Кому что достанется – и почему. Книга о рынках, которые работают без денег

Автор:
Элвин Рот

Кому что достанется – и почему. Книга о рынках, которые работают без денег

Элвин Рот

Если вы пытаетесь устроить ребенка в хороший детский сад, или хотите помочь ему решить, куда поступать после школы, или сами ищете новую работу, эта книга поможет вам по-новому подойти к задаче подбора соответствий, которую при этом приходится решать, и позволит по-новому взглянуть на окружающий мир и понять, кто в нем что получает – и почему.

Для тех, кто интересуется передовыми экономическими исследованиями и устройством современного мира.

На русском языке публикуется впервые.

Элвин Рот

Кому что достанется – и почему. Книга о рынках, которые работают без денег

Alvin E. Roth

WHO GETS WHAT – AND WHY:

THE NEW ECONOMICS OF MATCHMAKING AND MARKET DESIGN

Научный редактор Ольга Романенко

Издано с разрешения Levine Greenberg Literary Agency и литературного агентства «Синопсис»

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс».

© Alvin E. Roth, 2014

© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2016

* * *

Эту книгу хорошо дополняют:

Теория игр (http://litres.ru/8649584)

Авинаш Диксит и Барри Нейлбафф

Экономика всего (http://litres.ru/6370983)

Александр Аузан

Мифы экономики (http://litres.ru/2977275)

Сергей Гуриев

Как устроена экономика (http://litres.ru/9361857)

Ха-Джун Чанг

Посвящается Бену и Аарону, Эмили и Теду

Часть I

Вездесущие рынки

Глава 1

Введение: каждый рынок рассказывает собственную историю

Апрельским днем 2010 года восемь хирургических команд в четырех разных городах готовятся к восьми одновременным операциям. На часах пять утра. Четыре здоровых человека согласились отдать одну из своих почек четырем совершенно незнакомым им людям; у всех реципиентов терминальная стадия почечной недостаточности, поэтому донорский орган в буквальном смысле слова станет для них пропуском в жизнь.

В то же самое время Джерри и Памела Грин, сидя за столом на своей кухне в Линкольне, внимательно изучают прогноз погоды. Они волонтеры и сейчас собираются лететь на своем личном маленьком самолете в Ливан в Нью-Гемпшире, чтобы забрать там одну из почек, отвезти ее в Филадельфию, затем получить у тамошних трансплантологов другой донорский орган и доставить его

в Бостон. (Еще двое пилотов-волонтеров доставят в нужное место две другие почки.) Поскольку полет будет осуществляться с позывным «Спасатель», что говорит о его максимальной безотлагательности, авиадиспетчеры должны без малейших задержек пропустить Джерри и Памелу в Филадельфию через один из самых оживленных коридоров воздушного пространства в мире, вниз по реке Гудзон через аэропорт Ньюарка. В Филадельфии их приземления уже ждут; планируется даже немного задержать вылет из аэропорта нескольких рейсов с сотнями пассажиров.

* * *

В донорских органах всегда есть острая нужда. Как и в свободном воздушном пространстве: авиакомпании тратят на топливо несколько сотен долларов в минуту, а в определенный момент времени только один самолет может занимать конкретный воздушный коридор. Время задержавшихся в пути пассажиров тоже, как правило, стоит очень дорого. Очевидно, что для оптимального распределения этих дефицитных ресурсов – кто в этот апрельский день получит почку и в какой операционной, по какому маршруту полетит самолет, доставляющий донорские органы, – требуются немалые знания. Поэтому вас вряд ли удивит, что Джерри, когда не летает на своем самолетике, преподает экономику в Гарвардском университете.

Экономика – наука об эффективном распределении дефицитных ресурсов, она также изучает вопрос: как сделать их более доступными. Впрочем, донорские органы и воздушное пространство, конечно же, не единственные ресурсы, которых не хватает человечеству и которые нужно оптимально распределить в апрельский день для спасения четырех человеческих жизней. Много лет назад каждый участвующий в проекте хирург поступил в медицинский институт, выучился и прошел интернатуру. И на всех этих этапах наши хирурги конкурировали со своими амбициозными коллегами. Да и Джерри, чтобы получить работу, тоже приходилось вступать в конкурентную борьбу. Перед началом профессиональной деятельности и он, и наши врачи поступили в высшее учебное заведение, а Джерри еще и успешно прошел отбор в школу Стейвесанта, самую избирательную государственную среднюю школу в Нью-Йорке. Обратите внимание, что ничто из вышеперечисленного – ни донорскую почку, ни место в лучшей средней школе города, ни востребованную работу – невозможно получить, просто предложив наибольшую цену либо, напротив, согласившись работать за гроши. В каждом случае необходимо найти правильное сочетание определенных параметров и учесть все требования.

Как подбираются устойчивые паросочетания

[1 - Паросочетание – термин из теории графов, обозначающий такое подмножество ребер графа, в котором никакие два ребра не смежны; устойчивое паросочетание – паросочетание без блокирующих пар. Прим. ред.]

В Талмуде рассказывается об одном раввине, которого спросили, чем занимался Творец после создания Вселенной. На что он ответил: «Подбирал подходящие пары». Далее раввин объясняет, почему это (речь идет о подборе супружеских пар) не только чрезвычайно важное, но и очень трудное дело – «не более простое, чем разделить воды Красного моря».

В ходе подбора устойчивых паросочетаний (экономисты называют его матчмейкингом) мы выбираем и получаем в жизни многое, чему в свою очередь должны соответствовать. Имеется в виду, что выбор должен быть сделан одновременно и взаимно. Нельзя просто сообщить Йельскому университету, что вы будете в нем учиться, или проинформировать компанию Google, что намерены в ней работать, – на это требуется согласие этих институтов. Но и Йельский университет, и Google тоже не могут заставить вас учиться или работать в них. Тут все происходит как при выборе брачного партнера: для создания надежного союза оба должны выбрать друг друга.

Зачастую для подбора пар существует структурированная среда – своего рода процесс рассмотрения заявок и отбора кандидатов, – в которой происходит «ухаживание» и выбор. От этого процесса и от того, насколько хорошо мы в нем ориентируемся, в значительной мере зависят некоторые важнейшие переломные моменты нашей жизни, да и многие менее важные тоже. В его ходе определяется не только то, кого из абитуриентов зачислят в престижный вуз, но и кого из студентов примут на самые популярные учебные курсы и кто из них будет жить в лучших общежитиях. То же самое происходит после окончания колледжа или университета при поступлении на работу – например, кто получит самую хорошую работу и у кого в дальнейшем будут наилучшие возможности для карьерного роста. А иногда в результате подбора сочетаний решается вопрос жизни и смерти, например, когда им определяется, кто из безнадежно больных людей получит орган для трансплантации.

Браки, как известно, заключаются на небесах, но подбор устойчивых паросочетаний активно ведется и на рынках. Все рынки, как и любовные истории, начинаются с желания. На рынках люди удовлетворяют свои потребности, покупатели знакомятся с продавцами, студенты с преподавателями, люди, ищущие работу, с работодателями, а иногда находят друг друга те, кто ищет свою вторую половину.

До недавнего времени экономисты преимущественно обходили процесс подбора соответствий молчанием, фокусируя внимание прежде всего на товарных рынках, где выбор определяется исключительно ценой. На таких рынках только вы решаете, что хотите получить, и если вы можете себе это позволить, то платите и получаете желаемое. При покупке сотни акций AT&T на Нью-Йоркской фондовой бирже вам не нужно беспокоиться о том, выберет ли вас их продавец. Вы не должны подавать заявку или обхаживать его, чтобы обратить на себя внимание и доказать свою привлекательность. Продавцу тоже не нужно бороться за вашу благосклонность. Всю работу в этом случае выполняет цена, соединяющая продавца и покупателя в точке, где цена предложения уравнивается с ценой спроса. На Нью-Йоркской фондовой бирже только от цены зависит, кому что достанется.

На рынках соответствия ситуация иная. Конечно, образование в высшем учебном заведении стоит довольно дорого, и не каждый может себе это позволить – но не потому, что колледж или университет поднимает плату за обучение до тех пор, пока за него не будет в состоянии заплатить ровно столько молодых людей, сколько он способен вместить и обучить, то есть пока спрос не сравняется с предложением. Напротив, самые разборчивые вузы, сколь бы дорого у них ни стоило обучение, стараются максимально снизить плату, чтобы в них захотели учиться и подали заявление как можно больше абитуриентов, а затем они предельно строго отбирают кандидатов. Однако колледжи и университеты не могут просто выбирать студентов, они тоже должны завлекать и добиваться лучших, проводя дни открытых дверей, предлагая хорошую материальную базу, финансовую помощь, льготы и стипендии, ибо, как известно, многие абитуриенты подают заявление не в один, а сразу в несколько вузов. Большинство работодателей тоже не снижают заработную плату до такого уровня, что работать у них согласятся только те, кто готов на любую работу. Им хочется иметь самых квалифицированных и преданных сотрудников, а не самых дешевых. На рынке труда «ухаживание» и «привлечение» используются обеими сторонами: работодатели предлагают хорошие зарплаты, льготы и перспективы карьерного роста, а кандидаты демонстрируют трудовой энтузиазм и высокую квалификацию.

Рынки труда и образования имеют много общего с поиском брачного партнера: здесь предполагается поиск и ухаживание с обеих сторон. Без этого не обойтись ни одному рынку, на котором цена не является единственным фактором, определяющим, кто что получает. А при подборе некоторых паросочетаний он вообще отсутствует. Например, пересадка почки стоит довольно дорого, но кто из больных получит донорский орган, решают отнюдь не деньги. Более того, торговля органами для трансплантации карается законом. Точно так же за время посадки в аэропорту нужно платить, но не платой определяется, какой самолет его получит. И получение общего образования не имеет цены: налогоплательщики обеспечивают средние школы ровно на столько, чтобы их мог бесплатно посещать каждый ребенок. Многие сочтут отвратительным то, что деньги решают, кто из больных получит почку или кого из детей примут в хороший, востребованный государственный детский сад. Если органов для трансплантации недостаточно (а их всегда недостаточно), а мест в лучших детских учебных заведениях на всех не хватает (а так и есть), дефицитные ресурсы непременно должны распределяться посредством подбора соответствий, одновременного и взаимного парного выбора.

Дизайн рынка

Иногда устойчивые паросочетания, как формальные, так и ситуативные, формируются сами собой. Но в последнее время процесс их подбора разрабатывают специально. Для этого новая экономика рыночных моделей, да и рынков в целом, использует науку. Это и есть предмет нашей книги. Вместе с группой коллег из разных стран мира я участвовал в создании новой дисциплины, изучающей устройство рынка. Дизайн рынка устраняет проблемы, которые мир коммерции не сумел решить естественным образом. Наша работа позволяет людям по-новому взглянуть на то, что на самом деле «освобождает» свободные рынки, позволяя им функционировать эффективно.

Большинство рынков работают в весьма широком пространстве разных принципов – от «невидимой руки рынка»[2 - Невидимая рука рынка – термин, введенный Адамом Смитом, означает рыночный механизм саморегулирования экономики. Прим. ред.] Адама Смита до пятилеток председателя Мао. От централизованного планирования рыночная система отличается тем, что в ней только сами участники определяют, кто и что получает. Однако у нее

мало общего и со вседозволенностью неограниченной свободы предпринимательства, поскольку участники выходят на рынки, зная о том, что там действуют определенные правила.

Бокс превратился из драки в спорт, когда Джон Дуглас, девятый маркиз Куинсберри, придумал для него правила, названные впоследствии его именем. Правила Куинсберри сделали этот вид спорта достаточно безопасным, чтобы привлекать людей к спаррингу, но не предопределять исход боя. Торговые площадки, от самых крупных вроде Нью-Йоркской фондовой биржи до совсем маленьких, таких как сельскохозяйственная ярмарка местного значения, тоже работают по определенным правилам. И эти правила, которые время от времени корректируются с целью более эффективного функционирования, и есть дизайн рынка. Даже там, где эти установки эволюционировали очень медленно, есть дизайн, пусть и не разработанный осознанно и целенаправленно.

Особенно строгие правила действуют на торговых площадках в интернете, поскольку они непременно должны быть оформлены официально в соответствующем программном обеспечении. Сегодня, когда доступ в интернет можно получать с мобильных устройств, мы всегда находимся в непосредственной близости от рынка.

Рынки связаны между собой: интернет-рынки зависят от рынков диапазона радиочастот, благодаря которым смартфоны и другие мобильные устройства процветают там, где прежде безраздельно господствовали телевидение и радио.

Мне довелось лично участвовать в разработке дизайна некоторых рынков и процессов подбора соответствий, описанных в этой книге. Например, как известно, почти все американские врачи получают свои первые рабочие места через Национальную программу распределения по ординатурам (National Resident Matching Program – NRMP). В середине 1990-х годов я руководил изменением алгоритма подбора паросочетаний для NRMP, который теперь ежегодно подбирает более двадцати тысяч новоиспеченных врачей для почти четырех тысяч ординаторских программ. Мы с коллегами помогали разрабатывать подобные процедуры для врачей на более поздних этапах их карьеры, а также участвовали в разработке системы, весьма успешно используемой сегодня для распределения учащихся по старшим классам школ Нью-Йорка, Бостона и других крупных городов США. А вышеописанный обмен донорскими органами, который помогали осуществить Джерри и Пэм,

был организован Программой по обмену почками Новой Англии (New England Program for Kidney Exchange – NEPKE), которая отчасти базируется на разработке, предложенной вашим покорным слугой вместе с двумя коллегами-экономистами, Утку Унвером и Тайфуном Сонмезом. В 2004 году мы помогали группе хирургов и других специалистов по трансплантации основать NEPKE, в которой используются написанные нами алгоритмы подбора сочетаний донор-реципиент, а впоследствии вместе с коллегами из области хирургии занимались тем, чтобы сделать обмен донорскими почками стандартной процедурой в трансплантологии.

Торговые площадки

Первоочередная задача любой торговой площадки состоит в объединении в одном месте многих участников, желающих заключить соглашение, чтобы в результате они заключили наилучшую сделку из возможных. Большое количество участников делает рынок плотным, причем на разных рынках плотность достигается разными способами. Например, чтобы создать информационно-координационные центры по обмену донорскими почками, нам сначала пришлось повысить плотность рынка путем формирования базы данных реципиентов и доноров.

Дальнейшие усилия по поддержанию плотности рынка часто связаны с таймингом сделок. Когда следует выйти с предложением? Как долго оно должно оставаться открытым? Кстати, те же вопросы интересуют и рынки товаров и услуг, от местной сельскохозяйственной ярмарки до фондовой биржи. Например, фермерский рынок неподалеку от моего прежнего дома открывается в строго определенный час. Если вы придете немного раньше, до открытия, торговцы, скорее всего, не продадут вам ни ягодки. Иначе они рискуют навлечь на себя гнев своих товарищей. Ведь если некоторые начнут торговать до официального открытия рынка, то покупатели станут приходить раньше и тогда торговля на рынке, обычно работающем до обеда, растянется на целый день. При этом фермерам придется дольше торговать на менее плотном рынке. По той же причине, для поддержания высокой плотности рынка, Нью-Йоркская фондовая биржа открывается и закрывается каждый день в одно и то же время.

Плотные рынки могут столкнуться с проблемой перенасыщенности, которая напоминает затор на дороге и препятствует успеху. Разнообразие на таком рынке может быть поистине огромным, поэтому на оценку потенциальной сделки или доведение ее до завершения требуется немало времени. Торговые площадки нередко помогают участникам в организации потенциальных транзакций путем ускорения их оценки. Это делается для того, чтобы, в случае если одна сделка не состоится, оставались доступными другие предложения. На товарных рынках эту задачу весьма эффективно решает цена, поскольку одно и то же предложение можно сделать сразу всем участникам (например, «Любой желающий может купить мою малину по цене 5,50 доллара за килограмм»), но на рынках соответствия очень часто каждую сделку приходится оценивать отдельно, как, например, на рынке труда, где к каждому кандидату нужен индивидуальный подход.

Конечно, рынок, предлагающий огромный выбор возможностей, очень привлекателен, но если вы неспособны их как следует оценить, все варианты могут оказаться иллюзорными и в результате рынок потеряет в ваших глазах большую часть своей полезности. Скажем, на сайте знакомств в интернете каждая женщина, разместив свою привлекательную фотографию, получает слишком много сообщений и не может ответить на все. В результате очень мало мужчин получают ответы на свои письма. Это приводит к тому, что мужчины рассылают новые, но более поверхностные сообщения, а женщины все реже и реже им отвечают. Подобно дамам, получающим чрезмерно много писем, работодатели тоже иногда располагают резюме такого количества кандидатов, что бывают не в состоянии провести собеседование со всеми. В обоих этих случаях мы имеем дело с перенасыщенностью рынка, которая не позволяет его участникам оценить перспективность предлагаемых альтернатив.

Хотя покупатели обычно стремятся покупать у как можно большего количества продавцов, а продавцы хотят иметь много покупателей, вторые не всегда готовы расталкивать всех локтями, а первые редко бывают рады активной конкуренции с другими покупателями. Поэтому кое-кто делает все возможное, чтобы заключить сделку до открытия рынка. На некоторых рынках труда, о которых рассказывается в книге, это привело к появлению ранних предложений и настойчивым требованиям немедленно дать окончательный ответ – раньше, чем получившая предложение сторона успевает рассмотреть другие, возможно, более выгодные варианты. Бывает довольно трудно определить, когда такие ранние предложения делаются ради получения преимущества перед потенциальными конкурентами, а когда это просто попытка бороться с перенасыщенностью рынка (то есть когда у участника не хватает времени

на то, чтобы сделать достаточно предложений, рано начать и быстро двигаться вперед). В любом случае подобные предложения «разводняют» плотный рынок и иногда приводят к масштабным реорганизациям в отрасли, например к появлению на рынке труда координационно-информационных центров, распределяющих врачей для работы в больницах.

Абсолютно все рынки заставляют участников делать выбор – решать, что им нравится. Абитуриенты должны определить, какие вузы способны удовлетворить их потребность в образовании, а колледжи и университеты рассмотреть тысячи заявлений выпускников школ. На рынках соответствия решить эту задачу особенно сложно, потому что каждому участнику приходится ломать голову не только над своими собственными желаниями, но и над тем, чего хотят все остальные и как они могут себя повести ради достижения нужного результата. Приемная комиссия вуза старается не просто отобрать наилучших абитуриентов, а выбрать лучших из тех, кто в случае приема действительно будет учиться в этом учебном заведении. А для этого им надо учесть, в какие еще колледжи подали заявление интересующие их абитуриенты и кого из них конкурирующие вузы, скорее всего, примут. Будущим студентам нужно подать университету сигнал, что они не просто умны и старательны, но и заинтересованы в поступлении именно в это учебное заведение.
Стоит ли подавать заявление только в один вуз, воспользовавшись ранним обязывающим приемом? Если да, то следует ли выбрать университет, который действительно привлекает выпускника больше других, но поступить куда у него мало шансов? Или лучше подать заявление в учебное заведение, которое с большей вероятностью оценит такое проявление преданности и зачислит его? Короче говоря, и будущим студентам, и вузам приходится принимать решения, во многом зависящие от решений огромного числа людей и колледжей. (Как говорится, в игре в футбол все усложняет наличие второй команды!)

Решения, зависящие от решений других участников, называются стратегическими; в экономике для их изучения применяется математический метод под названием теория игр. Принятие стратегических решений зачастую играет важную роль в определении тех, кто преуспевает и не преуспевает в отборочных процессах. Нам, специалистам в теории игр, в ходе изучения процесса подбора соответствий нередко приходится видеть, что его участники пытаются «обыграть систему». Процессы с хорошим дизайном всегда стараются учесть, что участники принимают стратегические решения. Иногда специалист по дизайну рынка снижает потребность в обмане системы, позволяя выбирающим сконцентрироваться на выявлении своих истинных предпочтений и желаний. В других случаях ему необходимо гарантировать, что рынок сможет

работать свободно даже при условии, что некоторые подтасовки неизбежны.

Каждый хороший рынок делает участие в нем безопасным и простым. Если рынок не борется успешно с перенасыщенностью, из-за которой его участники не всегда заключают желательные сделки, для них становится небезопасно ждать открытия рынка, особенно если некоторые благоприятные возможности были доступны им и раньше. Но даже когда ранняя активность невозможна, участники нередко вовлекаются в весьма рискованные азартные игры.

Подобная проблема заставила один школьный округ Бостона пригласить нас для разработки новой процедуры распределения детей в школы. При прежней системе бостонским родителям приходилось стратегически подходить к решению, какую школу считать первой при выборе, поскольку, по правилам зачисления, ребенок мог не попасть в хорошую школу, если она не значилась в его списке первым номером. И это было очень непросто. Новая же система позволяет родителям перечислять свои истинные предпочтения, включая в перечень школы, которые они считают наиболее подходящими для своего чада, а не вырабатывать сложные стратегические схемы, делая ставку на одну школу.

Каждый рынок рассказывает собственную историю. Рассказы о дизайне рынка часто начинаются с историй провалов – с того, как рынок не добился высокой плотности, не справился с перенасыщенностью и не предложил участникам безопасность и простоту. Во многих историях из этой книги специалисты по дизайну рынка действуют как пожарные: они приходят на помощь, когда рынок терпит бедствие, и пытаются изменить его прежнее устройство либо создать новую торговую площадку и восстановить порядок. Однако иногда рынки вполне преуспевают со своей собственной практической точки зрения и при этом имеют огромные недостатки в глазах тех, кто не желает участвовать в их деятельности. Некоторые рынки считаются неприемлемыми, к таким относятся, например, работорговля, торговля наркотиками и проституция. Обмен донорскими почками зародился в контексте действующих во всем мире законов, предусматривавших уголовную ответственность за торговлю человеческими органами для трансплантации. Однако вопреки этому существуют черные рынки донорских органов, и некоторые из них работают из рук вон плохо. Предосудительные с точки зрения общественных норм сделки все равно заключаются, и необязательно с помощью денег – взять хоть дебаты о статусе однополых браков. Однако зачастую именно корыстные мотивы заставляют вполне приемлемую транзакцию выглядеть в глазах многих людей

аморальной. По этой причине закон запрещает торговлю донорскими органами, но разрешает их обмен. И именно поэтому секс по обоюдному согласию в подавляющем большинстве стран приемлем, а проституция нет. (Следует отметить, что в некоторых уголках мира секс по обоюдному согласию между людьми, не состоящими в браке, считается безнравственным, а в других – проституция легальна.) Иными словами, отвержение очень ясно показывает то, что выявляют все рынки, а именно ценности, желания и убеждения разных обществ.

Взгляните на рынки по-новому

Мне всегда казалось, что в экономике есть что-то, присущее сплетне: она тоже выставляет напоказ интимные подробности жизни и выбора людей. Экономика указывает, к каким выборам мы должны быть готовы и с чем столкнулись бы, выбрав иной путь.

Надеюсь, эта книга поможет вам по-новому подойти к задаче подбора соответствий, которую приходится решать любому человеку. Может, вы пытаетесь устроить ребенка в хороший детский сад или хотите помочь ему решить, куда поступать после школы? Или сами ищете новую работу? Я хочу убедить вас начать относиться ко всем этим процессам по-новому. Я также надеюсь, что эта книга поможет вам лучше понять, почему одни формы организации работают хорошо, а другие плохо.

Я намерен пролить свет на нередко излишне упрощенные представления о свободных рынках, выражаемые нашими политиками. Что позволяет рынку свободно функционировать? Свободный рынок не имеет ничего общего со вседозволенностью – это рынок с продуманными правилами, благодаря которым он работает четко и эффективно. Такой рынок напоминает легко и свободно вращающееся колесо, а для этого ему нужна ось и хорошо смазанные подшипники. Правила обеспечивают тщательно продуманный, хороший дизайн рынка.

И наконец, эта книга – и это моя самая заветная мечта – призвана открыть для вас мир экономики так же, как мой друг, израильский ботаник Ави Шмида, открыл мне глаза на мир растений и животных. Однажды в пустыне Южной

Иордании Ави указал на одинокое мясистое растение, окруженное сухим, пыльным кустарником. «Знаешь, что становится совершенно очевидным, когда видишь в пустыне зеленое растение?» – спросил он. Я отрицательно покачал головой, и Ави воскликнул: «Что оно ядовитое! Иначе его давно бы уже кто-нибудь съел».

В другой раз Ави приказал мне засунуть палец в середину цветка шалфея. После того как я вытащил палец, на его тыльной стороне остались полоски пыльцы. Ави рассказал мне, что этот цветок в процессе эволюции приспособился к тому, что пчела, чтобы добраться до спрятанного глубоко внутри нектара, должна проникнуть вглубь соцветия, а это могли сделать только крупные особи с длинными сильными хоботками. Когда насекомое забиралось в цветок, пыльца прилипала к его спинке, и пчела переносила ее на следующий цветок, таким образом опыляя его. Иными словами, чтобы пользоваться преимуществами друг друга, цветок и пчелы эволюционировали соответственно. Цветок имеет такую форму, что собирать его нектар способны только крупные пчелы. Следовательно, крупные пчелы садятся преимущественно на такой цветок и доставляют его пыльцу к цветку женского пола (опыление и является главной задачей растения). В этом случае эволюция сыграла роль свахи, подобрав правильную пару.

Мир экономики, как и мир природы, полон удивительных вещей, и рынки тоже часто возникают в результате эволюции, путем проб и ошибок, без тщательно продуманного дизайна. Иногда, правда, их устройство разрабатывается специалистами, даже с нуля, но после ряда неудачных попыток рынки все равно терпят крах. Многое из того, что мы сегодня знаем о дизайне рынка – и благодаря этому о рынках в целом, – базируется на наблюдениях за их неудачами и желании выяснить, как можно исправить ситуацию. Не все рынки растут подобно сорнякам; некоторые нужно холить и лелеять, словно оранжерейные орхидеи. Недаром же тщательно культивируемые интернет-рынки в настоящее время входят в число крупнейших и наиболее быстрорастущих бизнес-направлений в мире.

Так же как разные виды растений, рынки различных товаров и услуг часто существенно отличаются друг от друга. Тем не менее, как и у растений, даже у совершенно непохожих рынков есть нечто общее, потому что все они произрастают на одной почве – потребности в решении похожих проблем.

Анализируя рынки, потерпевшие крах, я не только имею возможность наблюдать, что происходит в жизни людей в некоторые из наиболее важных ее моментов, но и встречаюсь с поистине потрясающими личностями, с которыми хотел бы познакомить и вас. Поскольку экономика затрагивает практически все аспекты человеческого существования, экономисты имеют преимущество перед всеми остальными учеными: они могут научиться чему-то полезному у любого человека, а я встречался и работал с замечательными людьми на всех рынках, дизайн которых разрабатывал.

Дизайн рынка открывает принципиально новые горизонты для древней профессии свахи. Отнеситесь к этой книге как к своеобразной экскурсии по миру подбора паросочетаний и созданию рынка – процессов, которые непрерывно происходят повсюду. Я надеюсь, что это позволит вам по-новому взглянуть на окружающий мир и понять, кто в нем что получает и – почему[1 - Как я сказал в своем выступлении на церемонии по случаю награждения Нобелевской премией, обретение понимания того, кто и что получает в нашем мире, как и почему – это огромный и кропотливый труд, еще очень далекий от завершения. При желании вы можете послушать эту речь полностью на сайте http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2012/roth-lecture.html (http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2012/roth-lecture.html).].

Глава 2

Рынки на завтрак и на весь день

Дизайн рынка присутствует во всем: он затрагивает практически все аспекты нашей жизни, начиная с того момента, когда мы просыпаемся утром в своей кровати. Одеяло, которым вы укрылись вечером, рингтон, установленный в ваших радиочасах, да и само радио – все это воплощение скрытой работы различных рынков. Даже если вы едите по утрам самый простой завтрак, вы наверняка пользуетесь преимуществами глобализации. И хотя участвовать в деятельности большинства рынков совсем нетрудно, за этой кажущейся простотой может таиться очень и очень сложное их устройство. Например, вы, скорее всего, не знаете, где выпекался хлеб, который едите на завтрак, но даже если бы знали, это вовсе не значит, что вашему пекарю известно, кто вырастил

пшеницу для муки, из которой он испек этот хлеб. Пшеница – это товар. Ее продают и покупают, по сути, совершенно одинаковыми партиями. Такой подход все упрощает, хотя даже сырьевые рынки должны иметь дизайн, ведь благодаря этому рынок, скажем, пшеницы необязательно будет рынком соответствия, как было совсем недавно, в XIX веке.

Каждое поле пшеницы обычно хоть немного отличается от остальных. По этой причине пшеница обычно продается «по образцу» – иными словами, покупатель получает и оценивает образец зерна и только после этого делает предложение о покупке[2 - См. Jonathan Levin and Paul Milgrom, Online Advertising: Heterogeneity and Conflation in Market Design, American Economic Review 100, no. 2 (May 2010): 603–607.]. Такой процесс был чрезвычайно громоздким, и в нем участвовали покупатели и продавцы, в прошлом уже заключавшие успешные сделки и потому поддерживающие друг с другом деловые отношения. Сама по себе цена продукта не устанавливала равновесие между спросом и предложением, и участникам рынка было небезразлично, с кем они имеют дело; следовательно, рынок хотя бы отчасти был рынком соответствия.

Представьте себе Чикагскую товарную биржу, основанную в 1848 году. Череда полных зерна вагонов прибывает в Чикаго с ферм на Великих равнинах. На Чикагской товарной бирже пшеница превращалась в товар после определения ее качества (№ 1 – высшее качество) и типа (зимняя или весенняя, твердая или мягкая, краснозерная или белозерная). В то время на железных дорогах разрешили смешивать пшеницу одного сорта и типа, чтобы не транспортировать урожай каждого фермера отдельно. Предполагалось, что покупатели будут доверять принятой системе определения качества и станут приобретать пшеницу без предварительной оценки продукта и не только у продавца, с которым им уже доводилось иметь дело. Иначе говоря, если раньше торговля зерном имела вид рынка соответствия – то есть каждый покупатель должен быть знать фермера, с которым заключает сделку, и проверять образцы каждого урожая, – то сегодня рынки, торгующие зерновыми и другими сельскохозяйственными продуктами, функционируют анонимно, но не менее эффективно, чем финансовые рынки. Инвестора совершенно не беспокоит, у кого он покупает акции AT&T на фондовой бирже, и покупателю все равно, кто именно является поставщиком купленных им пяти тысяч бушелей твердой краснозерной озимой пшеницы № 2. Благодаря четкой классификации качества он может покупать пшеницу, даже не видя продукта. Превращение пшеницы в товар с помощью надежной системы классификации качества позволило сделать этот рынок удобным и безопасным.

Более того, зерном можно торговать еще до сбора урожая, продавая фьючерсы на пшеницу в качестве обещания поставить товар в будущем. Это позволяет крупным мукомольным и пекарским предприятиям заранее совершать покупки и фиксировать свои расходы. И они могут делать это без опаски, так как полностью стандартизированное описание приобретаемого продукта гарантирует им его своевременную поставку при условии внесения оплаты. Приобретение фьючерсов на пшеницу – финансовая сделка; торгуемое зерно дойдет до рынка только в довольно отдаленном будущем.

Если говорить о сделке как таковой, то на смену брокерам, проверявшим и покупавшим товар партиями, пришли трейдеры, торгующие потребительскими товарами в торговом зале Чикагской товарной биржи. Брокеры делали свои предложения и заявки жестами и криками. Торговля на бирже осуществлялась при непосредственном контакте продавца и покупателя, который начал безраздельно доминировать при заключении сделок данного типа. Но сегодня трейдеры все чаще покупают и продают огромные объемы зерна, сидя у экранов своих компьютеров.

Благодаря превращению рынка в товарную биржу можно существенно повысить его плотность, и теперь любой покупатель может купить продукт у любого продавца, а любой продавец может продать товар любому покупателю. Такая структура помогает рынку справляться с одним из основных источников перенасыщенности на рынках соответствия, поскольку на товарном рынке каждое предложение о продаже или покупке может быть сделано сразу всем покупателям или продавцам. Следовательно, в отличие от рынков труда или недвижимости, на товарном рынке никому не приходится ждать личного предложения, потому что любой, узнав о подходящей цене, может принять его. Мы еще поговорим о работе таких рынков подробнее в главе 5, когда будем обсуждать финансовые рынки; вы убедитесь, что товарные рынки иногда работают очень быстро.

Кофе и многое другое

Превращение продукта в товар влияет не только на способ его покупки или продажи, но и на то, что именно будет производиться. Не будем отводить взгляда от завтрака на столе, просто посмотрим на чашку кофе и расскажем

замечательную историю о рынке этого продукта.

В Эфиопии кофейные зерна выращиваются на протяжении многих веков, но вплоть до XXI века этим продуктом торговали практически так же, как пшеницей в США в XIX веке. Если вы хотели купить крупную партию кофе у эфиопского производителя, вам нужно было иметь агента, который перед покупкой мог бы взять на месте образец из каждого мешка и оценить товар. Все изменилось в 2008 году после создания Эфиопской товарной биржи, на которой была внедрена система анонимной оценки качества кофе. Профессиональные дегустаторы отбирают образцы и оценивают каждую партию, выставленную на продажу. (Кстати, в идее сортировки кофе по качеству в определенной мере проявился продуманный дизайн рынка, повлиявший на процедуры. Например, дегустация должна проводиться слепым методом: специалисты не должны знать, чьи зерна они дегустируют. В противном случае продавец мог бы их подкупить и завысить качество своего продукта.)

Любопытно, что стандартизация кофе способствует повышению качества урожая этой культуры. Кофейные зерна растут внутри ягод, похожих на вишни, и наилучший кофе собирают, когда плод созрел и стал красным. Перед продажей зёрна извлекают из ягод и сушат. Таким образом, когда покупатели видят кофейные зерна, они не могут сказать, из каких ягод они были извлечены – из спелых красных или незрелых зеленых. До введения стандартизированной системы оценки качества фермеры нередко собирали урожай сразу со всего участка, не сортируя плоды на красные и зеленые, зрелые и незрелые. Но поскольку дегустаторы способны отличить созревший кофе от неспелого, сборщикам приходится срывать только красные плоды. Дегустаторов не обманешь! Рынок вознаграждает фермера за старания присвоением более высокой категории его продукту и, соответственно, назначением за него более высокой цены. Сегодня зарубежные покупатели имеют возможность приобретать эфиопский кофе оптом и на расстоянии, не пробуя его, и у многих продавцов сразу, не беспокоясь об их деловой репутации.

Итак, попивая ароматный утренний кофе, вы пользуетесь преимуществами сравнительно нового дизайна рынка древнейшего сельскохозяйственного продукта, качество которого не всегда было стандартизированным. Впрочем, утренний кофе на вашем столе вовсе не обязательно безыменный, даже если вы не знаете, кто его вырастил. Например, утром вы могли выскочить из дома, чтобы купить сваренный кофе в Starbucks или местной кофейне; в любом из этих

случаев вам что-нибудь известно о продавце. Покупатель может предпочесть тот или иной кофе из-за удобства расположения кафе, из-за того, что к напитку предлагают выпечку, и даже из-за того, что тамошний бариста рисует на пенке латте красивый узор. А если вы постоянный клиент, продавец тоже кое-что знает о вас и, увидев, как вы входите в его заведение, вполне может начать готовить напиток «как обычно», не дожидаясь просьбы.

Кофейни изо всех сил стараются дифференцировать свои продукты, чтобы клиенты захотели вернуться к ним и стать постоянными покупателями. Оказавшись в чужом городе, вы, скорее всего, будете искать кафе из крупной глобальной сети вроде Starbucks, потому что в ней предлагаются стандартные напитки, вкус которых вам известен; а вы пока еще не успели найти местное кафе, в котором кофе, возможно, понравится вам больше.

Обратите внимание на определенное противоречие между коммодитизацией (то есть обезличиванием, или потерей продуктом значимых для покупателя различий) и дифференциацией продукта. Между желанием продавать свой продукт на широком рынке тем, кому совершенно безразлично, кто вы, и попыткой сделать свой продукт особенным, чтобы люди захотели купить его именно у вас. Обычно продавцам нравится торговать на плотном рынке, но не нравится то, что их без труда можно заменить другим поставщиком. Гигантские компании-лидеры, такие как Apple и Microsoft, продают продукты, похожие на ширпотреб – ведь нам с вами все равно, какой именно у нас iPhone или Microsoft Office, – однако их предложения достаточно дифференцированы, чтобы мы не могли купить такой же телефон или программное обеспечение у другого поставщика. Успех Apple частично объясняется тем, что компания предлагает уникальный бренд портативных компьютеров, в то время как ПК IBM стали товарами широкого потребления, которыми могут торговать и другие производители. Это привело к практически полной монополии Microsoft на операционную систему для персональных компьютеров любого типа, так как в результате повсеместного распространения таких машин был создан большой и очень плотный рынок программного обеспечения для платформы ПК.

Во многом такое же противоречие существует между товарными рынками и рынками соответствия. Вам не безразлично, кто варит кофе, но ваша любимая кофейня продает его всем желающим. На рынке готового кофе заведению нужно, чтобы клиент его выбрал, но и клиенту приходится выбирать – и этот выбор важен для него. Значит, грань между безыменными товарными рынками и рынками соответствия, зависящими от взаимоотношений между участниками,

довольно размытая. Можно сказать, что все рынки находятся в разных точках диапазона, от чисто товарных до чистого соответствия. Покупая хлеб в соседнем супермаркете, я и правда не знаю, кто его выпек, но могу определить, что он выпечен в пекарне, привычной для этого магазина, поскольку багеты упакованы в пакеты с ее названием и на них имеется текст, информирующий меня о том, что эта пекарня выпекает хлеб с 1984 года.

Надо сказать, покупатели порой сталкиваются с той же неоднозначностью, что и продавцы: хотя нам по душе то, что некоторые продукты относятся к категории ширпотреба и их можно купить без предварительной проверки, разнообразие нам тоже очень нравится; мы обожаем искать и находить необычно высокое и плохо поддающееся стандартизации качество. Иногда воскресным утром мы с женой покупаем продукты на завтрак на местном сельскохозяйственном рынке старого доброго образца, который по-прежнему привлекает горожан, несмотря на их чрезвычайную занятость. Это весьма привлекательное место для совершения покупок хотя бы потому, что продукты на нем считаются более свежими, так как торговля здесь ведется всего один день в неделю. Вы точно знаете, что товар привезли на рынок сегодня и он не томился на складах супермаркета, прежде чем попасть на прилавок. Кроме того, фермеры, торгующие на рынке, как правило, местные жители. А поскольку за прилавками обычно стоят они сами (или члены их семей), вы без труда можете собрать о них нужную информацию. Такой рынок в большей степени относится к рынкам соответствия, нежели местный продуктовый магазин, хотя последний и открыт каждый день, что, несомненно, намного удобнее для покупателей.

Местный продуктовый магазин работает ежедневно, но не круглосуточно, потому что держать его открытым ради пары потенциальных ночных клиентов невыгодно. Но где бы вы ни покупали продукты, на фермерском рынке, в местном гастрономе или круглосуточном супермаркете, для этого вам в любом случае надо прийти в это место. Сегодня ситуацию в корне меняет интернет, который делает рынки вездесущими.

Рынки в воздухе и – повсюду

Современный человек, имеющий в своем распоряжении смартфон и кредитку, может купить билет на самолет, забронировать номер в гостинице, заказать доставку еды или приобрести пару туфель не выходя из дома. В сети товары приобретаются у миллионов разных продавцов, а если ввести в браузере на смартфоне или компьютере название крупного интернет-рынка, например такого как Amazon, вы заполните свою виртуальную корзину продуктами многих продавцов и купите все это, выполнив одну-единственную операцию. И это лишь малая часть того, что делает интернет-рынки простыми в использовании и успешными. Когда у меня перестают идти часы, я могу зайти на Amazon и купить новые, а заодно и зеркало для велосипедного шлема, и книгу, которую планировал прочесть. Оплатив покупку кредитной картой, я закажу доставку на дом. Для меня, покупателя, все действия выполняются в результате одной операции, несмотря на то что я заказал товары у разных продавцов, подписавшихся на услуги Amazon.

Благодаря привлечению огромного числа покупателей и продавцов компания Amazon создала плотный рынок, многочисленные участники которого готовы совершать самые разные операции. Более того, плотность рыночной площадки Amazon (огромное число покупателей и продавцов) повышается самопроизвольно. Потенциальные покупатели привлекают новых и новых продавцов, а постоянно растущее разнообразие предложений на рынке приводит все больше покупателей. Благодаря этому на Amazon можно купить бесчисленное количество различных товаров, не меняя местонахождения; а мобильное устройство связи позволяет сделать это там, где вы находитесь в данный момент.

Смартфон представляет собой торговую площадку не только для продуктов, продающихся на Amazon, но и для компьютерных программ, которые многократно расширяют возможности гаджета. Вот почему почти во всех смартфонах используется одна из двух самых популярных операционных систем – iOS от Apple или Android от Google. Люди хотят, чтобы в их мобильном устройстве был установлен длинный список приложений, из которого можно выбрать желаемое. Они знают, что им наверняка захочется иметь приложения, пока еще даже не изобретенные. В то же время разработчик программного обеспечения, создавая новое приложение, стремится продать его на рынке с более широким кругом потенциальных покупателей, чтобы оно имело шанс стать популярным.

Покупатели смартфонов и разработчики приложений жаждут встречи на плотном рынке – рынке с большими возможностями с противоположной стороны. По этой причине независимые разработчики сначала пишут приложения для устройств с большим количеством пользователей, а покупатели стараются купить гаджеты с максимально большим числом установленных приложений. Операционная система вашего смартфона – это пропуск на плотный рынок, так как каждое очередное новое приложение непременно будет совместимым с конкретной операционной системой.

И Apple, и Google изначально выводили свои фирменные операционные системы на рынок с множеством доступных приложений, чтобы сразу привлечь потребителей его плотностью. Однако при разработке дизайна своих рынков эти компании выбрали совершенно разные подходы. Apple предпочла закрытую операционную систему, что позволило ей строго контролировать, какие приложения будут продаваться пользователям iPhone. А Google, вступившая в игру несколько позже, выбрала открытую систему, свободно публикуя исходный код, которым может пользоваться любой разработчик программного обеспечения. Эти компании, по сути, в точности воспроизвели прямо противоположные стратегии Apple и Microsoft на заре эры персональных компьютеров. Любой желающий может разработать софт для платформы Microsoft, но только Apple (или сторонние разработчики, получившие официальное разрешение) имеет право писать программы для своего персонального компьютера Mac. Таким образом плотность рынка программ для ПК Microsoft повышается гораздо быстрее плотности рынка программного обеспечения для Mac. Зато благодаря решению патентовать как аппаратное, так и программное обеспечение Apple в итоге смогла получать поистине огромную прибыль.

Как в случае с другими рынками, часто используемые операционные системы быстро приобретали все более широкую популярность, привлекая и новых покупателей, и новых продавцов. Со временем они фактически превратились в отраслевые стандарты, то есть, по сути, сформировали торговую площадку, на которой могут продаваться их продукты – новые приложения. Поэтому эти операционные системы могут, по крайней мере какое-то время, безраздельно доминировать на своих рынках, ведь у конкурентов не остается ни единого шанса привлечь достаточное число пользователей и разработчиков, чтобы выйти из категории нишевых предложений.

То же самое произошло и на рынке смартфонов. Две самые популярные операционные системы iOS и Android захватили такую огромную долю рынка, что стали практически самоусиливающимися. По ходу дела они вытеснили все ранее популярные операционные системы для интернет-телефонии, прежде всего для BlackBerry, которые в свое время пришли на смену не подключаемым к интернету устройствам так же, как те когда-то заменили нетелефонные цифровые записные книжки вроде PalmPilot.

Обратите внимание на то, как рынки взаимодействуют друг с другом. Компания Amazon никогда не стала бы такой, как есть, без интернета, который не стал бы торговой площадкой сначала без компьютеров, а потом без смартфонов. И смартфоны не превратились бы в торговые площадки, если бы не функция оплаты покупок по телефону. На сельскохозяйственном рынке и в супермаркете покупатель при желании может заплатить наличными. В интернете удобно оплачивать покупки кредитными картами, которые, кстати, тоже представляют собой торговую площадку. Поэтому, собственно говоря, в вашем кошельке наверняка лежит либо Visa, либо MasterCard, либо American Express. И покупатели, которые расплачиваются кредитными карточками, и торговцы, принимающие их к оплате, стремятся к плотному рынку, то есть к рынку с большим количеством участников с противоположной стороны.

Я еще помню те времена, когда люди оплачивали большинство покупок наличными или чеком. Тогда, находившись вне дома, расплатиться чеком было довольно сложно, поскольку продавцы не хотели рисковать: вдруг ваш чек будет возвращен и они не получат своих денег. Конечно, если вы были постоянным клиентом местного ресторана, владелец с удовольствием принимал ваш чек, но в магазинах над кассой нередко висело такое объявление: «На Бога уповаем, но принимаем только наличные», что означает: доверяй, но проверяй.

Кредитные карты обеспечили продавцам безопасность, но взамен им тоже пришлось оплачивать комиссионные за банковские и чековые операции[3 - Экономисты иногда называют кредитные карты «двусторонними рынками» – из-за способа, которым те создают торговую площадку для привлечения двух разных типов участников: продавцов и покупателей. Одно из важнейших направлений деятельности специалистов сфокусировано на выяснении того, как должно осуществляться ценообразование на обеих сторонах данной услуги; см., например, Jean-Charles Rochet and Jean Tirole, Two-Sided Markets: A Progress Report, RAND Journal of Economics 37, no. 3 (Autumn 2006.): 645–667.]. Большинство продавцов были готовы это делать, потому что, принимая к оплате

кредитные карты, они привлекали потребителей, которых в противном случае могли упустить, а также потому, что кредитки обезопасили для них прием безналичных платежей от незнакомых клиентов, поскольку банки гарантировали оплату посредством соответствующей страховки.

На повышение плотности рынков, созданию и развитию которых способствовал вышеописанный метод платежей, ушло некоторое время. Для этого они остановились на нескольких наиболее часто используемых кредитках, но такому развитию событий вряд ли стоит удивляться. Только представьте, насколько менее удобным и полезным инструментом были бы кредитки, если бы рынки пошли иным путем и каждый магазин принимал только свои карты. Поначалу, кстати, некоторые люди носили при себе пачки кредитных и платежных карт, потому что различные торговые предприятия принимали только некоторые из них. Иногда это приводило к довольно неловким ситуациям, например, когда посетителю приходилось расплачиваться чеком в ресторане, который не принимал к оплате его карту. В результате люди остановились на наиболее популярных кредитных картах, которые обеспечивали доступ к самым плотным рынкам – к большинству ресторанов и магазинов, с одной стороны, и посетителей ресторанов и покупателей товаров и услуг, с другой. В конце 1960-х годов в отрасли произошла основательная встряска. Ряд известных кредитных карт, в первую очередь Diners Club – первая кредитка, которой пользовались массово, – отошли на задний план.

Эффективность этого платежного инструмента в значительной мере обусловлена тем, что он существенно упрощает операции как для покупателей, так и для продавцов; а сокращение количества кредитных карт было удобно для обеих сторон. Неудивительно, что с того времени ряды ведущих кредитных карт не пополнились ни одним новичком: барьер для выхода на этот рынок оказался слишком высоким. Тем не менее в последние годы интернет-революция открыла двери для конкуренции в принципиально новых направлениях. Тут стоит упомянуть и новые виды платежных услуг вроде PayPal, и международную сеть банкоматов, бросившую вызов старым платежным документам, таким как дорожные чеки, и даже так называемые электронные деньги – биткойны. На момент написания этих строк, в 2014 году, Apple анонсировала новую платежную систему для новейшего iPhone, и у нас есть все основания предполагать, что эта или другие новые платежные системы с использованием мобильных устройств скоро станут привычным явлением.

Банк, обрабатывающий транзакции Amazon или управляющий счетом в вашем любимом ресторане, отличается от банка, выпустившего вашу кредитную карту и принимающего платежи. Значит, за кулисами прячется межбанковский рынок, на котором все эти платежи осуществляются. Этот скрытый рынок снижает перенасыщенность рынка, к которой наверняка привело бы огромное количество небольших операций, точно так же, как Amazon регулирует вероятность перенасыщенности, которая неизменно возникла бы, если бы компания не объединяла в одну платежную операцию оплату нескольких мелких покупок у разных продавцов. Этот межбанковский рынок позволяет каждому продавцу иметь дело только с одним банком, подобно тому, как ежемесячная выписка по кредитной карте позволяет вам посредством одной транзакции рассчитаться с целым рядом продавцов.

Кроме того, кредитка также играет роль кредитора. (Именно этим кредитные карты отличаются от платежных, которые дают только право безналичного расчета.) Она обеспечивает доступ к рынку кредитов. Если вы решите что-то купить, то всегда можете взять деньги в долг, хоть и, как правило, под весьма высокий процент. Банк, выдавший вам кредитную карту, может позволить себе высокие процентные ставки, потому что конкурентов, желающих предложить вам кредит на льготных условиях, найдется не слишком много. По сути, вы, скорее всего, выбрали свою карту именно потому, что она предлагала кэшбэк (бонусная программа для привлечения клиентов и повышения их лояльности) по некоторым покупкам. Как показывает практика, большинство людей, поступающих так, не обращают на процентные ставки особого внимания, потому что планируют полностью оплачивать свои счета. Но впоследствии они редко меняют карты[4 - См. Lawrence M. Ausubel, The Failure of Competition in the Credit Card Market, American Economic Review 81, no. 1 (March 1991): 50–81.]. Следовательно, особых проблем, связанных с непомерно высокими процентными ставками, у банков нет. Я искренне надеюсь, что вы не слишком часто пользуетесь своей кредиткой для получения кредита, поскольку это плохая привычка. Такой вариант вам, скорее всего, предложат в тому случае, если вы заключаете сделку на неплотном рынке.

На более плотных, где у клиентов есть множество вариантов выбора, продавцы редко позволяют себе подобные сделки. В свое время торговцы пытались переложить затраты при оплате кредитной картой на покупателей и стали взимать с них дополнительную плату за использование карты вместо наличного платежа. Но из этого ничего не вышло, отчасти потому, что покупателям это не понравилось, к тому же они всегда могли обратиться к другому продавцу.

Случаи, когда клиенты отказываются от предложений, которые кажутся им несправедливыми, совсем не так редки, как вы, возможно, думаете. Даже маркетинговые гиганты иногда с удивлением обнаруживают, что некоторые их начинания с треском провалились. Так, например, в 1999 году Coca-Cola в тестовом режиме вывела на рынок торговые автоматы, которые повышали цены на напитки в жаркую погоду. Покупатели отреагировали немедленно – и компания очень скоро отказалась от этой идеи. Так что на плотном рынке у обычных покупателей есть возможность давить на продавца, если что-либо в его поведении нас не устраивает, – например, мы можем провести сделку в другом месте или просто воздержаться от нее. И эти меры тоже играют свою роль в формировании рынков.

Кстати, поскольку большинство покупок обходится одинаково, независимо от того, какой способ оплаты используется – кредитка или наличные, – между кредитными картами ведется конкурентная борьба, зачастую не такая привлекательная, как кажется на первый взгляд. Сегодня многие кредитные карты конкурируют на базе того, какой кэшбэк они предлагают клиентам. Программы возврата наличных средств реализуются за счет комиссионных, которые кредитные компании взимают с продавцов, и отражаются на ценах, взимаемых теми с покупателей. Таким образом, когда два покупателя стоят в очереди к кассе с одинаковым набором продуктов и один расплачивается кредиткой, а другой наличными, то второй оплачивает скидку первого. Выходит, по мере того как все больше потребителей используют программы кэшбэк с более крупными возвратами средств, а кредитные карты успешно конкурируют в борьбе за клиентов благодаря увеличению таких выплат, торговцы платят более крупные комиссионные по кредиткам и, соответственно, постоянно повышают цены на свои товары. Скидка на весьма дорогостоящий продукт не столь привлекательна, особенно для тех, кто платит наличными. Иными словами, мы с вами платим за услуги посредников, причем отчасти потому, что посредники (в данном случае кредитные компании) конкурируют за клиентов таким способом, который подавляет ценовую конкуренцию[5 - О конкуренции среди посредников см. Benjamin Edelman and Julian Wright, Price Coherence and Adverse Intermediation (working paper, Harvard Business School, Cambridge, MA, December 2013).]. А конкуренция, как известно, приводит к снижению цен. Советую вам это запомнить: конкуренция принимает разные формы, и не всегда бывает просто понять, кто выигрывает, а кто проигрывает в борьбе.

Каждая из упомянутых отраслей экономики не только нашла свой способ преуспеть в создании плотных, не страдающих от перенасыщенности

и безопасных рынков, но и сумела обеспечить простоту их использования. Однако сформировать простой в использовании рынок, как правило, очень непросто. Например, чтобы предложить своим клиентам функцию приобретения всех необходимых товаров за один раз, Amazon потребовалось создать сложную систему складского хранения и транспортировки товаров, закупить мощные серверы и обеспечить безопасность платежей, зашифровав номера кредиток в базах данных, чтобы постоянные клиенты не беспокоились о сохранности своих денежных средств.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию (http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=17363231&lfrom=201227127) 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.

notes

Сноски

1

Как я сказал в своем выступлении на церемонии по случаю награждения Нобелевской премией, обретение понимания того, кто и что получает в нашем мире, как и почему – это огромный и кропотливый труд, еще очень далекий от завершения. При желании вы можете послушать эту речь полностью на сайте http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2012/roth-lecture.html (http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2012/roth-lecture.html).

2

См. Jonathan Levin and Paul Milgrom, Online Advertising: Heterogeneity and Conflation in Market Design, American Economic Review 100, no. 2 (May 2010): 603–607.

3

Экономисты иногда называют кредитные карты «двусторонними рынками» – из-за способа, которым те создают торговую площадку для привлечения двух разных типов участников: продавцов и покупателей. Одно из важнейших направлений деятельности специалистов сфокусировано на выяснении того, как должно осуществляться ценообразование на обеих сторонах данной услуги; см., например, Jean-Charles Rochet and Jean Tirole, Two-Sided Markets: A Progress Report, RAND Journal of Economics 37, no. 3 (Autumn 2006.): 645–667.

4

См. Lawrence M. Ausubel, The Failure of Competition in the Credit Card Market, American Economic Review 81, no. 1 (March 1991): 50–81.

5

О конкуренции среди посредников см. Benjamin Edelman and Julian Wright, Price Coherence and Adverse Intermediation (working paper, Harvard Business School, Cambridge, MA, December 2013).

Комментарии

1

Паросочетание – термин из теории графов, обозначающий такое подмножество ребер графа, в котором никакие два ребра не смежны; устойчивое паросочетание – паросочетание без блокирующих пар. Прим. ред.

2

Невидимая рука рынка – термин, введенный Адамом Смитом, означает рыночный механизм саморегулирования экономики. Прим. ред.

Купить: https://tellnovel.com/ru/elvin-rot/komu-chto-dostanetsya-i-pochemu-kniga-o-rynkah-kotorye-rabotayut-bez-deneg-kupit

Текст предоставлен ООО «ИТ»
Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: Купить