

ВЕЛИКИ

ТОМА ФИЛИППОН

КИИ

КАК АМЕРИКА ОТКАЗАЛАСЬ

ПОВО

ОТ СВОБОДНЫХ РЫНКОВ

РОТ

ИЗДАТЕЛЬСТВО
ИНСТИТУТА
ГАЙДАРА

Тома Филиппон

**Великий поворот. Как Америка
отказалась от свободных рынков**

«Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара»

2019

УДК 338.2
ББК 65.6(7СОЕ)

Филиппон Т.

Великий поворот. Как Америка отказалась от свободных рынков /
Т. Филиппон — «Институт экономической политики имени Е.Т.
Гайдара», 2019

ISBN 978-5-93255-583-5

В книге предлагается новый взгляд на развитие конкуренции в США в первые десятилетия XXI века. Основываясь на современных научных исследованиях и проводя международные сопоставления, автор показывает, что конкуренция на внутреннем американском рынке снижается. Это объясняется усилением лоббизма и финансирования политических кампаний крупными корпорациями и ведет к падению уровня заработной платы, инвестиций и темпов экономического роста. Книга предназначена для студентов, преподавателей, экономистов-практиков и всех, кто интересуется проблемами экономики отраслевых рынков и антимонопольного регулирования. В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 338.2
ББК 65.6(7СОЕ)

ISBN 978-5-93255-583-5

© Филиппон Т., 2019
© Институт экономической политики
имени Е.Т. Гайдара, 2019

Содержание

Благодарности	6
Предисловие	7
О данных, анекдотах и интуиции	9
Введение	11
Часть I	18
Глава 1	19
Экономический рост	19
Неравенство	21
Конкуренция и экономический рост	23
Конкуренция и неравенство	24
Почему свободные рынки хрупки	26
Глава 2	28
Рыночная власть и эластичность спроса	28
Рыночная власть и благосостояние	29
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Тома Филиппон
Великий поворот: как Америка
отказалась от свободных рынков

“The Great Reversal: How America Gave Up on Free Markets” by Thomas Philippon
Copyright © 2019 by the President and Fellows of Harvard College
Публикуется по соглашению с Harvard University Press
© Издательство Института Гайдара, 2022

Благодарности

Сделать эту книгу возможной помогли многие люди и учреждения.

На протяжении последних двадцати лет Оливье Бланшар был моим учителем, наставником и другом. Он научил меня одинаково уважать факты и теории, сохранять непредвзятость и здоровый скептицизм в отношении причуд и мод, а также бросать вызов расхожим представлениям, когда они представляются неправильными.

Нью-Йоркский университет был прекрасным местом для изучения экономики и финансов, а Школа Стерна оказала мне необходимую для завершения этого проекта поддержку.

Представленные на этих страницах идеи мне помогли развить многие друзья и коллеги. Я не смог бы написать эту книгу без таланта и энергии Германа Гутьерреса. Дженис Эберли и Чад Сайверсон по разным поводам участвовали в обсуждении моих работ, предоставив настолько полезные критические комментарии, насколько это возможно. Одним из первых идею этой книги предложил Бо Каттер, который обладает особым талантом задавать правильные вопросы.

Я многим обязан Джерарду Андерсону, Матильде Бомбардини, Николасу Крузе, Тома Д'Онно, Франческо Франко, Джону Квоке, Ирен Папаниколас, Лассе Педерсену и Франческо Требби, которые читали и комментировали ранние наброски различных глав.

У меня была возможность поучиться у моих замечательных соавторов Мариам Фарбуд, Каллума Джонса, Вирджилиу Мидригана, Роксаны Михет и Лауры Велдкамп.

Я также извлек большую пользу из идей Ариэля Бернштейна, Луиса Кабрала, Гилберта Сетте, Эммануэля Комба, Кьяры Крискуоло, Яна Де Лекера, Робина Детлинга, Томазо Душо, Раны Форухар, Ксавье Габе, Боба Холла, Эрика Херста, Симы Джаячандран, Себнема Калемли-Озкана, Тома Пикетти, Говарда Розенталя, Тано Сантоса, Фионы Скотт Мортон, Дины Сринивасан, Йоханнеса Штребеля, Джонатана Теппера, Жана Тироля, Николя Верона, Дэвида Весселя, Луиджи Зингалеса и Габриэля Зукмана.

Я благодарен Иэну Малкольму и Марку Штайнмайеру, которые увидели многообещающие перспективы в моих ранних идеях, Робу Гарверу и Кэтрин Брик, которые редактировали мою сухую и техническую прозу, команде издательства Гарвардского университета за их профессионализм и Фонду Смита Ричардсона за его поддержку. Абхишек Бхардвадж и Матиас Коварубиас оказали неоценимую помощь, высказав замечания и комментарии.

Предисловие

К написанию этой книги меня побудил самый заурядный вопрос. Очевидно, что таким вопросом когда-либо задавались практически все жители Соединенных Штатов. Почему, черт возьми, в США такие высокие тарифы на сотовую связь? Иначе говоря, если поставить его несколько шире, почему потребители в Европе или Азии платят за сотовую связь меньше, а получают, в среднем, гораздо больше?

Стремление ответить на этот, казалось бы, простой вопрос стало первым шагом моего путешествия по наиболее обсуждаемым проблемам современной экономической науки. Поиск ответа привел меня к исследованию стагнации заработной платы, корпоративного лоббирования, групп особых интересов, управления крупными финансовыми фондами, финансирования политики, свободной торговли, технологий и инноваций.

Попутно были сделаны некоторые удивительные открытия об относительных ценах на товары и услуги в США и Европе, которые опровергают общепринятые предположения, включая мои собственные, о положении потребителей на этих двух крупнейших на планете экономических рынках.

Как я к этому пришел? Хотите верьте, хотите нет, но это не входило в мои намерения. Во всем виноваты данные. Начав с точного, четко сформулированного вопроса, я стал следовать за фактами. Всеми фактами. Не больше, но и не меньше. Честно говоря, выводы удивили меня не меньше, чем любого другого.

Цель этой книги состоит в том, чтобы повторить вместе с вами некоторые из сделанных мною шагов. Если вы последуете за мной, то узнаете, почему вам приходится платить кучу денег каждый месяц за свой сотовый телефон. Также вы узнаете много нового об экономической науке. На самом деле эта книга могла бы послужить введением в современную экономическую теорию, хотя и в нетрадиционном формате.

Краткое замечание о моем подходе. В отличие от некоторых публицистов, пишущих на спорные темы в экономике или других областях, я с готовностью признаю, что у меня нет ответов на все вопросы. Значительной части современных публикаций об экономике и обществе характерен уверенный и директивный тон. Проблемы в таких работах «очевидны», а отсюда следует, что это относится и к решениям.

Вместе с тем мне представляется, что к подобным рекомендациям следует относиться очень критически. Когда вы читаете, что некий автор или комментатор сообщает об очевидности определенной проблемы, остановитесь и сделайте расчеты. Почти во всех случаях вы обнаружите, что все не так однозначно.

Я убедился, что люди, которые говорят вам, что ответы на важные экономические вопросы очевидны, рассказывают вам только половину истории. По большей части такие ответы представляются им очевидными либо потому, что они исходят из определенных политических позиций, либо потому, что на самом деле они не знают, о чем говорят.

Поэтому всегда будьте скептичны. Большинство людей просто повторяют то, что они слышали, не проверяя данные. Но в действительности между внешней достоверностью и фактической информацией зачастую существует отрицательная корреляция. Приступая к исследованию интересного вопроса, всегда прежде всего необходимо установить границы своих знаний. Как красноречиво выразился в своей книге «Возвышение и упадок народов» Мансур Олсон, «читателю не следует соглашаться с аргументацией этой книги просто потому, что он находит ее правдоподобной и соответствующей известным фактам. И раньше рассказывали правдоподобные истории, часто в них верили, и все же они оказывались несостоятельными» (Olson, 1982: 13; Олсон, 2013: 29).

Это подводит меня к еще одному важному замечанию об этой книге. Я планирую усилить ваш скептицизм, показав вам, как проводится научная работа. Описанию научных исследований посвящена значительная часть этой книги, и там, где я делаю свои заключения на их основе, читателю предоставляется достаточно информации об исходных данных, чтобы вы смогли сделать собственные заключения. Я изложу все факты как можно проще и прозрачнее, воздерживаясь от не подкрепленных хотя бы какими-то данными утверждений. Таким образом я надеюсь уменьшить риск навязывания своих собственных субъективных взглядов.

Тем не менее в этом я определенно потерплю неудачу, по крайней мере, в некоторой степени, поэтому вам, вероятно, будет полезно немного узнать о моих убеждениях, которые на экономическом жаргоне мы называем нашими *априорными суждениями* (priors), подчеркивая тем самым свою готовность изменить их, если появятся новые факты. Джону Мейнardu Кейнсу часто приписывают следующий ответ оппоненту: «Когда факты меняются, я изменяю свое мнение. А как поступаете вы, сэр?»

Вероятно, наилучшим образом можно обобщить мои априорные суждения, если сказать, что я являюсь либералом и сторонником свободных рынков. Я убежден, что свободные рынки работают лучше всего, при условии, что мы договоримся о том, что мы подразумеваем под «свободными» рынками. Я считаю, что рынки свободны, когда они не подвержены произвольному политическому вмешательству и когда они не подвержены искусственной защите от конкуренции новых участников. Поддержание свободы рынков иногда требует вмешательства государства, но, безусловно, эта свобода исчезает, когда правительства экспроприируют частную собственность, когда участникам рынков позволяется подавлять конкуренцию или когда они успешно лоббируют защиту своей ренты.

Я также либерал в том смысле, что считаю сокращение неравенства достойной целью¹. Я не верю, что неравенство является злом. Неравенство необходимо, чтобы вознаграждать успех и наказывать неудачу, и было бы бессмысленно спорить с этим. Но я считаю, что в целом в нашей экономической системе больше сил, ведущих к чрезмерному, несправедливому или неэффективному неравенству, чем сил, ведущих к чрезмерному равенству. Таковы те априорные суждения, которых я придерживался, когда писал эту книгу. Убеждения следует обсуждать, и они, безусловно, могут быть оспорены. Я прилагал все усилия, чтобы они не препятствовали ходу моих рассуждений, но не стоит игнорировать потенциальную ценность дополнительной предосторожности.

¹ Понятие либерализма здесь используется не в классическом, а в принятом в США социальном понимании. – *Прим. пер.*

О данных, анекдотах и интуиции

Данные! Данные! Данные! – раздраженно восклицал он. – Я не могу делать кирпичи не имея глины.
Артур Конан Дойл. Медные буки

В заключение я хотел бы привести хорошо известное в научных кругах клише: «На Бога уповаем, остальное предоставят данные».
Эдвин Р. Фишер, профессор патологии, выступление перед подкомитетом палаты представителей конгресса США в 1978 году

Если экономисты и могут быть чем-либо полезны обществу – большое «если», по мнению некоторых критиков, – то по крайней мере своей способностью ставить под сомнение расхожие представления, смотреть на проблему с другой стороны и избегать повторять то, что говорят все остальные. Именно подобным подходом так освежает книга Роберта Гордона «Подъем и падение американского экономического роста». В отличие от оптимистов новых технологий, утверждающих, что скорость инноваций никогда не была так высока, Гордон доказывает, что современная волна инноваций вовсе не так революционна, как предшествующие. Гордон может быть прав, а может и нет, но он готов мыслить последовательно и обосновывать свои заключения данными и логикой, а не анекдотическими ситуациями и предвзятыми идеями.

Также важно подчеркнуть, что умные люди часто не соглашаются друг с другом, и в большинстве случаев это хорошо. На самом деле, я бы сказал, что мы с большей вероятностью узнаем что-то интересное именно тогда, когда умные люди спорят. В 2014 году в интервью Джеймсу Беннету из журнала *The Atlantic* основатель Microsoft Билл Гейтс сказал: «Я думаю, что идея о том, что инновации замедляются, является одной из самых глупых вещей, которые кто-либо когда-либо говорил». Чтобы проиллюстрировать свою точку зрения, он добавил: «Возьмем наш потенциал в области генерации энергии, потенциал разработки новых материалов, потенциал создания лекарственных средств, потенциал образовательных технологий». Предприниматели склонны рассматривать «журавлей в небе», тогда как экономистов больше интересуют «синицы в руках». Разумеется, нас интересует «потенциальное» применение идеи, но нам необходимо исследовать данные, чтобы удостовериться в ее воздействии. До этого утверждения Гейтса в возможном потенциале не могут нас убедить. Пока данные не говорят об обратном, мы склонны следовать за Стефаном Цвейгом и думать, что «Бразилия – это страна будущего и всегда ею останется»².

Изменить расхожие представления всегда непросто. Идея о том, что американские рынки наиболее конкурентны в мире, десятилетиями разделяется большинством представителей экономической науки. Бизнесмены утверждают, что никогда еще не было так легко начать новый бизнес, что конкуренция повсюду и что интернет позволяет людям находить самые низкие цены на товары. Мы, безусловно, живем в самом конкурентном, самом потрясающе инновационном обществе. Верно? В какой-то степени эти аргументы отражают универсальную предвзятость человеческой психики, а именно идею о том, что мы умнее и опытнее наших предков и что все, что мы делаем, «беспрецедентно». Мне кажется, что нельзя впасть в больший самообман. На самом деле мало что из того, что мы делаем, является беспрецедентным.

Например, в 1990-е годы было широко распространено представление о том, что бурно развивающийся фондовый рынок достиг самого высокого уровня в истории. Фирмы переходили от этапа стартапа к первичному публичному предложению (IPO – Initial Public Offering)

² Стефан Цвейг (1881–1942) – австрийский писатель, в 1940 году эмигрировал в Бразилию, где написал опубликованную в 1941 году книгу «Бразилия: страна будущего». – *Прим. пер.*

своих акций с рекордной скоростью. По крайней мере, мы так думали. На самом деле, как показали Боян Йованович и Питер Л. Руссо (Jovanovic and Rousseau, 2001), рынок IPO 1920-х годов был удивительно похож на рынок 1990-х годов – поступления от IPO (как доля в валовом внутреннем продукте) были сопоставимы, а переход фирм от первичной регистрации к допуску их акций на биржу столь же быстрым. Хотя в девяностые годы это делалось на дисплеях и компьютерах, сам процесс не был ни принципиально иным, ни принципиально лучшим, чем в двадцатые, без дисплеев и компьютеров.

Первым делом мы всегда должны смотреть на данные. В особенности это верно, если мы интересуемся изменениями, которые происходят на протяжении десятилетий. Мы не можем доверять своей интуиции и, конечно, не должны следовать расхожим представлениям, особенно когда они совпадают с нашими предубеждениями или экономическими интересами. Поэтому, когда вы слышите, как менеджер утверждает, что конкуренция никогда не была более жесткой, вы так же должны верить этому утверждению, как и парикмахеру, который говорит, что вам действительно нужна стрижка. Или, я мог бы добавить, банкиру, заявляющему, что кредитное плечо действительно, действительно безопасно.

Есть еще один пример, который я нахожу поразительным и считаю, что он способен затронуть за живое. Вы, наверное, слышали, что время, когда человек мог рассчитывать на долгую карьеру в одной компании, давно прошло. В наше время, как нам говорят, люди должны быть готовы часто менять карьеру. Представляется, что миллениалы стремятся прыгать с одной работы на другую. Текучесть кадров на рынке труда, продолжает это повествование, выше, чем когда-либо. И хотя эта история может показаться правдивой, на самом деле это не так. Данные Бюро статистики труда США показывают, что сегодня работники остаются в компании несколько дольше, чем тридцать лет назад. В восьмидесятые и девяностые годы средний срок рабочего стажа в одной компании составлял около 3,5 лет. Примерно с 2000 года этот срок начал расти и сегодня составляет примерно 4,5 лет. На самом деле почти во всех развитых странах мы наблюдаем снижение текучести кадров, что обусловлено резким сокращением числа добровольных увольнений. После 1990-х годов потоки работников снижаются³. Иначе говоря, в настоящее время люди реже меняют работу, чем в прошлом.

Когда я впервые увидел эти цифры, мне вспомнился разговор с моим собственным дедом, который был рабочим во Франции в пятидесятых-шестидесятых годах. Гарантии занятости – в виде минимальной заработной платы, страхования по безработице, выходного пособия, долгосрочных контрактов и возможности подать в суд на работодателя за неправомерное увольнение – в то время были намного ниже, чем сегодня. Все это в целом, несомненно, выглядит так, что тогда фирмы имели больше власти над своими рабочими. Но когда я спросил деда, ощущал ли он, будучи рабочим, давление, то он посмотрел на меня удивленно. «Думаю, что нет, – ответил он, – если босс или фирма плохо с нами обращались, то мы просто не приходили на работу следующим утром и устраивались в другую фирму через улицу». И это француз пятидесятых годов, а не американский миллениал в 2019 году. Давайте не будем забывать об этих примерах, когда будем рассматривать данные об эволюции конкуренции на рынках США.

³ Лучшее всего это демонстрируют Обзоры вакансий и оборота рабочей силы Бюро статистики труда, согласно которым такое снижение происходит с 2000-х годов. Это также показывают данные Текущих обзоров населения (Nyatt and Spletzer, 2013) и Непрерывных обзоров работодателей и домохозяйств. Более длительные временные ряды говорят о том, что снижение началось в 1990-е годы (Davis and Haltiwanger, 2014).

Введение

В конце августа 1999 года мой самолет приземлился в бостонском аэропорту Логан. Я приехал в Соединенные Штаты из моей родной Франции, чтобы изучать экономику в аспирантуре Массачусетского технологического института. Это было невероятно волнующее время. Мне не терпелось познакомиться со своими новыми коллегами и научиться как можно больше, как можно быстрее.

Хотя мне и посчастливилось получить стипендию, жизнь аспиранта заставляла меня аккуратно распоряжаться финансами. Я изучал цены и ходил по магазинам в поисках лучших предложений. Как экономист, я бы сейчас сказал, что мой спрос был «эластичным по цене».

Выяснить, что делать со стипендией, было достаточно просто. Первое, что мне было нужно, это ноутбук. Вторым было подключение к интернету. Третьим было место для сна (такие приоритеты!), предпочтительно не в аспирантском компьютерном классе, потому что я не люблю просыпаться с QWERTY-клавиатурой, отпечатанной на моем лбу.

Договорившись снять квартиру вместе с двумя коллегами, я решил проблему крыши над головой и смог сосредоточиться на более серьезных делах – учебе, покупке книг и приобретении компьютера. Для последнего США тогда были отличным местом. Компьютеры были настолько дешевы, что люди из других стран часто просили своих друзей в США купить ноутбук для них, даже если приходилось иметь дело с другой раскладкой клавиатуры. Исходя из собственного опыта, я бы сказал, что ноутбуки были по крайней мере на 30 % дешевле, чем во Франции. И действительно, проанализировав официальную статистику (этим мы будем много заниматься в нашей книге), Пол Шрейер (Schreyer, 2002, fig. 1) продемонстрировал, что в период с 1995 по 1999 год в США наблюдалось более резкое снижение индексов цен на компьютеры и офисное оборудование, чем во Франции, Великобритании или Германии.

Моей следующей задачей был выход во всемирную сеть. Когда я изучил доступные в моем доме способы подключения, то обнаружил, что доступ также гораздо дешевле, чем в Европе. Типичный в то время удаленный доступ через модем 56 Кбит и телефонную сеть был настолько медленным, что вам часто приходилось оставаться на связи в течение нескольких часов, чтобы загрузить файл. В США местные звонки были бесплатными, а это означало, что, если у вашего интернет-провайдера есть сервер рядом с вашим домом, то вы можете позвонить и оставаться на связи столько, сколько необходимо, не доплачивая. Во Франции приходилось платить за каждую минуту, что могло обходиться очень дорого. Как объяснял Николас Экономидес (Economides, 1999), «одной из ключевых причин отставания Европы в освоении интернета является тот факт, что в большинстве европейских стран, в отличие от США, потребители оплачивают местную связь поминутно».

Обеспечив себе крышу, компьютер и подключение к интернету, я приступил к другим задачам – посещениям конференций и путешествиям по этой удивительной стране. Я быстро понял, что авиаперелеты в США также проще и дешевле, чем в Европе. Дома, в Европе, я летал примерно раз в год, обычно летом. В Америке авиабилеты стоили достаточно дешево, и я мог позволить себе их довольно часто, даже будучи аспирантом.

Товары длительного пользования, транспорт и большинство услуг были в США на удивление дешевыми. Заработная плата, с другой стороны, была довольно высокой, что означало, что работники имели солидную покупательную способность. Все это произошло не случайно, хотя в то время я находился в блаженном неведении.

Земля свободных рынков

Давайте сначала рассмотрим пассажирские авиаперевозки. До 1978 года авиалинии в США регулировались Советом по гражданской авиации, который контролировал тарифы авиакомпаний и авиационные маршруты. Администрация президента Картера была убеждена, что потребители выиграют от дерегулирования, потому что оно поощрит конкуренцию существующих перевозчиков и появление на этом рынке новых авиакомпаний. Это и произошло. Закон о дерегулировании авиаперевозок 1978 года отменил государственный контроль над ценами и маршрутами. В течение следующих пятнадцати лет, с 1979 по 1994 год, средний тариф на пассажирскую милю снизился примерно на 9 % в аэропортах небольших населенных пунктов, на 11 % в аэропортах средних населенных пунктов и на 8 % в аэропортах крупных городов, как это было задокументировано в отчете Счетной палаты США за 1996 год. Более низкие цены привели к постоянному увеличению количества пассажиро-миль, налетанных каждый год. Однако в последние годы большинство людей испытали неприятный опыт столкновения с дифференцированными тарифами, скрытыми сборами и переполненными самолетами. Похоже, что успехи, достигнутые в 1980–1990-х годах, не были устойчивыми. Я объясню, почему это произошло.

Подобный процесс дерегулирования проходил также и в телекоммуникационной отрасли. Как отмечают экономисты Стивен Олли и Эриел Пейкс в своей известной статье 1996 года (Olley and Pakes, 1996), «на протяжении большей части XX века компания American Telephone and Telegraph (AT&T) сохраняла исключительную монополию на предоставление телекоммуникационных услуг, а также, посредством своей практики закупок, распространила это доминирующее положение и на производство оборудования». Переломным моментом стал антимонопольный судебный процесс *United States v. AT&T*, начавшийся в 1974 году. В этом процессе Министерство юстиции США утверждало, что AT&T монополизировала рынок дальней связи. В январе 1982 года между генеральным директором AT&T Чарльзом Брауном и помощником генерального прокурора Уильямом Бакстером было достигнуто мировое соглашение, завершившее десятилетний процесс правительства против Bell System, согласно которому в 1984 году были выделены так называемые Baby Bells⁴. Они владели местной инфраструктурой и оставались регулируемыми монополиями в своих регионах. Новая AT&T стала конкурировать с другими телефонными компаниями, в результате цены на междугородние телефонные звонки резко упали. Большая часть первоначального снижения цен произошла из-за более низких сборов за доступ, но к этому успеху также привело возникновение конкуренции на рынке дальней связи. В период с 1984 по 1996 год средний доход от предоставляемых AT&T услуг соединения снизился на 62 %, и по мере того, как на рынок выходило все больше новых конкурентов, ее рыночная доля упала с более чем 80 % в 1984 году до примерно 50 % в 1996 году, что явно пошло на пользу американским домохозяйствам.

Однако, как и в случае авиалиний, в дальнейшем государственная политика была менее успешной. Закон О телекоммуникациях 1996 года был призван стимулировать конкуренцию, но также привел к волне слияний. Мы обсудим слияния в главе 5, лоббистскую деятельность телекоммуникационных компаний в главе 9, а вопросы, связанные с политикой «вращающихся дверей» в Федеральной комиссии по связи в главе 10.

Приведенные два примера авиатранспорта и телекоммуникаций иллюстрируют три важные характеристики конкурентной политики недавнего прошлого, к которым мы часто будем

⁴ Bell System – конгломерат телекоммуникационных компаний под управлением AT&T, который был разделен в результате судебного решения, принятого на основе упомянутого автором мирового соглашения, на семь независимых региональных компаний, известных также как Baby Bells. – *Прим. пер.*

возвращаться в этой книге. Первая из этих характеристик заключается в том, что разработка антимонопольного законодательства в тот период в основном не имела партийной окраски. Дерегулирование авиакомпаний произошло при президенте-демократе Джимми Картере, а разделение компании AT&T – при президенте-республиканце Рональде Рейгане.

Во-вторых, регулирование и технологии тесно переплетены. Технологические изменения постоянно ставят, и зачастую с пользой, новые проблемы перед государственным регулированием. Так, в телекоммуникационной отрасли стоимость передачи и обработки информации снизилась благодаря интегральным схемам и компьютерам. Открытая архитектура сети и ее оцифровка стимулировали конкуренцию и проникновение на рынок новых участников, одновременно совершенствование программного обеспечения позволило обмениваться информацией в ранее невообразимых масштабах. Микроволновые технологии стали крупным прорывом, обеспечившим возможность конкуренции в сфере дальней связи, а затем за ними последовали спутниковая и оптоволоконная связь.

Как мы увидим, в подобном взаимодействии технологий и регулирования одновременно содержится как благословение, так и проклятие. Его благая роль заключается в том, что оно побуждает систему регулирования к развитию, а регулирующие органы к осторожности. Пагубное же воздействие в том, что оно затрудняет понимание последствий политического выбора, в результате чего трудно прийти к согласию, хороши или плохи те или иные меры регулирования. Лоббистам известно, как использовать это в своих интересах, создавая дымовую завесу для продвижения тех правил, которые вредят потребителям, но часто их аргументы трудно опровергнуть.

Третий урок, который я извлекаю из этих исторических примеров, заключается в том, что регулирующие органы принимают политические решения в условиях высокой неопределенности. В момент принятия решения редко бывает очевидно, являются ли антимонопольные действия хорошей или плохой идеей. Журналист Стивен Колл писал об AT&T: «Будет ли разделение компании American Telephone & Telegraph вспоминаться десятилетия спустя как одно из самых впечатляющих фиаско истории американской промышленности, или же оно будет вспоминаться как знаковое событие в преддверии великой глобальной информационной эры, или же оно будет забыто совсем, в 1985 году ответ на этот вопрос невозможно разумно спрогнозировать». Отсюда следует важный вывод. В некоторых случаях мы должны позволить правительству совершать ошибки. Иногда оно будет слишком снисходительно. Иногда оно будет действовать слишком жестко. В среднем, правительство должно действовать правильно, но вряд ли это возможно в каждом конкретном случае. Поэтому терпимость к ошибкам, совершаемым из благих побуждений, является частью хорошего регулирования, при условии, что существует надлежащий процесс и механизм, позволяющий извлекать уроки из этих ошибок. К сожалению, в последние годы такая толерантность стала редким качеством.

Поворот

Когда я прилетел в Бостон в 1999 году, США были отличным местом для студента или, насколько я мог судить, для потребителя из среднего класса. Однако в последующие двадцать лет произошло нечто совершенно неожиданное. Все, о чем я рассказал выше, изменилось в противоположную сторону. Доступ в интернет, месячные тарифы сотовой связи и авиабилеты стали намного дешевле в Европе и Азии, чем в США. Компьютеры и электронное оборудование продаются в Европе примерно по той же цене, что и в США, хотя сравнение здесь осложняется различными налоговыми режимами⁵.

⁵ Цены в США указываются до уплаты налогов, в то время как цены во Франции всегда включают НДС. Существуют также специфические налоги. Например, во Франции взимается налог с айфонов и айподов для выплат артистам и композиторам.

Рассмотрим сначала доступ к домашнему интернету. В 2015 году американская общественная организация Center for Public Integrity сравнила цены на интернет в пяти средних городах США и в пяти сопоставимых французских городах. Выяснилось, что цены на аналогичные услуги в США были в три с половиной раза выше, чем во Франции. Анализ также показал, что потребители во Франции имели выбор между гораздо большим числом провайдеров – в среднем семи – чем в США, где большинство жителей могли получить услуги не более чем от двух компаний⁶.

Раньше США были лидером в обеспечении широкого доступа ко всемирной паутине для своих граждан, но за последние два десятилетия это лидерство пошатнулось. Согласно данным о распространенности широкополосного подключения к интернету среди домашних хозяйств, собранным Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), США занимали четвертое место в 2000 году, но опустились ниже пятнадцатого места в 2017 году.

В 2017 году маркетинговая исследовательская компания BDRC Continental сравнила, совместно с порталом Cable.co.uk, цены на более чем 3351 пакет услуг по высокоскоростному доступу в интернет по всему миру. В табл. I.1 представлена выдержка из их результатов. В большинстве стран с развитой экономикой потребители платят за широкополосное подключение к интернету около 35 долларов в месяц. В США они платят почти вдвое больше. Черт возьми, как это могло случиться? Как получилось, что США, где интернет был «изобретен» и где доступ к нему был дешевле в 1990-е годы, настолько отстали, а домохозяйства вынуждены переплачивать за довольно простую услугу?

Как утверждает Сюзан Кроуфорд из Гарвардской школы права, «Нью-Йорк должен был дать образец предоставления высокоскоростного интернета в больших городах». Вместо этого он стал еще одним примером дорогостоящего и неравного доступа к услугам. «Когда администрация мэра Блумберга повторно подписала соглашение с Verizon в 2008 году, то она потребовала, чтобы эта компания обеспечила все жилые здания своим оптоволоконным сервисом FiOS... присутствие оптоволоконного продукта Verizon положило бы конец местной монополии Time Warner Cable». К сожалению, «городской аудит 2015 года показал, что по крайней мере в четверти жилых кварталов города услуги FiOS не предоставлялись. Около трети жителей Бронкса и более 60 % ньюйоркцев без среднего образования не имеют дома кабельного подключения»⁷.

ТАБЛИЦА I.1 Цены за широкополосный интернет в некоторых странах, 2017

Место	Страна	Средние месячные затраты (доллары США)
37	Южная Корея	29,90
47	Германия	35,71
54	Франция	38,10
...		
113	США	66,17

Эта дополнительная наценка составляет около 10 евро для iPhone с 16 ГБ памяти и до 18 евро для iPhone с 64 ГБ памяти.

⁶ Center for Public Integrity, "US internet users pay more and have fewer choices than Europeans," April 1, 2015, updated May 28, 2015.

⁷ Susan Crawford, "Bad internet in the big city," *Wired*, February 28, 2018.

ИСТОЧНИК: Cable.co.uk; <https://www.cable.co.uk/broadband/deals/worldwide-price-comparison/>

Возвращаясь к вопросу, который положил начало этой книге, ту же картину мы видим и в отношении тарифов на сотовую связь. Экономисты Мария Фаччио и Луиджи Зингалес (Faccio and Zingales, 2017) изучили глобальную отрасль мобильной телекоммуникации. Они доказывают, что политика развития конкуренции способна привести к снижению цен без ущерба для качества услуг или инвестиций. Фактически, по их оценкам, американские потребители получили бы выигрыш в 65 миллиардов долларов в год, если бы цены на мобильные услуги в США соответствовали немецким.

И, наконец, авиакомпании, вероятно, являются одними из самых злостных нарушителей. Журнал *The Economist* отметил в 2017 году: «Авиакомпании Северной Америки в прошлом году получили прибыль в размере 22,40 долларов США на одного пассажира, а в Европе этот показатель составил 7,84 долларов США»⁸. Примерно в 2010 году чистая прибыль на одного пассажира была одинаковой в обоих регионах, но с тех пор цены в США выросли больше, чем в Европе.

Вы можете резонно задаться вопросом, почему же никто не возмущается? И если цены действительно такие разные, то почему мы об этом ничего не знаем? Во-первых, на самом деле довольно сложно сравнивать цены в разных странах, даже на якобы схожие товары и услуги. Мы обсудим этот вопрос в главе 7 и в процессе узнаем о ценах на стрижки и Ferggi по всему миру. Во-вторых, рост цен был постепенным, и поэтому он привлекал мало внимания.

Как сварить лягушку

Повышение цен редко бывает настолько явным, чтобы потребители обратили на него внимание. Иногда заявляемые цены остаются неизменными, но увеличиваются скрытые сборы. Иногда цены дрейфуют так медленно, что требуется несколько лет, чтобы заметить какую-либо существенную разницу. Однако в результате подобных малозаметных изменений можно упустить и нанесенный ущерб.

Согласно басне, если лягушку бросить в горячую воду, то она выпрыгнет, но если ее поместить в теплую воду, а затем медленно повышать температуру, то лягушка не почувствует опасности, пока не станет слишком поздно. В каком-то смысле именно это произошло и с моим опытом осознания изменений в экономике США. (И да, будучи французом, я осознаю иронию).

За двадцать лет, последовавших после моего приезда в США в 1999 году, большинство местных рынков США потеряли конкурентоспособность. Но я не замечал эти перемены, когда они происходили. Я не осознавал тенденции, пока не наткнулся на факты в своих собственных исследованиях. Почему? Потому что изменения были очень постепенными, и потому что одновременно происходило много событий: пузырь доткомов, 9/11, война в Ираке, ипотечный пузырь, финансовый кризис 2008–2009 годов, кризис еврозоны 2010–2012 годов, волатильность цен на нефть, рост популизма, риск торговых войн и так далее. На протяжении всей этой бурной истории олигополистическая концентрация и наценки увеличивались медленно, но неуклонно. И только теперь, оглядываясь назад, вырисовывается ясная картина.

⁸ «Цены на авиабилеты в Америке выше, чем в Европе. Когда издержки падают, то американские потребители не получают от этого никаких выгод. Мировые цены на авиатопливо – затраты на которое составляют одну из наибольших статей расходов авиакомпаний – упали вдвое с 2014 года. Это спровоцировало тарифную войну европейских перевозчиков, но в Америке цены на билеты почти не изменились». «Пороки американской авиации объясняются недостатком конкуренции» (*Economist*, April 22, 2017).

Обратите внимание, что я говорю об американских рынках, а не об американских фирмах. Американские фирмы очень хорошо работают на мировых рынках. В этом смысле они конкурентны. Но на внутренних рынках США стали доминировать олигополии, а американские потребители платят более высокие цены, чем необходимо. Как это произошло, почему это произошло и что это означает для американских домашних хозяйств, потребителей и работников? Отвечая на эти вопросы, мы познакомимся со многими важными дискуссиями, ведущимися в экономической и политической науках.

Вот немногие из конкретных вопросов, которые мы поднимем:

- Более высокие цены существуют во всех отраслях или авиаперевозки и телекоммуникации представляют исключение?
- Каким образом Европа стала более «свободным рынком», чем США?
- Не лучше ли, если фирмы получают прибыль, а не балансируют на грани банкротства?
- Прекрасно ли большое? Может ли концентрация иметь положительные стороны? Существуют ли факторы, отличающие Google, Apple, Facebook и Amazon от других фирм?
- Может быть, стоит больше беспокоиться о неприкосновенности частной жизни, а не о конкуренции? Или, возможно, это две стороны одной медали?
- Какое воздействие рыночная власть оказывает на неравенство и экономический рост, заработную плату и занятость?
- Почему свободные рынки так хрупки? Как получилось, что лоббисты приобрели такое влияние?

Может показаться, что данный список невообразимо широк. Однако важно понимать, что, хотя темы, которые мы будем рассматривать, разнообразны и сложны, лежащие в их основе силы немногочисленны. Я надеюсь убедить вас, что экономический анализ может пролить свет на все эти вопросы. В конечном итоге любая наука стремится свести сложные вопросы к нескольким фундаментальным проблемам.

Экономический подход

Экономическая теория – это наука, которая изучает распределение ограниченных ресурсов между индивидами или группами индивидов. Единицей анализа может быть фирма, семья, город, страна или несколько стран. Способы, которыми осуществляется распределение, также сильно варьируются. Это может быть один централизованный рынок, например фондовая биржа, множество рынков, например местных услуг, таких как парикмахерские и химчистки. Кроме того, рынок может совсем отсутствовать, как в случае внутрифирменных отношений.

Целью распределения ресурсов может быть эффективность (максимизация производительного использования ресурсов для экономического роста) или справедливость (ограничение несправедливого неравенства, перераспределение доходов в пользу беднейших членов группы). Важный момент всего этого заключается в том, что ресурсы *ограниченны*. Следовательно, в экономической системе, независимо от того, как она организована, должен делаться выбор. Трудный выбор.

Наконец, основные дискуссии в экономической науке ведутся по поводу экономического роста и неравенства. Как возникают эти явления и что с ними можно сделать?

Куда мы отправимся дальше?

В этой книге приводятся три основных аргумента.

Первое. В большинстве секторов экономики США конкуренция ослабла. Вместе с тем измерение конкуренции представляет непростую задачу, так как в нашем распоряжении есть только самые приблизительные показатели. Мы обратимся к ценам, нормам прибыли и долям рынков. Ни один из этих показателей не совершенен, но вместе они могут составить убедительную картину.

Второе. Недостаток конкуренции главным образом объясняется политическим выбором, на который оказывают влияние лоббирование и финансирование политических кампаний. Мы рассмотрим затраты, осуществленные каждой американской корпорацией за последние двадцать лет на лоббирование регулирующих органов, сенаторов, конгрессменов и членов ключевых комитетов, а также на финансирование федеральных и местных выборов. Мы покажем, как эти усилия искажают свободные рынки, со временем, в отдельных штатах и отраслях, как корпоративное лоббирование и финансирование политических кампаний приводят к созданию барьеров для входа на рынки и разработке таких мер регулирования, которые защищают крупных участников рынков, ослабляют антимонопольную политику и препятствуют росту малых и средних фирм.

Третье. Недостаток конкуренции приводит к снижению зарплат, инвестиций и темпов экономического роста, а также к увеличению неравенства. Мы рассмотрим, как ослабление конкуренции в различных отраслях оказывает влияние на кошельки и банковские счета обычных американцев. Мы также покажем, почему ослабление конкуренции приводит к снижению того, что мы традиционно связываем с растущей экономикой – инвестиций, технологического прогресса и роста уровня заработной платы.

Вы готовы? Давайте начнем!

Часть I

Рост рыночной власти в Соединенных Штатах

Давайте начнем с изучения эволюции американской экономики за последние двадцать лет. В процессе мы выясним, как экономисты исследуют конкуренцию, концентрацию и анти-монопольное регулирование. Вы узнаете о влиянии вступления Китая во Всемирную торговую организацию, о первичных публичных предложениях акций и о слияниях, а также о росте новых фирм. Мы познакомимся с фундаментальным законом инвестирования, понятием нематериальных активов и с эволюцией производительности.

Глава 1

Почему экономисты любят конкуренцию... и почему вы тоже должны ее полюбить

Основные дискуссии в экономической науке ведутся по поводу экономического роста и неравенства. Будучи экономистами, мы стремимся понять, как и почему происходит экономический рост и как страны делят доходы от него между своими гражданами. Иными словами, нас волнуют два фундаментальных вопроса. Первый вопрос – как сделать пирог как можно больше. Второй вопрос – как разделить этот пирог.

Экономисты изучают этот выбор, потому что хотят понять факторы, способствующие экономическому росту, и факторы, влияющие на распределение доходов между людьми. По меньшей мере со времен Адама Смита мы поняли, что одним из таких факторов является конкуренция.

Экономический рост

Экономика может расти ровно двумя путями – может увеличиваться рабочая сила или выпуск на одного работника. Со времен Античности и до Промышленной революции население росло медленно, а рост производительности был нулевым. Промышленная революция получила свое название благодаря беспрецедентному росту производительности. Первая промышленная революция началась в Англии в восемнадцатом веке и в ее результате сельское хозяйство уступило роль ведущего сектора экономики промышленному производству. В ходе промышленной революции изобретались новые машины (ткацкий станок с летающим челноком Джона Кея), применялись новые источники энергии (уголь, пар) и новая организация разделения труда на крупных мануфактурах. По мере того как страны становились богаче, а сельское хозяйство производительнее, росло и население. Таким образом, после 1700 года общему экономическому росту равным образом способствовали рост населения и рост производительности.

Какие темпы роста необходимо учитывать – общие или на душу населения? У этого вопроса нет простого ответа, все зависит от конкретной проблемы. Если мы заинтересованы в измерении глобальной мощи страны – например, ее валового внутреннего продукта (ВВП), – то значение имеет общий экономический рост. Например, при сравнении относительного мирового влияния США и Китая нам потребуется сопоставить общий китайский ВВП с общим американским ВВП. Но если мы хотим понять положение среднего китайского потребителя, то нам потребуется ВВП на душу населения, рассчитанный по паритету покупательной способности (ППС). Вычисление и использование ППС будет объяснено в главе 7. Но иногда ВВП сам по себе не является правильной мерой. В случае России, например, существует большое несоответствие между ее полуглобальным влиянием и относительно небольшой экономикой из-за гипертрофии ее вооруженных сил.

Однако если мы заинтересованы в счастье и уровне жизни, то значение имеет экономический рост на душу населения. Кроме того, рост на душу населения обычно является хорошей основой для анализа последствий экономической политики и регулирования. На этом мы и сосредоточимся в нашей книге.

ТАБЛИЦА 1.1

Темпы роста реального ВВП США на душу населения

Десятилетие	1950-е	1960-е	1970-е	1980-е	1990-е	2000-е	2010–2017
Средний рост	2,4	3,1	2,1	2,1	2,0	0,8	0,6

ИСТОЧНИК: Federal Reserve Economic Data

Темпы экономического роста на душу населения в США за последние два десятилетия снизились. В табл. 1.1 приведены темпы роста валового внутреннего продукта на душу населения для американской экономики. ВВП измеряет стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных в пределах страны за год. Если разделить ВВП США на их население, то это подчеркнет широкие изменения в уровне жизни американских домохозяйств.

Во второй половине двадцатого века экономический рост в США составлял примерно 2 % в год. Шестидесятые годы выделяются как период более быстрого, чем в среднем, роста. Однако за последние восемнадцать лет темпы роста оказались существенно ниже.

Среди экономистов ведется оживленная дискуссия о причинах такого снижения темпов роста. В основном дискуссия сосредоточена на трех факторах – занятости, образовании и технологических инновациях. Что касается занятости, то Бюро статистики труда США отмечает ее снижение в основной группе трудоспособного населения (в возрасте от 25 до 54 лет) (Kueger, 2017). Достигнув пика в конце девяностых годов, когда уровень занятости в этой группе составлял почти 85 %, уже к 2015 году этот показатель упал до 81 %. Это может показаться незначительным изменением, но оно представляет собой потерю миллионов работников для экономики. В итоге, когда работает меньше людей, рост замедляется.

Данные Министерства образования США показывают, что показатели окончания средних школ и колледжей довольно медленно росли с семидесятых по девяностые годы, а 2000-е годы остаются практически неизменными (Goldin and Katz, 2008). Каждый десятый американец в возрасте до 30 лет не имеет аттестата о среднем образовании, а почти половина – диплома о каком-либо профессиональном образовании, а это говорит о том, что в этой области еще возможны улучшения. Медленный прогресс в сфере образования – это еще один фактор, способствующий замедлению экономического роста, поскольку образование делает работников более продуктивными.

Но основной вклад в долгосрочный рост вносит технологическое развитие, и его воздействие становится все меньше. Когда мы говорим, что технологический прогресс замедляется, мы просто подразумеваем, что в среднем предприятия уже не столь эффективно, как раньше, снижают себестоимость единицы продукции или создают более качественные продукты. Чтобы оценить темпы технического прогресса, экономисты используют показатель совокупной факторной производительности (total factor productivity), или TFP. Рост этого показателя измеряет степень, в которой мы можем произвести больше с меньшими ресурсами (или с теми же). Другими словами, рост TFP показывает, насколько мы можем увеличить объем производства при заданных уровнях капитальных и трудовых затрат. Экономическая теория доказывает, что технический прогресс такого рода представляет единственный устойчивый источник экономического роста в долгосрочной перспективе. Замедление роста TFP началось в 2000 году и в настоящее время распространилось во всех богатых странах. Великая рецессия 2008–2009 годов, вероятно, усилила эту негативную тенденцию, но не создала ее (Cette, Fernald and Mojon, 2016).

Роберт Гордон, экономист из Северо-Западного университета, утверждает, что поразительный рост производительности труда, происходивший с 1870 по 1970 год, вряд ли когда-либо повторится снова. Вторая промышленная революция, основанная на электроэнергетике и двигателе внутреннего сгорания, имела глубокие и широкие последствия. По мнению Гордона, значение компьютерных и коммуникационных технологий гораздо меньше. Разумеется,

речь не идет о том, что люди тратят время попусту вместо того, чтобы усердно работать. Темпы инноваций по-прежнему высоки, но влияние инноваций на экономику в целом ниже. Нужно оговориться, что существуют и оптимисты новых технологий, которые убеждены, что искусственный интеллект изменит нашу жизнь – к данной дискуссии мы еще вернемся в этой книге, – но следует отметить, что мы все еще находимся в ожидании реальных, ощутимых и широко распространенных достижений.

Еще одним важным фактором, сдерживающим рост производительности, является низкий уровень инвестиций в корпоративном секторе. Технологические инновации часто нуждаются в воплощении в новом оборудовании и новом программном обеспечении. Но американские фирмы, несмотря на высокие прибыли и низкие затраты на привлечение финансирования, в последние годы не сильно обновили свой капитал. Эту загадку мы рассмотрим в главе 5.

Неравенство

Наряду с замедлением экономического роста за последние сорок лет возросло неравенство. Выражаясь в общих чертах, неравенство доходов может расти между средним классом и бедными или между богатыми и средним классом. Как выясняется, может происходить и то и другое, но не всегда одновременно. В 1970-е и 1980-е годы мы наблюдали в основном рост неравенства между средним классом и бедными. Это неравенство идет рука об руку с разрывом в заработной плате между выпускниками колледжей и теми, кто не имеет высшего образования, фактором, известным как отдача на высшее образование.

Как мы можем увидеть из табл. 1.2, отдача на образование быстро росла в 1980-е и 1990-е годы. В 1980 году закончившие колледжи работники получали на 40 % больше чем те, у кого было только среднее образование. В 2000 году они стали зарабатывать на 70 % больше. Если мы сравним два более крайних случая (обладателей магистерских и докторских степеней с людьми с начальным образованием), то увидим, что отдача от образования выросла почти в два раза, с 92 до 179 %. Однако после 2000 года рост отдачи от образования практически прекратился.

В 1990-е и 2000-е годы мы также наблюдаем увеличение разрыва между богатыми (и сверхбогатыми) и средним классом. Тома Пикетти и Эммануэль Саез (Piketty and Saez, 2006) подсчитали, что доля доходов, получаемых верхним одним процентом, выросла более чем вдвое – с менее чем 10 % в конце 1970-х годов до примерно 20 % сегодня. (В США в верхний процент распределения доходов входят хорошо оплачиваемые профессионалы, такие как врачи или юристы, зарабатывающие около 400 000 долларов в год. Верхние 0,01 %, один процент от одного процента, включают чрезвычайно богатых, таких как Леброн Джеймс или Опра Уинфри.)⁹

ТАБЛИЦА 1.2

Заработная плата, образование и неравенство

⁹ Леброн Джеймс – знаменитый баскетболист, один из самых высокооплачиваемых игроков NBA, Опра Уинфри – телезвезда и продюсер, приобретшая миллиардное состояние. – *Прим. пер.*

	1980	1990	1992	2000	2010	2015
Динамика реальной почасовой заработной платы в зависимости от образования (в долларах США 2015 года)						
Начальное образование	14,19	12,84	12,47	13,03	13,22	13,56
Среднее образование	16,33	15,99	15,87	17,2	17,77	17,98
Незаконченный колледж	18,8	19,29	19,16	20,84	21,47	21,59
Четырехлетний колледж	22,85	25,32	25,18	28,98	30,49	30,93
Ученая степень	27,27	31,43	31,66	36,4	39,7	39,48
Отдача от образования, %						
Колледж/среднее образование	40	58	59	68	72	72
Ученая степень/ начальное образование	92	145	154	179	200	191

ИСТОЧНИК: Valletta, 2016

Существует ряд причин, по которым неравенство и экономический рост лучше обсуждать совместно. Во-первых, и это самое очевидное, мы хотим знать, все ли выигрывают от экономического роста. Когда он замедляется, а неравенство растет, уровень жизни представителей нижней части среднего класса может стагнировать или даже снижаться в реальном выражении. Именно это происходит в США в последние годы. Таблица 1.2 показывает, что реальные доходы работников с низким уровнем образования за последние сорок лет практически не увеличились, а у некоторых они уменьшились.

Однако самая важная причина совместного анализа экономического роста и неравенства заключается в том, что они не являются независимыми и несвязанными феноменами. Экономический рост и неравенство взаимодействуют, иногда подпитывая друг друга, иногда подавляя друг друга. Рост может уменьшить неравенство, неравенство может быть необходимо для роста или препятствовать ему.

Обсуждение взаимосвязи экономического роста и неравенства основывается на идее стимулов. Когда экономисты говорят о стимулах, они имеют в виду мотивацию к материальным (денежным) выгодам. Люди много работают, потому что они ожидают, что их усилия (их инвестиции) увеличат их доход. Чтобы экономическая система действовала, должна существовать связь между (ex-ante) усилиями и (ex-post) доходом. Означает ли это, что некоторая степень неравенства необходима? Означает ли это, что большее неравенство всегда создает лучшие стимулы? Скорее всего, на первый вопрос можно ответить положительно, а на второй – отрицательно, хотя связь между стимулами и неравенством трудноуловима.

Теория стимулов может быть проиллюстрирована при помощи детской сказки о Златовласке¹⁰. Деньги должны быть труднодоступны, но не слишком. Если получить деньги слишком просто, то люди становятся ленивыми. Если вы много зарабатываете, не прилагая особых усилий, то вы перестаете стремиться усердно работать. Но если деньги достаются слишком трудно, люди впадают в уныние.

Если мы применим эту идею к работникам внутри фирмы, то увидим, что она оправдывает вознаграждение, основанное на производительности. Поэтому возникновение неравенства связано с тем, что производительность труда отдельных работников различается. Но это не обязательно оправдывает высокую степень неравенства. Даже если мы примем, что люди работают только ради денег, то это еще не означает, что рост денежных доходов всегда ведет к росту предпринимаемых усилий. Значение имеет правильный баланс стимулов.

Но как узнать, оправданна ли определенная степень неравенства? Как узнать, что она не чрезмерна? Разумеется, мы никогда не можем знать наверняка. Понимание стимулов в современной экономической системе довольно сложно. Есть, однако, один критический фактор, который может дать нам некоторую уверенность, и этим фактором является конкуренция.

Конкуренция и экономический рост

Экономисты любят конкуренцию по нескольким причинам. Первая из них заключается в том, что конкуренция ведет к снижению цен, поскольку самый простой способ, которым компания может увеличить свою долю рынка, это предложить более низкую цену, чем ее конкуренты. Снижение фирмой цен на продаваемые товары ведет к двум благотворным последствиям. Первое и самое очевидное из них состоит в том, что потребители сберегают свои деньги и могут их использовать для покупки большего количества того же товара или покупки других благ. На практике они склонны делать и то и другое. Если медицинская страховка станет дешевле, то вы сможете приобрести план с лучшим покрытием, а также купить дополнительную игрушку для своих детей. Второй, косвенный, эффект состоит в том, что повышенный спрос стимулирует бизнес производить, инвестировать и нанимать. В целом, если мы сравним две экономики, то та, в которой больше конкуренции, будет иметь более низкие цены, более высокий уровень производства, более высокую занятость и более высокие инвестиции. Поэтому конкуренция повышает наш уровень жизни.

Вместе с тем цены – это не единственное, что интересует людей. Большое значение для них также имеет качество. Если мы обратимся к Обзору удовлетворенности американских потребителей, то увидим некоторые поразительные закономерности. Похоже, что среди американских компаний наибольшую антипатию вызывают интернет-провайдеры. А как мы уже отмечали, именно в этой отрасли наблюдаются наибольшая концентрация и наиболее завышенные цены. Очевидно, что это не совпадение.

На конкурентном рынке фирмы стремятся привлечь потребителей не только снижением цен, но и предложением более широкого ассортимента качественных товаров и услуг. Конкуренция приводит к расширению выбора для потребителя, поскольку фирмы стремятся обслуживать разные слои населения и дифференцировать свою продукцию, чтобы она отличалась от конкурентов¹¹.

¹⁰ В русском варианте – сказка «Маша и три медведя». – *Прим. пер.*

¹¹ Связанные продажи товарных наборов в конкурентных условиях могут иметь удивительные последствия. Грегори С. Кроуфорд, Олександр Щербаков и Мэтью Шум (Crawford, Shcherbakov and Shum, 2018) обнаружили чрезмерное предложение «качества» на рынке кабельного телевидения. Они утверждают, что это происходит из-за наличия конкуренции со стороны новых технологий – поставщиков спутникового телевидения. Без конкурентного давления со стороны спутниковых компаний, монополии на рынке кабельного телевидения снизили бы качество своих услуг. Чрезмерное качество в данном случае означает, что клиенты кабельного телевидения предпочли бы меньшие, то есть более низкие по качеству пакеты каналов по более низкой цене.

Один из моих любимых примеров положительного воздействия конкуренции связан с рынком такси в Париже. Во-первых, расскажу о ценах. Я вырос в пригороде, и мы с друзьями всегда ездили в город на поезде или метро в пятницу или субботу вечером. Однако возвращаясь домой мы иногда не успевали на последнее метро, обычно в час или два часа ночи. И все же мы никогда не брали такси. Если мы не успевали на метро, то многие мили шли домой пешком. Такси было трудно найти, а стоили они дорого. Иными словами, цены вынуждали нас уйти с этого рынка в качестве потребителей.

Во-вторых, об инновациях и услугах. Когда действующие таксомоторные компании стали вынуждены конкурировать с новыми платформами, они внезапно обнаружили, что клиенты ценят наличие бутылок с питьевой водой и возможности заряжать мобильный телефон, и что такая элементарная вежливость не стоит слишком дорого. Это не были высокотехнологичные инновации, но они, безусловно, увеличили удовлетворенность клиентов. У Uber и других подобных платформ может быть много недостатков (несоблюдение трудового законодательства, увеличение пробок на дорогах), но они также иллюстрируют основные достоинства конкуренции – ничто так не улучшает обслуживание клиентов, как угроза со стороны нового конкурента.

Конкуренция стимулирует инвестиции и подталкивает бизнес к инновациям, либо для повышения качества продаваемых товаров и услуг, либо для поиска путей снижения стоимости предоставления этих товаров и услуг. С экономической точки зрения более высокое качество и более низкая стоимость представляют две стороны одной медали, и обе считаются техническим прогрессом. Вместе с тем в странах с развитой экономикой связь между конкуренцией и инновациями сложна и зависит от прав собственности, патентов и структуры рынка. Вот почему необходимо создавать хорошие теории и тщательно изучать данные, что мы и сделаем в следующих главах.

Конкуренция и неравенство

Конкуренция способствует не только экономическому росту, но, возможно, также и большему равенству. Экономическому росту она способствует, потому что ведет к большему выпуску и большей занятости¹². Она также сокращает неравенство, потому что конкуренция увеличивает заработную плату и уменьшает показатели рентабельности. В результате в конкурентной экономике доходы собственников компаний (дивиденды, обратный выкуп акций) невелики по отношению к трудовому доходу. Поскольку финансовый капитал (владение ценными бумагами, в основном акциями и облигациями), как правило, распределяется более неравномерно, чем человеческий капитал (ваш труд и ваше образование), из этого следует, что в более конкурентной экономике также, вероятно, будет меньше неравенства.

Прежде чем обсуждать более сложные связи между конкуренцией и неравенством, имеет смысл сделать паузу, чтобы дать определение термину «рента», как он определяется в экономической теории. *Рента* – это тот доход, который получен владельцем актива (человеческого или физического, материального или нематериального) сверх стоимости воспроизводства или

¹² Понятие экономического роста я использую здесь потому, что именно с ним большинство людей связывают свои представления о росте богатства страны. Однако здесь необходимо сделать некоторое уточнение. В стандартной экономической модели конкуренция оказывает влияние на уровень ВВП, но не на его долгосрочные темпы роста. Представим, что изменение политики привело к усилению конкуренции на внутренних рынках. Следствием станет временное увеличение темпов экономического роста в этой стране. В дальнейшем этот более высокий уровень ВВП по сравнению с ситуацией, в которой политика не менялась, сохранится, но в конечном итоге ВВП будет расти в обеих ситуациях одинаковыми темпами, потому что долгосрочные темпы роста доходов на душу населения зависят только от технического прогресса. Постоянное воздействие конкуренции на экономический рост осуществляется в том случае, когда она стимулирует технологические инновации. Этот вопрос горячо обсуждается. Данные свидетельствуют о том, что конкуренция стимулирует больше инноваций, но нет единого мнения о величине этого эффекта. Связь между конкуренцией, инвестициями и производительностью мы обсудим в главе 4.

воссоздания этого актива. Например, если товар, который может быть произведен за 10 долларов, продается за 15 долларов, потому что он защищен патентом, то рента правообладателя составляет 5 долларов.

Некоторые ренты защищены искусственными ограничениями. Например, драконовские законы о лицензировании профессий, ограничивающие доступ к определенным занятиям, защищают тех, кто уже имеет лицензии, от конкуренции, позволяя им устанавливать более высокие цены. Когда экономисты говорят о «рентоориентированном поведении», они имеют в виду попытку отдельных лиц или групп повлиять на государственную политику таким образом, чтобы установить или увеличить эти искусственные преимущества в свою пользу. Данный термин не обязательно имеет моральную коннотацию. Для людей рационально защищать свою ренту. Это не делает их плохими людьми. Но рентоориентированное поведение часто порождает плохую политику.

Взаимодействие рент и неравенства не ведет к однозначному снижению неравенства в результате конкуренции. Конкуренция может затруднить поддержание некоторых соглашений о разделе доходов. Например, возможно соглашение о разделе ренты между собственниками и наемными работниками. Конкуренция может снизить эту ренту, тем самым косвенно навредив некоторым работникам. Подобным образом конкуренция за таланты может привести к весьма значительному росту доходов некоторых групп работников.

В целом, однако, трудно найти убедительные примеры такой конкуренции на национальном рынке, которая наносит ущерб бедным и среднему классу, при этом легко найти множество примеров (среди прочего, дискаунтеры в розничной торговле и авиаперевозках, а также конкуренция в телекоммуникациях), когда конкуренция им явно выгодна. В общих чертах это объясняется тем, что конкуренция на национальном рынке ведет к эффективности, плоды которой перераспределяются между всеми гражданами страны. Действительно, конкуренция национальных производителей ведет к перераспределению ренты, с выгодой для одних и с потерями для других. Конкуренция одновременно уничтожает и создает рабочие места, но в разных местах или в разных сообществах. Вместе с тем мой ключевой аргумент заключается в том, что внутри страны существуют механизмы перераспределения как выгод, так и издержек. Гарантии того, что конкуренция внутри страны приведет к повышению благосостояния каждого ее жителя, не существует, но такая конкуренция сделает рост благосостояния более вероятным, по крайней мере, через некоторое время.

Совсем иную проблему представляет иностранная конкуренция. Иностранная конкуренция выгодна местным потребителям, но может нанести ущерб местным производителям и их работникам. Стандартная экономическая теория демонстрирует, что выгоды от торговли перевешивают потери, поэтому в принципе должен существовать способ улучшить положение всех. Но на практике это не всегда работает. Иностранная конкуренция может принести больше выгод отечественным потребителям, чем местному бизнесу и наемным работникам, но естественного способа перераспределить эти выгоды и потери не существует. Разные страны экспериментировали со всеми видами программ регулирования международной торговли, но большинство из них оказались довольно неэффективными. Более того, конкуренция между странами за привлечение талантов и капиталов может привести к снижению степени прогрессивности налоговых систем, а это прямо противоположно тому, что нам необходимо для того, чтобы приспособиться к воздействию торговых шоков.

Двое моих коллег из Нью-Йоркского университета, Спенсер Лайон и Майкл Во, в своей статье 2018 года (Lyon and Waugh, 2018) представили некоторые интересные новые идеи по этому вопросу. Мы знаем, что воздействие международной торговли создает победителей и проигравших. Лайон и Во изучили, как общество может смягчить потери, сохранив при этом выгоды от торговли. Они считают, что прогрессивная налоговая система очень полезна и что оптимальный уровень ее прогрессивности под воздействием международной торговли увели-

чивается. Какой механизм здесь действует? Как мы уже объясняли, торговля приносит выгоду потребителям за счет снижения цен и увеличения разнообразия доступных товаров. Для наемных работников картина сложнее. Большинство из них международная торговля не затрагивает, но ее воздействие на тех, кто непосредственно конкурирует с иностранными работниками, очень велико. Именно это неравномерное воздействие лежит в основе ведущихся общественных дискуссий о международной торговле. Лайон и Во показывают, что эффективным способом компенсации работникам снижения заработка и утраты возможностей трудоустройства является политика прогрессивного налогообложения.

Почему свободные рынки хрупки

Мы начали эту главу с объяснения того, что экономическая теория занимается изучением распределения *ограниченных* ресурсов. На некотором абстрактном, но интуитивно понятном уровне мы можем увидеть глубокую связь между тем фактом, что экономические ресурсы ограничены, и ценностью конкуренции. Поскольку ресурсы ограничены, было бы вредно тратить их впустую. Но как мы можем удостовериться, что ресурсы используются эффективно? Один из вариантов заключается в том, чтобы позволить людям и организациям конкурировать за эти ресурсы, в результате чего они окажутся в руках тех, кто ценит их больше всего. Ценовая система, лежащая в основе современной экономики, является одним из способов организации такой конкуренции. И наоборот, когда конкуренция ослабевает, капитализм теряет большую часть своей привлекательности.

Выражаясь обобщенно, мы можем утверждать, что конкуренция увеличивает степень экономической свободы. На конкурентном рынке труда у наемных работников есть свобода уволиться и найти лучшую работу. Когда работодатели конкурируют, они предлагают своим работникам больше возможностей – разные рабочие места, разные часы работы и разные льготы. Конкуренция на рынке труда является лучшей защитой от злоупотреблений и издевательств со стороны работодателей.

Стоит ли беспокоиться об исчезновении конкуренции? В конце концов, если конкуренция так прекрасна, то находится ли она под угрозой? Разве мы все не должны согласиться с тем, что конкуренция полезна, и объединиться для ее защиты?

Уже пятьдесят лет назад Мансур Олсон (Olson, 1971; Олсон, 1995) объяснил, почему спонтанная защита конкуренции маловероятна. До Олсона общепринятым было мнение, что если у всех нас есть общие интересы, то мы сможем действовать сообща для их реализации. К сожалению, в подобной аргументации есть изъян. Чтобы понять логику коллективных действий, сначала нужно выяснить, кто от них выиграет, а кто проиграет. В случае конкуренции это довольно ясно. Конкуренция уничтожает ренту и поэтому является врагом ее искателей.

Ключевой фактор проблемы ренты заключается в том, что обычно она концентрируется. Когда доминирующая фирма лоббирует предотвращение проникновения конкурентов на ее рынок, она защищает свою ренту и, возможно, ренту пары других доминирующих фирм. Заинтересованных сторон мало, и им есть что защищать. С другой стороны, круг экономических субъектов, которые могут пострадать от успешно пролоббированного ограничения конкуренции, очень широк. Потребителей отрасли ограничение конкуренции затронет напрямую. Более того, поскольку высокие цены снижают реальные располагаемые доходы потребителей, они станут в меньшей степени способны тратить деньги на другие товары и услуги. В результате косвенно будет затронута большинство других отраслей. Однако эти издержки скрыты и рассеяны. Потребители могут никогда не узнать, что проникновение на рынок было ограничено, а косвенные издержки этого невелики, поэтому никто не станет платить за то, чтобы начать борьбу. В результате домохозяйства и пострадавшие от искателей ренты предприятия вряд ли создадут собственное лобби, чтобы дать отпор. Они, конечно, были бы счастливы, если бы

кто-то другой попытался пролоббировать свободный вход на рынок. Но в качестве отдельных единиц у них мало стимулов сделать это самостоятельно. В этом заключается главный аргумент Олсона – концентрированные особые интересы, скорее всего, будут организовываться и бороться, чтобы защитить свою ренту, что противоречит широко размытым интересам большинства. Суть вопроса заключается в проблеме безбилетника и в том факте, что стимулы к безбилетничеству растут вместе с размером группы.

Проницательный читатель может понять, что та же аргументация применима и к свободной торговле между странами. Международная торговля также создает множество победителей и нескольких проигравших. Потеря рабочих мест и закрытие заводов – это яркие факты, которые, скорее всего, будут подхвачены средствами массовой информации. Снижение уровня цен выявить гораздо труднее, а созданные в результате международной торговли рабочие места распределяются по разным частям страны и отраслям. Вот почему свобода международной торговли нуждается в защите.

Но, как я уже говорил выше, доводы в пользу конкуренции на национальном рынке сильнее доводов в пользу свободы международной торговли, потому что выгоды последней труднее разделить между гражданами. Когда под воздействием международной торговли производство переносится за границу, рабочие места в этом производстве исчезают в буквальном смысле. Этого нельзя сказать в отношении конкуренции национальных производителей.

В заключение я хотел бы сказать, что аргументы в пользу свободной конкуренции внутри страны столь же сильны, как и любые другие аргументы в экономической теории. К сожалению, добродетель конкуренции – то, что положительные эффекты от нее широко распространены, – также может привести к ее падению, так как победители рассеяны, а проигравшие сконцентрированы. Вот почему мы видим так много лоббизма, направленного на ограничение конкуренции, и так мало активных действий по ее защите. Подробнее эту проблему мы рассмотрим во второй половине книги.

А пока давайте разберемся, как измерить конкуренцию.

Глава 2

Плохая и хорошая концентрация

Чтобы оценить степень конкуренции в отрасли, экономисты рассматривают три основные переменные: степень концентрации (то есть существует ли много мелких фирм или в отрасли доминируют несколько крупных фирм), прибыль, которую получают эти фирмы, и цены, которые платят потребители. Каждая из этих переменных содержит полезную информацию, но ни одна из них не является идеальным индикатором. Вместе взятые, однако, они могут дать нам довольно ясную картину происходящего.

Концентрация подобна холестерину, так как она бывает хорошей и плохой. Плохая концентрация возникает в тех случаях, когда участники отрасли имеют возможность блокировать проникновение конкурентов, вступать в сговор или объединяться с целью увеличения своей власти над рыночными ценами. Хорошая концентрация имеет место тогда, когда лидер отрасли увеличивает свою долю рынка за счет эффективности. В экономической теории высокая концентрация часто считается плохим признаком, но не всегда. В качестве показателя состояния конкуренции к степени концентрации следует относиться скептически. Концентрацию всегда следует рассматривать наряду с прибылями и ценами.

Эту главу мы начнем с обсуждения концепции рыночной власти. Затем мы рассмотрим несколько примеров дерегулирования, в ходе которых все показатели двигались в одном направлении. После этого мы изучим те случаи, которые интерпретировать труднее, и обсудим расширение Walmart и Amazon.

Рыночная власть занимает в этой книге центральное место. Основная идея, которую я попытаюсь доказать, заключается в том, что в экономике США произошел значительный рост рыночной власти, что нанесло ущерб американским потребителям. Поэтому нам необходимо понять причины и следствия рыночной власти. Для этого мы рассмотрим несколько примеров, представляющих упрощенное функционирование рынков.

Рыночная власть и эластичность спроса

Рыночная власть является ключевой концепцией экономической теории. Она измеряет способность фирмы повышать цены и увеличивать прибыль за счет своих потребителей. Ясно, что это может произойти только в том случае, если у потребителей продукции фирмы нет легкодоступных альтернатив. Если бы такие альтернативы существовали, то потребители отреагировали бы на повышение цен, переключившись на другого производителя. Выражаясь языком экономической теории, рыночная власть зависит от эластичности спроса.

Чтобы понять взаимосвязь между рыночной властью и эластичностью спроса, рассмотрим следующий пример. Предположим, что вам необходимо слетать из пункта А в пункт Б. Предположим, что средние затраты на перелет одного человека из пункта А в пункт Б составляют 200 долларов. В эти затраты входит заработная плата пилотов, топливо, права на взлет и посадку, аэропортовые сборы и сборы за досмотр, а также износ самолета. Какова должна быть цена билета? Если на данном маршруте конкурируют несколько авиакомпаний, то она должна быть близка к 200 долларам. Эта цена не может быть меньше, по крайней мере, в долгосрочной перспективе, иначе авиакомпании понесут убытки. Цена билета должна быть немного больше, потому что авиакомпаниям необходимо окупить постоянные издержки. Допустим, для этого требуется 5-процентная наценка. Следовательно, конкурентная цена составит 210 долларов, а средняя прибыль на одного пассажира по данному маршруту составит 10 долларов.

Теперь представьте, что прямой рейс предлагает только одна авиакомпания. Разумеется, эта авиакомпания попытается назначить более высокую, чем 210 долларов, цену. Но

насколько? Это зависит от того, насколько быстро она потеряет пассажиров в результате повышения цены. Потерять пассажиров она может одним из трех способов. Во-первых, люди могут приобрести билеты у другой авиакомпании, предлагающей стыковочные рейсы, во-вторых, они могут решить осуществить поездку на автомобиле или поездом, в-третьих, они могут вообще отказаться от путешествия. Скорость, с которой авиакомпания теряет клиентов при повышении цены, называется *эластичностью спроса*.

Если число пассажиров снижается на 2 %, когда авиакомпания увеличивает цены на один процент, то это означает, что эластичность спроса равна двум. Эластичность спроса зависит от доступных пассажирам альтернатив. Если они смогут найти дешевые и удобные стыковочные рейсы, то эластичность их спроса будет высока, а авиакомпания-монополист не сможет взимать гораздо больше 210 долларов за прямой рейс. Если удобные стыковочные рейсы отсутствуют, то эластичность спроса будет низка, а авиакомпания-монополист сможет взимать гораздо больше 210 долларов за прямой рейс.

Рыночная власть и благосостояние

Теперь давайте расширим нашу аргументацию, чтобы показать взаимосвязь между рыночной властью и благосостоянием, начав с конкурентной отрасли. На рис. 2.1а цены нанесены на вертикальную ось, а количества – на горизонтальную.

Кривая спроса отражает готовность потребителей заплатить за определенное количество товара определенную цену. Представьте, что это рынок автомобилей и вы ранжируете потребителей по степени желания их купить. Цена определяет предельного потребителя, то есть того человека, которому безразлично, покупать или нет автомобиль по этой цене. Как показано на рис. 2.1а, все потребители, находящиеся слева от предельного покупателя, были бы готовы заплатить больше, но, конечно, они рады заплатить меньше. Потребители справа от предельного покупателя отказываются от покупки. Цена для них слишком высока.

Можно также представить, что рассматриваемым товаром является шоколад, который приобретает только одной потребительницей. Она любит шоколад и была бы готова заплатить относительно высокую цену, чтобы получить даже небольшое его количество. По мере роста доступного количества эта ее нужда удовлетворяется, и готовность заплатить за дополнительную унцию снижается. С теоретической точки зрения ситуация, в которой каждый из множества потребителей приобретает по одной единице товара (например, один автомобиль), равносильна ситуации, в которой один потребитель покупает несколько единиц товара (унций шоколада, например). В каждом из этих примеров возникает нисходящая кривая спроса, которую можно применить для анализа благосостояния, так что вы можете выбрать тот пример, который вам больше нравится. Для простоты я продолжу метафору с автомобилем.

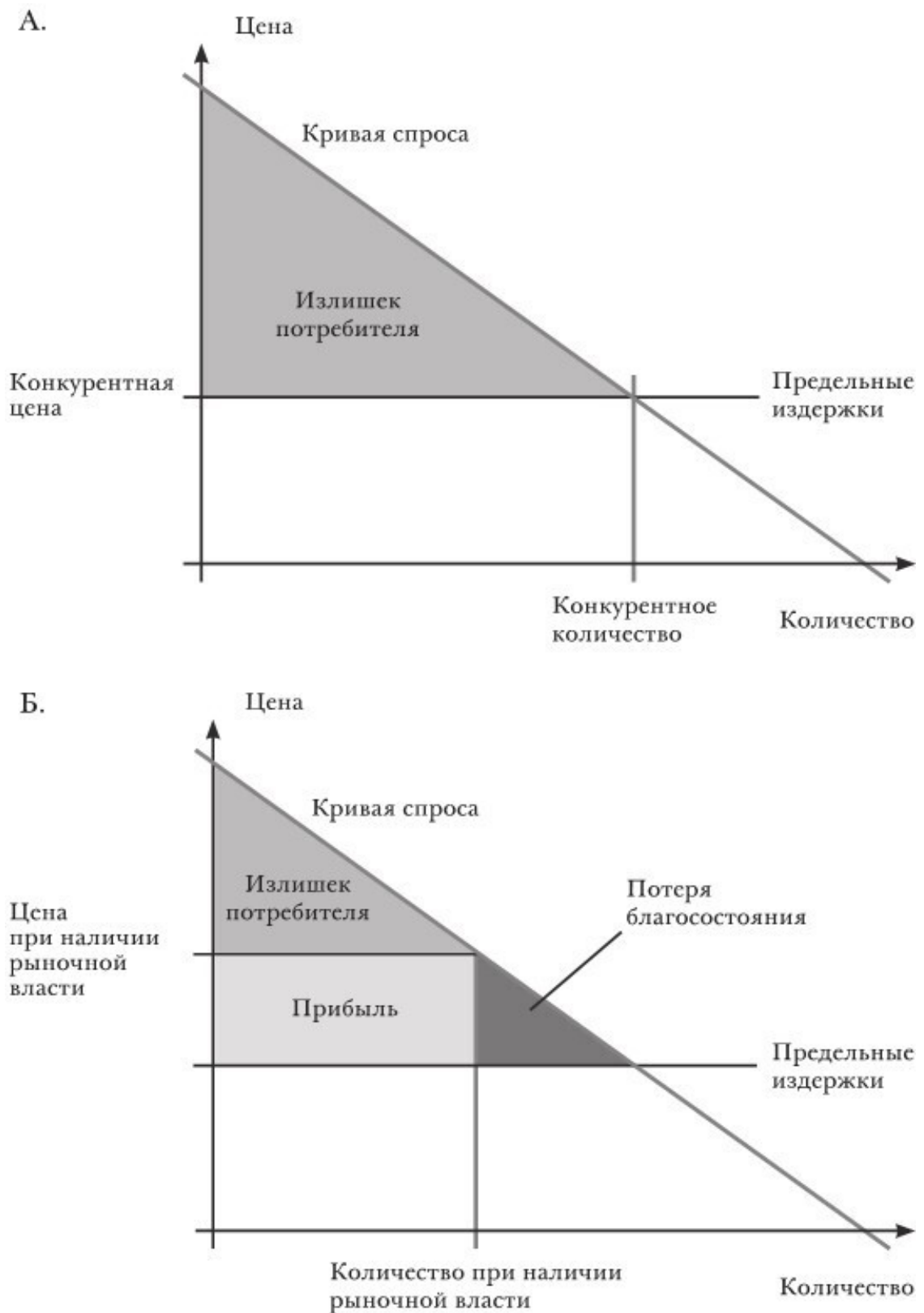


РИСУНОК 2.1. Равновесие отрасли. (а) Конкурентная отрасль; (б) Отрасль с рыночной властью

На следующем этапе мы выясним, какими будут цены. Очевидно, что это зависит от того, каким образом конкурируют фирмы, осуществляющие предложение товара. Если отрасль конкурентна, то цена должна быть равна предельным издержкам производства, то есть затратам

на создание еще одного автомобиля или дополнительной унции шоколада. Почему? Потому что если бы цена была выше издержек, то нашлась хотя бы одна фирма, у которой был бы стимул снизить цену и привлечь новых потребителей. В результате фирмы будут снижать цену, пока она не сравняется с издержками. В этот момент они достигнут уровня безубыточности и перестанут снижать цену дальше. Именно это мы имеем в виду, когда говорим, что отрасль конкурентна. При наличии конкурентных цен количество людей, желающих приобрести товар, может быть выяснено на основе кривой спроса. Для этого необходимо найти предельного покупателя и подсчитать их количество по горизонтальной оси. Именно это количество является конкурентным.

Серый треугольник на рис. 2.1а показывает излишек потребителя. Понять, в чем он состоит, должно быть относительно легко. Каждая точка на кривой спроса показывает готовность покупателя платить, то есть то, насколько он ценит автомобиль. Когда ее значение выше цены, образуется излишек, измеряемый расстоянием между кривой спроса и ценой. Треугольник же представляет сумму всех излишков всех покупателей слева от предельного. Безусловно, излишек предельного покупателя равен нулю, иными словами, он равнодушен к покупке и не покупает автомобиль по текущей цене.

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.