилии и Мексике – главных получателях иностранных инвестиций среди бедных стран – растут; что меры по защите сельского хозяйства, стальной и угольной отраслей, принимаемые под предлогом охраны природы, в действительности чрезвычайно для неё вредны; что налоги на транспортное топливо не противоречат принципам свободной торговли и полезнее для природы, чем торговые ограничения; и что причиной самых тяжёлых экологических проблем, по крайней мере сегодня, является бедность, а не богатство. Защитникам природы следовало бы двинуться на баррикады и потребовать немедленного введения свободной торговли по всему миру. Может, когда-нибудь они так и поступят.

Потогонная система – хороша ли торговля для бедных?

Отличные кроссовки! Но разве вы не чувствуете себя в них немного, ну, виновато?

Многие транснациональные корпорации обвиняют в том, что они вынуждают рабочих из развивающихся стран трудиться в плохих условиях. Чаще всего упоминается в этой связи и больше всех достаётся Nike. Взять хотя бы замечательный случай со студентом Массачусетского технологического института по имени Джона Перетти, который решил воспользоваться предложением Nike сделать кроссовки под заказ. Вот как он сам об этом рассказал:

«Глядя на то, как Nike воспевают свободу, и на её заявление, что “если хочешь, чтобы всё было как надо, делай это сам”, я не мог думать ни о чём, кроме тех, кто трудится на многолюдных фабриках в Азии и Южной Америке, где, собственно, и шьют кроссовки Nike. Чтобы досадить Nike, я заказал пару кроссовок с надписью “потогонная система”».

Это сочли довольно забавным даже экономисты, но не Nike; Джона Перетти не получил заказанные кроссовки.

Перетти и его единомышленники правомерно обращают внимание на то, что в развивающихся странах рабочие трудятся в ужасных условиях: длинный рабочий день, жалкие зарплаты. Однако потогонная система – это симптом, а не причина пугающей нас бедности. Рабочие соглашались на такие условия по доброй воле, что означает – как бы трудно ни было в это поверить, – что альтернативы ещё хуже. И люди держатся за эту работу; текучка на фабриках транснациональных компаний невелика, поскольку сколь плохими бы ни были условия и оплата труда, они всё же лучше, чем на фабриках местных фирм.

Но даже работа на местной фабрике даёт больше дохода, чем попытки заработать самостоятельно посредством незаконной уличной торговли, проституции или прочёсывания вонючих свалок городов вроде Манилы в поиске утильсырья. Самая знаменитая свалка Манилы, «Дымящаяся гора», была закрыта в 1990-х – уж больно вопиющим символом бедности она стала. Но другие свалки продолжают кормить мусорщиков, которым удастся зарабатывать долларов по пять в день. В июле 2000 года более 130 человек погибли в результате оползня на другой манильской свалке, «Пайатас». Но и такие способы сводить концы с концами в городе выглядят привлекательно в сравнении с жалким существованием в деревне. В Латинской Америке крайняя нужда редко встречается в городах, зато обычное дело в сельской местности. Любого, кого хоть немного волнует судьба других людей, подобная ситуация не может не привести в ужас, однако Nike и другие транснациональные компании тут ни при чём.

Бойкотом обуви и одежды, произведённых в развивающихся странах, проблему бедности не решить. Напротив, те страны, что впустили к себе транснациональные компании – например, Южная Корея, – медленно, но верно становятся богаче. Чем больше фабрик открывается в стране, тем сильнее конкуренция между ними за лучших рабочих. Зарплаты растут не потому, что компании щедры – просто у них нет другого способа привлечь хорошие кадры. Местные фирмы перенимают новые методы производства и сами становятся крупными работодателями. Работать на фабрике и получать необходимые навыки становится всё более выгодным делом, вследствие чего развивается образование. Люди покидают деревню, тем самым поднимая зарплату оставшихся до более сносного уровня. Официальные зарплаты проще обложить налогом, а значит, доходы государства увеличиваются, инфраструктура, здравоохранение и образование становятся лучше. Бедность отступает, зарплаты неуклонно растут. С поправкой на инфляцию средний корейский рабочий зарабатывает вчетверо больше, чем его отец двадцать пять лет назад. Сегодня Корея входит в число мировых технологических лидеров; страна настолько богата, что может по полной программе субсидировать своё сельское хозяйство, как и другие развитые

страны. Потогонные мастерские переехали в другие места.

Трудно остаться безучастным к условиям потогонной системы. Вопрос в том, как от них избавиться. Большинство экономистов полагает, что потогонные предприятия хороши в двух смыслах: это продвижение вперёд по отношению к доступным альтернативам, а также шаг на пути к лучшей жизни.

Но многие люди думают иначе. Уильям Грейдер, политический обозреватель левого толка, воздал хвалу городскому совету Нью-Йорка за принятое в 2001 году решение закупать униформу для полиции и пожарных только при условии, что она произведена «в достойных фабричных условиях и за достойную зарплату». От таких решений работникам потогонных фабрик один вред: они теряют работу и - в буквальном смысле для жителей Манилы – возвращаются на помойку. Понятное дело, для текстильщиков в богатых странах это отличная новость, ведь заказ достанется им. Проект решения был разработан профсоюзом работников швейной и текстильной промышленности, то есть теми самыми людьми, кому сокращение импорта идет на пользу. Лично я в такие совпадения верю с трудом. (Если мои рассуждения кажутся вам неубедительными и вы хотите очистить совесть, посетите сайт этого профсоюза и закажите «сделанную профсоюзом, свободную от пота» одежду по адресу: www.uniteunion.org.)

Влияние специальных заинтересованных групп

Гарри Трумэн вошёл в историю за просьбу предоставить ему однорукого экономиста, у которого не было бы возможности дать совет, добавив при этом «но с другой стороны...»^{*}. Рональд Рейган, спичрайтеры у которого всегда были что надо, как-то сказал: надо придумать специальную версию викторины «Счастливый случай» для экономистов – «с одной сотней вопросов и тремя тысячами ответов».

Всё верно, экономисты не всегда соглашаются друг с другом. Но мало кто из них не испытывает энтузиазма по поводу свободной торговли. Экономисты практически единодушны в том, что свободная торговля в мировом масштабе была бы огромным шагом вперёд и что было бы идиотизмом не снижать торговые барьеры, даже если другие страны отказываются это делать.

Экономисты уверены, что выгоды свободной торговли громадны. К примеру, когда в 1850-е годы США заставили Японию после десятилетий изоляции открыть порты для торговли, страна начала экспортировать шёлк и чай на страждущий мировой рынок в обмен на хлопок и шерсть, дешёвые в других странах, но дорогие в Японии. В результате национальный доход увеличился на две тре-

^{*} По-английски «с другой стороны» – on the other hand, буквально – «на другой руке».

ти.

Уже в наши дни в результате снятия начиная с 1994 года торговых ограничений по всему миру после так называемого Уругвайского раунда торговых переговоров, мировой доход увеличился примерно на \$100 млрд. Снижение пошлин на сельскохозяйственные и промышленные товары и услуги на треть могло бы дать выгоду в \$600 млрд, или 2% мирового дохода. Ликвидация всех торговых барьеров могла бы увеличить мировой доход на 6%. И это явно заниженная оценка, поскольку она учитывает только непосредственные выгоды от поступления более дешёвых товаров с мирового рынка на защищённые национальные рынки – что есть прямое приложение теории Рикардо о сравнительном преимуществе.

Вполне вероятны и другие выгоды. Вопреки расхожему мнению, что торговля идёт на пользу транснациональным компаниям, она лишает крупные корпорации власти дефицита, ставя их в условия международной конкуренции. Она стимулирует применение новых методов работы и более эффективных технологий. Некоторые даже полагают, что свободная торговля, помимо прочего, способствует поддержанию мира, поскольку у торгующих наций есть веские причины не вступать в войну друг с другом.

.....

Если у свободной торговли и в самом деле столько преимуществ, то почему в мире по-прежнему столько торговых барьеров? Почему политики не хотят быстро заполучить голоса избирателей, снизив импортные пошлины? Почему пришлось заставлять японцев вводить политику, почти удвоившую доход страны? К сожалению, в большинстве стран, богатых и бедных, непропорционально большое влияние имеют так называемые группы специальных интересов, у которых есть причины противодействовать свободной торговле.

Пошлины влекут небольшие скрытые издержки в форме более высоких цен для большинства населения, а также для иностранцев, у которых нет права голоса. Но пошлины дают значительные выгоды узкому кругу лиц, зачастую в тех отраслях, где сильны профсоюзы и крупный бизнес. Если бы избиратели были хорошо осведомлены и досконально разбирались в экономике, то в условиях демократии протекционистов прокатили бы на выборах. Но если люди не слишком сведущи в том, какие издержки причиняют им пошлины, тогда, учитывая незначительные шансы для каждого отдельного избирателя повлиять на каждую конкретную пошлину, мысль о пошлинах может не посетить их вовсе, особенно если кампания за торговые ограничения подаётся как кампания против потогонных фабрик. Кроме того, реформаторские усилия натываются на инертность и нервозность этих плохо информированных избирателей. А вот заинтересованные группы отлично понимают, чего лишатся в случае отказа от

протекционизма, и им выгодно выделять значительные средства и прилагать лоббистские усилия для защиты своих узких интересов.

В стабильной демократии влияние специальных групп интересов, по идее, должно быть меньше, чем в демократии неустойчивой или в недемократической стране вроде Камеруна. Если одна из причин существования торговых барьеров и правда деятельность специальных групп, то можно предположить, что в странах с устоявшейся демократией внешнеторговые тарифы будут ниже.

Цифры говорят именно об этом. В 1999 году в США внешнеторговые тарифы в среднем составляли 2,8%, в Евросоюзе – 2,7%, а в Корее, этом растущем тигре – 10,7%. В гигантских экономиках Китая и Индии – 15,7% и 29,5%, соответственно. И мы видели, что громадный средний тариф в 61,4% не слишком помогает бороться с бедностью и коррупцией в несчастном маленьком Камеруне. Так что даже если мы как следует надавим на своих политиков, чтобы те сделали доброе дело и снизили торговые тарифы, не меньшая ответственность лежит на правительствах бедных стран.

Так почему же они сохраняют тарифы, которые вредят их гражданам? Возможно, потому, что международная изоляция полезна для поддержания политической стабильности. Фидель Кастро находился у власти дольше всех в мире* в результате санкций со стороны США: они произвели эффект, обратный желаемому. За десятилетия действия санкций режим Саддама Хусейна, похоже, стал только прочнее: он был свергнут в результате внешнего вмешательства, а не внутренних перемен. Мьянма и Северная Корея – международные изгои с обескураживающе стабильными правительствами.

Теперь понятно, почему японцев нужно было принуждать к либерализации экономики, которая обеспечила громадный прирост доходов страны. Политика изоляции проводилась не на благо людей, а в интересах правителей – клана Токугава. Историк Джанет Хантер подводит итог:

«Механизмы политического управления поддерживались жёсткой системой регулирования, минимизирующей всякие социальные, политические и экономические изменения в жизни населения... Потенциально опасное иностранное влияние было сведено к минимуму после того, как в 1640 году были порваны практически все связи с окружающим миром.

Хотя эти тщательные меры позволяли клану Токугава сохранять власть на протяжении двух с половиной столетий, они не могли предотвратить все социальные, экономические и политические изменения. Восстановление связей с США и империалистическими державами Европы быстро привело к кризису. Начиная с 1853 года в ходе кризиса, вызванного требованиями США об установлении торговых отношений, влияние Токугава стало быстро слабеть».

* В феврале 2008 года Фидель Кастро сложил с себя полномочия председателя Государственного совета, Совета министров и Верховного главнокомандующего Кубы; руководителем страны стал Рауль Кастро.

Заинтересованные группы с переменным успехом пытаются воздействовать на торговую политику и в США. Торговые ограничения должны быть одобрены Конгрессом, и конгрессмены защищают интересы тех, кого они представляют, требуя протекции для фермеров Айовы, сталелитейщиков Пенсильвании, сахарозаводчиков Флориды и автопроизводителей Мичигана. Обмениваясь голосами, они помогают друг другу принимать один тариф за другим, а когда президент возвращается с переговоров с подписанным соглашением о снижении торговых барьеров, конгрессмены вполне могут отказаться его ратифицировать.

Президенты обычно с большим энтузиазмом выступают за свободную торговлю, потому что им нужны голоса избирателей всей страны, так что они относительно меньше благоволят протекционистам на местах. Неудивительно, что пошлины в США снизились с 45% до 10% за два десятилетия после 1934 года, когда президент Рузвельт убедил Конгресс предоставить ему и будущим президентам право без одобрения парламентариев снижать импортные пошлины в ответ на встречное снижение экспортных пошлин на американские товары. С тех пор как ответственность за торговую политику перешла к президенту, пошлины всё снижаются и снижаются.

Конечно, и президенты не полностью защищены от лоббистских групп: голоса избирателей Флориды на недавних президентских выборах были так важны, что защита тамошних производителей сахара в ущерб всей нации гарантирована. Идеальных политических систем не бывает, но для демократий характерно более благосклонное отношение к торговле, ведь снижение торговых барьеров идет во благо обычным людям.

Как помочь бедным?

Теперь вы уже знаете, что я большой любитель и кофе, и пива. Мой любимый кофе поставляется из Тимора. Любимое пиво – из Бельгии. Моя жизнь намного счастливее благодаря сборщикам кофейных зерен в Тиморе и бельгийским пивоварам. Надеюсь, мне удалось убедить вас в том, что и их жизни счастливее благодаря мне. Фундаментальная характеристика того рода социальных взаимодействий, которые обычно изучают экономисты, заключается в том, что выигрывают все.

К несчастью, некоторым достается больше, чем другим. Мои дела идут неплохо, бельгийцы тоже в порядке, а вот тиморцам не позавидуешь. Не будь торговли, их положение было бы ещё хуже, но это не значит, что можно расслабиться и забыть о них.

.....

Те, кто выращивает кофе, бедны, потому что они не обладают властью дефицита. На свете полно мест, где может расти кофе. Выращивание кофе для массового рынка требует упорного труда, но для этого не нужно обладать какими-то особыми навыками. Ни один отдельно взятый фермер не в силах повлиять на рыночную цену. Даже когда страны пробуют действовать в унисон, власть дефицита невелика: когда крупнейшие производители попробовали организовать картель, Ассоциацию стран – производителей кофе, контролирующей две трети мирового производства, затея провалилась. Всякий раз, когда картелю удавалось поднять цену, новые фермеры в очередной стране быстро обнаруживали, что выращивание кофе – дело выгодное. Отличный пример – Вьетнам. Несколько лет назад кофе в стране вообще не рос, а нынче страна занимает второе место в мире по объёму его производства. Картель, предназначенный для эксплуатации власти дефицита, будет работать, только если новым производителям непросто выйти на рынок.

Не будем забывать, что одной из причин, почему выращивать кофе могут бедные фермеры, является то, что кофе не растёт во Франции или Флориде, так что богатым фермерам нет никакого интереса агитировать за высокие тарифы. Необработанный кофе относительно свободен от торговых ограничений; поэтому ещё одно следствие ограничений на ввоз говядины, риса и зерна заключается в том, что фермеры из бедных стран вынуждены уходить в другие ниши – например, кофе, – где места хватает не для всех.

Раз начать бизнес по выращиванию кофе так легко, рискну дать прогноз: фермеры, выращивающие кофе, не станут богатыми до тех пор, пока не разбогатеет большинство людей. Если бы кофейные фермеры разбогатели, а все другие фермеры и рабочие на потогонных фабриках – нет, то эти другие переключились бы на выращивание кофе. Высокие цены на кофе невозможно будет удержать, пока рабочие на потогонных фабриках не превратятся в хорошо оплачиваемых «синих воротничков», которых не прельщает перспектива стать кофейными фермерами, пусть даже преуспевающими.

Нужно понять, что узконаправленные инициативы типа «справедливого» кофе и «чистой от пота» одежды никогда не приведут к существенному улучшению жизни миллионов людей. Некоторые, подобно кампании против покупки Нью-Йорком униформы в бедных странах, причиняют прямой вред. Другие, подобно множеству брэндов «справедливого» кофе, повышают доходы некоторого количества фермеров и не наносят особого вреда. Но они не решают главной проблемы: кофе выращивается слишком много. При малейшем намёке на то, что выращивание кофе становится выгодным занятием, отрасль немедленно заполняют отчаявшиеся люди, у которых нет лучшей альтернативы. Правда такова, что только комплексное развитие бедных стран может поднять уровень жизни самых бедных людей, поднять цены на кофе, повысить оплату и

улучшить условия труда на обувных фабриках.

.....

Возможно ли такое системное развитие? Несомненно. Миллиарды людей в развивающемся мире живут намного богаче своих родителей. Продолжительность жизни и образовательный уровень растут даже в странах, которые не становятся богаче. Всё это лишь отчасти благодаря свободной торговле, есть и другие факторы. Чтобы развивающаяся экономика устойчиво росла, нужно провести множество различных реформ. Есть в мире страна, которой удалось сделать это на благо большего числа людей, быстрее и с худших стартовых позиций, чем любой другой стране в истории. Именно там мы и завершим наше путешествие.

ГЛАВА 10

КАК СТАЛ БОГАТЫМ КИТАЙ

– О, БОЖЕ! – ВОСКЛИЦАЮ Я.

Мы с женой стоим посреди Народного парка в центре Шанхая. Народный парк – это Центральный парк* XXI века. Увидев его, я испытал столь же головокружительный прилив эмоций, что и в первый мой визит на Манхэттен. Выйдя на открытое место, в полной мере ощущаешь зрительное воздействие шанхайских небоскрёбов. Один, увенчанный великолепной короной из четырёх зеркальных зубцов, сходящихся в правильной точке, – это Крайслер-билдинг** наших дней. Здание развёрнуто вокруг своей оси на сорок пять градусов, так что верхние сорок этажей вытянулись по диагонали к нижним сорока. Другой небоскрёб – счастливый обладатель гигантского стеклянного атриума, подвешенного над городом на высоте шестидесяти этажей. Не все они отвечают безупречному вкусу: куполообразный пентхаус одного из них выглядит так, будто его умыкнули со съёмки одного из фильмов 1950-х про летающие тарелки. Всего там, наверное, было около тридцати небоскрёбов, среди них полдюжины – настоящие великаны. И все как один новёхонькие.

- О, Боже, – вырывается у Фрэн.
- Когда ты последний раз была в Шанхае?
- Лет десять назад.
- Сколько из них стояли тогда?

* Центральный парк на острове Манхэттен в Нью-Йорке.

** Небоскрёб высотой 319 метров, построенный в 1930 году компанией Chrysler. Один из символов Нью-Йорка.

Фрэн задумывается на мгновение:

- Видишь вон то?
- Тот квадратный бизнес-центр в сорок этажей?
- Нет. То, что прямо под ним. – Она показывает на двенадцатизэтажное здание из красного кирпича, со всех сторон сдавленное более современными сооружениями.
- Да, вижу.
- Десять лет назад оно было самое высокое.
- Это ж надо, – говорю я.

От величия замысла захватывает дух. Всего за десять лет строители Шанхая возвели достойную копию Манхэттена. Не знаю, что думают при виде всего этого жители Нью-Йорка, но мы, лондонцы, почувствовали себя так, будто приехали из деревни.

А ведь всё могло быть иначе. На протяжении большей части XX века Китай был беднее Камеруна. Когда в 1949 году образовалась Китайская Народная Республика, эта крупнейшая в мире страна была разорена гражданской войной и оказалась под властью коммунистической диктатуры. В конце 1950-х миллионы людей умерли от голода, вызванного несостоятельной государственной политикой. В 1960-е Культурная революция уничтожила университетскую систему, миллионы образованных людей были насильно отправлены на работу в сельскую местность. Как Китаю после всего этого удалось добиться самого выдающегося экономического успеха всех времён и народов?

Две сельскохозяйственные революции

Посещения Шанхая вполне достаточно, чтобы вызвать такой вопрос. Подсказки к ответу на него можно встретить везде. Я обнаружил несколько из них, следуя поездом в город Чжэнчжоу в глубине материка. Первой подсказкой был сам поезд: он был комфортабельнее и быстрее английских и точнее шёл по расписанию. Китайские автомобильные и железные дороги явно в превосходном состоянии.

Во-вторых, в Китае, похоже, прекрасная система образования – меня вежливо, но безжалостно разгромил в шахматы обладатель докторской степени по экономике, молодой человек, который никогда не выезжал за пределы страны, но непринуждённо и содержательно изъяснялся на хорошем английском.

В-третьих, хотя поезд был переполнен, в нём почти не было детей и больших семей. Политика «одна семья – один ребёнок» породила общество, где у женщин есть время работать, а основная масса людей скорее среднего возраста и делают сбережения на будущее. Эти огромные накопления дали средства на строительство дорог, поездов и многого другого.

У Китая уж точно были человеческие ресурсы, инфраструктура и финансовый капитал, в традиционных моделях считающиеся необходимыми предпосылками экономического роста. Между тем нельзя сказать, что они всегда использовались должным образом. Как мы знаем, без правильных стимулов ресурсы тратятся попусту.

При Мао потери были колоссальными. Первоначально усилия по развитию страны велись в двух направлениях: гигантские инвестиции в тяжёлую индустрию, в частности металлургию, плюс внедрение особых сельскохозяйственных методов, чтобы накормить огромное население. Такая направленность политики была понятна. Северные провинции Китая богаты высококачественным углем, который, что логично, мог стать фундаментом экономического прорыва. Уголь, сталь и тяжёлое машиностроение стали основой промышленной революции в экономике Великобритании, США и Германии. С другой стороны, сельское хозяйство неминуемо было приоритетом любого китайского правительства, поскольку плодородных земель едва хватало, чтобы накормить сотни миллионов жителей страны. Из окна поезда на Чжэнчжоу я смотрел на Хэнань, самую плотно населённую провинцию страны. Взору открывалась стылая пустыня.

Этот двунаправленный импульс к развитию получил название «Большого скачка». Идея казалась осмысленной, но закончилось всё величайшим экономическим провалом в истории. Мао проводил свою экономическую политику, предполагая, что нет ничего невозможного, если людям как следует напрячься. Рвения вполне достаточно. Сельчанам было приказано строить у себя на задних дворах доменные печи, но у них не было железной руды для плавки в этих печах. Некоторые переплавляли добротные изделия из чугуна и стали – инструменты, даже дверные ручки – лишь бы выполнить спущенные государством планы. Даже личный врач Мао сомневался в разумности политики «уничтожать ножи, чтобы делать ножи». Сваренная в печах сталь была ни на что не годна.

Если промышленная политика была фарсом, то аграрная обернулась трагедией. Большой скачок уже оторвал от земли огромное число людей для работы на печах или общественных работах вроде строительства дамб и дорог. Мао приказал уничтожать поедающих зерно воробьёв, в результате чего расплодились насекомые-вредители. Мао самолично разрабатывал агротехнические нормативы, предписывая сажать плотнее и сеять глубже ради увеличения урожая. Посаженный столь плотно рис расти не мог, но партийные чиновники, жаждая угодить Мао, ставили спектакли сельскохозяйственных и промышленных успехов. Когда Мао путешествовал на поезде, чтобы полюбоваться плодами своей политики, местные аппаратчики выстраивали доменные печи рядами вдоль дороги и привозили рис издалека, чтобы пересадить его с предписанной плотностью посевов на соседних с дорогой полях. Эта бутафория не могла обойтись

без электрических вентиляторов, которые гнали воздух, чтобы рис не гнил.

Урожай, разумеется, падали, но это было бы полбеда, если бы не упорное нежелание властей признать, что политика не работает. Когда министр обороны поднял вопрос о голоде на совещании правительства, его наказали и предписали подвергнуть себя «самокритике». Менее влиятельные фигуры, отрицавшие избыток продовольствия, были репрессированы. Хотя урожаи падали, в период с 1958 по 1961 год Китай для демонстрации своих успехов удвоил экспорт зерна.

В провинции Хэнань, по которой мы катили с комфортом каких-то сорок пять лет спустя, государственные элеваторы в то время хранили достаточно зерна, чтобы обеспечить нуждающихся, но они оставались закрытыми, потому что, по официальной позиции, в стране был переизбыток зерна. А в это время люди умирали от голода на голом снегу. Многих так и не предали земле, других съели обезумевшие от голода члены их семей; и то и другое было обычным явлением.

Число жертв голода, по разным оценкам, составило от 10 до 60 миллионов людей, что примерно равно населению Англии либо Калифорнии и Техаса вместе взятых. Китайские власти позднее сами признали гибель 30 млн человек, правда, обвинив в этом плохую погоду.

В «правдивом мире», о котором мы говорили в третьей главе, подобные катастрофы невозможны. Конечно, там случаются ошибки, возможно – даже чаще, чем при центральном планировании. Но эти ошибки остаются небольшими; в рыночной экономике мы зовём их «экспериментами». Финансируя их, венчурные капиталисты и не надеются, что большинство из них окажутся успешными.

Удачный эксперимент делает нескольких людей богачами и дарует всей экономике то или иное новшество. Когда эксперимент терпит неудачу – как чаще всего и бывает, – некоторые люди терпят банкротство, но никто не погибает. Только командно-административная экономика способна проводить эксперименты в столь фантастически губительных масштабах и при этом подавлять конструктивную критику. (Мао был не один такой. Советский генсек Никита Хрущёв после визита в США совершил похожую ошибку, приказав засеять советские поля кукурузой, которую он видел растущей в Айове. Последствия были ужасны.) Полезно помнить, что сбои рыночного механизма, пусть и серьёзные, никогда не бывают столь трагичны, как худшие ошибки властителей вроде Мао.

В 1976 году, совершив еще немало преступлений против собственного народа, Мао умер. После короткого периода междуцарствия в декабре 1978 года на смену Мао и его последователям пришёл Дэн Сяопин со своими союзниками. Всего через пять лет китайскую экономику было не узнать. Производство сельскохозяйственной продукции, эта всегдашняя головная боль китайских плановиков, выросло на 40%. Почему? Потому что плановики внедрились в Китае

«правдивый мир». Как мы видели в Камеруне, важны стимулы. До 1978 года в Китае действовали едва ли не самые извращённые стимулы в мире.

До прихода к власти Дэн Сяопина китайский аграрный сектор на местном уровне состоял из народных коммун по двадцать-тридцать семей в каждой. Люди работали за трудодни, которые начислялись, исходя из результата работы всего коллектива. У отдельного человека почти не было возможности улучшить собственное положение, приложив больше усилий или смекалку. В результате ни того, ни другого не было и в помине.

Кроме того, государство закупало продовольствие у регионов, где оно было в избытке, и направляло туда, где ощущалась нехватка. Однако закупки производились по столь низким ценам, что это отбивало у плодородных регионов всякую охоту эффективно вести земледелие. Многие сельские труженики были заняты не полностью. Система, предназначенная, чтобы нарастить производство сельхозпродукции и обеспечить страну продовольствием, на деле этому препятствовала. Производство зерна на душу населения в 1978 году оставалось на том же уровне, что и в 1950-х, до Большого скачка.

У Дэна не было времени на подобные глупости, и он немедленно приступил к реформам, заявив, что «социализм — не значит бедность». Чтобы улучшить положение в сельском хозяйстве, нужны были правильные стимулы. Дэн начал с повышения на четверть государственной закупочной цены на зерно. Цена за сверхплановый урожай возросла более чем на 40%, что повысило интерес людей в плодородных районах к увеличению производства.

Одновременно в некоторых коммунах стали проводиться эксперименты по сдаче земли в аренду отдельным семьям. Вместо того чтобы прикрыть лавочку, государство одобрило инициативу, желая посмотреть, что из этого выйдет — так же, как в рыночной экономике, которая допускает эксперименты в небольших масштабах. Частники, арендовавшие землю у колхозов, были кровно заинтересованы работать не покладая рук и придумывать более хитроумные методы хозяйствования, ведь теперь от этого напрямую зависело их вознаграждение. Урожайность сразу же выросла. Эксперимент быстро распространялся: в 1979 году «система ответственности домохозяйств» действовала лишь в 1% коммун, а к 1983 году на неё перешли 98% колхозов.

Эти реформы сопровождались целым рядом других мер по либерализации экономики: были отпущены розничные цены на зерно, что ещё более стимулировало производство продукции, в которой была нужда. Ограничения на торговлю между регионами стали слабее, так что каждый регион мог воспользоваться своим сравнительным преимуществом. Планы выпуска продукции в скором времени были отменены совсем.

Результаты были поразительны: первую половину 1980-х объём сельскохозяйственного производства рос на 10% в год. Ещё больше впечатляло то, что

более половины прироста было достигнуто не за счёт более упорного труда или большего количества техники, а за счёт более эффективных методов выращивания и сбора урожая. В основном прирост был прямым следствием отказа от системы коммун. За пять лет после старта реформ средние реальные доходы фермеров удвоились. Большой скачок был совершён, но не Мао, а Дэном, при помощи рыночных сил и цен.

Вся эта статистика станет понятнее, если мысленно вернуться в правдивый мир третьей главы. Отчасти случайно, отчасти благодаря благотворному вмешательству, а отчасти намеренно Дэн превратил китайское сельское хозяйство в такой правдивый мир. Те, у кого были хорошие идеи, кто усердно трудился и кому улыбалась удача, процветали. Плохие идеи быстро отбрасывались, хорошие – быстро распространялись. Фермеры выращивали больше прибыльного зерна и тратили меньше сил на культуры, растить которые было тяжело; всё это закономерные результаты внедрения новой системы цен. Китай пустился в путешествие по так называемому капиталистическому пути. Но такое путешествие на одном рисе не осилить. Успех аграрных реформ обеспечил энергию и народную поддержку продолжению реформ. Теперь надо было уделить внимание остальной экономике и городам вроде Чжэнчжоу.

Вложения в будущее

Чжэнчжоу не столь великолепен, как Шанхай. Город уродлив, перенаселён и, хотя стоит на пересечении важнейших железных дорог, пожалуй, несколько оторван от мира: за неделю мы не увидели там ни одной заграничной физиономии. Впрочем, по-своему Чжэнчжоу впечатляет не меньше Шанхая. Город размером с Лондон вдали от западного мира, в одном из наших путеводителей нежно описанный как «разросшийся образчик плохо продуманного городского планирования», Чжэнчжоу, во всяком случае, демонстрирует, что китайская экономическая революция пошла от прибрежных провинций в глубь страны. Над гигантским железнодорожным вокзалом внушительно нависают небоскрёбы в сорок этажей; в городе полно современных банковских зданий, огромных универмагов и отелей и brutальных железобетонных эстакад. Повсюду реклама.

Чтобы построить такие здания, железные и автомобильные дороги, нужны огромные вложения. У экономистов есть специальное название для дорог, фабрик, домов и офисных зданий, появившихся в результате инвестирования: они зовут эти сооружения «капитальными», и всякое устойчивое развитие нуждается в капитале. Капитал может поступать от рассчитывающих на прибыль частных инвесторов, отечественных или иностранных, или от государства, вкладывающего деньги, полученные путём налогообложения или программы обязательного сбережения.

Здравый смысл подсказывает, что если вы хотите завтра быть богаче, чем сегодня, деньги нужно вкладывать, а не тратить на товары и услуги сиюминутного потребления. Средства можно вложить в образование, постройку дома или положить на банковский счёт. Так или иначе, потребляя меньше сегодня и вкладывая средства, вы станете богаче завтра, если инвестиции будут толковыми. (Строительство доменной печи на заднем дворе к таковым не относится, так же как и постройка библиотеки с дырявой крышей.)

Нет ничего загадочного в том, что страны развиваются, следуя всё тому же простому принципу: сберегая и вкладывая сегодня, становишься богаче завтра. Нормы сбережений в быстрорастущих экономиках стран Тихоокеанского бассейна были очень высокими. Однако, как мы помним из восьмой главы, это только подделка. В рыночной экономике нельзя просто взять и решить сберегать и вкладывать больше, чем прежде. В Камеруне большинство людей и не думают делать сбережения: у них нет возможности приумножить средства, вложив их в базовую инфраструктуру вроде дорог, нет и уверенности, что правительство позволит им заработать на инвестициях в фабрики или магазины. Есть некоторые исключения, например услуги мобильной связи по предоплаченным карточкам, но успех в этих секторах был предсказуем. В основном же многие бедные экономики, жаждущие иностранных инвестиций, не вызывают доверия даже у собственных граждан, которые так и норовят вложить деньги за рубежом. Неудивительно, что норма сбережений низка, а доля сбережений, вложенных на территории Камеруна, и того ниже. Не обеспечив защиту инвестиций, камерунское правительство мало что может сделать, чтобы их привлечь.

.....

Социалистическое правительство Китая не испытывало проблем с доступом к капиталу. В рыночной экономике нельзя просто взять и начать сберегать, а в социалистической можно, обычно так и делается. Капитал поступал из государственных источников; почти все сбережения формировали правительство или государственные корпорации. В обоих случаях деньги фактически брали из карманов граждан и инвестировали от их имени. Недостатка в капитале также не было: на сбережения приходилось порядка трети национального дохода – примерно вдвое больше, чем в Камеруне.

Поначалу рентабельность капиталовложений была неплохой. В начале 1950-х, когда главной задачей было восстановление важнейшей инфраструктуры и промышленности, каждые 100 юаней инвестиций обеспечивали рост производства на 40 юаней в год – впечатляющая отдача. Это не должно удивлять. Перед китайскими властями стояла весьма ясная задача: необходимо было восстановить всё разрушенное во время войны и революции. Правительству оставалось только отдавать приказы.

Проблемы начались позднее. Даже если оставить в стороне хаос Большого скачка и Культурной революции, китайские власти испытывали всё большие трудности с отдачей от капиталовложений. На момент смерти Мао в 1976 году каждые 100 юаней капиталовложений давали годовой рост лишь на 18 юаней – вдвое менее эффективно, чем двумя десятилетиями ранее. Учитывая, что правительство и госпредприятия инвестировали огромную долю национального дохода, такое снижение эффективности капиталовложений было непомерной расточительностью.

Доброжелательный наблюдатель может заключить, что это было неминуемо: после того как капиталовложения достигают определённого объёма, отдача падает. Это справедливо для передовой экономики, такой как японская или американская, но Китай в 1976 году был беден как церковная мышь. Автомобили, телефоны, электричество и водопровод были достоянием считанного числа людей. В настолько бедной стране грамотные капиталовложения в эти базовые блага современной жизни могут принести очень высокую отдачу. Возможностей эффективно вложить капитал было множество, но государство не знало, как это делать.

Пока было понятно, какие именно приказы отдавать людям – что производить, строить и выращивать, – это было не столь важно. Но население росло, технологии развивались, производились давно востребованные инвестиции, а коммунистическая экономика между тем уже начала забывать, что такое система рыночных цен. Настоящая рыночная экономика меняется быстро. В Южной Корее в 1970-х 80–90% работников, земли и капитала были задействованы в иных, нежели в 1960 году, целях. В 1960 году доля сельского хозяйства в экономике составляла 45%, а промышленности – менее 10%. В начале 1970-х промышленный сектор уже был крупнее аграрного. Что ещё важнее, внутри этих секторов работники обучались и переобучались, фирмы открывались и закрывались. Корейские экспортные компании прежде производили игрушки и нижнее бельё, а теперь стали выпускать микросхемы и автомобили. Если бы в 1975 году плановик в южнокорейском правительстве попробовал управлять экономикой на основе устаревших данных 1960 года, случилась бы катастрофа. Слава богу, никто и не пытался. Зато шанс совершить такую глупость получила Северная Корея. Командно-административной экономике таких стран, как Северная Корея, Китай и СССР, просто не хватало информации, чтобы систематически принимать правильные решения.

В отличие от Камеруна, где у граждан и компаний нет никаких стимулов для капиталовложений, в маоистском Китае со стимулами проблем не было – ведь лидеры располагали абсолютной властью. Но одних стимулов мало. В третьей главе было показано, что порождённый рынком правдивый мир даёт отличные результаты, но не только потому, что создаёт правильные стимулы.

Он также, опираясь на систему цен, производит информацию об издержках и выгодах, связанных со всевозможными товарами и услугами. В социалистических системах СССР и Китая действовали сильнейшие стимулы, какие только можно вообразить, но не было необходимой информации, чтобы правильно их использовать. Вместо того чтобы реагировать на спрос со стороны мировых рынков, как это делали южнокорейцы, китайцы реагировали на спрос со стороны Мао: сажать рис плотнее, убивать воробьёв, переплавлять инструмент, чтобы изготавливать новый инструмент.

Чтобы получить хоть какую-нибудь отдачу от имеющихся в наличии гигантских сумм инвестиционного капитала, китайские власти начали плавный переход к рыночной системе. После того как успешные аграрные реформы проторили дорожку, пришла пора для более сложных и далеко идущих преобразований во всей экономике. Через пятнадцать лет после прихода к власти Дэн Сяопина рентабельность инвестиций выросла вчетверо: на каждые вложенные 100 юаней годовой выпуск продукции рос на 72 юаня. Капиталовложения окупались всего за 500 дней. И вовсе не потому, что правительство сузило размах инвестиций и отбирало только лучшие проекты. Скорее наоборот: объём капиталовложений был даже больше, чем в 1970-е. Неудивительно, что экономика росла как на дрожжах. Но как же была достигнута такая рентабельность инвестиций?

Внеплановый рост

Как и в странах советского блока, промышленностью в Китае управляли плановики. В плане указывалось, к примеру, что такой-то металлургический завод должен произвести такое-то количество стали, и эта сталь будет использована для заранее предусмотренных планом целей, а чтобы её произвести, на завод будет поставлен уголь из расчёта 0,8 тонны угля на тонну стали, и так далее. Требовались неимоверно сложные расчёты, даже если допустить, что бюрократы рангом ниже сообщали достоверные сведения об издержках производства и качестве продукции. (Ведь всем было выгодно жаловаться на плохое качество и недопоставки сырья и оборудования, но в то же самое время рапортовать о выпуске продукции превосходного качества и в огромном количестве. Если вы не построили правдивый мир, до истины не докопаетесь.) Но если оставить в стороне пагубные утопические прихоти Мао, такая система могла какое-то время работать сносно, поскольку каждый раз у плановиков перед глазами был хотя бы план предыдущего года.

По мере того как экономика росла и менялась, корректировать планы выпуска продукции и грамотно размещать капиталовложения становилось всё труднее. Потому-то рентабельность капиталовложений в 1976 году былаnamно-

го ниже, чем в 1950-е. Рыночная система справилась бы с задачей намного лучше, но создать её было непросто. Без поддержки соответствующих институтов рынки работают неважно: в рыночной экономике должны быть банки, чтобы люди могли брать коммерческие кредиты, должно быть договорное право для разрешения споров и у граждан должна быть уверенность, что их доходы не конфискуют. Такие институты за день не создашь. А между тем очень многие работники в социалистической экономике были вовлечены в непродуктивную деятельность, и им просто нечего было бы есть, если не предусмотреть специальное вмешательство или не выдавать им ту или иную компенсацию. Наиболее остро проблема стояла в промышленном секторе, который был сильнее всего привязан к системе планов, служил правительству инструментом создания накоплений и источником большей части государственных инвестиций.

Если бы Дэн решил просто отказаться от планов и перейти к рыночной системе в одночасье, вероятным результатом были бы схватка за собственность, обрушение финансового сектора (поскольку многие государственные банки выдавали займов, на возврат которых не было никакой надежды), массовая безработица и даже голод. Вполне возможно, ситуация бы быстро выправилась, а возможно - и нет. (В бывшем СССР в 1990-е годы подобная «шоковая терапия» привела к коллапсу экономики.)

Что хуже, столь крайние меры ударили бы по стольким интересам – включая интересы огромного числа рядовых граждан, – что были политически неосуществимы. Дэн, прежде чем встать во главе страны, при Мао сам дважды попал под чистку, так что он знал цену политической поддержке.

Поэтому Дэн и его единомышленники-реформаторы избрали более осторожную стратегию. В 1985 году были заморожены планы: предписываемые государством объёмы выпуска продукции перестали расти с ростом экономики. Взамен государственным предприятиям было разрешено делать со сверхплановой продукцией всё, что они пожелают. Эффективные угледобытчики находили эффективных сталелитейщиков, желавших купить сверхплановый уголь, чтобы выплавить сверхплановую сталь и продать ее эффективным строительным фирмам. Попытки неэффективных фирм расширить производство ничем не кончались.

Успех стратегии предопределили несколько факторов. Во-первых, она была понятна, а обязательство заморозить планы внушало доверие. Последнее очень важно: если бы плановики постоянно увеличивали и корректировали планы с учётом информации, поступающей с рынка сверхплановой продукции, этот рынок быстро перестал бы производить полезную информацию. Директора предприятий, увидев, что их успехи тут же оборачиваются увеличением плана на следующий год, предпочли бы сидеть и не рыпаться.

Во-вторых, неизменность планов обеспечивала определённую стабиль-

ность. Людям было гарантировано сохранение рабочих мест. Было ясно, что хуже не будет, а если добиться роста, то может, всё станет ещё лучше. И многие ухватились за эту возможность, предпочитая долгий рабочий день и плохие условия труда на текстильной фабрике за несколько тысяч миль от своих семей прежним потугам наскрести на жизнь — если её можно так назвать, — вкалывая на самой бесплодной в мире земле.

В-третьих, рынок действовал именно там, где нужно: на пределе. Как мы помним, для эффективности экономики крайне важны предельная (маржинальная) стоимость и маржинальная выгода. Представим себе директора завода, который раздумывает, производить ли ему ещё одну тонну стали, прибыль от продажи которой останется у предприятия. Если ему известна маржинальная стоимость (стоимость производства одной дополнительной тонны), а покупатель предлагает рыночную цену (которая отражает ценность одной дополнительной тонны для покупателя), тогда директор примет правильное решение: производить, если цена выше маржинальной стоимости. Производство будет эффективным.

Решения о том, что произойдёт с прочей произведённой на заводе сталью, с этой точки зрения не важны. Девять тонн из десяти можно выпустить и отправить потребителям в соответствии с планом, эффективность же определяется решением по десятой тонне.

На практике это приводило к тому, что эффективные фирмы наращивали производство для удовлетворения сверхпланового спроса: за десятой тонной шли одиннадцатая и двенадцатая. Спрос предъявляли не плановики, а растущие сектора экономики, реально нуждающиеся в поставках. Нужно было только, чтобы предприятия имели право оставлять у себя прибыль и реинвестировать её — стимул, необходимый для обеспечения эффективности вложений. Неэффективные же фирмы, напротив, не росли. Пока государство субсидировало их, сохраняя планы, эти фирмы могли работать вечно (впрочем, уже в 1990-е власти постепенно прекратили поддерживать план). Но поскольку в 2003 году китайская экономика была уже почти вчетверо больше, чем в 1985 году, когда планы заморозили, деятельность этих предприятий утратила былое значение. Экономика в буквальном смысле переросла план.

Вход на рынок и власть дефицита

Мы знаем, что рыночная система ограничивает власть дефицита фирм; большинство компаний сталкиваются с конкуренцией, а те сектора экономики, где конкуренция слаба, со временем притягивают новых игроков. Конкуренция и свободный вход на рынок новых фирм обуздывают власть дефицита и интенсивно толкают экономику к эффективному производству, новым идеям и богат-

ству потребительского выбора.

Китайским реформаторам надо было поощрить вход на рынок и ограничить власть дефицита, не прибегая к быстрой либерализации, которая опасна своей непредсказуемостью. Они рассчитывали повысить эффективность государственного сектора, создать новые государственные компании в качестве конкурентов старым, постепенно вырастить частный сектор и открыть страну для иностранных конкурентов. Если бы один из источников конкуренции не заработал, под рукой всегда был другой. Поначалу больше всего конкурировали между собой «городские и сельские предприятия», принадлежавшие местным властям. Несмотря на название, зачастую это были настоящие промышленные монстры. Позднее была разрешена деятельность частных и иностранных компаний.

В 1992 году частные и иностранные фирмы производили только 14% промышленной продукции, а на государственные компании приходилась почти половина выпуска. Остальное производили городские и сельские предприятия под эгидой местных властей. Китайское экономическое чудо заключалось вовсе не в приватизации. Не важно, кто владел компаниями. Главное, что они были вынуждены конкурировать на относительно свободном рынке, что снижало власть дефицита и порождало информацию и стимулы, присущие правдивому миру рыночной экономики.

Мы можем даже измерить успехи китайских реформаторов. Помните, в первой главе мы выяснили, что высокая прибыль часто говорит о власти дефицита? Если новые игроки и рост конкуренции лишают государственные компании власти дефицита, значит, их прибыли должны падать.

Так оно и было. В 1980-е китайские фирмы были очень прибыльными: во многих отраслях норма прибыли зашкаливала за 50% (в экономике с достаточно высокой конкуренцией она не больше 20%, а зачастую гораздо ниже). Прибыльность варьировалась от отрасли к отрасли в зависимости от причуд планового ценообразования: в нефтепереработке прибыльность составляла почти 100%, а в добыче железной руды всего 7%. Так или иначе, государство отбирало прибыль и реинвестировало её.

По мере того как реформы набирали ход, прибыльность стала падать; кроме того, отраслевые нормы прибыли стали выравниваться, так как самые прибыльные отрасли столкнулись с жесточайшей конкуренцией со стороны муниципальных предприятий, частных и иностранных фирм. За 1990-е годы средняя норма прибыли упала на треть, а в самых лакомых отраслях – по меньшей мере в два раза. В результате уменьшились потери, китайские потребители стали получать больше за свои деньги, а страна стала мощным игроком на мировых рынках. Власть дефицита исчезла.

Китай и мир

Когда-то давно Китай был отрезан от остального мира. Когда-то, но не теперь. Вдалеке от побережья, в материковых городах Сиань и Чжэнчжоу, мы без проблем находили кока-колу, McDonalds, бильярдные и интернет-кафе. В Шанхае от знакомых брэндов так и вовсе некуда деться. Любой, кто бывал в Китае в начале 1990-х, скажет вам, что всё это появилось совсем недавно. И это не случайные впечатления: статистика говорит о том же. Еще в 1990 году на мировой торговой арене Китай выглядел лилипутом. США и Германия экспортировали почти в десять раз больше. В прошлом году Китай вышел на четвертое место в мире по экспорту, и даже экспорт из США и Германии превышает китайский менее чем в два раза^{*}. Это не случайно. Феноменальный выход Китая на всемирную экономическую сцену стал одним из последних актов китайских реформ.

Зачем Китаю понадобился остальной мир? Казалось бы, страна с населением свыше миллиарда человек должна быть более другич предрасположена к самообеспечению. Но в 1978 году у Китая всё ещё была крошечная экономика — меньше, чем у Бельгии — и реформаторы смекнули, что выход в свет пойдёт на пользу. У этого шага было три преимущества. Во-первых, Китай получал доступ на всемирные рынки трудоёмких товаров: игрушек, одежды, обуви. Во-вторых, на заработанную экспортом валюту можно было купить сырьё и новые технологии для развития экономики.

Наконец, впустив иностранных инвесторов, китайцы могли бы научиться у них современным методам производства и ведения бизнеса, что крайне важно для страны, десятилетия жившей по коммунистическим принципам. В 2004 году Китай и Гонконг привлекли более 40% всех прямых иностранных инвестиций в развивающиеся страны. (Ещё один азиатский гигант, Индия, привлек всего 2%.) Как мы говорили в девятой главе, одно из преимуществ таких инвестиций в том, что капитал нельзя с лёгкостью вывести из страны, если инвесторы вдруг занервничают. Подобное случилось с соседями Китая во время азиатского кризиса 1997 года, когда чисто финансовые инвестиции, например займы, в обстановке всеобщей паники были моментально выведены с рынков. Капитальные вложения увеличивают будущую мощь экономики, но, как мы уже знаем, Китаю не нужен был иностранный капитал. Знания — скажем, в области логистики или контроля качества — ценились больше.

Американские и японские фирмы вкладывали капитал в транспортную и электронную отрасли, превращая Китай в место производства высокотехнологичных товаров. О результатах этих инвестиций говорит статистика: сегодня

^{*} См. предыдущую сноску на странице 177.

Китай – крупнейший производитель большей части товаров потребительской электроники. Там производится свыше половины всех DVD-проигрывателей и цифровых фотоаппаратов. Да что статистика – достаточно посмотреть по сторонам. В городском транспорте Чжэнчжоу люди вокруг меня говорили по телефону при помощи таких навороченных устройств, каких я в глаза не видывал – у нас они появились в продаже лишь спустя несколько месяцев. Иностранные инвесторы, благодаря которым были разработаны эти технологии, получают неплохую отдачу на свои вложения, но нельзя не заметить, что масса денег остаётся у китайских потребителей.

Иностранные инвестиции были важнейшим фактором, поддержавшим китайские реформы. Иностранные инвесторы принесли в страну капитал, знания, связи с миром и продолжили начатое реформаторами, составляя конкуренцию местным фирмам и тем самым побуждая их к дальнейшему повышению эффективности.

Если иностранные инвестиции – такое благо для экономики, почему же они направились именно в Китай, а не в Индию или Камерун?

Не обошлось без удачи. В отличие от Камеруна, в Китае был большой и быстро растущий внутренний рынок, а это всегда манит иностранных инвесторов. Ни одному даже самому одарённому камерунскому лидеру не по силам устроить такое: Камеруну судьба сдала не слишком крупную карту. Что же касается образованности китайцев – этого счастливого наследия коммунистических лет, – удача тут ни при чём. К 1978 году в стране были накоплены гигантские резервы квалифицированных и производительных рабочих, готовых выплеснуть свои таланты в экономику, едва плотина командно-административной экономики даст течь. Камерунские же власти упустили свой шанс дать людям образование в 1970-е, когда страна была богаче, чем сегодня.

Между тем в Индии также есть крупный и растущий внутренний рынок и хорошо образованная рабочая сила, пусть даже образование там в не столь широком доступе, как в Китае. Но, как свидетельствует статистика (невзирая на всеобщую истерию вокруг аутсорсинга), этого оказалось недостаточно, чтобы привлечь иностранных инвесторов.

У Китая были и другие естественные преимущества, которых не было у Индии. Процесс международной экономической интеграции зачастую бывает болезненным, но в Китае он шёл более гладко и эффективно благодаря связям с Гонконгом и Тайванем. В те дни, когда Китай был наглухо отторжен от глобальных рынков, Гонконг и Тайвань успешно развивались, встраиваясь в мировую экономику. Несмотря на различие экономических систем, между деловыми людьми трёх стран существовали тесные семейные и дружеские узы. Они-то и компенсировали недостатки китайской правовой системы в первые годы реформ. Китайским властям нужно было работать (нужно и сейчас) над системой

договорного права и защитой прав собственности, без чего не обходится ни одна успешная экономика. Без этого разве можно вести бизнес спокойно? Как можно быть уверенным, что ваши деловые партнёры вас не кинут? Будете ли вы чувствовать себя в безопасности, зная, что местные власти могут взять и конфисковать вашу прибыль или собственность?

Но личные связи позволяли предпринимателям Гонконга и Тайваня, работавшим в Китае, обходиться без формальностей и полагаться лишь на устные договорённости. Формальный контракт не помешал бы, но и слова бизнесмена бывает достаточно, когда перспективы заманчивы.

А в данном случае так и было. Китай и Гонконг идеально подходили друг другу. Китайские фирмы, производившие дешёвые товары, но несведущие в международных делах, приобщились к опыту торговцев Гонконга. В 1980-е китайский экспорт в Гонконг рос ударными темпами; Гонконг переправлял китайские товары дальше. В 1990-е к этой схеме присоединился Тайвань. Экономист Дуайт Перкинс заметил тогда: «Производственной мощи материкового Китая был привит огромный рыночный талант Гонконга и Тайваня».

.....

У Индии не было Гонконга и Тайваня, но не было и интереса приглашать иностранцев. Известный индийский экономист Ягдиш Бхагвати описал деятельность правительства своей страны с 1960-х по 1980-е как «три десятилетия антилиберальной и автаркической политики». Иными словами, власти держали рынок мёртвой хваткой и делали всё возможное, чтобы воспрепятствовать торговле и капиталовложениям.

Китай же, напротив, усиленно привлекал иностранных инвесторов и извлек всё, что мог, из связей с Гонконгом и другими соседями. Были созданы «особые экономические зоны», такие как Шеньжень, где правила социалистической экономики не распространялись на иностранных инвесторов. Быстро улучшалась и инфраструктура этих зон. Особые экономические зоны прекрасно дополняли связи Китая с Гонконгом, Макао и Тайванем: они располагались исключительно в провинции Гуандун, соседствующей с Гонконгом и Макао, и в провинции Фуджиан, поблизости от Тайваня. В 1990 году свыше половины всех инвестиций поступило из крохотного Гонконга, в то время как на Японию и США вместе взятые пришлась только четверть.

Далее, почти половина всех инвестиций поступала в Гуандун; второй по уровню инвестиций была провинция Фуджиан. Когда в 1980 году город Шеньжень на границе с Гонконгом был объявлен особой экономической зоной, это был рыбацкий посёлок. Через двадцать лет девелоперы сносили наполовину возведённые небоскрёбы, чтобы на их месте строить ещё более высокие. Китайцы говорят: «Не побывав в Шеньжэне, не говори, что богат».

Какой бы несправедливостью и произволом ни выглядело их создание, особые экономические зоны сделали свое дело: привлекли инвесторов, не поставив при этом всю страну с ног на голову. Кроме того, они стали опорой для распространения реформы. Когда те или иные меры в отношении иностранцев оказывались удачными, власти распространяли их действие на китайские фирмы, сначала внутри особых экономических зон, а затем и за их пределами. Другие прибрежные провинции, глядя на бум в Фуджиане и Гуандуне, принялись требовать таких же прав. Правительство корректировало несправедливые или слишком размытые правила, реагируя как на протесты иностранных инвесторов против поблажек местным фирмам, так и на действия местных компаний, которые ухитрялись пользоваться привилегиями для иностранцев, отмывая средства через Гонконг и ввозя их обратно как «иностранные инвестиции». Как и в случае с другими китайскими реформами, хорошие правила распространялись дальше, а несправедливые или нелепые скоро отмирали.

Эпилог: какой прок в экономике?

Эта глава называется «Как стал богатым Китай». На самом деле это преувеличение. Китай ещё не богат – пока что. Но он накапливает богатство быстрее любой другой страны в истории.

Ну и что? Экономический рост сопровождается ужасными потрясениями. Люди в замешательстве. У многих нет работы, многим не досталось места в современном Китае. Группа рабочих в Сычуане уверовала в то, что Мао в загробной жизни руководит фабрикой – естественно, по социалистическим принципам. Говорили даже, что некоторые рабочие совершили самоубийство, чтобы присоединиться к нему.

Современные китайские фильмы повествуют о растерянности и о мучительных попытках людей найти своё место в новой жизни. Многие фильмы, например «Ливень» и «Отель “Счастливые времена”», рассказывают о семьях, которые рушатся, когда один из членов семьи отправляется искать счастья в Шеньжене. Речь идёт не о богатстве, а о душевных страданиях. Суть их в том, что новые возможности разрушают прежний образ жизни. Ещё одна распространённая тема - полнейшее смятение умов: бедняга-посыльный из «Пекинского велосипедиста» обнаруживает, что вокруг одно воровство, и все его попытки встроиться в капиталистическую систему оканчиваются горем и насилием. В душещипательном фарсе «Отель “Счастливые времена”» компания друзей, потерявших работу, когда их цех на фабрике закрыли, посвящают себя заботе о слепой девушке, из лучших побуждений разыгрывая для неё существование некоего бизнеса. Они не в силах осознать, что сил, которые они на это тратят, с лихвой бы хватило на организацию реальной компании. И только девушка, ди-

тия 1990-х, способна отчётливо понять, что у неё хватит сил самой о себе заботиться.

Жить в эпоху перемен нелегко. Китайская молодежь 1970-х, росшая в сельской местности, трудилась в коммунах, зарабатывала трудовни, делала, что ей велели, и шла, куда ей приказывали. Жизненные потребности людей обеспечивали община и государство. Их дети в 1980-е и 1990-е росли уже в другой стране. Жизнь всё ещё была трудна, но денег было больше, а выбор намного шире. Земля ценилась, но по мере совершенствования методов её обработки рабочих рук нужно было всё меньше. Некоторые делали то, что было запрещено их родителям: продавали землю и уезжали в города в поисках работы. Миграция разрушала семьи. Открывались новые возможности, но прежние безопасные гнёздышки оказались разорены, когда многие государственные предприятия остались не у дел.

Условия работы на фабриках ужасны: зарплата низкая, смены длиннющие, безопасность труда вызывает сомнения. В конце 2001 года репортёр *BBC* поведал историю Ли Чунь Мэй, которая умерла после шестнадцатичасовой смены. Подруги по работе нашли её на полу душевой комнаты; изо рта и носа женщины сочилась кровь. А вот история про Чжу Шин Пина с лакокрасочной фабрики, чьи ступни расплавились, когда он наступил на высоковольтный провод. Такова, стало быть, цена экономического роста? Стоит ли он того?

Экономисты, в частности Пол Кругман, Мартин Вульф и Ягдиш Бхагвати, не раз пытались доказать, что китайские потогонные фабрики – лучший из возможных вариантов. Эта точка зрения не очень-то популярна. После того как *Guardian Weekly* дала рецензию на книгу Вульфа «Почему глобализация работает»*, в газету пришло письмо возмущённого читателя, который от всей души желал Вульфу самому работать на потогонной фабрике до скончания века.

Это столь же дурная реакция, как и пожелание в адрес всякого, кто носит футболку с портретом Мао, умереть голодной смертью, – но в ней меньше логики. Вульф прав, что потогонные фабрики лучше того ужаса, что был до них, и что это шаг на пути к лучшей жизни. Большой скачок Мао был скачком в ад.

Сравнение современного Китая с утопией Мао и справедливо, и уместно. Богатые и быстрорастущие страны следовали и следуют базовым заветам экономики, о которых мы говорили выше: бороться с властью дефицита и коррупцией; сглаживать побочные эффекты наших действий; увеличивать информационную прозрачность; правильно выстраивать стимулы; торговать с другими странами; и превыше всего – холить и лелеять рынки, которые в состоянии сами решить большую часть этих задач, причём одновременно. Камерунская бедность стоит жизни людям – потому что бедность убивает; а кроме того, она лишает людей самостоятельности и возможности принимать осмысленные реше-

* Martin Wolf, *Why Globalization Works* (New Haven: Yale University Press, 2004).

ния относительно своей судьбы. Индия, которая живёт лучше, чем Камерун, но намного отстала от Китая, всё ещё так бедна, что полмиллиона её граждан изуродованы проказой – заболеванием, лекарство от которого стоит не дороже кружки пива. А коммунистические Китай и Советский Союз погубили миллионы людей, и многие из них погибли из-за одних лишь экономических просчётов. Экономическая наука – не пустой звук. Разница между Камеруном, Индией или маоистским Китаем с одной стороны и США, Британией или Бельгией с другой – наглядное тому свидетельство.

.....

В конечном счёте экономика – это наука для людей, что экономисты всё никак не могут толком объяснить окружающим. А экономический рост – это лучшая жизнь для каждого из нас: больше выбора, меньше страхов, меньше тягот и лишений. Как и другие экономисты, я уверен, что потогонные фабрики лучше, чем альтернативы им, и уж точно лучше голода во времена Большого скачка или в «современной» Северной Корее. Но если бы я не верил, что потогонные фабрики – это ещё и шаг к лучшему будущему, я бы не поддерживал китайские реформы с таким пылом.

Вот почему меня очень радуют последние известия из Китая. Благополучие всё ещё распределено неравномерно, но оно постепенно перетекает от «Золотого берега» Шанхая и Шеньжэня в глубь страны. В 1978–1991 годах экономика континентальных провинций Китая росла очень быстро – на 7,7% в год. В этот период две трети китайских провинций росли быстрее любой страны мира. Но что важнее всего, люди в Китае почувствовали разницу. После многих лет низких зарплат – потому что поток рабочих-мигрантов был, казалось, неиссякаем – фабрики «Золотого берега» начинают испытывать нехватку кадров. Предприятия с иностранным капиталом платят чуть больше, и потому там меньше текучка и длиннее очереди в отдел кадров. Но повышать зарплаты и улучшать условия труда всё равно придётся, поскольку континентальные провинции наступают на пятки.

В 2003 году Ян Ли сделала то же, что и многие её соотечественницы: она покинула дом и нанялась на потогонную фабрику в дельте Жемчужной реки. Спустя месяц работы по 13 часов в сутки она решила вернуться домой и начать своё дело – открыть салон причёсок. «На фабрике была одна работа, – говорит она. – Здесь у меня спокойная жизнь». Родителям Ли довелось пережить Культурную революцию, а бабушкам и дедушкам – Большой скачок. У Ян Ли есть реальный выбор, и она живёт в стране, где этот выбор влияет на качество её жизни. Она попробовала работать на фабрике и решила, что это не для неё. А теперь она говорит: «Я могу закрыть салон, когда захочу».

Выбор Ян Ли – вот что изучает экономика.

Введение

Цитата из книги: Paul Seabright, *The Company of Strangers* (Princeton: Princeton University Press, 2004), p. 15.

Глава первая

Рассуждения Давида Рикардо об экономической ренте излагаются в книге: David Ricardo, *On the Principles of Political Economy and Taxation* (London: John Murray, 1817). Книга доступна в Интернете по адресу: <http://www.econlib.org/library/Ricardo/ricP.html>. Пример с фермерством на землях различной урожайности приводится в главе 2, разделы 2.3–2.5.

О теории Рикардо применительно к компаниям см. в: John Kay, *Foundations of Corporate Success* (Oxford: Oxford Paperbacks, 1995).

Об экономике криминального предприятия см.: Steven D. Levitt and Sudhir Alladi Venkatesh, "An economic analysis of a drug-selling gang's finances," *NBER Working Paper Series* 6592 June 1998; Thomas Schelling, *Choice and Consequence* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984), главы 7 и 8.

Себестоимость чашки кофе мастерски подсчитана в работе: Brian McManus, "Nonlinear pricing in an oligopoly market—the case of speciality coffee" (working paper, Olin School of Business, Washington University, St. Louis, MO, 2004), <http://www.olin.wustl.edu/faculty/mcmanus/coffee12-04.pdf>. Влияние высокой арендной платы на прибыль кофейных компаний объясняется в: Astrid Wentlandt, "Avoiding a coffee has-been," *Financial Times*, 2002, August 7.

Дискуссия и статистика об иммиграции и зарплатах позаимствованы из: Martin Wolf, "A Matter of More Than Economics," *Financial Times*, 2004, April 14; и George Borjas, "Economics of Migration" (working paper, Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge, MA, 2000).

Другие источники статистических данных:

Количество людей, следующих через станцию «Ватерлоо», позаимствовано из: Network Rail, <http://www.networkrailstations.co.uk/index.cfm?fuseactions=retail.statistics>.

Стоимость аренды офисов приводится по данным Insignia, опубликовано в: *The Economist*, 2002, April 20.

Данные о самых дорогих домах в мире из: *BBC Online News*, 2004, April 11, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/london/3617861.stm>.

Глава вторая

Наценку на «справедливый» кофе я подсчитал, воспользовавшись сведениями с веб-сайта Cafedirect по адресу: http://www.cafedirect.co.uk/fairtrade/gold_prices.php. Точный размер наценки зависит от текущей мировой цены. (Cafedirect гарантирует минимальную цену, так что когда мировые цены особенно низки, надбавка увеличивается.) Подробнее о рынке «справедливого» кофе см.: Tim Harford, "Fair Trade Coffee has a Commercial Blend," *Financial Times*, 2003, September 12.

Подробнее о купонах «с наценкой» у Amazon см. "Keeping the customer satisfied," *The Economist*, 2001, July 14.

Хэл Варьян всегда знает, о чём говорит, если речь идёт о ценовом таргетировании. Модель ценового таргетирования посредством периодических распродаж детально описана им в: Hal R. Varian, "A Model of Sales," *American Economic Review* 70, no. 4 (September 1980): 651–59. Учебник Варьяна *Intermediate Microeconomics* (New York: W. W. Norton, 1997) подробно освещает предмет, включая приведённую мной цитату о французских железных дорогах из работы французского экономиста XVIII века Эмиля Дюпюи (Emile Dupuit). Удивительные истории о ценовой дискриминации применительно к высокотехнологичным товарам взяты из: Hal Varian and Carl Shapiro, *Information Rules* (Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1999), p. 59.

О стоимости попкорна в кинотеатрах я узнал, прочитав книгу Steven Landsburg, *Armchair Economist* (New York: Free Press, 1993), а о стоимости вина в ресторанах – из дискуссии с моим бывшим коллегой Буллом Шёнстромом.

Глава третья

Материалов о действующем стадионе в Вашингтоне предостаточно. См., например: "Washington DC asks for private stadium funding," *Sports Illustrated*, 2004, December 23, <http://sportsillustrated.cnn.com/2004/baseball/mlb/12/23/roundup.thursday.ap/>; "Baseball's coming back to Washington," *Washington Post*, 2004, September 30, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A60095-2004Sep29.html>; Dennis Coates, "The DC Baseball Stadium Sideshow," *Washington Post*, 2004, November 7, <http://www.cato.org/dailys/11-12-04.html>.

Пример с Уиллом Чемберленом из: Robert Nozick, *Anarchy, State and Utopia* (Oxford: Basil Blackwell, 1974).

Другие источники статистических данных:

О том, что Рокфеллер был единственным человеком, платившим налог по наивысшей ставке, из: Cato Policy Analysis no. 192, <http://www.cato.org/pubs/pas/pa-192.html>.

Статистика смертей пожилых людей из-за холодов приводится в пресс-релизе *Age Concern* от 7 марта 2003 года.

Глава четвёртая

Многие данные об издержках заторов и загрязнениях в Великобритании позаимствованы из: David Maddison, David Pearce et al., *Blueprints 5: The True Costs of Road Transport* (London: Earthscan Publications, 1996).

О влиянии природоохранных налогов на различные группы населения Британии, в частности на бедняков и сельских жителей, рассказывается там же. Использована статистика из работы: Johnson et al., "The Distributional Consequences of Environmental Taxes," *Institute for Fiscal Studies Commentary* 23 (1990): 55; и S. Smith, "The Distributional Consequences of Taxes on Energy and the Carbon Content of Fuels," *European Economy Special Edition* (1992). Отдельное, более свежее исследование с упором на Лондон: Ian Crawford, *The Distributional Effects of the Proposed London Congestion Charging Scheme* (Institute for Fiscal Studies, briefing note no.

11, Oct. 2000), <http://www.ifs.org.uk/consume/gla.pdf>. Последствия таких налогов для распределения доходов в США проанализированы в: Howard Chernick and Andrew Reschovsky, "Who Pays the Gasoline Tax", *National Tax Journal* 50, no. 2 (June 1997): 233–59. Более свежие данные с теми же выводами доступны для некоторых штатов, например, Техаса, по адресу: http://www.window.state.tx.us/taxinfo/incidence/table33_66.html.

Весьма беспристрастный обзор того, как люди оценивают стоимость своей жизни, содержится в: Kip Viscusi and Joseph Aldy, *The Value of Statistical Life: A Critical Review of Market Estimates Throughout the World* (AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies, Related Publication 03-02, Jan. 2003), <http://www.aei.brookings.org/publications/abstract.php?pid=305>.

Про дома формы «верблюда» я узнал из книги: David Friedman, *Hidden Order* (New York: HarperBusiness, 1997), p. 91. История о налоге на окна позаимствована из: David Smith, *Free Lunch* (London: Profile Books, 2003), p.148.

О платных разрешениях на выбросы в США см.: Paul L. Joskow, Richard Schmalensee, and Elizabeth Bailey, "The Market for Sulfur Dioxide Emissions," *American Economic Review* 8, no. 4 (Sept. 1998): 669–85. О китайской программе см.: "A Great Leap Forward," *The Economist*, 2002, May 9. О механизме для работы на глобальном уровне см.: Peter Cramton and Suzi Kerr, "Tradeable Carbon Permit Auctions" (working paper, University of Maryland, 1998), <http://www.market-design.com/files/98wp-tradeable-carbon-permit-auctions.pdf>. Пол Клемперер, разработчик аукционов и один из героев седьмой главы, помог британскому правительству организовать стартовый аукцион по продаже квот на выбросы.

Если вы сомневаетесь, что экономисты давно и успешно исследуют экологические проблемы, то наверняка удивитесь, узнав, что один из первых защитников природы также был одним из первых и самых известных экономистов. Это Томас Мальтус, чья работа о перенаселении была опубликована в 1798 году ("An Essay on the Principle of Population", London: Murray). Лишь немногим менее знаменит экономист, чьи идеи составили основу всей главы. Это профессор экономики Кембриджского университета Артур Пизу, разработавший теорию внешних эффектов и метод экстерналистского ценообразования в своей знаменитой книге Arthur Pigou, *The Economics of Welfare* (London: Macmillan, 1920). Кое-кто может также усомниться в истинности моего утверждения, что экономисты якобы не слишком волнуются по поводу ВВП. В таком случае предлагаю вашему вниманию цитату из книги Steven Landsburg, *The Armchair Economist* (New York: Free Press, 1995, pp. 135–36), содержащую, как всегда, изящное разъяснение точки зрения большинства экономистов:

«Валовый национальный продукт – самый часто употребляемый показатель общего благосостояния экономики. Между тем у него есть очевидные недостатки. Он учитывает стоимость всех товаров и услуг, производимых в экономике, но не ценность времени, валяния на пляже... Другой недостаток в том, что увеличение выпуска товаров и услуг может быть как хорошим, так и плохим событием. Строительный бум, в результате которого возводятся тысячи желанных новых домов, – это хорошо; строительный бум, вызванный необходимостью построить тысячи домов взамен уничтоженных ураганом, – это всё равно что плыть против течения изо всех сил, только чтобы удержаться на одном месте. ВВП приравнивает одно к другому».

Другие источники статистических данных:

Число смертей в США от выбросов твёрдых частиц взято из брошюры Управления по охране окружающей среды: *Diesel Exhaust in the United States*, <http://www.epa.gov/otaq/retrofit/documents/420f03022.pdf>.

Данные о налогах, которые платят британские водители, взяты из: D. Newbery, "Fair and Efficient Pricing and the Finance of Roads", *Proceedings of the Chartered Institute of Transport* 7, no. 3, 1998 (цитируется в: G. Roth, "Road Pricing in a Free Society," *Economic Affairs*, December 1998). Данные по налогам, которые платят американские водители, взяты с веб-сайта Управления транспорта США: <http://www.fhwa.dot.gov/ohim/2000hfbt.pdf>.

Влияние лондонского сбора за въезд в центр города на интенсивность дорожного движения описывает-

ся в: "Congestion Charging Six Months On," *Transport for London*, October 2003.

Глава пятая

Классическая статья про «лимоны» и асимметрию информации: George Akerlof, "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism," *Quarterly Journal of Economics* (August 1970). Книга Акерлофа *An Economic Theorist's Book of Tales* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984) содержит многие из самых интересных его работ на тот момент – не только о «лимонах», но и, к примеру, об экономической теории кастовой системы.

Из разговора с Джоном Кеем я уяснил, что объяснение существования плохих ресторанов в «ловушках для туристов» тоньше, чем кажется. Разумеется, туристы в состоянии отличить приличное заведение от забегаловки, так же как на рынке подержанных машин покупатели отличают Ferrari от Ford. Но в обоих случаях несведущие покупатели не в состоянии отличить плохое от хорошего в пределах одной категории: есть хорошие ларьки с гамбургерами и плохие, и даже подержанный Ferrari вполне может оказаться «лимоном».

Данные о тратах на здравоохранение в различных странах взяты из: David M. Cutler, "A Guide to Health Care Reform," *Journal of Economic Perspectives* 8, no. 3 (1994): 13–29. Автор также приводит результаты опросов об удовлетворенности системами здравоохранения, первоначально опубликованные в: Karen Donelan, Robert Blendon, Cathy Schoen, Karen David, and Katherine Binns: "The Cost of Health System Change: Public Discontent in Five Nations," *Health Affairs* 18, no. 3: 206–16. Варианты ответов были такими: «В целом система работает неплохо, нужны лишь минимальные улучшения» (тех, кто ответил так, я назвал «добольными»); «кое-что хорошее в ней есть, но нужны фундаментальные улучшения»; «наша система здравоохранения так плоха, что её надо полностью переделать».

Веб-сайт Всемирной организации здравоохранения содержит обширную информацию по европейским системам здравоохранения: http://www.euro.who.int/observatory/hits/20020525_1. Отчёт ВОЗ за 2000 год даёт подробную статистику об издержках общественного и частного здравоохранения по всему миру.

Издержки американской системы здравоохранения для налогоплательщиков анализируются в работе: S. Woolhandler and D. Himmelstein, "Paying for national health insurance—and not getting it," *Health Affairs* 21 (August 2002): 88–98. Сведения об административных издержках взяты из пресс-релиза: Harvard Medical School, "New England Journal of Medicine Study Shows U.S. Health Care Paperwork Cost \$294.3 Billion in 1999 Far More Than in Canada," August 20, 2003, <http://www.hms.harvard.edu/news/releases/0820woolhimmel.html>. Уровень охвата населения американской системой здравоохранения приводится по оценке Бюро переписи населения Министерства торговли США: <http://www.census.gov/Press-Release/www/2003/cb03-154.html>.

Точку зрения RNIB на лечение дегенерации макулы см. на сайте <http://www.rnib.org.uk/campaign/agemacdegen.htm>, точку зрения NICE – на сайте <http://www.nice.org.uk/article.asp?a=37590>. В сентябре 2003 года NICE всё-таки рекомендовал этот метод в определённых обстоятельствах, но британское правительство отложило его утверждение. На момент написания книги лечение всё ещё мало кому было доступно. Я не выступаю против конкретного решения NICE, а хочу лишь показать, что методология института неминуемо приводит к решениям, сильно расстраивающим пациентов.

Про гамма-нож Лекселла см.: *Honolulu Star Bulletin*, May 25, 2001, <http://starbulletin.com/2001/05/25/news/index.html>; Steve Goetsch, San Diego Gamma Knife Center, http://www.medphysics.wisc.edu/medphys_docs/seminars/goetsch.html.htm; *Hawaii Business*, <http://www.hawaiibusiness.cc/hb72001/default.cfm?articleid=26>; *BBC Online News*, 1998, September 8, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/health/166993.stm>. Гамма-нож производится компанией Elekta (www.elekta.com).

Система здравоохранения Сингапура описывается в: T. A. Massaro and Y. Wong, *Medical Savings Accounts*:

The Singapore Experience, National Centre for Policy Analysis report, no. 203 (April 1996), <http://www.ncpa.org/studies/s203/s203.html>; R. Taylor and S. Blair, "Financing Health Care: Singapore's Innovative Approach", <http://rru.worldbank.org/PublicPolicyJournal/Summary.aspx?id=261>.

Глава шестая

Анализ соотношения эффективных рынков, которые не поощряют сбор информации, и неэффективных рынков, которые его поощряют, выполнен в: S. J. Grossman and J. E. Stiglitz, "On the Impossibility of Internationally Efficient Markets," *American Economic Review*, 70, no. 3 (June 1980): 393–408. Аналогия с очередью в супермаркете – идея Дэвида Фридмана из его книги: David Friedman, *Hidden Order* (New York: HarperBusiness, 1996), p.9.

Данная Кейнсом характеристика фондового рынка как конкурса красоты из: J. M. Keynes, *General Theory of Employment, Interest and Money* (London: Macmillan, 1967), 156. Необоснованный оптимизм Ирвинга Фишера взят из его книги: Irving Fisher, *The Stock Market Crash-and After* (New York: Macmillan, 1930).

Печальная история Тони Дая рассказана в: *Times* (London), "Dye is cast out but strategy remains," 2000, March 3; *The Guardian*, "Vindication for Dye as P&D fund wins top spot," 2000, July 20.

Самой известной книгой в поддержку изры на повышение была: James Glassman and Kevin Hassett, *Dow 36,000: The New Strategy for Profiting from the Coming Rise in the Stock Market* (New York: Times Books, 1999). Авторы защищали её в статье: "Dow 36,000 revisited," *Wall Street Journal*, 2002, August 1, доступной на: http://www.aei.org/news/filter_newsID.14128/news_detail.asp и <http://www.techcentralstation.com/120504A.html>. Предсказание, что индекс Доу-Джонса подбьет отметку в 36 000 через 3–5 лет, сделано на стр. 18 *Dow 36,000*, а экономист Бред Делонг весьма в этом сомневается: http://www.j-bradford-delong.net/movable_type/2005_archives/000025.html.

Насколько сильно преобразующее влияние «новой экономики»? Весьма скептическое мнение Роберта Гордона содержится в: Robert Gordon, "Does the 'New Economy' Measure up to the Great Inventions of the Past?" *Journal of Economic Perspectives* 4, no.14 (Fall 2000): 49–74. Довод Пола Дэвида, что должно пройти время, пока реальное экономическое влияние новой технологии станет ощутимо, лучше всего изложен в: "The Dynamo and the Computer: An Historical Perspective on the Modern Productivity Paradox," *The American Economic Review Papers and Proceedings*, May 1990, 355–61. Результаты моего проузнанного Джону Кею пари см. в: *Financial Times*, 1999, October 29, или на: http://www.johnkay.com/articles/search.php?action=view&doc_id=127&date=&title=&topic=.

Хотя в целом я не сторонник идеи, что интернет-компании получают преимущество просто потому, что выходят на рынок первыми, всё же, на мой взгляд, есть одно важное исключение. Сайты онлайн-аукционов, сводящие покупателей и продавцов всех мыслимых товаров, обладают таким преимуществом. Продавцы хотят быть там, где есть покупатели, и наоборот. Того, кто первый сведёт их друг с другом, будет очень непросто потеснить, даже при наличии технологии более высокого уровня. Аукционный сайт eBay удерживает доминирующую позицию в США как раз по этой причине. А вот в Японии eBay появилась слишком поздно и была побита аукционным сервисом Yahoo!. (См. интервью с Мег Уитман из eBay в: *Business Week*, 2002, October 2.)

Другие источники статистических данных:

Сведения о курсе акций Amazon взяты с веб-сайта компании по связям с инвесторами; прочая информация – из годового отчёта за 2003 год. Сведения об убытках от интернет-пиратства из: "Rock profits and boogie woogie blues," *BBC Online News*, 2004, May 2, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/3622285.stm>. Данные Роберта Шиллера доступны на его домашней странице: <http://aida.econ.yale.edu/~shiller/>.

Глава седьмая

Подробнее о фон Неймане и использовании теории игр в холодной войне см. William Poundstone, *Prisoner's Dilemma* (New York: Doubleday, 1992). Анализ моделей покера, выполненный Эмилем Борелем, фон Нейманом, Джоном Нэшем и Ллойдом Шапли, см. в главе 12 учебника: Ken Binmore *Fun and Games* (Lexington: D.C. Heath, 1992). Этот тот самый Кен Бинмор, который позднее возглавил группу разработчиков британского аукциона.

Американские частотные аукционы с большим знанием дела обсуждаются в: John McMillan, "Selling Spectrum Rights," *Journal of Economic Perspectives* 8, no. 3 (Summer 1994): 145–62. Также см.: "Analysing the Airwaves Auction," *Journal of Economic Perspectives* 10, no. 1 (Winter 1996): 159–75. Мак-Миллан также пишет об уроках, которые можно вынести из ошибок Австралии и Новой Зеландии. Теория сговора разъясняется в: *The Economist*, "Economics Brief," 1997, May 17. Не все экономисты уверены, что это был результат сговора. Возможно, это было следствие паразитической переоценки выгоды лицензий.

Команда разработчиков британского аукциона была сформирована усилиями Центра экономических знаний и социальной эволюции (ELSE) при Совете по экономическим и социальным исследованиям (ESRC). Рабочие материалы и прессу того времени см. на: www.paulklempere.org и <http://else.econ.ucl.ac.uk/research/spectrum.shtml>. Работа Paul Klemperer, *Auctions: Theory and Practice* (Princeton: Princeton University Press, 2004), особенно часть 6, содержит большое количество материала по аукционам на продажу частот. Книга содержит (стр. 187) прогнозы аналитиков насчёт выручки аукциона (£2–5 млрд); аукцион выручил в пять раз больше максимального прогноза. Она также содержит аргументы Клемперера в защиту аукционов (стр. 207), впервые опубликованные в: "The Wrong Culprit for Telecom Trouble," *Financial Times*, 2002, November 26. Классическая работа Уильяма Викри по аукционам: William Vickrey, "Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders," *Journal of Finance* 16 (March 1961): 8–37.

Работа Булова и Клемперера о преимуществах аукционов перед прочими формами переговоров: Jeremy Bulow and Paul Klemperer, "Auctions vs. Negotiations," *American Economic Review* (March 1996): 180–94. Также доступна на: www.paulklempere.org. История британского аукциона всё ещё доступна на сайте: <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/spectrumauctions/3gindex.htm>.

Глава восьмая

Уровень коррупции в Камеруне по оценке Transparency International на сайте: <http://www.transparency.org>. Знаменитое высказывание Роберта Лукаса о важности экономического роста взято из: Robert Lucas, "On the Mechanics of Economic Development" *Journal of Monetary Economics*, 1988.

О легитимности процесса выборов в Камеруне можно спорить. На последних к моменту разговора с Сэмом выборах 1997 года, которые бойкотировались оппозицией, Биля получил 93% голосов.

В октябре 2004 года, после моей поездки в Камерун, Биля выиграл очередные выборы с 75% голосов. Многие наблюдатели сочли выборы относительно справедливыми (см.: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/africa/3746686.stm>). Репортеры BBC были настроены скептически; по их сведениям, многие люди не знали о выборах или не голосовали, думая, что их голос всё равно не учтут. BBC сообщала об отсутствии очередей на избирательных участках, несмотря на официальные сообщения о высокой явке. Число зарегистрированных избирателей составило всего 4 млн, хотя число жителей, достигших соответствующего возраста, – 8 млн. См.: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/africa/3732512.stm>. Мои собственные пессимистические представления о качестве демократии в Камеруне сформировались под влиянием бесед с камерунскими гражданами, которые, как и Сэм, уверены, что результаты выборов были сфальсифицированы.

Теории Манкура Олсона подробно изложены в его книге: Mancur Olson, *Power and Prosperity* (New York:

Basic Books, 2000). Результаты замеров волокиты Всемирным банком ежегодно публикуются в: "Doing Business", <http://rru.worldbank.org/DoingBusiness/>.

Всё, что вы хотели узнать про дамбы в Непале, можно найти в работе: Elinor Ostrom, "Incentives, Rules of the Game, and Development" (Annual Bank Conference of Development Economics, World Bank, May 1995). На момент написания этой книги в Непале шла гражданская война, так что у чиновников были и другие причины не покидать Катманду. Во время исследования Остром они не делали этого не в силу опасности, а из-за скуки. Алан Гелд из Всемирного банка снабдил меня поразительными сравнительными данными, показывающими, насколько невелика экономика многих африканских стран.

Другие источники статистических данных:

Выгоды Южной Кореи от иностранных инвестиций из работы: Bohn-Young Koo, "New Forms of Foreign Direct Investment in Korea," (Korean Development Institute, working paper no. 82-02, June 1982).

Камерунские торговые барьеры – из: *World Development Indicators 2001*, 336.
http://www.worldbank.org/data/wdi2001/pdfs/tab6_6.pdf.

Глава девятая

На тему глобализации и торговли в последние годы написан ряд прекрасных книг. Многие мысли и статистические данные для этой главы взяты из: Martin Wolf, *Why Globalization Works* (New Haven: Yale University Press, 2004); Philippe Legrain, *Open World* (London: Abacus, 2002); Douglas Irwin, *Free Trade Under Fire* (Princeton: Princeton University Press, 2002); Jagdish Bhagwati, *Free Trade Today* (Princeton: Princeton University Press, 2002). Книга David Friedman, *Hidden Order* (New York: HarperCollins, 1996, pp. 65–77) содержит превосходную главу про теорию торговли.

Рассуждения Э. Уилсона про гомогенизацию взяты из книги, блестящим образом демонстрирующей его сравнительное преимущество: E. O. Wilson, *Consilience—The Unity of Knowledge* (London: Abacus, 2003), p. 304.

Оригинальная работа, доказывающая, что импортная пошлина равносильна экспортной пошлине: Abba P. Lerner, "The Symmetry Between Import and Export Taxes," *Economica* 3 (August 1936): 306–13.

Я отхожу стороной разговор о миграции, потоках капитала и переносе технологий. На эту тему см.: Wolf, *Why Globalization Works* или выступление Стэнли Фишера перед Американской экономической ассоциацией 3 января 2003 года: Stanley Fischer, "Globalization and its challenges", <http://www.iie.com/fischer/pdf/fischer011903.pdf>.

Мнение Ванданы Шивы относительно экологического апартхеида взято из: "On the edge: living with Global Capitalism," Will Hutton and Anthony Giddens, eds. (цитируется в книге: Philippe Legrain, *Open World*, London: Abacus, 2002).

Статистика о «чистоте» иностранных инвестиций США приводится по данным Бюро переписи населения США и Р. Репетто и Дж. Альбрехта (R. Repetto and J. Albrecht). Оба источника процитированы по: Legrain, *Open World*, график 9.1. взят из статьи: D. Wheeler, "Racing to the Bottom: Foreign Investment and Air Pollution in Developing Countries," *Journal of Environment and Development* 10, no. 3: 225–45. Цитируется по: Dasgupta et al., "Confronting the Environmental Kuznets Curve," *Journal of Economic Perspectives* 16, no. 1 (Winter 2001): 147–68.

О сельскохозяйственных субсидиях см. Martin Wolf, "Weeding Out Subsidies," *Financial Times*, 2002, November 5; Douglas Irwin, *Free Trade Under Fire*, pp. 61–62. История Джоны Перетти из: Jonah Peretti, "My Nike Media Adventure," *The Nation*, 2001, March 22, <http://www.thenation.com/doc.mhtml?i=20010409&s=peretti>.

Пример с «Дымящейся горой» из: Paul Krugman, "In Praise of Cheap Labor," *Slate*, 1997, March 20, <http://web.mit.edu/krugman/www/smokey.html>.

Новость про оползень из: *The Economist*, 2000, July 13.

Уильям Грейдер объясняет причины своей поддержки нью-йоркских правил относительно импортной одежды в: "No to Global Sweatshops," *The Nation*, 2001, April 19, <http://www.thenation.com/doc.html?i=20010507&s=greider>. Дуглас Ирвин и Филипп Лезран, напротив, приводят неплохие доводы и данные в пользу того, что транснациональные корпорации платят больше и обеспечивают лучшие условия труда, чем местные фирмы.

Объяснение роли торговых ограничений в стабильности режима Токугава приводится в: Janet E. Hunter, *The Emergence of Modern Japan* (London: Longman, 1989), pp. 4–7. Эта проблема исследована во всей полноте в: Douglas Irwin, *Free Trade Under Fire*, глава 5.

BBC подробно освещала судьбу бедных кофейных фермеров:
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/1493104.stm> ("Coffee Farmers Switch to Drugs," 2001, August 15);
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/1333204.stm> ("Coffee Farmers Face Destitution," 2001, May 16);
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/1488758.stm> ("The Cappuccino Trail," 2001, August 16);
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/1608356.stm> ("Coffee Cartel Shuts Up Shop," 2001, October 19).

Другие источники статистических данных:

Исчезновение и создание рабочих мест в США: Bureau of Labour Statistics, 2004.

О выплатах зерцозу Вестминстерскому из: "Oxfam calls for EU reform", *BBC Online News*, 2005, March 23, http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/4374655.stm.

Различные оценки вывоза торговли из: Douglas Irwin, *Free Trade Under Fire*, pp. 30–48.

Данные о торговых барьерах из: *World Development Indicators 2001*, p.336, http://www.worldbank.org/data/wdi2001/pdfs/tab6_6.pdf.

Прочая торговая статистика из: *World Trade Overview 2000* (World Trade Organization, 2001).

Глава десятая

Последствия Большого скачка обсуждаются в: J. M. Roberts, *Penguin History of the World* (London: Penguin, 1995), p.1013. Подробнее также см.: Jonathan Glover, *Humanity: A Moral History of the 20th Century* (New Haven: Yale University Press, 1999).

О великом эксперименте Хрущёва см. в: John Kay, *The Truth about Markets* (London: Allen Lane, Penguin Press, 2003), p. 88.

Прекрасный анализ реформ Дэна содержится в: *Journal of Economic Perspectives* 8, no 2 (Spring 1994). См., в частности, статьи: Dwight Perkins, "Completing China's move to the market"; Shahid Yusuf, "China's Macroeconomic performance and management during transition"; Gary Jefferson and Thomas Rawski, "Enterprise reform in Chinese industry." Прочие достойные работы по теме: Barry Naughton, *Growing Out of the Plan* (Cambridge: Cambridge University Press, 1995); Justin Yifu Lin, "Rural reforms and agricultural growth in China," *American Economic Review* 82, no 1 (March 1992); Robert F. Dernberger, "The People's Republic of China at 50: The Economy," в: *The People's Republic of China After 50 Years*, ed. Richard Louis Edmonds (New York: Oxford University Press, 1999).

Свежие данные по Китаю из: Martin Wolf, "Asia's Awakening," *Financial Times*, 2003, September 21; David Hale and Lyric Hughes Hale, "China takes off," *Foreign Affairs* 86, no 6 (Nov/Dec 2003).

Высказывание Яздиша Бхазвати об экономической политике Индии из: "Review of Sachs–Varshney–Bajpai and Lal," *Times Literary Supplement*, January 2000. Доступно на: http://www.columbia.edu/~jb38/TLS_SV.pdf.

О том, что проказу можно вылечить по цене кружки пива: Charles Wheelan, *Naked Economics* (New York: W.W. Norton, 2002).

О культе личности Мао см.: Richard McGregor, "Mao and Forever," *Financial Times Magazine*, 2004, August 14.

Репортажи Люси Эш об ужасных условиях труда: "Inside China's Sweatshops," *BBC Online News*, 2002, July 20, http://news.bbc.co.uk/1/hi/programmes/from_our_own_correspondent/2139401.stm.

Выбор Ян Ли описан в: Alexandra Harney, "Migrant workers shun long hours and low pay," *Financial Times*, 2004, November 2.

Другие источники статистических данных:

Статистика о темпах роста экономики Китая и её размере относительно других стран, в частности Камеруна и Бельгии, из: *World Development Indicators 2002*.

Данные о преобразованиях в экономике Южной Кореи из: Anne Krueger, "Institutions of the New Private Sector," в: *The Emergence of Market Economies in Eastern Europe*, eds. Christopher Clague and Gordon Rausser (Cambridge, MA: Blackwell, 1992). Цитируемся по: Mancur Olson, *Power and Prosperity* (New York: Basic Books, 2003).