DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-1-50-59
 УДК 330.88(045)
 JEL B20

Строгие правила свободной конкуренции (о Нобелевской премии по экономике 2020 г.)

Ю.П. Воронов

Институт экономики и организации промышленного производства,
 Сибирское отделение Российской академии наук, Новосибирск, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-7835-5827>

АННОТАЦИЯ

Изучение результатов экономических исследований экономистов, удостоенных нобелевских премий, представляет собой принципиально важную задачу для определения наиболее перспективных направлений развития российской экономической науки. В анализе достижений нобелевских лауреатов 2020 г. автор показывает связи между работами лауреатов и их предшественников, многие из которых были также удостоены Нобелевской премии по экономике. Выделены четыре линии развития достижений предшественников: асимметрия информации, ограниченная рациональность, дизайн рыночных механизмов и новый институционализм. В статье не рассматриваются проблемы теории аукционов, касающиеся ее формального обоснования, являющиеся частью математической экономики и теории игр. Основное внимание автор уделяет результатам эмпирического анализа фактически реализуемых аукционов. Этот анализ разделен на три части, соответствующие трем этапам каждого аукциона: стартовые проблемы (недоверие, репутация участников и пр.), ход аукциона (поведение участников и результаты, в частности «проклятие победителя»). Основные выводы статьи состоят в том, что премия, полученная за «усовершенствование теории аукционов», вписана в более широкий контекст экономических исследований и что лауреаты решали проблемы поддержания свободной конкуренции и снижения вероятности монополизации рынка.

Ключевые слова: Нобелевская премия по экономическим наукам; аукционы; асимметрия информации; ограниченная рациональность; дизайн рыночных механизмов; теория игр; математическая экономика; «хищническое ценообразование»; монополизация рынка; свободная конкуренция; репутация участников аукциона; сговор

Для цитирования: Воронов Ю.П. Строгие правила свободной конкуренции (о Нобелевской премии по экономике 2020 г.). *Мир новой экономики*. 2021;15(1):50-59. DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-1-50-59

ORIGINAL PAPER

Strict Rules of Free Competition (about The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2020)

Y.P. Voronov

Institute of Economics and Industrial Engineering,
 Siberian Branch of Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-7835-5827>

ABSTRACT

Studying the research results by Nobel prize-winning economists is a fundamentally important task for determining the most promising areas of development of Russian economic science. The author traces the connections between all these works and their predecessors' work, many of whom were also awarded the Nobel prize in economics. Three lines of development of the predecessors' achievements are identified: information asymmetry, limited rationality, the design of market mechanism and new institutionalism. The article does not address the problems of auction theory related to its formal justification, which is part of mathematical economics and game theory. However, it is noted that this is an

© Воронов Ю.П., 2021

essential part of the laureates' achievements. The article's main conclusions are that the prize received for "improving the theory of auctions" fits into the broader economic research context. The winners solved the problems of maintaining free competition and reducing the market's likelihood of monopolization. The author pays special attention to the results of the empirical analysis of actually implemented auctions. This analysis is divided into three parts, corresponding to the three stages of each auction: starting problems (distrust, the reputation of participants, etc.), the course of the auction (behaviour of participants and results, in particular, the "winner's curse").

Keywords: Nobel prize on economics; auctions, asymmetry of information; restricted rationality; market mechanism design; game theory; mathematical economics; "predatory pricing"; market monopolization; free competition; the reputation of auction participants; collusion

For citation: Voronov Y.P. Strict rules of free competition (about the sveriges riksbank prize in economic sciences in memory of Alfred Nobel 2020). *Mir novoi ekonomiki = The World of New Economy*. 2021;15(1):50-59. DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-1-50-59

ВВЕДЕНИЕ

Политическая экономия XIX в. была наукой, принципиально отличающейся от современной экономической теории. Тогда было достаточно показать или даже упомянуть, что рынок склонен к монополизации. Сейчас же дотошные люди начинают задавать вопросы относительно того, каким же образом конкурентный рынок это себе позволяет. Такая мысль приходит в связи со следующим событием.

В 2020 г. два профессора Стэнфордского университета (США) — Пол Милгром и Роберт Уилсон — стали лауреатами Нобелевской премии по экономическим исследованиям. Формулировка Нобелевского комитета: «за усовершенствование теории аукционов и разработку новых форматов аукционов».

Биографии новых нобелевских лауреатов не отличаются резкими изменениями или потрясениями. Пол Милгром получил степень бакалавра в Мичиганском университете, магистра по статистике и доктора по специальности «бизнес» — в Стэнфордском.

Р. Уилсон все три этих степени получил в Гарвардском университете. Научным руководителем у него был выдающийся специалист по теории принятия решений Говард Райффа.

Оба лауреата сейчас преподают в Стэнфордском университете и работают на соседних кафедрах. Как пошутил Р. Уилсон: «И на работе, и дома расстояние между нами не больше 40 метров».

То, что лауреаты — из США, стало обычным явлением. Вероятность получения Нобелевской премии по экономике для американцев вдвое выше, чем для граждан остального мира.

Сама тема, которой занимались лауреаты, также не нова для Нобелевского комитета. В обоснованиях достижений предшествующих лауреатов термин

«аукцион», правда, не встречался, но, по существу, и лауреаты премии 1995 г. (Р. Лукас), 1996 г. (У. Викри и Дж. Миррлис) и 2007 г. (Л. Гурвич, Э. Маскин и Р. Майерсон) активно работали с темой аукционов.

Более конкретная на этот раз формулировка достижений лауреатов 2020 г., привязка их именно к аукционам, может создать впечатление, что их исследования относятся к частной проблеме, к одной из относительно экзотических рыночных процедур, применяющихся в немногих конкретных ситуациях. Однако это не так. Сами лауреаты вписывают свои работы в существенно более широкий контекст и выработку новых рыночных механизмов.

Последнее время практически основным критерием выбора новых нобелевских лауреатов-экономистов стало фактическое внедрение в хозяйственную практику результатов экономических исследований. Но это не исключает и тот факт, что очередные нобелевские лауреаты по экономике вписаны в канву постоянно развивающейся экономической науки мира. А, как известно, науки без теории не бывает.

ЛИНИЯ ПЕРВАЯ — АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ

П. Милгром и Р. Уилсон получили премию, прежде всего, потому, что они практически внедряли достижения теории аукционов. Но в формулировке о присуждении премии на первый план выдвигаются достижения лауреатов по разработке теории аукционов. Такое решение отчасти связано с тем, что аукционы занимают все более заметное место в системе рыночных механизмов. Но самая главная причина в том, что аукционы связаны с несколькими линиями современных экономических теорий. Одна из них — концепция асимметричной информации, развитая лауреатами Нобелевской премии по экономике 2001 г. Джорджем Акерло-

фом, Майклом Спенсом и Джозефом Стиглицем. Предшественник лауреатов — также и лауреат Нобелевской премии по экономике 2001 г. «за анализ рынков с асимметричной информацией» Майкл Спенс¹. Он подробно анализировал результаты торгов, когда участники располагают различной информацией, в частности анализировал результаты аукционной торговли.

Собственно, путь двух лауреатов к премии 2020 г. начался со статьи Роберта Уилсона, написанной именно в русле концепции асимметричной информации [1]. Он прорабатывал конкретную ситуацию, когда в начале торгов информация между участниками распределена неравномерно, а по ходу дела эта неравномерность устраняется. Затем Р. Уилсон попытался уйти в формализацию не только аукционов и других видов рыночных сделок, но и долгосрочных партнерств [2], но аукционная торговля впоследствии заняла у него основное внимание. Способствовало такому возврату, без сомнения, то, что его идеи стал развивать Пол Милгром.

ЛИНИЯ ВТОРАЯ — ОГРАНИЧЕННАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

Начало этому направлению исследований положил лауреат Нобелевской премии по экономике Герберт Саймон², отметивший, что человек внутри организации объективно имеет ограничения на свое рациональное поведение.

Исходно экономисты вносили в термин «рациональный» совсем иной смысл, далекий от того, что подразумевают под ним обычные люди. Рациональное поведение, рассматриваемое экономической теорией, довольно «туповато» и состоит лишь в стремлении использовать ресурсы, которыми располагает человек, с наилучшей выгодой для себя. При этом, как отметил Пол Милгром, неявно допускается, что (согласно теории) у рационального человека есть один неограниченный ресурс — его интеллект и умение предвидеть будущие события.

На этот недостаток теории указал Герберт Саймон, предложив концепцию ограниченной реальности, основанную на следующих предпосылках. Субъекты рынка имеют ограниченные способности четкого определения целей и предвидения последствий принимаемых ими решений. Рациональность

участника рынка ограничена потому, что он не может быть «идеальным вычислителем».

Но дело не только в ограниченных возможностях человека предвидеть будущее [3]. В своем поведении многие участники рынка часто руководствуются принципом удовлетворенности, а вовсе не максимизации прибыли. Думаю, многим читателям приходилось встречаться с людьми, которые, добившись определенного уровня достатка, перестают заботиться о его дальнейшем повышении.

Один очень близкий предшественник Пола Милгрорма и Роберта Уилсона из числа нобелевских лауреатов — Райнхард Зельтен [4], получивший премию в 1994 г.³ Концепция Р. Зельтена может рассматриваться как дальнейшее развитие идей ограниченной рациональности Г. Саймона.

ЛИНИЯ ТРЕТЬЯ — НОВЫЕ ФОРМАТЫ АУКЦИОНОВ КАК ЧАСТЬ ДИЗАЙНА РЫНОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ

В 2007 г. лауреатами Нобелевской премии стали Эрик Маскин⁴ и Роджер Майерсон⁵, которые внесли большой вклад в теорию аукционов, рассматривая их как часть более общей проблемы разработки (дизайна) рыночных механизмов. К тому времени Пол Милгром и Роберт Уилсон были уже не только исследователями, но и признанными разработчиками новых форматов аукционов.

В экономической теории активно обсуждаются проблемы самых замысловатых рыночных механизмов, весьма далеких от обычной торговой сделки. Весьма примечателен в связи с этим переход предшественников П. Милгрорма и Р. Уилсона от трактовки рыночного механизма как результата естественного хода событий к пониманию его как цели проектирования.

В теории проектирования рыночных механизмов было показано, почему аукцион оказывается обычно наиболее эффективным способом распределения ресурсов частных (не общественных) товаров среди данной совокупности покупателей. Эта теория демонстрирует, в частности, что механизм аукционов приносит максимальный из

¹ Спенс Майкл (р. 1943 г.) — профессор Калифорнийского университета (Беркли).

² Саймон Герберт Александер (1916–2001) — профессор Университета Карнеги-Меллона, лауреат Нобелевской премии по экономике 1978 г.

³ Р. Зельтен (1930–2016) — единственный немецкий экономист, удостоенный Нобелевской премии по экономике. Его достижения остались в тени Джона Нэша, вместе с которым он эту премию получил.

⁴ Маскин Эрик (р. 1950 г.) — профессор Принстонского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике 2007 г.

⁵ Майерсон Роджер (р. 1951 г.) — профессор Чикагского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике 2007 г.

ожидаемых доходов продавцу. В отечественной литературе критерий дохода продавца (во многих случаях это — государство) полагается определяющим. Но в работах лауреатов используются и другие критерии, в частности максимум эффективности проданного права (лицензии).

В перспективе при разработке новых форматов аукционов рассматривается использование искусственного интеллекта [5].

ЛИНИЯ ЧЕТВЕРТАЯ — НОВЫЕ ИНСТИТУЦИОНАЛИСТЫ

Большинство исследователей считают П. Милгрома и Р. Уилсона продолжателями относительно нового направления в экономической науке — неoinституционализма. Создателями этого направления считаются нобелевские лауреаты по экономике Рональд Коуз⁶ и Дуглас Норт⁷.

Сам термин «неoinституционализм» ввел в научный оборот Оливер Уильямсон⁸. Считается, что он же окончательно оформил это направление экономической мысли в цельное учение. Основной труд этого направления — монография Дугласа Норта «Институты, институциональные изменения и экономические преобразования» [6]. Но начало неoinституциональному направлению экономической мысли положила работа Р. Коуза «Природа фирмы» [7]. В ней были поиски ответа на неожиданный вопрос: «Почему существуют фирмы?». Р. Коуз отвечал на него так: «Потому что внутри них ниже транзакционные издержки». Вопрос, на который Р. Коуз отвечал, со временем ушел в тень, внимание стали уделять исключительно теории транзакционных издержек, автором которой справедливо считается Р. Коуз.

Тем не менее игнорируется более важный элемент неoinституциональной концепции, развива-

ющий один из тезисов Гегеля: «Все существующие рыночные институты целесообразны, и нужно объяснять причины их существования».

Наряду с утверждением необходимости анализировать и объяснять то, что существует, неoinституционализм как относительно новое (и века не прошло) направление экономической мысли базируется на нескольких постулатах. Первый — субъекты экономики способны принимать решения о своих действиях индивидуально. Второй — рыночные институты появляются под влиянием поведения и интересов конкретных субъектов рынка, которые стремятся избежать хаоса. Информация, которой пользуются субъекты экономики, всегда асимметрична. У одной стороны сделки она больше, у другой — меньше. Это свойство экономической информации служит основой для недобросовестного (оппортунистического) поведения, которое, согласно концепции неoinституционализма, в равной мере должно учитываться теорией, как и поведение рациональное.

Значительное внимание неoinституционалисты уделяют анализу изменений структуры экономических агентов: домашних хозяйств, частных компаний и государства, которые неоклассиками воспринимались как данность и отдельно не изучались.

Признавая ограничения, которые учитывались неоклассической теорией (а именно — физические, порождаемые редкостью ресурсов, и технологические, отражающие уровень развития знаний и мастерства экономических агентов), неoinституционалисты вводят еще один тип ограничений, связанных с институциональной структурой общества. Они утверждают, что в связи с принятием новой разновидности ограничений можно будет лучше понять и объяснить процессы реального мира, в котором экономические агенты действуют в условиях неопределенности и риска, высоких транзакционных издержек, нечетко определенных прав собственности, ненадежных договоров.

Мотивация поведения в неoinституционализме более многообразная, чем в других течениях экономической мысли. У классиков и неоклассиков основной, а зачастую и единственный мотив поведения — максимизация выгоды, а в неoinституционализме анализируется механизм (ход) принятия решений, его условия и предпосылки. Мотив становится всего лишь одним из элементов предпосылок, которые изменчивы.

⁶ **Рональд Гарри Коуз** (1910–2013) — английский экономист, профессор Чикагского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике 1991 г. «за открытие и прояснение точного смысла транзакционных издержек и прав собственности в институциональной структуре и функционировании экономики».

⁷ **Дуглас Сесил Норт** (1920–2015) — американский экономист, профессор Вашингтонского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике 1993 г. Получил ее совместно с Робертом Фогелем «за возрождение исследований в области экономической истории, благодаря приложению к ним экономической теории и количественных методов, позволяющих объяснять экономические и институциональные изменения».

⁸ **Оливер Итон Уильямсон** (1932–2020) — профессор Калифорнийского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике в 2009 г.

Традиционной неоклассической теории, по мнению О. Уильямсона [8], присуща технологическая парадигма. Неинституционализм опирается в большей мере на представление об экономике как о системе взаимовыгодных отношений между людьми и компаниями. Реализация таких отношений невозможна иначе, чем через институциональную среду.

Представителей неоинституционализма более чем других обвиняют в «экономическом империализме», т.е. в том, что они усматривают экономические явления и процессы во всех сторонах общественной жизни. С такими критиками можно и поспорить. Если экономисты видят в проявлениях дружеских чувств возможность получения беспроцентного кредита, это не мешает психологам исследовать дружеские чувства другими методами и с помощью иного понятийного аппарата.

Этот «недостаток» я считаю обязательным для экономиста. Пусть уж психологи и социологи отвоевывают занятую нами территорию.

ЧТО ТАКОЕ ТЕОРИЯ АУКЦИОНОВ?

Прежде чем ответить на этот вопрос, приведу несколько относящихся к нему фактов. В своих работах Пол Милгром и Роберт Уилсон в части, отмеченной как основание для получения ими Нобелевской премии по экономике, развивали результаты исследований Уильяма Викри, который стал нобелевским лауреатом в 1996 г.⁹ Они были его последователями настолько, что когда У. Викри умер (через несколько дней после получения им Нобелевской премии), нобелевскую лекцию за него читал Пол Милгром.

Исходной установкой Уильяма Викри было то, что аукционы — часть системы рыночных механизмов, удерживающих экономику от монополизации и спекулятивных пузырей.

Можно приводить множество примеров современных аукционов, один удивительнее другого, в каждом из них — множество процедурных тонкостей.

Теория аукционов во многом формальная и выражена многими математическими уравнениями [9]. Формализованная часть теории аукционов значительна, она органично входит в математическую экономику, работающую с моделями некоторых

условных экономик. Но наиболее интересно то, что связано с обработкой данных и анализом фактических аукционов [10].

Помимо серии формальных обоснований, теория аукционов включает в себя систему анализа эффективности различного типа аукционов. В ней рассматриваются три этапа аукциона: стартовые позиции участников, поведение их в ходе аукциона и оценка ими результатов по завершении аукциона [11].

ПРОБЛЕМА СТАРТА — НЕДОВЕРИЕ

При любой торговой сделке в той или иной мере покупатель сомневается в свойствах покупаемого им товара или услуги. Благодаря формализации процедуры торгов в аукционной торговле уровень этих сомнений возможно оценить по ходу и по результатам аукциона. Один из элементов теории аукционов — оценка исходного недоверия покупателя.

Поведение участников рынка зависит от частной информации, которой они владеют. Лауреаты премии 2020 г. провели множество эмпирических исследований, доказывающих, что при разработке формата аукциона в обязательном порядке нужно максимально снимать подозрения покупателей в том, что какая-то часть информации от них специально скрыта [12]. Подозрения повышают осторожность участников и сдерживают их от высоких цен спроса. Уровень стартового недоверия может быть выявлен в ходе специальных исследований и опросов.

Корень недоверия участников не только аукциона, но и любой рыночной сделки кроется в том, что в любой информации могут содержаться элементы убеждения. Поэтому концепция асимметричной информации со всей очевидностью должна быть дополнена положением, что любая рыночная информация может быть токсичной, т.е. способной понуждать участника рынка к принятию неверного решения.

Как и многие экономисты, Пол Милгром исходит из общего положения о том, что если нечто существует и, как нам кажется, не имеет прямого отношения к рыночным отношениям, то это — недоработка исследователей и нужно найти эту связь [13].

В рамках исследований мотивов принятия решений (как на аукционах, так и в рыночной экономике вообще) лауреаты занялись мотивом поддержания репутации компании как достойного участия

⁹ Уильям Викри (1914–1996) — американский экономист, профессор Колумбийского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике 1996 г.

рынка¹⁰. Назначая цену или определяя параметры ценовой политики, фирма, заботящаяся о своей репутации, ориентируется не столько на текущую прибыль, сколько на будущее поведение партнеров и конкурентов.

Вместе с тем развитие такой теории полезно для практических приложений даже в том случае, если она на практике неприменима. В России положение с репутацией участников рынка можно признать катастрофическим. А ведь репутация является основной частью так называемых нематериальных активов, которые имеют денежную оценку.

В 1990-е гг. доля нематериальных активов российских компаний составляла 5%. За 30 лет она поднялась до 12%. Но это очень далеко от среднемирового уровня (63%)¹¹. В РФ распространилась мировая практика оценки репутации. Любой руководитель или владелец фирмы может обратиться в эту систему¹² и получить стоимостную оценку репутации своей организации. Но особого спроса на это нет.

Пол Милгром и Роберт Уилсон связывали проблему оценки репутации с форматом проведения аукциона. Одно дело, когда в аукционе участвуют компании с безупречной репутацией, и совсем другое, если некоторые из них вызывают у других участников недоверие к самому аукциону и его возможным результатам.

ПРОБЛЕМЫ В ХОДЕ АУКЦИОНА — ВОЗМОЖНОСТЬ СГОВОРА

Второй элемент теории аукционов базируется на анализе поведения участников в ходе аукциона. Если в одном случае покупатели определяют свои предложения простой добавкой фиксированной суммы, а в другом они имеют в голове процентные надбавки, то правила аукциона для тех и других должны быть разными. Правила аукциона ограничивают действия участников, что позволяет легче формализовать их поведение. Формализация действий участников аукциона представляет собой мощное средство ограничения возможностей крупных игроков, уравнивания их права с правами прочих участников аукциона. При использовании простых

форматов аукциона эту цель не всегда удается достичь.

Начну с отрицательных примеров, а именно — с залоговых аукционов 1995 г., которые лишили наше государство существенной части его собственности. Тема эта, к сожалению, чрезмерно политизирована. Создается впечатление, что речь идет о приватизации в целом, а это не так. Залоговые аукционы начались после Указа Президента РФ Б.Н. Ельцина в августе 1995 г.¹³ Их было всего 12, проведенных до конца того же года, и коснулись они только нескольких крупных государственных компаний. Прирост цены продажи относительно стартовой был минимальным: контрольный пакет акций «Сиданко» был продан с приростом 4%, «Юкоса» — 2,6%, «Норильского никеля» — 0,6%¹⁴.

Основным свидетельством сговора и являются такие малые величины прироста, говорящие об отсутствии конкуренции в ходе аукциона. Нет конкуренции — следовательно, рынок полностью или частично монополизирован. Сговор — это способ взаимной поддержки тех, кто замещает свободную конкуренцию монополией или олигополией.

Понятно, что для разработки таких форматов аукционов, которые снижают вероятность сговора участников, нужна заинтересованная сторона и заказ на такую разработку. Но по отсутствию в России до сих пор нормального научного анализа даже залоговых аукционов 1995 г. можно догадаться, что госзаказ на разработку форматов аукционов с низкой вероятностью сговора в нашей стране еще не созрел.

Сговор и недоверие — две проблемы, повышающие вероятность монополизации рынка. Поэтому меры, направленные на снижение этой вероятности, формируют препятствия деятельности будущих и уже закрепившихся монополистов, способствуют поддержанию свободной конкуренции.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ, «ПРОКЛЯТИЕ ПОБЕДИТЕЛЯ»

Третий элемент теории аукционов (в ее эмпирической части) — подведение итогов аукциона. Проигравшие заведомо аукционом недовольны, но, оказывается, что часто бывает недоволен и победитель аукциона. Такую ситуацию лауреаты

¹⁰ Основателями теории репутации и ее роли на рынке являются лауреаты Нобелевской премии по экономике 2004 г. Финн Кидланд и Эдвард Прескотт.

¹¹ URL: <http://emco-eqs.webflow.io/>

¹² URL: <https://www.rep-in.ru/>

¹³ Указ Президента РФ от 31.08.1995 № 889 «О порядке передачи в залог акций, находящихся в федеральной собственности».

¹⁴ Рассчитано по данным: URL: <http://nationalization.ru/privatizaciya-v-90/kriminal-zalogovyh-aukcionov/>.

обозначили как «проклятие победителя» и подробно ее проанализировали. Она может быть понятна по результатам опроса многих победителей аукционов, которые часто переживают, что они переплатили.

При одних форматах аукционов таких жалоб много, при других — существенно меньше. Факт победы может считаться как плохим, так и хорошим известием. Используемый формат аукциона тем лучше, чем меньше сожалений у его победителя. На эту закономерность первым обратил внимание Роберт Уилсон [14]. У победителя оценка его будущего дохода была наиболее оптимистичной. После победы он получает массу отрицательной информации, узнав, что все прочие дали меньшую оценку, чем он. На основании этой информации он корректирует прежнюю оценку своего будущего дохода от выигрыша и впадает в пессимизм.

Пол Милгром «проклятие победителя» не трактует просто как феномен, симптом эффективности (или неэффективности) выбранного формата аукциона. Он объясняет его, используя две категории — убеждение и открытость информации [15]. Интересно, что этот подход лауреата во много пересекается с идеями, высказанными ровно век назад русским академиком В. М. Бехтеревым [16]. Последний проводил границу между внушением и убеждением, полагая, что убеждение состоит в объяснении человеку, как фактически обстоят дела и противопоставлял его внушению, которое есть инструмент воздействия не только на сознание, но и на подсознание человека.

Пол Милгром проводит аналогичную границу между убеждением и открытостью информации по иному критерию. Убеждение — есть целевое воздействие на сознание участников рынка, в открытости информации такой цели не содержится, во всяком случае, явно. «Проклятие победителя» есть результат убеждения (а, возможно, и внушения), даже если продавец не ставил себе задачу внушить или убедить покупателя в достоинствах приобретаемого им товара, услуги или права.

ТОРГОВЛЯ ЭФИРОМ

Современная рыночная экономика характерна тем, что основная часть сделок внутри нее состоит в торговле правами на какую-то деятельность. Тот, кто пытается привязать современную экономику к товарным потокам, обрекает себя на неудачу. Взамен них появляются нематериальные активы.

Один из таких активов — право пользования радиоэфиром.

Участники аукционов по продаже лицензий на право использования данного спектра радиочастот на данной территории делятся на несколько групп. В лицензиях заинтересованы владельцы радиостанций, провайдеры сотовой связи. Многие государства мира используют наработки П. Милгрорма и Р. Уилсона, продавая на аукционах лицензии на право использования диапазонов радиочастот.

В США аукционы на радиочастоты проходят с 1994 г. Первый из них и был дебютом П. Милгрорма и Р. Уилсона как разработчиков аукционных процедур. С того времени было проведено 87 аукционов, т. е. 10 аукционов каждые три года. На этих аукционах было заработано около 60 млрд долл. Последний масштабный аукцион прошел в 2008 г. на частоты 700 МГц. Первый аукцион по 3G-частотам прошел в Индии в 2010 г., выручка составила 14 млрд долл. В 2015 г. там состоялся аукцион на частоты от 0,8 до 2,1 ГГц, продолжавшийся 19 дней. Выручка государства — 17 млрд долл. То есть везде такие аукционы приносят доход государству.

В России такие аукционы не пользуются популярностью — ни на рынке частот для радиосвязи, ни для сотовой связи. Так, в 2015 г. был проведен аукцион продолжительностью семь дней по продаже лицензий на право использования радиочастот для сетей связи четвертого поколения (4G). На следующие торги — в 2016 и 2018 гг. — не было подано ни одной заявки (<https://digital.gov.ru/ru/events/38690/>). В 2020 г. полосы миллиметрового диапазона для создания пилотных зон сетей 5G были без какого-либо конкурса предоставлены совместному предприятию «Мегафона» и «Ростелекома», созданному специально для их получения.

Таким образом, аукционы по продаже радиочастот для сотовой связи новых поколений в России закончились, а сговор стал незамеченным. Население страны не очень волнует, кому достанутся радиочастоты. Но уход конкуренции из этой сферы должен был стать событием, очень важным для отечественной экономической науки. К сожалению, этого не произошло.

«ХИЩНИКИ» НА РЫНКЕ

Если на рынке снизились цены, для покупателей это хорошо. Если речь идет о потребительском товаре, статистические органы бодро рапортуют о том, что инфляция низкая. Но на самом деле на этот рынок пришла крупная компания-«хищник»,

которая сбила цены ради того, чтобы вытеснить с рынка конкурентов, которые не выдержат продаж по таким низким ценам. Иногда цены в рознице ниже не только оптовых, но и себестоимости производства товара. Крупная компания может компенсировать свои убытки за счет продаж других товаров или торговли на других рынках, а более слабые конкуренты поймут, что таких цен они не выдержат и уйдут. Тогда крупная компания-монополист может спокойно повышать цены, не беспокоясь о том, что кто-либо затронет ее интересы.

Термин «predatory pricing» принято переводить на русский язык как «хищническое ценообразование». В таком переводе скрываются два подвоха. Во-первых, «pricing» — это не столько «ценообразование» (в смысле формирования цен на рынке), сколько «назначение цены отдельным продавцом». Со словом «predatory» еще сложнее: при полной расшифровке речь идет о «хищнике», который охраняет свою территорию или спрятался и ждет жертву. Лично я считаю наиболее близким перевод этого термина как «предательский», за которым стоят иные цели, чем торговля. Но термин уже закрепился как «хищнический», поэтому его придется использовать и после этих разъяснений. Такое назначение цены повышает вероятность монополизации рынка или сохранение монополии одного участника рынка — «хищника». В большинстве стран оно считается нарушением антимонопольного законодательства и юридически преследуется.

Частный случай «хищнической» цены — так называемая «блокирующая цена» (deterred price). Она назначается «хищником», который уже убрал конкурентов и защищает захваченный им рынок. Она назначается такой, чтобы новичку (возможно, еще более крупному «хищнику») было бы неинтересно заходить на этот рынок.

Эти исследования имеют мощного потенциального заказчика — антимонопольную службу. Однако в подавляющем большинстве стран мира нет прямой связи науки с деятельностью этой службы. Признание какой-то компании «хищником» требует юридического оформления, которое находится за пределами научных теорий и их эмпирического подтверждения. Юристы могут отрицать саму связь между ценовой войной и недобросовестной конкуренцией. Кроме того, на практике чаще всего встречается не чистая монополия, а олигополия, когда несколько «хищников» либо захватывают

рынок, либо блокируют входение на него новых игроков [17].

Возникает проблема — как отделять «хищничество» от конкурентного ценообразования? Для этого нужно знать, располагает ли фирма активами, которые необходимы для того, чтобы «пересидеть» конкурента, и согласна ли она длительное время нести убытки.

Еще один способ отделения «хищничества» от нормальной конкуренции связан с предложенным лауреатами разделением «хищнического ценообразования» на три класса, которым соответствуют три типа моделей.

Первому соответствуют модели репутации [18]. Когда уже работающий участник рынка, встречаясь с потоком желающих прийти на этот рынок, открывает ценовую войну, он приобретает репутацию «крутого», что отворачивает приход новых конкурентов.

Второму классу соответствуют сигнальные модели. Новичок не знает, слаб или нет действующий участник рынка, т.е. высоки или нет его издержки. И принимая решение о входе на рынок, он анализирует его цену. Здесь П. Милгром выделил два возможных состояния равновесия: раздельное и совместное. В первом участник выдерживает низкую цену и несет убытки. При втором оба участника несут убытки.

Сигнальная модель может быть, например, такой:

1. Действующий участник рынка выбирает цену.
2. Низкие доходы для новичка, если у участника рынка низкие затраты.
3. Игра по захвату рынка.

В такой модели низкая цена говорит о том, что у участника рынка низкие затраты. Ориентируясь на низкие доходы, новичок начинает продавать товар по более низкой цене.

Третьему классу соответствуют модели «большого кармана «хищника»» [19]. В модели «хищничества» «толстый кошелек» действуют две фирмы, новичок и участник. Они несут одинаковые издержки в период противостояния и отличаются только размерами ликвидных активов. Побеждает тот, у кого эти активы больше.

У таких моделей много недостатков: требуется обширная информация, при равновесии на рынке ценовые войны отсутствуют, есть сомнительное допущение, что новичок не в состоянии привлечь больше активов. Но самое главное — они могут использоваться исключительно для пояснения происходящих процессов, и, на мой взгляд, бес-

полезны как рабочий инструмент. Творческие приемы предпринимателей содержат иногда столько выдумки, что никакая теория их охватить не в состоянии.

Исследователи (и лауреаты в том числе) утверждают, что существующая теория представляет собой надежную основу для принятия решений в области антимонопольного законодательства, что теоретическими построениями можно отделить «хищничество» от честной ценовой конкуренции [17].

В схеме «хищника», захватывающего рынок, цены снижаются для того, чтобы затем установить монополию. И определить это намерение можно только по последующим событиям, когда после устранения конкурентов цены повышаются. Но и тогда на рынок может прийти новый игрок, который собьет цены с той же целью.

Кроме того, последующее после захвата рынка повышение цен не может быть длительным, иначе это привлечет на данный рынок новых игроков, которые могут оказаться более сильными в финансовом отношении [20].

Характерно, что модели «хищнического ценообразования» не отличаются особой сложностью. Их строят для того, чтобы дать общую качественную оценку самого факта «хищничества». Упрощения сознательны и объяснимы. Если приближать модели к реальности, придется вводить чрезмерно большое число параметров, отображающих эту реальность.

Такие модели интересны еще и потому, что за частной проблемой «хищнического» ценообразования стоит уже упоминавшаяся масштабная проблема экономической теории, а именно — склонность рыночной экономики к монополизации отдельных рынков и, в этом смысле, отрицание возможности длительного существования свободной конкуренции. «Хищники» займут монопольное положение на всех рынках, и время свободной конкуренции закончится.

Предшественник нобелевских лауреатов Р. Зельтен делит на три вида стратегии поведения человека на рынке и не только:

1. *Рутинная*, когда он поступает так, как делал это обычно.
2. *Воображение*, когда человек придумывает нечто оригинальное, ранее не встречавшееся.

3. *Рассуждение*, когда он приходит к решению на основании построенных им логических конструкций.

Теория игр, равно как и подходы классиков и неоклассиков, основываются на последнем подходе. А в жизни все три стратегии используются по мере необходимости. Возможно ли, что теория способна предвидеть все творческие находки участников рынка? Сомнительно.

ВЫВОДЫ

Итак, несмотря на то, что Нобелевская премия по экономике получена Полом Милгромом и Робертом Уилсоном за развитие теории аукционов, их исследования охватывают куда более широкую область [21].

Экономисты, которые претендовали на получение Нобелевской премии в 2020 г., интересны не столько сами по себе, сколько темами своих исследований, но Нобелевский комитет посчитал их менее важными по сравнению с теорией аукционов. Например, Стивен Берри и Джеймс Левинсон (Йельский университет) и Ариэль Пейкс (Гарвардский университет) создали широко используемую логистическую модель оценки спроса BLP (по первым буквам их фамилий). Дэвид Дики (Университет Северной Каролины) и Уэйн Фуллер (Университет Айовы) разработали тест Дики-Фуллера, с помощью которого оценивают временные ряды на вероятность роста. Забавно, что в 2003 г. премию получили Роберт Фрай Энгл и Клайв Гренджер, которые вели свои исследования, используя этот тест. Теперь же премию получили еще и Пол Милгром с Робертом Уилсоном, для которых также важна проверка временного ряда на стационарность.

Очевидно, в год, когда мировая экономика переживает небывалые изменения, Нобелевский комитет исходил из того, что от исследований трендов будет мало пользы.

Прогнозировалась в лауреаты и профессор Гарвардского университета Клаудия Голдин. Она занимается гендерным экономическим неравенством, но актуальность этой темы поблекла на фоне событий, происходящих в 2020 г.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ/REFERENCES

1. Wilson R. Competitive bidding with asymmetric information. *Management Science*. 1967;13(11):816–820. DOI: 10.1287/mnsc.13.11.816
2. Wilson R. The theory of syndicates. *Econometrica*. 1968;36(1):119–132. DOI: 0012-9682(196801)36:1<119:TTOS>2.0.CO;2-J

3. Simon H.A. Rationality as process and as product of thought. *The American Economic Review*. 1978;68(2):1–16.
4. Simon H.A. A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*. 1955;69(1):99–118. DOI: 10.2307/1884852
5. Milgrom P.R., Tadelis S. How artificial intelligence and machine learning can impact market design. NBER Working Paper. 2018;(24282). URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24282/w24282.pdf
6. North D.C. Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge, New York: Cambridge University Press; 1990. 152 p.
7. Coase R.H. The nature of the firm. *Economica*. 1937;4(16):386–405. DOI: 10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x
8. Williamson O.E. The economic institutions of capitalism: Firms markets, relational contracting. New York: The Free Press; 1985. 450 p.
9. Milgrom P.R., Weber R.J. A theory of auctions and competitive bidding. *Econometrica*. 1982;50(5):1089–1122. DOI: 10.2307/1911865
10. Milgrom P.R. Putting auction theory to work. Cambridge, New York: Cambridge University Press; 2004. 396 p.
11. Ausubel L.M., Milgrom P. Ascending auctions with package bidding. *Frontiers of Theoretical Economics*. 2002;1(1):1–44. DOI: 10.2202/1534-5955.1019
12. Milgrom P.R. Auction market design: Recent innovations. *Annual Review of Economics*. 2019;11:383–405. DOI: 10.1146/annurev-economics-080218-025818
13. Milgrom P. Is sympathy an economic value? Philosophy, economics, and the contingent valuation method. *Contributions to Economic Analysis*. 1993;220:417–441. DOI: 10.1016/B 978-0-444-81469-2.50017-1
14. Wilson R. Auctions of shares. *The Quarterly Journal of Economics*. 1979;93(4):675–689. DOI: 10.2307/1884475
15. Milgrom P. What the seller won't tell you: Persuasion and disclosure in markets. *Journal of Economic Perspectives*. 2008;22(2):115–131. DOI: 10.1257/jep.22.2.115
16. Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Изд. К.Л. Риккера; 1908. 175 с.
Bekhterev V.M. Suggestion and its role in public life. St. Petersburg: K.L. Rikker Publ.; 1908. 175 p. (In Russ.).
17. Brodley J.F., Bolton P., Riordan M.H. Predatory pricing: Response to critique and further elaboration. *Georgetown Law Journal*. 2001;89(8):2496–2528. URL: <http://www.columbia.edu/~mhr21/papers/bbr-response.pdf>
18. Milgrom P., Roberts J. Predation, reputation and entry deterrence. *Journal of Economic Theory*. 1982;27(2):280–312. DOI: 10.1016/0022-0531(82)90031-X
19. Benoit J.-P. Financially constrained entry in a game with incomplete information. *The RAND Journal of Economics*. 1984;15(4):490–499. DOI: 10.2307/2555520
20. Kenton W. Predatory pricing. Investopedia. 2020. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/predatory-pricing.asp>
21. Holmström B., Milgrom P. Regulating trade among agents. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. 1990;146(1):85–105.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Юрий Петрович Воронов — кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Лаборатории моделирования и анализа экономических процессов, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, Новосибирск, Россия
Yuri P. Voronov — Cand. Sci. (Econ.), Leading Researcher, Laboratory for Modeling and Analysis of Economic Processes, Institute of Economics and Organization of Industrial Production SB RAS, Novosibirsk, Russia
 corpus-cons@ngs.ru

Статья поступила 10.11.2020; после рецензирования 30.11.2020; принята к публикации 15.12.2020.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The article was received on 10.11.2020; revised on 30.11.2020 and accepted for publication on 15.12.2020.

The author read and approved the final version of the manuscript.