

УДК 330.8

Жан Тироле – лауреат Нобелевской премии по экономике 2014 г.

РАТНИКОВ ГЕРМАН НИКОЛАЕВИЧ,*студент 2-го курса финансово-экономического факультета Финансового университета при Правительстве Российской Федерации***E-mail:** ger-ratnikov@yandex.ru

Jean Tirole – Nobel Prize in Economics in 2014

RATNIKOV GERMAN NIKOLAEVICH,*Second-year student of the faculty finance & economics of Finance University under the Government of the Russian Federation***E-mail:** ger-ratnikov@yandex.ru

В 2014 г. Нобелевская премия по экономике была присуждена французскому экономисту Жану Тиролю за работу «Анализ рыночной власти и регулирования».

Члены Нобелевского комитета ставят Тиролю в заслугу то, что он «превосходно показал, как экономическая теория может приобретать огромную практическую значимость».

Жан Тироле опубликовал более 100 научных работ по экономике и финансам, он автор шести книг. Тироле внес вклад во многие области микроэкономического анализа. Одна из самых известных его работ — теории коллективных репутаций — развитие концепции модели Акерлофа о рынках с асимметричной информацией. Эта теория формализует и описывает в виде математической модели такие понятия, как репутация, качество (товара, услуги), честное поведение. На концепции, предложенной Тиролем, базируются многие новые работы других авторов по близким темам, в частности по коррупции в обществе.

До изысканий нобелевского лауреата исследователи и чиновники пытались применять антимонопольные меры, общие для всех сфер экономики, например ограничивали цены или запрещали сотрудничество между крупными конкурентами. Тироле же пришел к выводу, что такие меры не всегда действенны, а иногда просто вредны, и предложил подходить индивидуально

к каждой отрасли. Разработанные им методы позволяют монополиям работать более эффективно и при этом не ограничивать конкуренцию.

Тироле писал о теории отраслевых рынков, игр, стимулов в поставках и регулировании; о пруденциальном регулировании банков, конкуренции в телекоммуникациях и теории финансов. В 1999 г. Жан Тироле в соавторстве с экономистом Матиасом Деватрипоном опубликовал классическую статью «Адвокаты» (Mathias Dewatripont M., Tirole J. Advocates). В ней ученые убедительно показали, что отход от состязательности в суде в пользу установления объективной истины неизбежно приводит к выборочному рассмотрению доказательств. Сравнивая процесс, где доказательства «за» и «против» собирает беспристрастный участник, с процессом, где есть прокурор и адвокат, ищущие противоположные доказательства, ученые установили, что в модели, где получение доказательств затратно и их не сфальсифицировать, нельзя построить такую систему стимулов, чтобы заставить беспристрастного участника найти объективную истину. Только в процессе с конфликтующими сторонами возможно обнаружить полный набор доказательств «за» и «против».

Про освоение новых технологий Жан Тироле говорит в третьей части своей книги «Рынки и рыночная власть: теория организации



промышленности», там, где анализирует поведение фирм в условиях олигополий и увеличивающейся вследствие этого цены выхода на рынок. А вот первые две части книги посвящены различным подходам к максимизации прибыли и возникающему в результате феномену монопольного поведения. Причем во всех его проявлениях — от проблем качества продуктов и их рекламы, дискриминации поставщиков и до статистического исследования динамической ценовой конкуренции. «Отсутствие регулирования на таких рынках часто приводит к социально нежелательным результатам — немотивированному росту цен или сохранению на рынке компаний, которые выживают, блокируя выход на рынок более эффективных конкурентов. Меры регулирования или конкурентной политики должны быть тщательно адаптированы к условиям каждой конкретной отрасли», — пишет ученый [1].

Основной труд ученого — «Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности» (*The theory of industrial organization*). В ней Тироль в первую очередь концентрируется на стимулах и целях деятельности организации, а именно: придерживается гипотезы максимизации прибыли (основная цель фирмы — получение максимально возможной прибыли; при наличии альтернатив выбирается тот проект, который принесет большую прибыль). Однако стимулы организации могут быть различными и вступать в противоречие с полным страхованием. Ж. Тироль рассматривает более подробно модель с двумя сторонами при наличии риска и дохода (некоего пирога).

Сторона, не склонная к риску, должна получить полную страховку (т.е. должна иметь постоянный доход при любых условиях). Сторона, не склонная к риску, предпринимает какое-то ненаблюдаемое действие, которое влияет на размер делимого пирога (в стохастическом смысле), и это действие ей дорого обходится. Нейтральная к риску сторона замечает только реализацию пирога (уровень прибыли). Не склонная к риску сторона при данном доходе (который не зависит от этой реализации) не имеет стимулов для напряжения сил, потому что усилия не повлияют на ее доход. В этом состоит конфликт полного страхования и стимулов. В действительности выбор между целями страхования и стимулирования в общем приводит к тому, что стороны имеют

и субоптимальное страхование, и субоптимальные прибыли.

Существует один случай, когда конфликт не возникает. Обе стороны являются нейтральными к риску, так что сторона, которая осуществляет ненаблюдаемое действие (агент), не нуждается в страховании. Другая сторона (принципал) может гарантировать, что агент примет совместно оптимальное решение путем продажи ему пирога, т.е. принципал получает трансфертную цену независимо от размера пирога, а агент становится претендентом на остаток (*residual claimant*). Так как ожидаемый доход агента равен ожидаемому размеру пирога, он имеет стимул для выбора оптимального действия, т.е. действия, которое максимизирует ожидаемый размер пирога, очищенный от затрат на самоосуществление действия. При этом агент принимает на себя весь риск, но это не имеет значения, поскольку он нейтрален к риску. Остаточные претензии к стороне, которая осуществляет ненаблюдаемое действие, предлагают довольно общее решение проблемы стимулов. Для агента, не склонного рисковать, претензии на остаток находятся в противоречии с задачей страхования [2, с. 56]. Нахождение схемы оптимального стимулирования, когда агент не склонен к риску, является сложной задачей, по мнению Ж. Тироля.

Помимо стимулов, Тироль подробно рассматривал конкуренцию на рынке (причем не только непосредственно конкуренцию, но и различные ситуации, складывающиеся на рынке: монополии, олигополии и т.п.; особенно подробно изучал монополии).

В качестве примера рассмотрим конкуренцию на продуктовом рынке и принятие неэффективных решений. Конкурирующая фирма, которая принимает неэффективные решения (например, по поводу технических приемов), несет убытки, потому что она не может просто переложить свои дополнительные затраты на покупателя (рыночная цена принимается как данная). Фирма поэтому вынуждена искать новые и лучшие решения, чтобы выжить. Следовательно, фирмы в условиях конкуренции в большей степени вынуждены сокращать затраты и нацелены на то, чтобы быть более эффективными. Почему же зачастую выбираются неэффективные технические приемы? Возможно, ответ нужно искать в проблемах делегирования и контроля [2, с.74].



Ученый считает возможным существование эталонной конкуренции. Из возможности существования такого типа конкуренции вытекает один очевидный эффект. Акционеры конкурентной фирмы могут связать вознаграждения менеджеров с прибылями конкурентов или с рыночной ценой, которая была бы невозможной, если бы фирма была монополией.

Очевидно, когда предельные затраты производства (которые абсолютно коррелируют у фирм) низки, предпринимательские фирмы расширяют свой выпуск. Менеджеры управленческих фирм, если они не очень реагируют на денежные стимулы, пользуются любой возможностью, чтобы выполнять свою работу некачественно. Если доля предпринимательских фирм увеличивается, выпуск тем самым становится более чувствительным к снижению затрат. В хорошие времена это снижает рыночную цену, ослабляя таким образом влияние низких затрат на прибыль. В частности, прибыли управленческих фирм становятся менее чувствительными к внешней неопределенности, когда доля предпринимателей увеличивается. Это облегчает контроль со стороны акционеров, что имеет результатом меньшую степень отлынивания от работы. В той степени, в какой предприниматели выступают как символ конкуренции, большая конкуренция на рынке продукта приводит к увеличению эффективности работы в управленческих фирмах.

К несчастью, этот результат чувствителен к виду функции полезности менеджера. Если менеджеры существенно реагируют на денежные стимулы, большая доля предпринимателей увеличивает расхлябанность в управленческих формах. В своем учебнике «Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности» Тироль приводит более подробные примеры с математическими моделями [2, с. 74].

Также ученый описывает так называемые «захваты» — получение одной компанией контроля над другой без желания последней. Захваты, однако, имеют свои пределы. Необходимо собрать дорогостоящую информацию неэффективности фирмы и данные о возможностях ее улучшения. Сторонние деятели имеют стимул для сбора информации и несения затрат по захвату только в том случае, если они могут извлечь значительные прибыли в результате таких действий.

Однако, С. Гроссман ((1900–2006 гг.) — британский ученый экономист, основными сферами интереса которого являлись теории контрактов, теории фирмы, корпоративные финансы, и О. Харт (род. 1953 г.) — американский экономист, работавший над теорией рациональных ожиданий в условиях асимметричной информации [3], подчеркивали потенциальную проблему «свободного наездника» (*free-rider*), которая может устранить этот стимул. В случае захвата акционер может не захотеть продавать свои акции, потому что, если сохранит их, он может воспользоваться увеличением цены акции, которое будет вызвано налетом. С другой стороны, налетчик может получить прибыль, только если цена предложения акций окажется ниже, чем цена после захвата. Следовательно, он не может одновременно и купить акции, и получить на них прибыль.

Существуют выходы из проблемы «свободного наездника». Например, «разбавление» — положение в уставе фирмы, позволяющее удачному налетчику продать часть активов фирмы другой компании, собственником которой является налетчик, на невыгодных условиях для меньшинства акционеров или выпустить новые акции. Это действие равносильно вознаграждению налетчика и поощряет захваты.

Еще одной возможностью является то, что захват может быть предпринят крупным акционером. Даже если другие акционеры вольны «проехаться» за его счет (путем непредоставления своих акций), крупный держатель акций, по крайней мере, воспользуется увеличением цены своих собственных.

Эти факторы, направленные против «свободного наездника», сами имеют пределы. С одной стороны, поскольку разбавление является в основном подарком для налетчика, заинтересованные акционеры могут не разрешить осуществлять его в большом масштабе. Более того, суды США сдерживают его применение. С другой стороны, крупные акционеры интернализуют только увеличение цены своих акций. Они не принимают в расчет положительные внешние эффекты для других акционеров, так что стимул к наблюдению за фирмой для ее захвата может быть слишком незначительным.

Потенциальное сопротивление налету со стороны нынешнего менеджмента является вторым ограничением действенности захватов. Менеджеры могут сделать фирму непривлекательной для



налетчика через антитрестовский суд или при помощи «отравленных пилюль» (*poison pills*). Если это не сработает, они могут вступить в сговор с налетчиком и выкупить его акции фирмы (если такие имеются) за существенное вознаграждение выше рыночной цены в обмен на то, что он подпишет соглашение о бездействии, которое запретит ему владеть акциями в течение определенного периода времени.

Другие акционеры могут значительно пострадать в результате маневра «зеленый шантаж» (*greenmail*), потому что захват не осуществится (менеджмент не сменяется), и фирма купит долю налетчика по высокой цене. Наконец, протест менеджеров можно устранить (например, предложив «золотые парашюты» для отставленных менеджеров), но только посредством значительных затрат.

Эти эффекты могут в некоторой степени объяснить наблюдение американского экономиста, профессора Гарвардского университета Ф. Шерера (сделанное до последней волны захватов), основной смысл которого заключался в том, что имеющиеся в распоряжении доказательства обеспечивают в лучшем случае только слабую поддержку гипотезы о том, что захваты вырабатывают эффективный дисциплинирующий механизм против отступлений от максимизации прибыли [4].

Угроза захвата может иметь своеобразное влияние на работу менеджеров. Во-первых, снижает стимулы менеджеров к осуществлению долгосрочных инвестиций, так как они могут не воспользоваться полученными прибылями. Это значит, что менеджеры проводят близорукую политику.

Во-вторых, она разрушает стабильность работы менеджеров и усиливает их озабоченность своей карьерой, что может привести к управленческим решениям, противоположным интересам фирмы.

В-третьих, она сокращает срок взаимоотношений менеджеров с работниками и может помешать развитию доверия между ними.

Одной из центральных позиций в исследованиях Жана Тироля была монополия: даже при наличии патента неограниченной длительности возникает проблема присвоения общественно-го излишка (здесь излишек выступает скорее в результате введения новой техники, чем новых товаров). Кроме того, помимо каких-либо

стратегических намерений, от введения инноваций монополист выигрывает меньше, чем одна из конкурирующих фирм, так как монополист «возмещает себя» (*replaces himself*), в то время как конкурирующая фирма становится монополией. Этот результат является следствием различных исходных условий — монополист стремится «почивать на лаврах». Это свойство, которым мы обязаны американскому экономисту, лауреату Нобелевской премии К.Д. Эрроу, называется эффектом возмещения (*replacement effect*).

Помимо этого, монополисту совсем не обязательно в патентной гонке вводить инновацию раньше новичка — фирмы, входящей в отрасль. Необходимо принять в расчет эффект замещения (т.е. тот факт, что монополист уже получал монопольную прибыль до инновации и, следовательно, торопится гораздо меньше начинающего с нуля новичка).

Как отмечают в своей книге Р. Джилберт и Д. Ньюбери (американские экономисты, изучавшие стимулы монополий, стремящихся запатентовать альтернативные технологии для ограничения входа на рынок), монополист может стремиться получить право собственности на инновацию, даже если он не станет ее использовать [5]. Так происходит, например, если патент связан с производственной технологией, которая не является наилучшей для монополиста. Единственная цель патентования — удержать новичка от конкуренции. Схожая ситуация может создаться, когда продуктовая инновация недостаточно дифференцируема от продукта монополиста. Единственная цель овладения патентом в таком случае — предотвратить затраты, связанные с введением этого продукта. Монополист может, однако, завладеть правом собственности на продуктовую инновацию с целью избежать конкуренции. Таким образом, эффективность может быть объяснением «помещения на полку» (*shelving*) патента [2, с. 615].

Кроме того, интересными представляются патентные гонки. Рассмотрим два противоположных случая, связанных с двумя различными формами ренты, которую предполагает новая технология.

В первом случае предполагаются две фирмы и технологическая инновация. Так как осваивающий первым получает от инновации больше, обе фирмы стремятся обойти конкурента, освоение вторым всегда невыгодно. Конечный



итог — диффузия с большим запаздыванием среди этих двух фирм. Действительно, в нашем крайнем случае первый осваивает «раньше», а его соперник не осваивает никогда. Более того, монопольная рента, связанная с освоением, полностью растрочена из-за дороговизны раннего освоения.

Во втором примере освоение продуктовой инновации вызывает немедленную имитацию. Следовательно, можно ожидать снижения побуждений к освоению. Освоение откладывается и возникает одновременно для двух фирм. Таким образом, ключ к определению времени освоения в случае концентрированной отрасли — скорость, с которой освоение имитируется.

В заключение следует сказать, что Жан Тироль исследовал не специфику инноваций в контексте монополий, а общий подход к введению инновационных продуктов, патентные войны и т.п. Поэтому данный подход будет актуален всегда, независимо от вида и рода инноваций.

Ученый внес огромный вклад в развитие экономики, исследуя монополии и другие виды рынков. Его математические модели являются исключительными, так как могут быть

применены на практике почти без изменений и дополнений.

Литература

1. URL: <http://library.fa.ru/exhib.asp?id=76>.
2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности /под ред. В.М. Гальперина и Л.С. Тарасевича. СПб.: Экономическая школа, 1996.
Tirol' Zh. Markets and market power: the theory of industrial organization [Rynki i rynochnaya vlast': teoriya organizatsii promyshlennosti] /pod red. V.M. Gal'perina i L.S. Tarasevicha. SPb. Ekonomicheskaya shkola, 1996.
3. Grossman S., Hart O. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration // The Journal of Political Economy. 1986. Vol. 94. N 4.
4. Scherer F. Industrial Market Structure and Economic Performance. 2nd ed. Chicago: Rand — McNally, 1980
5. Gilbert R., Newbery D. Preemptive Patenting and the Persistence of monopoly: Comment // Ibid. 1984 Vol. 74