

«В отличие от среднего класса элиты могут использовать заграничный набор институтов и выбирать из них лучшие: техническое регулирование в Германии, банковскую систему в Швейцарии, суд в Англии, финансовые рынки в США. И пока у элит есть возможность использовать эти международные институты, они будут препятствовать нормальному институциональному строительству внутри страны, чтобы выдавливать из нее доходы, которые потом можно использовать на международных рынках. Но когда элиты оказываются в жесткой зависимости от остальных жителей страны, которые предъявляют спрос на институты, у них не остается иного выбора, кроме как взяться за строительство институтов. Им придется инвестировать в страну, копировать какие-то опыты, искать свои решения. Институты появятся и будут работать, потому что мы, жители страны, предъявим на них спрос».

Александр Аузан

АЛЕКСАНДР АУЗАН

ЭКОНОМИКА ВСЕГО

Институты и общество:
жизнь по правилам и без

Исправленное и дополненное издание



УДК 330.1
ББК 65.011
А93

Издано с разрешения
ООО «Фэшн Пресс» и Александра Аузана

Аузан А. А.

А93 Экономика всего. Институты и общество : жизнь по правилам и без / Александр Александрович Аузан. — М. : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2025. — 208 с.

ISBN 978-5-389-26535-6

Эта увлекательная книга известного популяризатора науки — доктора экономических наук, профессора, декана экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова Александра Аузана — поможет разобраться в сути хаотичных на первый взгляд общественных процессов и их связи с экономикой. Вы удивитесь, обнаружив, как легко и логично объясняются многие парадоксы российской жизни, если взглянуть на них с точки зрения институциональной теории. Институты — это правила, которые не могут быть идеальными из-за возникающих сил трения — транзакционных издержек. Издержки обусловлены несовершенством человека — его иррациональностью и оппортунистическим поведением. Автор показывает, как можно разумно внедрять институты и снижать издержки в разных областях — бизнесе, политике, праве, истории, выборе форм собственности и даже в виртуальной реальности. Вы увидите иную, совершенно непривычную картину мира.

УДК 330.1
ББК 65.011

ISBN 978-5-389-26535-6

© Аузан А. А., 2024
© Издание на русском языке, оформление.
ООО «Издательская группа «Азбука-Аттикус», 2025
Азбука Бизнес®

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие автора	7
Глава 1. Человек	13
Человек против Homo Economicus	16
Человек против рациональности	17
Человек против благих намерений	19
Человек против контракта	21
Человек против системы	24
Глава 2. Институты	27
Институты как удобство	30
Институты как принуждение	32
Институты как наказание	34
Институты как борьба	36
Институты как образ жизни	41
Глава 3. Трансакционные издержки	45
Издержки по горизонтали	51
Издержки по вертикали	53
Издержки по диагонали	55
Издержки по убывающей	57
Издержки по нарастающей	60
Издержки по выбору	63
Глава 4. Государство	65
Государство как излишество	68
Государство как бандит	71
Государство как ресурс	75
Государство как договор	76
Государство как передел	82

Глава 5. Общество	89
Общество и склероз	91
Общество и халявщик	93
Общество и организация	98
Общество и капитал	101
Общество и связи	103
Глава 6. Собственность	107
Собственность для любого	111
Собственность для общины	115
Собственность для личности	118
Собственность для государства	121
Собственность для выбора	123
Глава 7. Экономика и право	127
Экономика и преступление	130
Экономика и наказание	132
Экономика и прецедент	135
Экономика и суд	140
Глава 8. Институциональные изменения	143
Изменения как революция	146
Изменения как эволюция	149
Изменения как колея	151
Колея как генетическая болезнь	154
Колея как хроническая болезнь	157
Колея как корь во взрослом возрасте	161
Глава 9. Модернизация	165
Глава 10. Институты новой эпохи	191

ПРЕДИСЛОВИЕ АВТОРА



Один мудрый историк сказал: «Ведущие экономисты беспокоятся, что институциональная экономика претендует на главное направление в мировой экономической теории. Они заблуждаются. Институциональная экономика мечтает не о господствующем положении в экономической теории, а о превращении в новую социальную философию». Я думаю, идеи институциональных экономистов заслуживают внимания, потому что позволяют делать выводы об устройстве жизни в целом и отношении к ней в частности.

Институциональная экономика — наука о том, почему и как мы сами себе создаем ограничения экономических действий, а потом выбираем из этих ограничений вариант поудобнее. Мы не можем обойтись без этих норм, потому что, увы, не слишком умны и не слишком честны. В итоге возникают силы социального трения, которые можно снизить только разумным устройством правил, то есть институтов. А из-за того, что эти силы трения —



транзакционные издержки — всегда положительны, достижение оптимального результата невозможно. Вы всегда имеете выбор между несколькими вариантами, каждый из которых по-своему плох. Вот, собственно, и все, а дальше эта простая мысль применяется к разным областям: собственности, организации управления фирмой, политике, истории, праву... Вы всегда можете сами придумать, где применить эту логическую схему.

Есть у меня подозрение: то, что я изложил выше, для вас, как людей, интересующихся экономикой, не откровение. Вы догадывались, что так все и есть, да только учили-то вас другому. Вас учили выбирать единственно правильный путь, достигать оптимального результата. А в жизни, видимо, все устроено несколько иначе. Это понимание устройства жизни может оказаться вам полезным для вашей работы и размышлений о самых разных предметах нашего бытия.

Сознаюсь, что со времени появления идеи этой книжки прошло почти пятнадцать лет. Видимо, что-то такое получилось, благодаря чему книжка продолжает жить, переиздаваться, читаться. Пусть еще поживет в таком виде. Я вынужден с уважением относиться к тексту, который существует отдельно от автора уже полтора десятилетия. Поэтому я не менял примеров, иллюстраций, пояснений, относящихся ко времени создания книги. Но алгоритмы и закономерности, подтверждаемые этими примерами, продолжают, на мой взгляд, действовать и в нынешней нашей жизни.



Однако за прошедшие пятнадцать лет появились темы, которые не были охвачены. Они возникли потому, что ни жизнь, ни исследования на месте не стоят.

Сначала про жизнь. За эти годы, похоже, родился принципиально новый тип институтов. Такого раньше не было. Это не привычные институты, которые поддерживаются силой государства или силой общественного мнения. Новые институты поддерживаются силой технологий искусственного интеллекта. Я имею в виду цифровые платформы с агрегаторами. Из коронакризиса они вышли доминирующей силой этого мира. Способность технологического инструмента автоматически исполнять те правила, которые записаны в пользовательском соглашении, — это конкурентное преимущество таких институтов. Они потеснят привычные институты, поддерживаемые государством или общественным мнением. Хорошо это или плохо? Увидим.

И второе. За эти пятнадцать лет мы довольно много поняли про неформальные институты, то есть про культуру. Мы научились считать, как меняется культура, видеть, где она составляет ограничение экономики, а где возможность развития. За последние годы мы вместе с Российской венчурной компанией даже стали создавать социокультурную карту регионов России, чтобы было понятно, в каких регионах и как стимулировать предпринимательство, инновационную деятельность, в целом какие методы менеджмента, оплаты применять в зависимости от ценностей и поведенческих установок людей. Это довольно операциональная штука — понимание



того, как устроена культура. Это понимание я попробовал изложить в книге «Культурные коды экономики», которая вышла в 2021 году. Я иногда даже думаю: соединив это понимание с тем, что мы знаем про экономику, может быть, мы решим те проблемы, которые нам сейчас кажутся безнадежными.

*Александр Аузан,
декан экономического факультета МГУ,
профессор, доктор экономических наук*

ГЛАВА 1

ЧЕЛОВЕК



На первый взгляд, начинать разговор об институциональной экономике с человека странно. Потому что в экономике есть фирмы, есть правительства и иногда где-то на горизонте есть еще люди, да и те обычно скрыты под псевдонимом «домохозяйство». Но я сразу хочу высказать несколько еретический взгляд на экономику: никаких фирм, государств и домохозяйств нет — есть разные комбинации людей. Когда мы слышим: «Этого требуют интересы фирмы» — надо немножко поскрести пальцем и понять, чьи интересы имеются в виду. Это могут быть интересы топ-менеджеров, интересы акционеров, интересы каких-то групп работников, интересы владельца контрольного пакета акций или, наоборот, миноритариев. Но в любом случае никаких абстрактных интересов фирмы нет — есть интересы конкретных людей. То же самое происходит, когда мы говорим: «Домохозяйство получило доход». Да ведь тут начинается самое интересное! В семье идет свой сложный распределительный процесс, решаются очень непростые задачи, в которых участвует множе-



ство различных переговорных сил — дети, внуки, старшее поколение.

Поэтому в экономике мы никуда не уйдем от вопроса о человеке. Это обычно называется «положением о методологическом индивидуализме», но название это крайне неудачное, потому что речь идет совершенно не о том, индивидуалист человек или не индивидуалист. Речь идет о том, существует ли в общественном мире что-нибудь, что не складывалось бы из различных интересов людей?

Нет. Тогда надо понимать: а какой он, этот человек?

ЧЕЛОВЕК ПРОТИВ НОМО ECONOMICUS

Отец всей политической экономии Адам Смит считается автором идеи человека как *Homo economicus*, и эта модель уже многие десятилетия гуляет по всем экономическим учебникам. Я хочу выступить в защиту великого прародителя. Надо помнить о том, что Адам Смит не мог преподавать на кафедре политической экономии, потому что в его время такой науки просто не было. Он преподавал на кафедре философии. Если в курсе политической экономии он рассказывал про человека эгоистического, то в курсе нравственной философии у него были положения о человеке альтруистическом, и это не два разных человека, а один и тот же.

Но ученики и последователи Смита уже не преподавали на кафедре философии, и потому в науке образовалась весьма странная, ущербная конструкция — *Homo economicus*, которая лежит в основе всех расчетов

классической экономики, касающихся поведения. В огромной степени на формирование этой конструкции повлияла французская просветительская философия XVIII века, которая сказала, что сознание человеческое беспредельно, разум — всемогущ, сам человек прекрасен, и, если его освободить, все кругом процветает. И вот в результате адюльтера великого философа и экономиста Смита с французским Просвещением получился *Homo economicus* — всеведущая эгоистичная сволочь, которая обладает сверхъестественными способностями по рационализации и максимизации своей полезности.

Эта конструкция живет в очень многих экономических работах XX и XXI веков. Однако человек, который преследует исключительно эгоистические цели и делает это без каких-либо ограничений, потому что он всеведущ, как боги, и всеблаг, как ангелы, — это существо нереальное. Новая институциональная экономическая теория корректирует эти представления, вводя два положения, которые важны для всех дальнейших построений и рассуждений: *положение об ограниченной рациональности человека* и *положение о его склонности к оппортунистическому поведению*.

ЧЕЛОВЕК ПРОТИВ РАЦИОНАЛЬНОСТИ

Просветительское представление о том, что человек обладает неограниченными рациональными способностями, опровергается жизненным опытом каждого из нас. Однако в собственной жизни мы явно недоучитываем, что наша, равно как и чужая, рациональность



является ограниченной. Экономист и психолог Герберт Саймон получил Нобелевскую премию за решение вопроса о том, как именно проявляется ограниченная рациональность, и как при этом человек, не имея бесконечных способностей к добыванию информации и ее переработке, решает множество жизненных вопросов.

Давайте представим себе, как человек, согласно стандартному учебнику экономики, должен проводить утро. После того как он встал, он должен решить минимальную оптимизационную задачу, чтобы позавтракать, а именно заложить все возможные виды йогуртов, творога, яиц, ветчины и всего прочего, что едят на завтрак, с учетом различия производства, географии, цен. После того как он все это обсчитает, он сможет принять оптимальное решение: купить яйца (а не авокадо) в Москве (а не в Сингапуре), в конкретном магазине и по конкретной цене. Есть подозрение, что если человек не привлечет для подобных расчетов парочку правил или, другими словами, институтов, он в этот день не то что не позавтракает, но даже не поужинает. Так каким же образом он решает эту задачу?

Герберт Саймон утверждал, что решение принимается следующим образом: когда человек выбирает себе супруга, он не закладывает в компьютер миллиарды особей противоположного пола. Он делает несколько случайных испытаний, устанавливает шаблон, уровень притязаний, и первая персона, которая соответствует этому уровню, становится его супругой или супругом (ну а потом, разумеется, брак заключается на небесах и все такое прочее). Ровно так же — методом случайных испытаний и установления уровня притязаний — решается задача, чем позавтракать или, на-

пример, какой купить костюм. Поэтому из положения об ограниченной рациональности людей вовсе не следует, что они глупые. Оно лишь означает, что люди не обладают способностями к обработке всей полноты информации, но при этом имеют простой алгоритм, чтобы решить множество самых разных вопросов.

ЧЕЛОВЕК ПРОТИВ БЛАГИХ НАМЕРЕНИЙ

Но люди ведь еще и не ангелы. Они нередко пытаются обойти те условия и правила жизни, которые им предлагаются. Автор идеи о склонности людей к оппортунистическому поведению, нобелевский лауреат 2009 года Оливер Уильямсон, определил его как поведение с применением средств хитрости и коварства или поведение, не обремененное нормами морали. Опять же, в специальных доказательствах это вряд ли нуждается, но новаторство Уильямсона состоит в том, что с помощью его идей мы можем объяснить, как люди обходят те или иные ограничения. Один из самых ярких примеров работы этого механизма — модель рынка «лимонов», за которую экономист Джордж Акерлоф получил Нобелевскую премию в 2002 году.

Модель «лимонов» описывает *предконтрактное* оппортунистическое поведение. Построена она на вполне реальной проблеме — торговле поддержанными автомобилями в США. Представьте: приходит человек покупать поддержанную машину. Все автомобили, которые он смотрит, приведены в надлежащий вид, все блестят, но вот насколько они хорошо ездят, проедут ли 500 метров и встанут или будут ездить еще 100 тысяч километ-



ров, неизвестно. Каковы критерии выбора у покупателя? По большому счету их два: внешний вид и цена. Но выглядят все машины одинаково. А кто может сильнее опустить цену — тот, кто продает достаточно хороший автомобиль, или тот, кто продает автомобиль похуже? Скорее, второе. Получается, что как только человек начинает принимать решение, основываясь на внешнем виде и цене товара, в конкуренции побеждает самый недобросовестный ее участник, продавец «лимона» — так на жаргоне американских автодилеров называется некачественная машина. А «сливы», то есть достаточно приличные автомобили, начинают вытесняться с рынка.

Казалось бы, в модели «лимонов» описывается вполне чистая ситуация — нормальная конкуренция, никакого вмешательства внешних сил, никаких монополий. Но из-за того, что покупатель ограниченно рационален и не может знать всего, а продавец скрывает часть информации, то есть ведет себя оппортунистически, конкуренция не ведет к экономическому процветанию. Более того, она может просто схлопнуть этот рынок, потому что качество продавцов будет постоянно падать.

Решением этого вопроса являются довольно простые правила — например, если вы вводите гарантию продавца. Он от себя дает гарантию, что любые поломки в течение года ремонтируются за его счет, — и цены немедленно выравниваются. Но это решение проблемы с помощью введения определенных правил — институтов. Если же мы этих правил не имеем, мы получаем так называемый ухудшающий отбор. Причем то, что Акерлоф доказал на примере рынка подержанных автомобилей, работает, к примеру, в российском государственном аппарате. Если вы не понимаете, какие

общественные блага и для кого производит российское государство, то критерии отбора связаны с тем, как начальник оценивает деятельность того или иного сотрудника. В итоге карьеру будет делать не тот, кто лучше блага производит, — ухудшающий отбор работает везде, где потребитель не в состоянии оценить качество продукта.

При этом оппортунистическое поведение свойственно не только производителям благ, но и потребителям. Оно может быть следствием слабости и ущемленности позиции: если потребитель понимает, что ему противостоит команда со специальными знаниями, его ресурсом в конкуренции может оказаться лукавство, обман. Классический пример подобного «потребительского оппортунизма» и «потребительского экстремизма»: человек берет кредит, заранее понимая, что он его не отдаст. В начале 1990-х в России в ходу были два афоризма: «стать богатым очень легко — надо взять кредит и не отдать» и «в России кредиты отдают только труссы». На этих принципах было построено немало состояний. Я, правда, хочу напомнить, что и заметная часть российских кладбищ заполнена людьми, которые не отдавали кредиты.

ЧЕЛОВЕК ПРОТИВ КОНТРАКТА

Приведенные выше примеры иллюстрируют так называемое предконтрактное оппортунистическое поведение. Но оно также может быть *постконтрактным*. Думаю, многие из нас, если не каждый, имели несчастье сменить зубного врача. Почти всегда первой фразой нового стоматолога будет: «Кто вам ставил эти пломбы?!»



Вы всегда попадаете в зависимость от зубного врача. Он намекает на то, что все нужно переделывать, а когда переделка начинается и возникает необходимость дополнительных затрат, у вас нет ни критериев, ни возможности, чтобы сказать нет. Ведь, придя к другому зубному врачу, вы получите ту же самую проблему.

Предприниматели эту ситуацию хорошо знают по сфере строительства. Когда в 1991 году я впервые приехал в США, я был поражен контрастом. В СССР строительство считалось очень почтенной деятельностью, а торговля — низменной. В Америке же я обнаружил, что, напротив, торговля считается занятием очень уважаемым, а строительство — каким-то сомнительным. Отчасти такие представления обоснованы тем, что к строительству — гораздо сильнее, чем к торговле, — присасывается мафия. Потому что, если в торговле украсть треть из оборота, то бизнес рухнет, а если в строительстве украсть треть материалов, то здание все-таки будет стоять. Но главное другое: в строительстве есть возможности для шантажа. В теории управления даже сформулирован так называемый принцип Хеопса: «Со времени пирамиды Хеопса ни одно здание не было построено с соблюдением сроков и сметы». Войдя в этот процесс, вы вынуждены его продолжать.

Другой очевидный вид постконтрактного оппортунистического поведения называется *shirking* — отлынивание. Он хорошо понятен и работнику, и работодателю: если работник четко соблюдает контракт, приходит в 10 утра, включает компьютер, сидит и смотрит в монитор, совершенно неочевидно, что он при этом работает, а не находится, например, на сайте «Одноклассники» или смотрит порнуху. Все формальные требования контракта могут выполняться, а результата, на который работода-

Научно-популярное издание
Массовое издание

Танымал ғылыми баспа
Бұқаралық баспа

Аузан Александр Александрович

Экономика всего

Институты и общество: жизнь по правилам и без

Ответственный редактор *Е. Тушинова*
Выпускающий редактор *Т. Маслова*
Художественный редактор *А. Демочкина*
Технический редактор *А. Синицына*
Корректор *Е. Кулыгина*
Компьютерная верстка *В. Брызгаловой*

Подписано в печать / Баспаға қол қойылды 20.02.2025.

Формат 60x88^{1/16}. Гарнитура «CharterITC».

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 12,74.

Тираж 3000 экз. О-AZB-35523-01-R. Заказ № .

Изготовитель:
ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» —
обладатель товарного знака «Азбука Бизнес»
115093, Москва, вн. тер. г. муниципальный округ
Даниловский, пер. Партийный, д. 1, к. 25
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19
E-mail: sales@atticus-group.ru

Филиал ООО «Издательская Группа
«Азбука-Аттикус» в г. Санкт-Петербурге
191024, Санкт-Петербург,
Херсонская ул., д. 12–14, лит. А
Тел. (812) 327-04-55
E-mail: trade@azbooka.spb.ru

www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Отпечатано в России.

Өндіруші:

«Издательская Группа «Азбука-Аттикус» ЖШҚ —
«Азбука Бизнес» тауар белгісінің иесі
115093, Мәскеу, қ. іш. аум. Даниловский муниципалдық
округі, Партийный т.ш., 1-үй, к. 25
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19
Эл. пошталы: sales@atticus-group.ru

Санкт-Петербург қаласындағы «Азбука-Аттикус»
Баспа Тобы» ЖШҚ филиалы
191024, Санкт-Петербург, Херсон көшесі,
12–14 үй, лит. А
Тел. (812) 327-04-55
Эл. пошталы: trade@azbooka.spb.ru

www.azbooka.ru; www.atticus-group.ru

Ресейде басып шығарылған.

Техникалық реттеу туралы РФ заңнамасына сай басылымның сәйкестігін
растау туралы мәліметтерді мына адрес бойынша алуға болады:
<http://atticus-group.ru/certification/>.

Знак информационной продукции (Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)
Ақпараттық өнім белгісі (29.12.2010 ж. № 436-ФЗ федералдық заң)



Федеральный закон № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
от 29.12.2010 г. не распространяется.

«Балаларды денсаулығы мен дамуына зиян келтіретін ақпараттан қорғау туралы»
29.12.2010 ж. № 436-ФЗ Федералдық заңы қолданылмайды.