

# ГОЛАЯ ЭКОНОМИКА

РАЗОБЛАЧЕНИЕ УНЫЛОЙ НАУКИ



ЧАРЛЬЗ УИЛАН

Naked Economics: Undressing  
the Dismal Science  
Charles Wheelan

МИОО

МИФ Научпоп

Чарльз Уилан

**Голая экономика.  
Разоблачение унылой науки**

«Манн, Иванов и Фербер»

2002, 2010

УДК 330.01  
ББК 65.01

**Уилан Ч.**

Голая экономика. Разоблачение унылой науки / Ч. Уилан —  
«Манн, Иванов и Фербер», 2002, 2010 — (МИФ Научпоп)

ISBN 978-5-00-195443-9

Интересная и остроумная книга по экономике. Чарльз Уилан, автор бестселлера «Голая статистика», – мастер превращать скучное в интересное, а непонятное – в доступное. Такой трюк он проделал и с экономической наукой, обойдясь без заумных графиков и уравнений. Вы когда-нибудь задавались вопросами: – Останутся ли торговые центры в 2050 году? – Какие экономические выгоды обеспечивают курильщики некурящим? – Нет ли рационального зерна в протестах антиглобалистов? И сколько бы выиграли развитые и развивающиеся страны от не такой сильной экономической интеграции? – Когда рынок начнет решать социальные проблемы? Уилан предельно доходчиво рассказывает о том, как устроена экономика, как она работает и как мы ощущаем это на себе. Для кого эта книга Для всех, кто интересуется экономикой и мечтает разобраться в ней.

УДК 330.01  
ББК 65.01

ISBN 978-5-00-195443-9

© Уилан Ч., 2002, 2010  
© Манн, Иванов и Фербер, 2002, 2010

# Содержание

Предисловие	6
Введение	10
1. Мощь рынков: кто кормит Париж?	16
Конец ознакомительного фрагмента.	30

# **Чарльз Уилан**

## **Голая экономика.**

### **Разоблачение унылой науки**

*Издано с разрешения Charles Wheelan c/o Janklow and Nesbit Associates и литературного агентства Prava I Prevodi*

Книга рекомендована к изданию Еленой Катасоновой

По изданию: Уилан Ч. Голая экономика. Разоблачение унылой науки. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

© Naked Economics © 2002, 2010 by Charles Wheelan

© Burton G. Malkiel, Foreword, 2002

© Издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2022

\* \* \*

*Посвящается Ли*

## Предисловие

Бытует мнение, что британский писатель, публицист, историк и философ шотландского происхождения Томас Карлейль более века назад назвал экономику «унылой наукой» – на том основании, что эта наука скучная, нудная, туманная и полна фраз вроде «с одной стороны, так, а с другой...». А Гарри Трумэн, по словам современников, говорил, что ему хотелось бы иметь «одноруких экономистов», чтобы избегать двусмысленности и разночтений. На самом деле Карлейль имел в виду нечто совсем другое. Он обращал наше внимание на то, что людям всегда чего-то не хватает – что им приходится постоянно делать выбор между конкурирующими потребностями, между вареньем сегодня и вареньем завтра, равно как между конфликтующими ценностями и целями. И самое главное – угрюмый шотландец напоминал нам о том, что все в мире имеет свою цену и ничто не дается без труда и жертв.

С этим действительно не поспоришь; многие считают экономику унылой наукой, а экономистов в общепринятом смысле унылыми, то есть на редкость скучными людьми. Вот лишь одно из определений: «Экономист – это человек, который отлично управляет с цифрами, однако его человеческие качества не позволяют ему работать бухгалтером». Таким отнюдь не позитивным имиджем экономисты в значительной степени обязаны своей склонности к туманным письменным формулировкам, использованию зачастую никому, кроме них, не понятных диаграмм и чрезмерной любви к цифрам и вычислениям. А еще они часто отказываются признавать, что чего-то не знают.

Как получилось, что экономика стала темой для множества шуток и анекдотов и почему студенты, начинающие изучать ее основы, нередко ходят совершенно ошалевшими, с остекленевшим взглядом? Я думаю, это объясняется лишь тем, что экономисты, как правило, не слишком хорошо выражают свои мысли в письменном виде, а большинство экономических трудов излишне полагаются на алгебраические выкладки и сложные диаграммы. Вдобавок очень немногие специалисты в этой области способны донести до читателя потрясающую увлекательность экономического анализа или передать его значимость в повседневной жизни людей. Книга Чарльза Уилана в корне меняет эту безрадостную ситуацию. У автора истинный дар – прямо противоположный дару царя Мидаса, – прикоснувшись к золоту, он смог бы вдохнуть в него в жизнь.

Эта книга действительно уникальна. В ней вы не найдете ни сложных уравнений, ни заумных терминов, ни непостижимых диаграмм. Хотя многие экономические идеи базируются именно на уравнениях и диаграммах, Уилан наглядно демонстрирует, что их вполне можно заменить простым человеческим языком. Он сводит экономику к сути, показывает, что словосочетание «экономист, который понятно мыслит», вовсе не оксюморон<sup>1</sup>.

Эта книга покажет вам, что критика, столь щедро сыплющаяся на экономистов, довольно часто ими не заслужена. Экономический анализ действительно чрезвычайно сложный и запутанный – во многих случаях гораздо более сложный, чем анализ в естественных науках, которые весьма элегантно объясняют простые, ограниченные системы, такие, например, как вращение планет вокруг Солнца или электронов вокруг атома. Но даже в естественнонаучном мире зачастую чрезвычайно сложно найти объяснения и полностью постичь природные явления. Наглядный пример – прогноз погоды. Несмотря на сложнейшие спутниковые синоптические наблюдения и не менее сложные модели прогнозирования погоды, метеорологи зачастую не могут предложить нам ничего лучше наивнейшей трактовки вроде «завтра ожидается такая же погода, как сегодня». Понятно, что инерционная модель данного типа не способна учесть

---

<sup>1</sup> Оксюморон, или оксиморон (от греческого *οξύμωρον* – остроумно-глупое), – художественный оборот, состоящий из сочетания подчеркнуто резко контрастных, противоречивых, исключающих друг друга понятий. *Прим. ред.*

никаких критических и поворотных точек, зато она позволяет синоптикам кое-как сохранять лицо. А в сравнении с точностью долгосрочных предсказаний, скажем, относительно глобального потепления, экономические прогнозы наверняка намного точнее.

Экономическая наука сложнее естественных дисциплин, потому что ее ученые, как правило, не имеют возможности проводить контролируемые лабораторные эксперименты, а также потому что люди далеко не всегда ведут себя предсказуемо. В последние годы большую популярность приобрело абсолютно новое направление в науке – поведенческая экономика, объединившая в себе знания и идеи психологов и экономистов. Однако мы и по сей день не можем даже с минимальной точностью предсказывать поведение отдельных людей. Впрочем, следует признать, тот факт, что мы далеки от понимания всего, отнюдь не означает, что мы не понимаем ничего. Например, мы знаем, что на поведение людей сильно влияют стимулы. Нам известно, что существует огромное множество логических закономерностей и что люди постоянно и с удовольствием накапливают знания и опыт. Мы знаем, что каждая продажа предполагает покупку и что люди редко упускают очевидные возможности получения прибыли – именно эта идея лежит в основе теории исключительной эффективности фондовых рынков.

При всей неточности экономической науки она, безусловно, оказывает мощное непосредственное влияние на нашу жизнь и играет решающую роль в государственной политике. Экономисты участвуют в деятельности буквально всех ветвей власти. Задачи содействия экономическому росту и высокому уровню занятости населения при одновременном избегании инфляции уже давно считаются прерогативой экономистов государственных учреждений. Может, помните, каким был самый успешный лозунг во время избирательной кампании Билла Клинтона в 1992 году? «Все дело в экономике, дурачок!» Стимулирование конкуренции и сдерживание монополий (министерство юстиции), борьба с загрязнением окружающей среды (управление по охране окружающей среды) и обеспечение граждан медицинскими услугами (министерство здравоохранения и социального обеспечения) – все это примеры основных направлений деятельности разных правительственных департаментов с критически важными экономическими компонентами. И в самом деле, довольно трудно назвать какое-либо более-менее важное политическое решение, касающееся социальной или налоговой сферы, расходов, международных отношений, сельского хозяйства или национальной безопасности, которое не вело бы к тем или иным экономическим последствиям. И как бы скептически ни были настроены политики по отношению к способности экономистов решать подобные проблемы, их советы никто не игнорирует. Неслучайно английский экономист Джон Мейнард Кейнс писал: «Люди дела, считающие себя абсолютно неподверженными каким-либо влияниям интеллектуалов, как правило, являются рабами того или иного экономиста прошлого. Облеченные властью безумцы, которые якобы слышат некие голоса, на самом деле черпают свое безумие из сочинений какого-нибудь академического писаки, намаранных несколькими годами ранее».

Влияние экономистов широко распространено также в финансовых и бизнес-кругах. Питер Линч, бывший менеджер взаимного фонда Magellan Fidelity, однажды заявил, что если вы четырнадцать минут общались с экономистом, можете считать, что двенадцать из них потрачены впустую. В связи с этим тот факт, что сегодня инвестиционная эффективность профессиональных менеджеров взаимных фондов сплошь да рядом оценивается на основе методов, разработанных финансовыми экономистами, безусловно, стоит считать иронией. Больше того, современные экономисты влияют на бесчисленное множество других бизнес-решений. Они прогнозируют спрос на продукты столь непохожих друг на друга компаний, как General Motors и Procter & Gamble. Много их работает в консалтинговых фирмах, занимающихся решением самых разных бизнес-задач, от стратегического планирования до управления товарно-материальными запасами. Они помогают инвестиционным фирмам компоновать портфели ценных бумаг на основе анализа ожидаемой доходности и риска. Они консультируют

главных финансовых директоров корпораций по вопросам распределения дивидендов и влияния задолженности фирм на цену их обыкновенных акций. Трейдеры, работающие по опционам на площадках главных опционных бирж наших финансовых рынков, пользуются портативными компьютерами, запрограммированными с применением экономической модели, которая подсказывает им цены для двойных опционов. Словом, с этим не поспоришь: экономический анализ чрезвычайно полезен и для инвесторов, и для производителей, и для тех, кто определяет государственную политику.

Да и обычные потребители сегодня уже понимают, что экономика позволяет увидеть в более ясном свете очень многие бытовые проблемы, часто ставящие их в тупик. Почему людям так трудно выбрать медицинскую страховку? Почему мы останавливаемся на трассе у ресторана McDonald's, хотя многие другие сети быстрого обслуживания предлагают гамбургеры повкуснее? Почему множество выпускников школ подают заявления в «престижные» колледжи, хотя другие учебные заведения предлагают не менее качественное образование по более низким ценам? Вы когда-нибудь задавались вопросом, какое отношение к повседневной жизни имеют такие довольно известные термины, как «неблагоприятный отбор», «общественное благо» и «дилемма заключенного»? Так вот, все это и еще многое другое обсуждается в этой восхитительной книге.

Говорят, если задать десяти экономистам один и тот же вопрос, получишь десять разных ответов. Но я готов держать пари, что если бы вы спросили десять экономистов о причинах вечной нехватки такси и квартир в Нью-Йорке, все десять ответили бы, что предложение этих продуктов и услуг лимитируется количеством лицензий и регулированием арендной платы. Безусловно, найдется еще великое множество вопросов, в которых экономисты проявляют такое же полное единодушие. Например, подавляющее большинство этих специалистов убеждены, что свободная международная торговля способна существенно повысить жизненный уровень торгующей страны и что таможенные тарифы и квоты на импорт снижают общее благосостояние населения. Они в целом согласны с тем, что жесткое регулирование арендной платы ведет к уменьшению количества и качества предлагаемого жилья. В свое время они были практически единодушны, прогнозируя, что ужасная трагедия 11 сентября 2001 года приведет к снижению экономической активности. Мой личный опыт в сфере государственного управления также позволяет мне сделать вывод, что во взглядах экономистов (даже из разных политических партий) гораздо меньше разногласий, нежели в убеждениях экономистов и представителей других областей знаний. Экономисты-республиканцы и экономисты-демократы одинаково смотрят на большинство проблем и вопросов. Двухпартийное большинство этих специалистов с большой степенью вероятности объединится против двухпартийной коалиции политиков.

С моей точки зрения, это объясняется прежде всего тем, что экономисты имеют уникальный взгляд на мир и так же подходят к решению проблем. Мыслить как экономист значит объединять дедуктивные цепочки с упрощенными моделями, такими, например, как модель спроса и предложения; это значит искать и находить компромиссы в контексте ограничений; это значит оценивать затраты на один вариант выбора с учетом упущенных выгод альтернативного варианта. Это также предполагает наличие четкой цели относительно эффективности, которая формулируется так: извлечь максимальную выгоду из ограниченных ресурсов. Это требует подхода на основе предельной полезности или поэтапных решений. Экономист задается вопросом, сколько дополнительных выгод можно извлечь за счет определенных дополнительных расходов. Его методика предполагает признание того, что существует множество разнообразных способов применения ресурсов и что для достижения желаемых результатов замену можно произвести из разных ресурсов. И наконец, экономист склонен считать, что уровень благосостояния общества повышается благодаря тому, что людям разрешено делать собственный выбор, и убежден, что особенно эффективными механизмами, позволяющими человеку делать такой выбор, являются конкурентные рынки. И хотя любые экономические задачи



предполагают наличие нормативных ограничений и факторов (которые определяют, как все должно быть), мыслить как экономист означает использовать аналитический подход, который обычно отвлечен от «ценностных» аспектов или как минимум преуменьшает их значимость.

Эта прекрасная книга – одновременно точно сбалансированная и на редкость всеобъемлющая. В ней признаются выгоды и преимущества свободного рынка в улучшении нашей жизни и весьма убедительно показывается, почему командно-административные экономики в конечном счете не способны повысить уровень жизни своих граждан. В то же время в ней признается важная роль государства в создании нормативно-правовой базы, которая делает возможным функционирование рынков и обеспечивает население бюджетными благами. В ней также подчеркивается огромная роль правительства в исправлении тех негативных ситуаций, когда свободный рынок приводит к появлению так называемых экстерналий – нежелательных внешних последствий экономической деятельности (например, к загрязнению окружающей среды) или когда частные рынки оказываются неспособными произвести какие-либо продукты, необходимые для граждан страны.

Вы когда-нибудь задумывались, почему производители ангорской шерсти на протяжении десятилетий получали от федерального правительства очень неплохую субсидию? Чарльз Уилан объяснит вам, как политика и экономика могут привести к подобным результатам. Вам интересно, почему Бена Бернанке часто называют вторым по влиятельности человеком в США? Уилан раскроет тайну эффекта, оказываемого денежно-кредитной политикой на экономическую активность. Вы когда-нибудь ловили себя на том, что никак не можете до конца понять смысл финальной сцены фильма «Поменяться местами»<sup>2</sup> – ну той, в которой плохих парней прогоняют с товарного фьючерсного рынка? Уилан максимально доступно разъясняет теорию спроса и предложения. Вас когда-нибудь мучил вопрос, нет ли рационального зерна в протестах антиглобалистов и не правы ли они в том, что народы развитых или развивающихся стран, возможно, выиграли бы от менее мощной экономической интеграции? Уилан предельно полно и на удивление доходчиво расскажет и об этом. Читая в газетах о жарких дебатах по поводу текущих экономических проблем, не приходилось ли вам недоумевать и поражаться жуткой какофонии мнений и аргументов, высказываемых спорщиками? Уилан проведет детальный разбор специальных терминов, разложит по полочкам политические аспекты разных доводов и доберется до самой сути каждой из этих проблем. И, делая все это, он с успехом превратит скучную и унылую науку в живое переплетение экономики и политики, да еще и вплетет их в ткань дискурса национальной политики.

Чарльз Уилан написал восхитительно доступное и интересное пособие для повышения экономической грамотности. Углубляясь в самую суть экономики, он делает читателя более информированным гражданином, способным намного лучше понимать основные проблемы современной экономики. Автор показывает, что экономику можно объяснить и без заумных графиков, диаграмм и уравнений. Он демонстрирует, что экономический анализ бывает невероятно захватывающим. Его книга непременно станет полезным дополнением к основному учебному курсу экономики в колледжах и средней школе. И что еще важнее, она и сама по себе может послужить отличным инструментом для введения в эту область знаний и наверняка изменит мнение тех, кто раньше наотрез отказывался изучать экономику из-за убеждения, что эта наука невероятно сложна и невыносимо скучна. Я, признаться, и сам не раз подумывал о том, чтобы написать такое пособие по основам экономики, но мне постоянно мешали другие проекты. Но если бы все-таки я его написал, мне бы хотелось, чтобы у меня получилась именно такая книга, как та, которую вы держите в руках.

*Бертон Малкиел*

---

<sup>2</sup> Комедийный фильм о превратностях судьбы, представляющий собой современную экранизацию бессмертного сюжета о принце и нищем. *Прим. ред.*

## Введение

Уверен, эта сцена знакома многим. Студент выпускного курса крупного американского университета стоит в огромной аудитории у доски, рисуя на ней графики и уравнения. Может быть, он говорит на превосходном английском, а может, его английский не идеален. Предмет сухой и сложный, много математики. Идет экзамен, и студента могут попросить, скажем, вывести кривую спроса или найти производную функцию совокупных расходов. Учебный курс называется «Экономика 101».

Студентов на этом экзамене крайне редко спрашивают, хоть и могли бы, почему базовые экономические законы предрекали неизбежность распада СССР (распределение ресурсов при отсутствии системы ценообразования в долгосрочной перспективе оказалось поистине непосильной задачей для государства), какие экономические выгоды обеспечивают курильщики некурящим людям (они раньше умирают, и остальные могут рассчитывать на большие социальные и пенсионные выплаты) или почему щедрые пособия по уходу за новорожденным в реальности вредны для женщин (из-за них работодатели нередко дискриминируют молодых соискательниц вакансий).

Некоторые студенты изучают экономику достаточно долго, чтобы понять и по достоинству оценить «общую картину», но подавляющее большинство до этого момента, к сожалению, «не доживают». В сущности, по-настоящему яркие и любознательные ребята на этих занятиях особенно мучаются и скучают и по завершении базового курса «Экономика 101» с нескрываемым наслаждением прощаются с этой наукой навсегда. Экономику часто валят в одну кучу с высшей математикой и химией – сложными и сухими дисциплинами, требующими запоминания огромных массивов данных и очень мало применимыми в реальной жизни. Понятно, почему многие наиболее перспективные студенты бегут от курса экономики как черт от ладана. К огромному сожалению, сразу по двум причинам.

Во-первых, эти любознательные и умные ребята добровольно отказываются от предмета поистине провокационного, чрезвычайно интересного и имеющего большое значение практически для любого аспекта повседневной жизни общества. Экономика способна объяснить невероятно широкий спектр проблем, начиная с донорства органов и заканчивая политикой равных возможностей. Эта дисциплина порой на редкость интуитивна, а порой потрясюще нелогична и парадоксальна. К развитию экономической науки приложили руку многие великие мыслители. Некоторые из них, такие как Адам Смит и Милтон Фридман, известны любому образованному человеку; другие, например, Гэри Беккер и Джордж Акерлоф, пока не пользуются за пределами научных кругов бесспорно заслуженной ими славой. К сожалению, многих людей, которые с огромным удовольствием прочтут книгу о Гражданской войне или биографию Сэмюэла Джонсона<sup>3</sup>, отпугивает тема, которая должна и может быть доступной и увлекательной.

Во-вторых, следует с прискорбием признать, что многие из умнейших наших граждан экономически безграмотны. Средства массовой информации очень часто пишут о блестящем экономисте, влиятельном Бене Бернанке, сыгравшем решающую роль в правильной реакции правительства США на глобальный финансовый кризис. Но сколько американцев способны объяснить, чем занимается этот человек? Кстати, даже многим нашим политическим лидерам стоило бы пройти курс «Экономика 101», хотя бы частично. Почти во всех политических дискуссиях слышишь, как один или даже несколько кандидатов заявляют что-то вроде того, что аутсорсинг и глобализация «крадут» рабочие места американцев, делая нашу нацию беднее и

---

<sup>3</sup> Уильям Сэмюэл Джонсон (1727–1819) – американский государственный деятель, участвовавший в подписании Конституции США. *Прим. ред.*

повышая вероятность потери работы. Конечно, международная торговля, как и любой другой вид рыночной конкуренции, действительно приводит к появлению определенного числа проигравших. Однако идея, якобы она негативно сказывается на благосостоянии нашего общества в целом, очень далека от истины. По сути, подобные заявления в экономике равнозначны предостережению о том, что ВМС США рискуют доплыть до края света. На моем веку самое красочное утверждение такого рода принадлежит Россу Перо, изворотливому независимому кандидату на выборах 1992 года (основными кандидатами тогда были Билл Клинтон и Джордж Буш). Во время президентских дебатов господин Перо решительно заявил, что Североамериканское соглашение о свободной торговле<sup>4</sup> приведет к «оглушительному причмокиванию» – так он образно описал негативный эффект быстрого «перетекания» рабочих мест из США в Мексику. Броская фраза многим запомнилась, но прогноз не оправдался. Ничего подобного не произошло.

На наше счастье, избирательная кампания Перо оказалась, как мог бы выразиться этот большой любитель метафор, неохотничьей собакой. Впрочем, это вовсе не значит, что все мировые лидеры, которых в итоге избирали на высокие посты, обладали глубоким пониманием основ экономики. Так, в 2000 году французское правительство реализовало программу по преодолению хронических двузначных темпов роста безработицы, которая базировалась на политике, совершенно для этого не годной, хоть на первый взгляд и казавшейся весьма удачной (тут уместно вспомнить мудрую поговорку «не все то золото, что блестит»). Возглавляемое социалистами правительство сократило максимальную продолжительность рабочей недели с тридцати девяти часов до тридцати пяти; предполагалось, что если все работающие люди будут трудиться меньше часов, рабочее время освободится, что позволит занять некоторое число безработных. И вроде бы в этом решении действительно было нечто привлекательное, но это было сродни применению пиявок в целях выведения токсинов из организма. К сожалению, в долгосрочной перспективе и пиявки, и сокращенная рабочая неделя приносят больше вреда, чем пользы.

Политика французов базировалась на ошибочной предпосылке, что количество рабочих мест в экономике фиксировано, следовательно, его необходимо нормировать. А это полная чепуха! За последние тридцать лет благодаря появлению интернета американская экономика создала миллионы новых рабочих мест, которых в 1980 году не только не существовало, но и никто даже не мог себе представить, – причем без каких-либо усилий правительства, нацеленных на то, чтобы поделить рабочие часы «по справедливости».

В 2008 году французское правительство, возглавляемое Николя Саркози, приняло закон, позволяющий компаниям и работникам договариваться об увеличении тридцатипятичасовой рабочей недели. Такое решение было принято в значительной степени потому, что политика сокращения проблему безработицы явно не решила. Впрочем, ни один здравомыслящий экономист никогда и не думал, что такое возможно, однако политики (и люди, которые их избирают) далеко не всегда готовы прислушаться к советам специалистов.

Вышесказанное отнюдь не означает, что у США нет экономических проблем. Антиглобалисты впервые вышли на улицы Сиэтла в далеком 1999 году; люди били окна и переворачивали машины, протестуя против деятельности Всемирной торговой организации. Были ли они правы? Действительно ли глобализация и бурно развивающаяся международная торговля угрожают окружающей среде и ведут к усилению эксплуатации рабочих в развивающихся странах, а также к тому, что на каждом углу в любом городе мира скоро будет стоять ресторан McDonald's? Или же ближе к правде был колумнист New York Times Томас Фридман, который

---

<sup>4</sup> Североамериканское соглашение о свободной торговле, или Североамериканская зона свободной торговли (NAFTA), – соглашение о свободной торговле между США, Канадой и Мексикой, основывающееся на модели Европейского союза; вступило в силу в 1994 году. *Прим. ред.*

окрестил антиглобалистов «Ноевым ковчегом, в котором собрались представители Общества плоской земли и протекционистских профсоюзов, а также яппи, ностальгирующие по дорогим их сердцу 1960-м»<sup>5</sup>?

Во время президентских праймериз 2008 года Барак Обама критиковал Североамериканское соглашение о свободной торговле, переговоры о котором велись в годы президентства демократа Билла Клинтона. Были ли критические комментарии Обамы обусловлены экономическими соображениями или то была чистая политика (ведь, критикуя Соглашение, он, по сути, нападал на жену Билла Клинтона<sup>6</sup>)? Вы сможете сами ответить на этот вопрос, после того как прочтете главу 12.

Я же в самом начале книги пообещаю вам только одно: в ней вы не увидите никаких графиков, диаграмм, схем и уравнений, хотя все эти инструменты широко используются в экономике. В самом деле, цифры дают нам простой и даже элегантный способ представления явлений окружающего мира, например, вместо того чтобы многословно и образно описывать, насколько тепло или холодно, нам говорят, что температура воздуха на улице – 22 градуса. Впрочем, самые важные экономические идеи, по сути, интуитивно понятны. Их сила в том, что они привносят в решение бытовых проблем логику и четкость. Рассмотрим, например, упражнение для ума, предложенное Гленном Лори, экономистом-теоретиком из Бостонского университета. Допустим, десять претендентов соперничают за одно рабочее место – девять кандидатов белые, один чернокожий. Компания-работодатель придерживается антидискриминационной политики равных возможностей, согласно которой, при условии, что кандидаты – представители меньшинств и другие претенденты равноценны, нанимается кандидат из меньшинства.

Далее предположим, что основных кандидатов двое: белый и чернокожий. В соответствии с упомянутой выше политикой фирма наймет второго. И тут Лори (сам чернокожий) высказывает тонкую, но простую мысль: в результате политики равных возможностей при найме страдает только один из белых кандидатов, остальные восемь в любом случае эту работу не получили бы. *Тем не менее все девять белых кандидатов уходят с собеседования разгневанными: они чувствуют себя жертвами дискриминации.* Высказывая эту идею, Лори при этом вовсе не выступает в роли противника антидискриминационной политики найма. Он просто добавляет важный нюанс в дискуссию, которая обычно ведется без учета всяких нюансов. Он показывает, что политика равных возможностей может наносить вред тем самым расовым взаимоотношениям, которые она призвана улучшить.

Возьмем периодически разворачивающуюся в США кампанию, по условиям которой страховые компании должны оплачивать роженицам пребывание в больнице за двое суток, а не за одни. В 1998 году президент Билл Клинтон, счевший эту проблему достаточно важной, поклялся в ежегодном послании Конгрессу США, что положит конец «ускоренным родам». Однако для реализации данного плана необходимы определенные затраты, их следует разъяснить отдельно. В большинстве случаев пребывание роженицы в больнице по медицинским показаниям во вторые сутки не требуется, да и стоит оно довольно дорого, поэтому новоиспеченные родители часто не оплачивают второй день; не хотят за это платить и страховые компании. Если же их обяжут предоставлять такие дополнительные льготы (или любые другие, предписываемые законом), они начнут возмещать свои дополнительные расходы за счет повышения страховых взносов. И когда взносы начнут расти, некоторые малообеспеченные люди не смогут позволить себе вообще никакой медицинской страховки. Таким образом, в реальности эта политическая проблема заключается в следующем: готовы ли мы принять закон, кото-

---

<sup>5</sup> Thomas Friedman, «Senseless in Seattle», New York Times, December 1, 1999.

<sup>6</sup> Хиллари Клинтон была соперницей Барака Обамы на праймериз в 2008 году, однако она отказалась от продолжения внутрипартийной борьбы. *Прим. ред.*

рый принесет пользу многим женщинам за счет того, что значительно меньшее число граждан потеряет возможность приобрести даже базовый полис медицинского страхования?

Следует отметить, что компромисс, легший в основу этой, на первый взгляд, узкой проблемы, вызвал огромный резонанс при обсуждении реформы здравоохранения, ведущегося в США. Чем щедрее система здравоохранения будет гарантировать американцам определенные выгоды, тем дороже это будет стоить, независимо от того, управляет государство этой системой или нет. По сути, зачастую на самый важный вопрос реформы здравоохранения обращают слишком мало внимания: как, учитывая широкое распространение баснословно дорогостоящей медицинской техники и оборудования, разработать систему, которая будет говорить «да» процедурам, оправдывающим затраты на них, и «нет» тем, которые этого не делают, ведь одни из них дают отличные результаты, а другие совсем наоборот?

Может, вам показалось, что экономика представляет собой одну огромную рекламу Республиканской партии? Это не совсем так. Даже Милтон Фридман, лауреат Нобелевской премии по экономике и самый красноречивый пропагандист свободных рынков, согласен с тем, что полное отсутствие ограничений на рынках может привести к весьма плачевным результатам. Возьмем, например, американскую любовь к автомобилям. Проблема вовсе не в том, что нам очень нравятся легковые автомобили, а в том, что мы не несем все издержки, связанные с их владением. Да, мы покупаем машину и впоследствии платим за ее техническое обслуживание, страховку и бензин. Но нам не приходится оплачивать некоторые другие издержки владения транспортным средством: мы не платим ни за вредные выбросы в атмосферу; ни за заторы, создаваемые на улицах городов; ни за износ дорог общего пользования; ни за опасность, которую несем людям, сидящим за рулем автомобилей меньшего размера. В результате возникает эффект, несколько напоминающий вечернюю прогулку по городу с папиной кредитной картой: мы делаем множество вещей, которые никогда не стали бы делать, если бы платили по счетам из своего кармана. Мы покупаем огромные внедорожники, в упор не замечая общественный транспорт, перебираемся жить далеко в пригород, а затем наматываем огромные расстояния, катаясь каждый день на работу и обратно.

Отдельным гражданам за все это счетов не выставляют, а вот общество в целом платит по ним сполна – в виде загрязнения воздуха, глобального потепления и безудержного разрастания городов. И наилучший способ справиться с этой неуклонно усугубляющейся проблемой не имеет ничего общего с тем, о чем так любят говорить консерваторы, одержимые идеей невмешательства государства в экономику. Этот способ заключается в повышении налогов на бензин и автомобили. Как мы обсудим в [главе 3](#), благодаря исключительно этим двум мерам издержки, связанные с владением автомобилем (или неуклюжего громоздкого внедорожника), станут четко отображать реальную социальную стоимость этого вида деятельности. Аналогичным образом увеличение субсидий за пользование общественным транспортом стало бы заслуженным вознаграждением для тех пассажиров, которые делают для всех доброе дело, отказываясь садиться за руль личных автомобилей.

Между тем экономисты уже внесли весьма весомый вклад в решение таких социальных проблем, как, скажем, дискриминация. Подумайте: есть ли основания утверждать, что в прошлом симфонические оркестры всего мира дискриминировали женщин? Экономист Гарвардского университета Клаудия Голдин и экономист Принстонского университета Сесилия Раус нашли способ ответить на этот вопрос. Они выяснили, что в 1950-х годах американские оркестры начали использовать «слепые» прослушивания: поступающий на работу человек играл за перегородкой. Судьи не видели музыканта и не знали, каков его пол. И как вы думаете, женщины получили какие-либо выгоды в результате этой «слепой» системы? Безусловно. После того как прослушивания стали анонимными, шансы женщин на прохождение первого

раунда увеличились примерно на 50 процентов, а шансы быть принятыми в оркестр вообще в несколько раз<sup>7</sup>.

Экономика обеспечивает нас мощным, но при этом необязательно сложным набором аналитических инструментов, с помощью которых можно, оглянувшись назад, объяснить, почему события развивались так, а не иначе; посмотреть вокруг и лучше понять окружающий мир; заглянуть вперед и предсказать последствия основных политических изменений. Экономика сродни силе тяжести: начнешь ее игнорировать, жди неприятных сюрпризов.

Крах инвестиционного банка Lehman Brothers, объявившего о своем банкротстве 15 сентября 2008 года, послужил толчком для «финансового кризиса», который вполне заслуживает закрепившейся за ним репутации «наихудшего экономического спада со времен Великой депрессии». Что же тогда произошло? Почему многие потребители, которые, как предполагается, вполне рационально понимают и оценивают свое материальное положение, в итоге пали жертвами «пузыря» на рынке недвижимости? Какие болваны выдали им ссуды на такие заоблачные суммы? Зачем вообще Уолл-стрит создала такие инструменты, как облигации, обеспеченные долговыми обязательствами, и кредитно-дефолтные свопы, и почему они оказались столь губительными для финансовой системы?

В [главе 2](#) мы подробно обсудим, почему, учитывая стимулы, встроенные в эту систему, безрассудство, приведшее к финансовому кризису, было в значительной мере вполне предсказуемым. Почему ипотечные брокеры выдавали так много рискованных кредитов? *Да потому что это были не их деньги!* Банки, выдававшие ссуды, платили им комиссионные. Больше ипотек – больше комиссионных, а больше крупных ипотечных кредитов – больше очень и очень щедрых комиссионных.

Но почему банки были готовы рисковать огромной частью своего собственного капитала (особенно с учетом материальных стимулов для ипотечных брокеров, приводивших к ним клиентов)? Потому что банки, как правило, «продают» большинство своих ипотечных ссуд, а значит, они сейчас получают единовременную сумму наличных от стороннего инвестора, а тот взамен получает поток будущих ипотечных платежей. Вы наверняка уже поняли, что данная ситуация представляет собой что-то вроде игры в «горячую картошку»: какая разница, насколько рискованный заем, если вы можете перебросить его кому-то раньше, чем заемщик откажется платить по обязательствам.

С этим, пожалуй, все ясно, но кто в таком случае соглашается покупать такие кредиты? В [главе 2](#) объясняется и это, но одну подсказку я дам вам уже сейчас: дело в том, что тут в игру вступает Уолл-стрит, и ни к чему хорошему это не приводит.

После всего сказанного я вынужден признать, что в настоящее время в экономических кругах происходит нечто вроде переоценки ценностей и критического самоанализа. Сколь бы очевидным ни казался упомянутый выше финансовый кризис сейчас, по прошествии времени, тогда лишь немногие экономисты заметили его приближение (за некоторыми исключениями). Практически никто не предполагал, насколько серьезным он окажется. Осенью 2005 года ряд видных экономистов писали в одном престижном журнале: «На конец 2004 года наш анализ не выявил никаких заслуживающих упоминания свидетельств, подтверждающих наличие “пузыря” на рынке недвижимости»<sup>8</sup>.

Ошибочка вышла. Впрочем, на самом деле эта статья хуже, чем просто ошибка, потому что она явно была написана для того, чтобы опровергнуть доказательства существования «пузыря», которые стали очевидны даже для многих дилетантов. Словом, это все равно что

---

<sup>7</sup> Claudia Goldin and Cecilia Rouse, «Orchestrating Impartiality: The Impact of ‘Blind’ Auditions on Female Musicians», American Economic Review, September 2000.

<sup>8</sup> Charles Himmelberg, Christopher Mayer, and Todd Sinai, «Assessing High House Prices: Bubbles, Fundamentals and Misperceptions», Journal of Economic Perspectives, vol. 19, no. 4 (Fall 2005).



заявление пожарной команды, приехавшей на вызов к дому, из-под крыши которого валит дым: «Никакого пожара нет», – а через двадцать минут все видят, что чердак объят пламенем. «Пузырь» на рынке был. И лучше всего данная ситуация объясняется слиянием экономического аспекта с психологическим, а именно принятием во внимание природной склонности человека верить в то, что происходящее сейчас, скорее всего, будет происходить и в будущем.

Экономика не стоит на месте; она развивается, как и любая другая наука. Одним из самых интересных и продуктивных новых направлений развития можно назвать поведенческую экономику, которая исследует, как люди принимают решения – иногда отнюдь не такими рациональными способами, как традиционно считали экономисты. Мы, люди, от природы склонны недооценивать одни риски (скажем, ожирение) и переоценивать другие (например, авиаперелеты). Мы позволяем эмоциям влиять на наши суждения и слишком бурно реагируем и на хорошие, и на плохие новости (сначала на рост цен на недвижимость, а затем на падение этих цен).

Многие особенности человеческой психологии были совершенно ясны Шекспиру, но экономический мейнстрим осознал их сравнительно недавно. Как отмечал колумнист *New York Times* Дэвид Брукс, «Экономическое поведение можно точно предсказать с помощью элегантных моделей. Эти модели объясняют многое, но не нынешний финансовый кризис – не то, почему такое огромное количество людей одновременно могли оказаться настолько глупыми и некомпетентными, чтобы разрушить себя. Этот кризис нанес удар по классической экономике и переместил психологический аспект, который прежде прозябал на задворках общественных интересов, на передний план и в самый центр»<sup>9</sup>.

Конечно, большинство старых экономических идей по-прежнему невероятно важны. Председатель совета управляющих Федеральной резервной системы США Бен Бернанке<sup>10</sup>, прежде чем уйти из науки, изучал период Великой депрессии – и это привело к важнейшим последствиям, выходящим далеко за рамки чистой науки. В [главе 10](#) рассказывается о том, что творческое и весьма агрессивное вмешательство Бернанке в деятельность ФРС, на которое его во многом вдохновили ошибки 1930-х, помогло предотвратить неизмеримо большие проблемы нашей финансовой системы.

Эта книга рассказывает о ряде самых значительных экономических концепций, упрощая «строительные блоки», из которых они складываются, а то и вовсе опуская некоторые из них. В каждой главе обсуждаются вопросы, которые запросто могли бы послужить темами для отдельных книг. По сути, в каждой из глав содержатся детали, давшие толчок и способствовавшие развитию целых академических карьер. Да, я упростил или пропустил существенную часть технической структуры, составляющей костяк этой научной дисциплины. И сделал это по вполне понятной причине: ведь чтобы оценить гениальность великого архитектора-новатора Фрэнка Райта, вовсе не обязательно знать, где должна быть размещена несущая стена. Но эта книга – не экономика для «чайников», это экономика для умных людей, которые никогда прежде не изучали эту дисциплину – или изучали, но сохранили о ней лишь смутные воспоминания. Большинство великих экономических идей становятся интуитивно понятными, если их «раздеть», снять с них «шелуху» сложности. *В результате получается голая экономика.*

Негоже, чтобы экономика была доступной и понятной исключительно специалистам. Ее идеи для этого слишком важны и слишком интересны. В сущности, голая экономика может быть даже забавной и развлекательной.

<sup>9</sup> David Brooks, «An Economy of Faith and Trust», *New York Times*, January 16, 2009.

<sup>10</sup> Бен Бернанке возглавлял ФРС США с 2006 по 2014 год. *Прим. ред.*

## 1. Мощь рынков: кто кормит Париж?

В 1989 году, когда рушилась Берлинская стена, Дуглас Айвестер, глава (а впоследствии CEO<sup>11</sup>) Coca-Cola Europe принял решение оперативно. Он направил в Берлин своих торговых агентов раздавать людям кока-колу. Именно раздавать, совершенно бесплатно. Бывало, представители Coca-Cola в буквальном смысле просовывали бутылки с напитком через отверстия в стене. Айвестер вспоминает, как курсировал по площади Александерплац в Восточном Берлине во время тех бурных событий, стараясь определить, узнаваем ли там бренд его компании. «Мы ходили повсюду и спрашивали людей, что они пьют и нравится ли им кока-кола. И нам даже не нужно было называть напиток! Стоило сложить руки так, будто держишь бутылочку, и люди все понимали. Тогда мы поняли, что надо завозить как можно больше кока-колы, и как можно быстрее – а ведь мы еще даже не знали, как будет оплачиваться продукт<sup>12</sup>.

Coca-Cola быстро закрепилась на рынке Восточной Германии, бесплатно поставляя напиток торговцам, которые начали создавать «реальные запасы». В краткосрочной перспективе это было, безусловно, экономически невыгодное предприятие; восточногерманская валюта еще ничего не стоила, для всей остальной части мира это были просто бумажки. Но бизнес-решение было поистине блестящее, к тому же принятое быстрее, чем действие любого государственного органа. К 1995 году потребление кока-колы на душу населения в бывшей Восточной Германии выросло до уровня Западной Германии, где к тому времени рынок напитка был уже довольно значительным.

В определенном смысле кока-колу через разрушенную Берлинскую стену передавала невидимая рука Адама Смита. Раздача бутылочек торговыми представителями компании едва обретшим свободу восточным немцам вовсе не была широким жестом гуманизма. И никто не делал заявлений об однозначной победе коммунизма в будущем. Компания занималась бизнесом: расширяла глобальный рынок своего продукта, увеличивала прибыль, доставляла радость своим акционерам. В этом и состоит отличительная особенность капитализма: рынок согласовывает стимулы таким образом, что люди, работающие ради удовлетворения собственных интересов – раздающие бутылочки с напитком, или тратящие лучшие годы на учебу в аспирантуре, или засевающие поля соевыми бобами, или изобретающие радио, работающее в душе, – одновременно способствуют процветанию и неуклонному повышению уровня жизни большинства (хоть и не всех) членов общества.

Экономисты иногда спрашивают: «Кто кормит Париж?» Этот риторический вопрос – один из способов привлечь всеобщее внимание к непостижимому множеству событий, происходящих ежедневно и ежеминутно и заставляющих крутиться колесо современной экономики. Каким образом нужное количество свежего тунца продельывает свой путь от суден рыболовной флотилии в южной части Тихого океана в рыбный ресторан на парижской улице Риволи? И как работающий по соседству поставщик фруктов каждое утро умудряется предлагать своим клиентам все, что они хотят на завтрак – от кофе до свежих папай, – несмотря на то что эти продукты зачастую стекаются к нему из десяти-пятнадцати стран мира? Короче говоря, в сложной экономике каждый день происходят миллиарды сделок, и подавляющее большинство из них заключаются без прямого участия правительств. И суть не просто в том, что вся эта система работает, а в том, что благодаря ей наша жизнь становится все лучше и комфортнее. Разве не замечательно сегодня иметь возможность купить телевизор в любое время суток, даже не покидая собственного дома, а в 1971 году, чтобы приобрести цветной телевизор с экраном размером 25 дюймов, среднестатистический работник должен был отработать 174 часа. Теперь

---

<sup>11</sup> CEO – здесь и далее генеральный директор компании. *Прим. ред.*

<sup>12</sup> M. Douglas Ivester, Remarks to the Economic Club of Chicago, February 25, 1999.



же такой цветной телевизор, который еще и намного надежнее, с намного более качественным изображением и показывает гораздо больше каналов, обойдется тому же среднестатистическому работнику всего в 23 часа рабочего времени.

Если, на ваш взгляд, более качественный и дешевый телевизор не лучшее мерило социального прогресса (в чем я с вами соглашусь), возможно, вас больше вдохновит тот факт, что в течение XX века средняя продолжительность жизни американцев увеличилась с 47 до 77 лет, детская смертность снизилась на 93 процента и мы полностью избавились от таких страшных болезней, как туберкулез, полиомиелит, тиф и коклюш, или как минимум научились их лечить<sup>13</sup>.

Следует отметить, что в огромной степени заслуга в этом, согласитесь, весьма существенном прогрессе принадлежит рыночной экономике. В одной старой истории времен холодной войны рассказывается, как советский чиновник, приехавший в США, зашел в американскую аптеку. Яркие освещенные проходы были заставлены тысячами лекарств и препаратов от всех мыслимых и немыслимых проблем со здоровьем, от неприятного запаха изо рта до грибка ступней. «Очень впечатляет, – сказал чиновник. – Но как вы добываетесь того, чтобы каждая аптека получала все это разнообразие товаров?» Эта история интересна тем, что в ней отлично передано полное отсутствие понимания этим человеком принципов работы рыночной экономики. В США нет центрального органа, указывающего торговым предприятиям, какие товары должны быть на складе, как было в СССР. Магазины продают то, что хотят купить люди, а компании, в свою очередь, производят продукты, которые торговцы хотят иметь в своих запасах. Надо отметить, что советская экономика потерпела крах в значительной степени потому, что государственные чиновники управляли буквально всем, от количества кусков мыла, произведенных на фабрике в Иркутске, до числа студентов, изучавших электротехнику в московских вузах. В конце концов задача такого управления оказалась попросту невыполнимой.

Конечно, мы, люди, привыкшие к рыночной экономике, не слишком хорошо понимаем принципы коммунистического централизованного планирования. Однажды в составе делегации от Иллинойса я ездил на Кубу. Поскольку визит был санкционирован правительством США, каждому члену делегации разрешили привезти домой кубинские товары на сумму 100 долларов, в том числе сигары. Выросшие в эпоху магазинов сниженных цен, мы все принялись искать марку Cohiba по лучшей цене, чтобы привезти на свою сотню максимальное количество отличных сигар, но после нескольких часов бесплодных поисков постигли глубинную суть коммунизма: сигары везде стоили одинаково. Между кубинскими магазинами нет конкуренции, потому что там нет прибыли в том смысле, в каком мы ее понимаем. Каждый магазин продает сигары – да и остальные товары – по той цене, которую назначает Фидель Кастро (или его брат Рауль). И все владельцы табачных лавок получают от правительства заработную плату, размер которой никак не связан с тем, сколько продукта он продает.

Гэри Беккер, экономист из Чикагского университета и лауреат Нобелевской премии 1992 года, как-то раз сказал (перефразируя Джорджа Бернарда Шоу), что «экономика – это искусство получения от жизни максимума». Экономика – наука, изучающая, как мы это делаем. Как известно, предложение всего, что стоит и хочется иметь – масла, кокосового молока, идеального тела, чистой воды; людей, умеющих чинить вышедшие из строя копировальные аппараты, и много другого, – ограничено. Как мы распределяем все эти блага? Почему у Билла Гейтса есть собственный самолет, а у вас нет? Потому что он богат, могли бы ответить вы. Но почему он богат? Почему он претендует на большую долю невозобновляемых мировых ресурсов, чем остальные люди, и получает ее? И в то же время, как это возможно, что в такой богатой стране, как США, где Алексу Родригесу платят 275 миллионов долларов за

<sup>13</sup> Stephen Moore and Julian Simon, «The Greatest Century That Ever Was: 25 Miraculous Trends of the Past 100 Years», Cato Institute Policy Analysis, No. 364 (Washington, D.C.: Cato Institute, December 15, 1999).

игру в бейсбол, каждый пятый ребенок живет в бедной семье, а некоторые взрослые вынуждены рыться в мусорных баках в поисках пропитания? Возле моего дома в Чикаго есть пекарня Three Dog Bakery, в ней продаются торты и пирожные *только для собак*. И состоятельные профессионалы, ничуть не колеблясь, выкладывают за тортик на день рождения своего любимца до 16 долларов, тогда как, по оценке Чикагской коалиции по защите бездомных, около пятнадцати тысяч человек вынуждены ночевать под открытым небом на улицах этого города.

Впрочем, если посмотреть на ситуацию за пределами США, подобные несоответствия еще заметнее. В Чаде, например, три четверти населения не имеет доступа к чистой питьевой воде. Что уж тут говорить о пирожных для домашних животных! По оценкам Всемирного банка, половина жителей земного шара выживает менее чем на два доллара в день. Как же все это работает или в некоторых случаях, скорее, не работает?

Экономика начинается с одного очень важного допущения: люди действуют ради получения максимальной выгоды для себя. Пользуясь профессиональным жаргоном экономистов, каждый из нас стремится максимизировать полезность для себя – такое представление аналогично идее о счастье, только оно шире. Я извлекаю определенную пользу из вакцинации против брюшного тифа и из уплаты налогов. Ни то, ни другое не делает меня особенно счастливым, но позволяет не умереть от страшной болезни и не угодить в тюрьму за уклонение от налогов. И в конечном счете делает мою жизнь лучше. Экономистов не слишком волнует, что именно дает нам полезность; они просто признают, что любой человек имеет в этом смысле собственные «предпочтения». Я, например, люблю кофе, старые дома, классические фильмы, собак, езду на велосипеде и многое другое. У других людей есть свои предпочтения, которые могут совпадать с моими, а могут и не иметь с ними ничего общего.

В сущности, это, казалось бы, простое наблюдение (у разных людей разные предпочтения) иногда выпадает из поля зрения политиков, во многих других вопросах весьма продвинутых. Например, богатые и бедные предпочитают разное. Да и наши личные предпочтения могут меняться в течение жизненного цикла, по мере того как мы (как надеется большинство из нас), взрослея, становимся все состоятельнее. Словосочетание «предмет роскоши» у экономистов считается профессиональным термином, им обозначаются продукты, которые люди, становясь богаче, покупают во все большем количестве, – скажем, речь идет о спортивных автомобилях и коллекционных французских винах. Забота об окружающей среде также считается предметом роскоши, хоть это и менее очевидно. Состоятельные американцы готовы тратить на защиту экологии *большую долю своих доходов*, чем менее богатые. Такое же соотношение мы видим и в мировом масштабе: богатые страны выделяют на охрану окружающей среды больше ресурсов, чем бедные. Объясняется это довольно просто: судьба бенгальских тигров заботит нас *потому, что у нас есть возможность заботиться о них*. Ведь у нас уже есть хорошие дома, прибыльная работа, чистая вода и даже тортики ко дню рождения наших собачек.

В связи с этим встает острый политический вопрос: а справедливо ли, что люди, живущие комфортно, навязывают свои предпочтения жителям развивающихся стран? Экономисты утверждают, что это несправедливо, хотя в действительности мы поступаем так постоянно. Прочитав на днях в воскресной New York Times, что крестьяне Южной Америки вырубают девственные тропические леса и тем самым уничтожают редкие экосистемы, я от удивления и возмущения чуть не опрокинул свой латте из Starbucks. Но я же живу не в Южной Америке. И мои дети не голодают и не подвергаются риску в любой момент умереть от малярии. А если бы это было так и если бы вырубка ценных диких лесов позволила мне прокормить семью и купить противомоскитную сетку, которая защитила бы их от этой болезни, я бы, будьте уверены, заточил свой топор и пошел рубить тропический лес. И меня бы не слишком волновало, жизни скольких бабочек или пятнистых ласок я при этом загубил. Все это отнюдь не означает, что для развивающихся стран состояние экологии не имеет значения. Конечно же, для них это

важно. В сущности, можно привести множество примеров негативного влияния на окружающую среду, из-за которого бедные страны становятся еще беднее. Вырубка девственных лесов наносит ущерб и остальным жителям планеты, поскольку считается одной из основных причин увеличения выбросов в атмосферу CO<sub>2</sub>. Экономисты, кстати, часто призывают богатые страны помогать бедным защищать природные ресурсы глобального значения.

Очевидно, будь развитые страны мира пощеднее, бразильским крестьянам, возможно, не пришлось бы выбирать между уничтожением тропических лесов и приобретением противомоскитных сеток. Сейчас же мы с вами обсуждаем фундаментальную идею: навязывать свои предпочтения людям, которые живут совершенно иначе, с точки зрения экономики абсолютно неправильно. Мы еще вернемся к этой мысли позже при обсуждении глобализации и мировой торговли.

Позволю себе сделать еще одно важное замечание касательно наших индивидуальных предпочтений. Максимизацию полезности не следует воспринимать как синоним эгоизма. В 1999 году New York Times опубликовала некролог Осеоле Маккарти, женщине, которая скончалась в возрасте 91 года, всю жизнь проработав прачкой в Хаттисберге, Миссисипи. Госпожа Маккарти жила одна в маленьком, скудно обставленном домишке; у нее был черно-белый телевизор, показывавший всего один канал. Исключительной эту женщину делало то, что при всем этом ее ни в коем случае нельзя было назвать бедной. За четыре года до смерти госпожа Маккарти подарила 150 тысяч долларов Университету Южной Миссисипи, учебному заведению, в котором она никогда в жизни не училась. Деньги пошли на стипендии для малоимущих студентов.

Вы спросите, а не переворачивает ли поведение Осеолы Маккарти с ног на голову основополагающий принцип экономики? Может, выдающимся ученым следует вернуть свои Нобелевские премии в Стокгольм? Нет, просто эта женщина извлекала большую полезность для себя, экономя деньги и раздавая их другим, а не копя и тратя на телевизор с огромным экраном или роскошную квартиру.

Ну да ладно, это всего лишь деньги. А как насчет Уэсли Отри, пятидесятилетнего строителя из Нью-Йорка? Январским днем 2007 года он ждал метро в Верхнем Манхэттене с двумя маленькими дочками, вдруг у стоявшего рядом незнакомца начались конвульсии, и человек свалился на рельсы. И самое страшное – вдали уже показался поезд, стремительно приближавшийся к станции.

Уэсли Отри прыгнул вниз и накрыл собой лежащего там и бьющегося в конвульсиях человека, а вагоны прошли над ними. Они прошли так близко, что шляпа Отри испачкалась в колесной смазке. Когда же поезд остановился, он прокричал снизу стоявшим на платформе людям: «У нас тут все нормально, но там, наверху, мои дочки! Скажите им, что со мной все в порядке!»<sup>14</sup>. И все это, заметьте, Уэсли сделал ради того, чтобы спасти совершенно незнакомому ему человека.

Мы все регулярно принимаем альтруистические решения, хоть, как правило, и не такого масштаба. Мы можем заплатить пару лишних центов за тунца, выловленного безопасным для дельфинов способом, или послать деньги в любимый благотворительный фонд, или пойти добровольцем в армию. Все это может принести нам пользу, и ни один из этих поступков нельзя назвать эгоистичным. Американцы ежегодно жертвуют разнообразным благотворительным организациям более 200 миллиардов долларов. Мы готовы распахнуть двери перед незнакомцем. Порой мы демонстрируем удивительную храбрость и великодушие. Но все это не противоречит исходной предпосылке экономики, которая гласит, что люди стремятся извлечь из своих действий максимально возможную выгоду, как бы они ее для себя ни определяли. Данное допущение вовсе не предполагает, что мы всегда принимаем совершенные – или хотя бы

<sup>14</sup> Cara Buckley, «A Man Down, a Train Arriving, and a Stranger Makes a Choice», New York Times, January 3, 2007.

хорошие – решения. Безусловно, это не так. Но каждый из нас старается принять наилучшее решение с учетом информации, имеющейся в нашем распоряжении в настоящий момент.

Итак, прочтя всего несколько страниц этой книги, мы с вами получаем ответ на один извечный философский вопрос: зачем курица перешла дорогу? Потому что это максимизировало для нее полезность.

И имейте в виду, что максимизация полезности – это не просто слова. Наша жизнь сложна и полна неопределенности. В мире существует бесконечное множество вещей, которыми мы могли бы заняться в любой момент времени, поэтому каждое принимаемое нами решение содержит какой-нибудь компромисс. Так, можно обменять полезность, доступную прямо сейчас, на пользу в будущем. Например, вы, возможно, получите определенное удовольствие, стукнув на ежегодном пикнике своей компании ненавистного начальника по голове веслом от каное. Но эта мгновенная вспышка, скорее всего, с лихвой обернется тяготами довольно длительного заключения в федеральной тюрьме. (Впрочем, это только мои личные предпочтения, возможно, у вас они другие.) Если же говорить серьезно, многие из принимаемых нами важных решений предполагают поиск равновесия между ценностью потребления в настоящее время и потребления в будущем. Мы готовы тратить лучшие годы на учебу в аспирантуре, питаюсь лапшой быстрого приготовления, потому что хорошее образование существенно повышает уровень жизни в старшем возрасте. Или же, наоборот, мы можем воспользоваться кредитной картой, чтобы немедленно купить телевизор с большим экраном, хотя начисляемые на карту проценты непременно уменьшат объем нашего потребления в будущем.

Аналогичным образом люди балансируют время работы и отдыха. Вкалывающий по 90 часов в неделю инвестиционный банкир получает отличный доход, но у него остается совсем мало времени на то, чтобы в свое удовольствие пользоваться товарами, которые можно купить на эти деньги. Когда мой младший брат начинал свою карьеру консультанта по вопросам менеджмента, его зарплата была как минимум на одну цифру больше, чем моя сегодняшняя. Однако он очень много работал, иногда по крайне неудобному графику. Однажды осенью мы оба, будучи большими поклонниками кино, записались на вечерние курсы, на которых преподавал кинокритик Роджер Эберт. За тринадцать недель курса *брат пропустил все занятия*.

Независимо от размеров своей зарплаты люди могут потратить ее на поистине огромное количество разных продуктов и услуг. Например, купив эту книгу, вы подспудно приняли решение не тратить эти деньги на что-то другое. Даже если бы решили стащить книгу в магазине, то могли запихнуть в карман роман Стивена Кинга, но выбрали мою, и, признаюсь, мне это в некотором роде льстит. Общеизвестно, что один из самых дефицитных ресурсов в нашей жизни время. В данный момент вы читаете, вместо того чтобы работать, играть с собакой, поступать в юридический институт, покупать продукты в супермаркете или заниматься сексом. Наша жизнь – непрерывный поиск компромиссов, так же как и экономика.

Короче говоря, когда вы вылезаете утром из постели и готовите завтрак, по ходу дела вам приходится принимать более сложные решения, чем во время обычной игры в шахматы. (Не погубит ли меня эта яичница годам к двадцати восьми?) Как же мы умудряемся с этим справляться? Ответ на этот вопрос состоит в том, что каждый человек неявно взвешивает издержки и выгоды всего, что делает. Экономист сказал бы, что мы стараемся максимизировать полезность конкретных ресурсов, имеющихся в нашем распоряжении; мой папа сказал бы, что мы стараемся получить как можно больше за каждый кровный бакс. И не забывайте: полезностью нас обеспечивают не только материальные вещи. Если сравнивать две работы, скажем учителя математики в младших классах средней школы и продавца сигарет Camel, второе занятие почти наверняка принесет больший доход, зато первая работа, скорее всего, обеспечит большие «психологические» выгоды. В сущности, это не что иное, как заумный способ сказать, что, став школьным учителем, вы в конце рабочего дня будете намного больше довольны собой и своим делом. Вот это и есть выгода, которую со всеми основаниями можно противопоставить

таким издержкам учительства, как меньшая зарплата. В итоге одни люди выбирают преподавание математики, а другие предпочитают торговать сигаретами.

Точно так же концепция издержек гораздо дороже (простите за каламбур) тех купюр и монет, которые вы отдаете кассиру, расплачиваясь за продукты. Реальные издержки представляют собой то, от чего вы вынуждены отказаться, чтобы получить это, и они почти всегда больше, чем простые наличные деньги. Билет на концерт получится отнюдь не бесплатным, если вам пришлось отстоять за ним в очереди под дождем несколько часов, даже если вы за него не заплатили ни цента. Поездка на автобусе за 1,50 доллара окажется ничуть не дешевле поездки на такси за 7 долларов, если вы в результате опоздаете на встречу с капризным клиентом, который, обидевшись на вас из-за опоздания, откажется от сделки стоимостью 50 тысяч долларов. Отправляясь на шопинг в магазин, торгующий со скидками, вы экономите деньги, но не время. Я писатель, и мне платят за произведенный мной продукт. Я могу проехать 150 километров до стока в Кеноше, в Висконсине, чтобы сэкономить 50 долларов на покупке новой пары туфель, а могу в обеденный перерыв зайти в ближайший Nordstrom на Мичиган-авеню и купить себе обувь. Как правило, я выбираю второй вариант. Суммарные издержки такого решения включают в себя 225 долларов, пятнадцать минут моего времени и неизменные упреки мамы, которая в очередной раз непременно спросит: «Ну неужели так трудно съездить в Кеношу?»

Поведение людей определяется их реакцией на соответствующие издержки. При снижении издержек, связанных с какими-либо действиями, последние становятся более привлекательными. Вы получите подтверждение этого, построив кривую спроса либо отправившись за покупками на следующий день после Рождества, когда люди расхватывают, словно горячие пирожки, то, что несколькими днями раньше не были готовы покупать по более высокой цене. И наоборот, когда издержки, сопряженные с чем-либо, идут вверх, мы используем это нечто меньше. И так происходит во всем в нашей жизни, даже с сигаретами и наркотиками. Экономисты подсчитали, что снижение уличной цены кокаина на 10 процентов со временем приводит к тому, что количество взрослых, употребляющих его, вырастает примерно на те же 10 процентов. А еще, по подсчетам исследователей, первое предложение об урегулировании отношений между табачной промышленностью и штатами США (отвергнутое Сенатом в 1998 году) повысило бы цену пачки сигарет на 34 процента. Такое увеличение привело бы к сокращению числа курильщиков-подростков на четверть, что, в свою очередь, привело бы к уменьшению на 1,3 миллиона количества преждевременных смертей, обусловленных курением, среди поколения американцев, которым на тот период исполнилось 17 лет<sup>15</sup>. Конечно, с тех пор общество повысило издержки курения способами, не имеющими ничего общего с ценой пачки сигарет. Например, теперь частью этих издержек стал перекур за пределами офиса, на улице, в зимнюю холодрыгу.

Такой широкий взгляд на издержки позволяет объяснить некоторые очень важные социальные явления, в число которых входит, например, резкое падение уровня рождаемости в развитых странах. Рождение ребенка сегодня обходится дороже, чем 15 лет назад, но вовсе не потому, что в наши дни малыша дороже прокормить и одеть. Эти виды затрат в любом случае снизились, потому что мы добились гораздо большей продуктивности в деле обеспечения общества такими товарами первой необходимости, как продукты питания и одежда. Львиная доля издержек, сопряженных с рождением и воспитанием ребенка, сегодня приходится на заработок, которого лишается семья, когда один из родителей, обычно мать, прекращает работать или работает намного меньше. Поскольку женщины в наши дни имеют наилучшие карьерные возможности, чем бывало когда-либо раньше в истории Америки, выпадение из этого процесса обходится им намного дороже. Одна моя соседка, например, до рождения вто-

<sup>15</sup> Michael Grossman, «Health Economics», NBER Reporter, Winter 1998/99.

рого ребенка работала неврологом, а после этого решила отказаться от карьеры. *А прекратить работать неврологом – это очень дорогостоящее решение.*

В то же время в развитых странах мира прекратили свое существование большинство экономических выгод, связанных с рождением большого количества детей. Маленькие дети больше не помогают на ферме и не обеспечивают семье дополнительный доход (хотя их, конечно, можно научить приносить папе пиво из холодильника). Нам больше не нужно рожать много детей в надежде, что некоторые из них выживут и вырастут, чтобы было кому подать нам в старости стакан воды. Даже самые пессимистичные экономисты признают, что иметь детей – огромное счастье. Все дело в том, что сейчас одиннадцать детей обойдутся намного дороже, чем прежде, что подтверждается конкретными данными: в 1905 году средняя американка имела 3,77 ребенка, а теперь 2,07 – падение на целых 45 процентов<sup>16</sup>.

Вторая важнейшая предпосылка, на которой зиждется вся экономическая наука, такова: любая фирма – от парня, торгующего на углу хот-догами, до многонациональной корпорации – стремится максимизировать свою прибыль, то есть доходы от продажи своей продукции за вычетом издержек на ее производство. Короче говоря, они стараются как можно больше заработать. Следовательно, мы получаем ответ на еще один извечный философский вопрос: зачем предприниматель переходит дорогу (как и курица)? Чтобы заработать на другой стороне больше денег.

Компании берут производственные ресурсы – землю, сталь, знания, бейсбольные стадионы и тому подобное – и объединяют их таким образом, чтобы повысить их ценность. Этот процесс может быть совсем простым, как, скажем, продажа дешевых зонтиков на оживленном перекрестке в Нью-Йорке в то время, когда начинается дождь (и откуда только берутся все эти ребята в этот момент?), и невероятно сложным, как, например, сборка пассажирского самолета 787 Dreamliner компании Boeing, одна только конструкторская разработка которого потребовала 800 тысяч часов компьютерного времени суперкомпьютеров Cray. Прибыльная компания сродни шеф-повару, который приносит на кухню продукты на 30 долларов и готовит из них блюда на 80 долларов. Он использует свой талант для создания чего-то, что стоит намного дороже, чем сырье и материалы. Сделать это, признаться, довольно трудно. Компания должна решать, что производить, как и где, сколько производить и по какой цене продавать новый продукт, – и все это в условиях той же неопределенности, с которой сталкиваются потребители.

Такие решения чрезвычайно сложны. К счастью, одна из полезнейших функций рыночной экономики заключается в том, что она направляет ресурсы туда, где их использование будет наиболее продуктивным. Почему Брэд Питт не продает страховки на автомобили? Потому что это было бы непозволительной тратой его уникального таланта. Да, он харизматичный парень, который, вероятно, продавал бы больше страховых полисов, чем среднестатистический продавец. Но он также один из очень немногих людей, который может «сделать» фильм, а это означает, что миллионы людей по всему миру пойдут в кинотеатр, чтобы посмотреть, как играет Брэд Питт. Питт – это верные деньги в банке в весьма рискованном кинобизнесе Голливуда, поэтому студии готовы щедро платить ему за исполнение главной роли, до 30 миллионов долларов за фильм. Страховые агентства тоже платили бы ему за харизму и большие достижения на ниве страхования, но, по всей вероятности, примерно около 30 тысяч долларов. Брэд Питт пойдет туда, где ему заплатят больше, а больше всего ему заплатят в Голливуде, потому что именно там он способен обеспечить создание наивысшей ценности.

Цены сродни гигантским неоновым рекламным щитам, своим светом передающим людям важную информацию. В самом начале этой главы мы задали вопрос, как ресторан на улице Риволи в Париже умудряется получать практически каждый вечер столько свежего

---

<sup>16</sup> «America Then and Now: It's All in the Numbers», New York Times, December 31, 2000.

тунца, сколько ему нужно? Так вот, все дело в ценах. Когда постоянные посетители начинают заказывать больше сашими, ресторатор делает оптовику более крупный заказ. А если тунец становится популярным и в других ресторанах, оптовая цена на эту рыбу повышается, а это означает, что рыбакам на побережье Тихого океана будут платить за улов больше, чем раньше. Далее, некоторые рыбаки, заметив, что тунец начал пользоваться большим спросом по сравнению с другими сортами рыб, станут ловить тунца вместо, скажем, лосося. В то же время те, кто специализируются на вылове тунца, начнут проводить больше времени в море или перейдут на более дорогостоящие методы рыбной ловли, которые теперь будут вполне оправданны благодаря более высокой цене на улов. И всем этим людям нет никакого дела до посетителей дорогих парижских ресторанов. Их интересует оптовая цена на рыбу.

Деньги действительно умеют говорить. Почему фармацевтические компании прочесывают тропические леса в поисках растений с редкими целебными свойствами? Потому что благодаря эффективным лекарствам, которые они могут в результате предложить рынку, они озолотятся. Другие виды предпринимательской деятельности не столь масштабны, но в своем роде не менее впечатляющи. На протяжении нескольких летних сезонов я тренировал бейсбольную команду детской лиги неподалеку от Кабрини-Грин, одного из самых неблагополучных районов Чикаго. У нашей команды были разные традиции, и одна из них заключалась в периодических походах в пиццерию; а одним из наших любимых мест был Chester's, небольшое дешевое заведение на углу улиц Дивижн и Седжвик. Вот уж наглядное свидетельство поистине потрясающей находчивости и жизнеспособности американских предпринимателей! (Позже пиццерию снесли в рамках интенсивной программы развития района, чтобы освободить место для нового парка.) В Chester's подавали очень приличную пиццу, и народу там всегда было полно. Иными словами, расположенное в неблагополучном районе заведение явно было потенциальной жертвой вооруженного ограбления. Но это не испугало его владельцев. Они просто установили пуленепробиваемые окна – такие же, какие устанавливают в выходящих на улицу окнах банков. Покупатели клали деньги на небольшую вертушку, которая уносила их в щель в пуленепробиваемом стекле, а с другой стороны той же вертушки выезжала пицца.

Короче говоря, перспективы получения прибыли привлекают компании, словно акулу кровь, даже если для этого требуется установить в кафе пуленепробиваемые стекла. Мы ищем новые, смелые способы заработать деньги (например, создавая первое в мире реалити-шоу), а если это оказывается невозможным, изучаем, как бы пробраться в бизнес, который уже позволяет кому-нибудь получать хорошую прибыль (и создаем еще штук двадцать все более сентиментальных реалити-шоу). И в этом процессе для оценки желаний потребителей все время используем цены. Конечно, не на любой рынок можно выйти без особого труда. Услышав, что Леброн Джеймс подписал с Cleveland Cavaliers 60-миллионный контракт на три года, я подумал: «Эх, хотелось бы и мне играть в баскетбол за Cleveland Cavaliers». Поверьте, я бы с огромным удовольствием играл даже за 58 миллионов долларов, а если бы очень сильно попросили, то и за 58 тысяч. Но есть несколько факторов, которые сильно препятствуют моему выходу на этот рынок: во-первых, мой рост всего лишь около 180 сантиметров; во-вторых, у меня плохая реакция; и в-третьих, в пылу игры я крайне редко попадаю даже в щит, на котором крепится кольцо, не то что в само кольцо. Почему же Леброн Джеймсу платят 20 миллионов долларов в год? Потому что он баскетболист от Бога, никто не играет так, как он. И его поистине уникальные таланты создают непреодолимый барьер для выхода на баскетбольный рынок большинства остальных игроков. А еще Леброн Джеймс, безусловно, получает выгоды от того, что специалист по экономике труда из Чикагского университета Шервин Розен окрестил «феноменом суперзвезды». Суть феномена в том, что незначительные преимущества в плане одаренности имеют свойство преумножаться, превращаясь в огромные различия в зарплатах, по мере того как рынок становится очень большим, таким, например, как огромное

число болельщиков профессионального баскетбола. Чтобы завладеть большой (и прибыльной) долей такого рынка, достаточно показывать результаты чуть лучше, чем у конкурентов.

Впрочем, зарплата Леброна – сущие гроши по сравнению с тем, сколько сегодня платят популярному ведущему ток-шоу Рашу Лимбо. Недавно Лимбо подписал 400-миллионный контракт на восемь лет с Clear Channel Communications; эта компания транслирует его радиопередачу по всей стране. Неужели Раш настолько лучше других политических болтунов и общественных деятелей, желающих донести до мира свое мнение? А ему и не нужно таким быть. Чтобы привлечь огромную радиоаудиторию – 20 миллионов слушателей ежедневно, – ему достаточно высказать всего лишь чуть-чуть более интересное мнение, чем в другом наилучшем радиошоу, транслируемом в то же самое время суток. Никто, как известно, не слушает вторую любимую радиостанцию, так что, если говорить о радиослушателях и о рекламодателях, готовых щедро платить за то, чтобы к ним пробиться, ситуация всегда одинакова: победитель получает все, проигравший ничего.

На многих рынках имеются преграды, препятствующие выходу на них новых компаний, несмотря на прибыльность и притягательность этих рынков. Иногда это физические, естественные барьеры. Например, трюфели стоят 500 долларов за фунт потому, что их невозможно выращивать искусственным способом; они растут только в дикой природе, и выкапывать их должны только специально натренированные свиньи или собаки. Иногда это правовые препятствия. Скажем, я никому не посоветую торговать таблетками «Силденафил» на улице – за это можно угодить в тюрьму. Нет, это не наркотик; приняв таблетки, не получишь кайф. И это лекарство не запрещено законом. Это препарат вроде «Виагры», и патентом на него владеет компания Pfizer. Иными словами, юридически она является монополистом, и ее право подтверждено законодательством США. Экономисты могут спорить о том, как долго должен длиться срок действия патента или какие виды инноваций вообще нужно патентовать, но большинство из них согласны, что барьер для выхода на рынок, создаваемый патентами, служит мощным стимулом, заставляющим компании инвестировать средства в разработку новых продуктов. Барьеры для выхода на рынок создает и политика, хотя это далеко не всегда полезно для страны. Например, когда в 1980-х годах автомобильная промышленность США столкнулась с жесткой конкуренцией со стороны японских автопроизводителей, у американцев было два варианта действий: они могли начать выпускать более качественные, дешевые и экономичные автомобили, которые потребители захотели бы покупать больше японских, или они могли инвестировать значительные средства в лоббистов, которые убедили бы Конгресс принять тарифы и квоты, «выдавливающие» японские машины с рынка.

Некоторые барьеры для выхода на рынок не столь непреодолимы. Так, в сфере авиаперевозок конкуренция гораздо ниже, чем может показаться на первый взгляд. Любой желающий, сколотив команду с друзьями из колледжа, может сравнительно легко основать новую авиакомпанию; проблема в том, что он не сможет сажать свои самолеты, где захочется. Число доступных зон выхода на посадку в большинстве аэропортов ограничено, и их, как правило, контролируют очень серьезные парни. Так, в аэропорту О’Харе в Чикаго, одном из самых крупных и оживленных аэропортов в мире, около 80 процентов всех выходов контролируются American Airlines и United Airlines<sup>17</sup>. Или возьмем еще один вид преград, ставший весьма актуальным в эпоху интернета, – сетевые эффекты. Сетевой эффект состоит в том, что ценность и, соответственно, стоимость некоторых продуктов растет вместе с числом людей, их использующих. Я, например, не считаю Microsoft Word таким уж впечатляющим программным продуктом, но на моем компьютере установлен именно Word, потому что я по много раз в день рассылал по электронной почте документы людям, которым эта программа нравится или которые ее используют по другим причинам. И кому бы то ни было будет крайне сложно вывести на рынок

<sup>17</sup> «Relieving O’Hare», The Economist, January 10, 1998.



конкурентный пакет программ для обработки текстовых файлов, как бы он ни был функционален и дешев, до тех пор, пока большая часть мира пользуется Word.

При этом компании выбирают не только то, какие продукты или услуги производить, но и как их производить. Я никогда не забуду картину, которую увидел, сойдя с трапа самолета в Катманду. Группа мужчин, сидя на корточках, вручную, серпами, косили траву между плитками на взлетной полосе. Рабочая сила в Непале дешева, газонокосилки же очень дороги. А вот в США все наоборот, поэтому тут крайне редко увидишь работников с серпами. Поэтому у нас повсюду установлены банкоматы, АЗС самообслуживания и страшно раздражающие автоответчики («Если вы уже доведены до точки кипения, нажмите клавишу #»). Все это примеры автоматизации работы, которую прежде выполняли люди. И их использование вполне объяснимо. В конце концов, один из способов повышения прибыли заключается в снижении издержек производства, то есть, скажем, в увольнении 20 тысяч рабочих или в строительстве предприятия во Вьетнаме, а не в Колорадо. Иными словами, компаниям, как и их клиентам, приходится принимать ошеломляющее количество сложнейших решений. А вот руководящий принцип в обоих случаях довольно прост: нужно выбрать то, что позволит заработать как можно больше в долгосрочной перспективе.

Все сказанное подводит нас с вами к точке, в которой производители встречаются с потребителями. Сколько вы готовы заплатить за этого милого песика в витрине зоомагазина?<sup>18</sup> Вводный курс экономики отвечает на этот вопрос очень просто – рыночную цену, которая определяется исключительно соотношением спроса и предложения. Цена установится в точке, где количество песиков, предлагаемых на продажу, в точности совпадает с количеством песиков, которых люди хотят купить. Если потенциальных любителей домашних животных больше, чем собак в наличии, цена на последних сначала будет расти. Затем некоторые потребители решат купить вместо собаки хорька, а некоторые зоомагазины, привлеченные перспективой высокой прибыли, предложат на продажу больше собак. В итоге предложение сравняется со спросом. Примечательно, что некоторые рынки фактически функционируют по этому принципу. Если я, например, хочу продать сто акций Microsoft на бирже NASDAQ, у меня нет другого выбора, кроме как принять рыночную цену – цену, при которой количество продавцов акций Microsoft на рынке точно совпадает с количеством их покупателей.

Следует признать, большинство рынков работают не совсем так, как описывается в хрестоматийных примерах. Например, не бывает рыночной цены на толстовки Gap, которая меняется каждую минуту в зависимости от спроса и предложения на верхнюю одежду невысокой ценовой категории. Gap, как и большинство других фирм, обладают определенной рыночной мощностью, и это означает лишь то, что компания в некоторой степени контролирует цены на свои продукты. В частности, она может продавать толстовки за 9,99 доллара за штуку, получая минимальную прибыль, а может продать гораздо меньше единиц товара по цене 29,99 доллара, но заработать на каждой толстовке намного больше. Если бы вы были в настроении провести расчеты прямо сейчас или если бы мне было хоть сколько-нибудь интересно об этом писать, мы бы с вами без особого труда вычислили ценовой уровень максимизации прибыли этой компании. Кстати, я почти уверен, что делал нечто подобное на своем выпускном экзамене в университете. Главное, что Gap будет стараться установить такую цену, которая обеспечит объем продаж, позволяющий ей заработать как можно больше денег. При этом менеджеры по маркетингу могут совершать две ошибки: недооценивать товар (в этом случае компания будет продавать толстовки по заниженной цене) или завышать цену и получить в итоге забитые склады.

<sup>18</sup> Перефразированная цитата из популярной в США в 1950-х годах песенки (How Much Is) That Doggie in the Window? («Сколько стоит та собачка в витрине?»). *Прим. ред.*

В сущности, есть еще один вариант. Компания может попытаться продавать одинаковый продукт разным людям по разным ценам; такую стратегию сегодня называют модным термином «ценовая дискриминация». Когда в следующий раз будете лететь в самолете, попробуйте провести небольшой эксперимент: спросите сидящего рядом пассажира, сколько он заплатил за билет. Скорее всего, стоимость его билета будет отличаться от заплаченной вами цены, возможно, даже весьма существенно. Вы летите в одном самолете, одним классом, в одном и том же направлении и с одинаковым пунктом назначения, грызете одинаковые орешки, а цены, которые вы и ваш сосед заплатили за билеты, могут отличаться на целый порядок.

В авиационной отрасли сложно отделить бизнес-путешественников, готовых щедро платить за билет, от туристов, которые, как правило, стараются сэкономить. Продавая все билеты по одной цене, авиакомпания в любом случае будет терять деньги, какие бы планки она ни установила. Командированный часто готов заплатить 1800 долларов за перелет из Чикаго в Сан-Франциско и обратно; а тот, кто летит на свадьбу кузена Ирва, ни за что в жизни не раскошелится более чем на 250. Если авиакомпания установит высокую плату за перелет, она потеряет второго путешественника; но при низком тарифе она потеряет всю прибыль, которую ей готов принести первый. Что же делать? Научиться отделять путешествующих по делам бизнеса от туристов и взимать с них разную плату.

Надо сказать, авиакомпании вполне преуспели в этом. Почему цена на авиабилет резко снижается, если вы переносите вылет с субботнего вечера на другой день? Потому что именно в субботу вечером люди обычно танцуют на свадьбе кузена Ирва. Путешествующие по своим делам, как правило, проводят выходные в месте назначения, в то время как те, кто летает по делам бизнеса, почти никогда так не делают. Покупка билета за две недели до полета тоже обойдется гораздо дешевле, чем за одиннадцать минут до вылета. Туристы планируют вылет заранее, а командированные нередко покупают билет в последнюю минуту. Впрочем, авиакомпания – это лишь самый наглядный пример ценовой дискриминации, но посмотрите вокруг, и вы начнете замечать это явление повсюду. Во время президентской кампании 2000 года Альберт Гор пожаловался, что его мать и его собака принимают одно и то же лекарство от артрита, только мать платит за него намного дороже. И не важно, что Гор придумал эту историю, прочтя статью о разных ценах на продукты для людей и животных. Его пример все равно идеально иллюстрирует это явление. Нет ничего удивительного в том, что одно и то же лекарство продается в обычных и ветеринарных аптеках по разным ценам. Это то же самое, что места в самолете. Люди готовы платить за лекарства для себя больше, чем за лекарства для домашних питомцев. Следовательно, чтобы максимизировать прибыль, компаниям нужно назначать одну цену для пациентов с двумя ногами и другую – для четвероногих.

Очевидно, что ценовая дискриминация будет становиться все более распространенной, по мере того как компании смогут собирать все больше информации о своих клиентах с помощью высоких технологий. Например, уже сегодня возможно выставить разные цены клиентам, заказывающим товары онлайн, и тем, кто размещает заказ по телефону. Больше того, компания может установить разные цены разным онлайн-клиентам в зависимости от их стратегии покупок в прошлом. Логика, которой руководствуются компании вроде Priceline (сайт, на котором потребители дают заявки на туристические услуги), заключается в том, что разные клиенты предположительно могут заплатить за авиабилет или гостиничный номер разную цену. В одной статье Wall Street Journal под названием «Как технологии подгоняют ценники» писалось: «На первый взгляд кажется, что продуктовые магазины могут служить моделью единой цены для всех. Однако уже сегодня они официально объявляют на продукты одну цену, но взимают с покупателей, пожелавших пользоваться купонами, другую, а с людей с карточкой постоянного

покупателя третью, что позволяет магазинам собирать подробные данные о покупательских привычках населения»<sup>19</sup>.

Какой же вывод можно сделать из вышесказанного? Потребители стремятся получить за свои деньги как можно больше, а компании – максимизировать свои прибыли. И эти, казалось бы, простые идеи способны очень многое рассказать нам о том, как устроен окружающий мир.

**Рыночная экономика – мощная сила для улучшения нашей жизни.** Для компании единственный способ получения прибыли состоит в том, чтобы предложить потребителю то, что он желает купить. Для этого создаются всевозможные новые продукты, от термокружек до мощных антибиотиков, или совершенствуются уже существующие продукты либо они производятся дешевле. Такая конкуренция чрезвычайно полезна для потребителей. В 1900 году трехминутный телефонный звонок из Нью-Йорка в Чикаго стоил 5,45 доллара, что эквивалентно примерно 140 долларам сегодня. Сегодня же, если у вас есть мобильный телефон с неограниченным тарифом, такой звонок почти ничего не стоит. Именно извечное стремление к прибыли вдохновляет людей работать как можно лучше, даже в таких областях, как образование, искусство и медицина. Как вы думаете, много ли мировых лидеров полетит в Северную Корею, если им потребуются операция на открытом сердце?

**И в то же время рынок аморален.** Нет, он не лишен понятия морали начисто, он к ней попросту безразличен. Рынок ценит и вознаграждает дефицит, что не имеет непосредственного отношения к стоимости. Алмазы стоят тысячи долларов за карат, а вода (если вы, конечно, достаточно отчаянный человек, чтобы пить ее из-под крана) достается практически бесплатно. А между тем, если бы на нашей планете не было алмазов, мы бы вряд ли это даже заметили, а вот если бы исчезла вода, все бы погибли. Рынок обеспечивает нас не тем, что нам нужно, он предоставляет нам то, что *мы хотим купить*. И это весьма существенное различие. Медицинская система США не предлагает медицинское страхование для бедных. Почему? Потому что они не могут за него заплатить. При этом лучшие американские врачи предлагают услуги по увеличению груди и подтяжке лица голливудским кинозвездам. Почему? Потому что они могут за это заплатить. При этом компании иногда зарабатывают очень много, делая по-настоящему отвратительные вещи. Почему европейские преступные синдикаты похищают юных девушек в Восточной Европе и заставляют их заниматься проституцией в богатых странах? Потому что это приносит отличную прибыль.

Если подумать, преступники вообще одни из самых инновационных предпринимателей. Торговцы наркотиками зарабатывают огромные деньги, переправляя кокаин из мест, где он производится (джунглей Южной Америки), в места, где наркотик потребляется (большие и малые города по всей территории США). Конечно же, это незаконно; американские власти затрачивают огромные ресурсы на перехват партий наркотиков, переправляемых потенциальным потребителям. И, как на любом другом рынке, наркобаронам тем не менее удастся найти хитроумные способы, обойти все преграды и получить в итоге баснословную прибыль.

Сегодня наши таможенники довольно хорошо научились вынюхивать (во многих случаях в буквальном смысле слова) крупные партии наркотиков, переправляемых через границу, а наркоторговцы вычислили, что легче переправлять их в США не через пограничные пункты, а по морю, на небольших лодках. Когда же американская береговая охрана начала отслеживать и проверять рыболовные лодки, наркоторговцы инвестировали средства в быстроходные катера, способные обогнать катера береговой охраны. А когда правоохранительные органы США применили для отслеживания катеров преступников радиолокационные установки и вертолеты, те в очередной раз проявили себя как талантливые новаторы, разработав собственный эквива-

---

<sup>19</sup> June 21, 2001, p. A1.

лент исключительно инновационного продукта – самодельные подводные лодки. В 2006 году сотрудники береговой охраны засекли сорок девять таких подводных лодок ручной работы, собранных в колумбийских джунглях, – невидимых для радаров и оборудованных для перевозки четырех мужчин и трех тонн кокаина. В 2000 году колумбийская полиция во время рейда на один из складов обнаружила недостроенную стофуттовую субмарину, способную в завершённом виде переправить 200 тонн кокаина. Как сказал тогда в интервью New York Times контр-адмирал береговой охраны Джозеф Ниммич, «Тут, как в любом другом бизнесе: если начинаешь терять все больше продукта, стараешься найти другой способ его доставки»<sup>20</sup>.

Рынок похож на эволюцию: эта чрезвычайно мощная сила черпает свою энергию в способности вознаграждать быстрых, сильных и умных. Кстати, самое время напомнить вам, что два наиболее способных к адаптации биологических вида на нашей планете – это крыса и таракан.

***Наша система использует цены для распределения дефицитных ресурсов.*** Поскольку, как уже говорилось, все, что стоит и хочется иметь человеку, ограничено, базовая функция любой экономической системы заключается в том, чтобы решить, кому что достанется. Кто получает билеты на игры Суперкубка? Те, кто готов платить за них наибольшую цену. Кто получал лучшие места на подобные спортивные состязания, проводившиеся под эгидой Верховного Совета СССР в ныне канувшей в Лету стране (если, конечно, таковые проводились)? Люди, отобранные Коммунистической партией. Цены не играли тут абсолютно никакой роли. Когда мясник в советской Москве получал партию свинины, он выставлял ценник с ценой, установленной государством. Если цена была достаточно низкой, в результате чего покупателей было больше, чем свиных отбивных, мясник не поднимал цену, чтобы получить на этом дополнительную прибыль. Он просто продавал мясо людям, которые стояли в очереди первыми, остальные уходили ни с чем. И капитализм, и коммунизм распределяют товары. Мы делаем это с помощью цен; в СССР инструментом распределения было стояние в очередях. Впрочем, в Советском Союзе действовало множество черных рынков, и вполне вероятно, что вышеупомянутый мясник продавал отбивные незаконно, через черный вход своего магазина.

***Поскольку для распределения продуктов используются цены, большинство рынков способны к саморегулированию.*** Как известно, профильные министры нефтяной промышленности из стран – членов ОПЕК периодически встречаются в каком-нибудь экзотическом месте и договариваются об ограничении объемов мировой нефтедобычи. Вскоре после этого происходит следующее: во-первых, цены на нефть и газ начинают расти; и во-вторых, политики наперебой предлагают идеи, в основном скверные, относительно вмешательства в рынок нефти. Но высокие цены подобны высокой температуре: они одновременно и симптом, и средство лечения. И пока политики ломают копья в Конгрессе, в стране происходят важные перемены. Мы начинаем реже садиться за руль автомобиля. Получив огромный счет за отопление, решаем наконец-то утеплить чердак. Мы идем в автосалон Ford и, решительно миновав внедорожники Expedition, направляемся напрямик туда, где стоят экономные Escort.

Когда в 2008 году цена на газ приблизилась к четырем долларам за галлон, скорость реакции американских потребителей удивила даже экономистов. Американцы тут же стали покупать автомобили меньшего размера – объемы продаж внедорожников снизились, а продажи малолитражек выросли. Мы стали намного меньше проводить за рулем (это было первое падение показателя наезженных миль в расчете на месяц за последние 30 лет). Мы стали активнее пользоваться городским общественным транспортом и поездами, причем многие из нас сделали это впервые в жизни; количество транзитных пассажирских перевозок в 2008 году было

---

<sup>20</sup> David Kushner, «The Latest Way to Get Cocaine Out of Colombia? Underwater», New York Times Sunday Magazine, April 26, 2009.

самым большим за 50 лет, со времени создания сети федеральных скоростных автомагистралей<sup>21</sup>.

Следует отметить, что не все изменения, произошедшие тогда в нашем поведении, были к лучшему. Многие потребители, например, пересели с автомобилей на мотоциклы, которые, конечно, позволяют экономить на топливе, но гораздо более опасны для передвижения. После того как число смертей мотоциклистов на протяжении многих лет постепенно снижалось, в середине 1990-х годов, вместе с ростом цен на бензин, этот показатель устремился вверх. Согласно исследованию, результаты которого были опубликованы в *American Journal of Public Health*, при каждом повышении цены бензина на один доллар количество смертей мотоциклистов увеличивается на 1500 человек в год<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Michael Cooper, «Transit Use Hit Five-Decade High in 2008 as Gas Prices Rose», *New York Times*, March 9, 2009.

<sup>22</sup> Fernando A. Wilson, Jim Stimpson, and Peter E. Hilsenrath, «Gasoline Prices and Their Relationship to Rising Motorcycle Fatalities, 1990–2007», *American Journal of Public Health*, vol. 99, no. 10 (October 2009).

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.