

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ СЕГОДНЯ

Ч.У. Смит

## АУКЦИОНЫ: ОТ ВАЛЬРАСА К РЕАЛЬНОМУ МИРУ\*

*Основная идея текста, написанного Чарльзом Смитом, состоит в демонстрации существенных различий между тем, как аукционы рассматриваются в неоклассической теории, и тем, как следует рассматривать аукционы реального мира. В этой связи автор освещает четыре наиболее интересные истории, имевшие место в его многолетней практике. Частные случаи демонстрируют динамику, несколько отличную от того, что предлагается рассматривать чистыми теоретиками экономикса, и позволяют нам пересмотреть уровень значимости социальности в «рациональном» процессе установления цены. Чарльз Смит приходит к заключению, что аукционы реального мира основаны на коллективном высоко эмоциональном групповом процессе оценки ценностей и материальных благ.*

Уже более десяти лет я занимаюсь исследованием аукционов реального мира, включая аукционы по продаже рыбы, крупного рогатого скота, табака, акций, долговых обязательств, недвижимости, изящных искусств, антикварной мебели, оружия, лошадей, книг, рукописей и автомобильные аукционы, что можно назвать репрезентативной выборкой [1]. В течение этих десяти лет я не только накопил огромное количество данных и информации, но также и углубил мое понимание ряда социальных практик. Возможно, более важно то, что я был вынужден пере-

\* Печатается с разрешения RUSSELL SAGE FOUNDATION по: **Smith Ch. Auctions: From Walras to the Real World** // Explorations in Economic Sociology / Ed. R. Swedberg. New York: Russell Sage, 1993. PP. 313–341.

проверить саму концепцию аукциона. Это неизбежно повлекло за собой не только создание новой классификации аукционов, но также создание концепции аукционов, которая фундаментально отличается от концепции, провозглашаемой большинством экономистов.

Так как я твердо верю в то, что почти все данные могут быть истолкованы многими способами, я не буду категорически утверждать, что неоклассическая модель неправильна — но я предполагаю, что она имеет мало отношения к аукционам реального мира. В особенности эту ситуацию делает проблемной тот факт, что аукционы реального мира обнаруживают много различных граней социо-экономических процессов и моделей поведения, которые неоклассическая модель оставляет в тени. Более конкретно, реальный аукцион в отличие от идеального примера индивидуального, рационального, максимизирующего поведения неоклассической парадигмы [2] показывает, что большинство «экономических» транзакций включены в комплекс социальных ситуаций и подчинены коллективным, нерациональным, экспрессивным факторам.

Хотя начать изложение можно по-разному, поскольку очень многое в моей аргументации основано на том, что действительно творится на реальном аукционе, для начала я хочу дать читателю понять, что происходит на различных аукционах и представить некоторые эпизоды, взятые из моей полевой работы. Потом я попытаюсь выявить ряд общих социальных черт, возникающих из различных практик аукционов. В этом контексте я в частности заинтересован в изучении того, как определяются справедливость и участие и как они функционируют в рамках реального аукциона, в сравнении с теоретическими моделями аукционов экономистов. Однако прежде, чем делать выводы, необходимо дать несколько общих комментариев относительно аукционов.

Как только что было сказано и как станет более ясно позже, простой факт определения того, что представляет собой аукцион в реальном мире, не так прост. В то время как существует общее согласие относительно теоретической модели аукциона для большинства экономистов [3, pp. 139–144], значительно большая неопределенность существует среди тех, кто занимается этнографическим исследованием.\* К счастью, не везде царит такой хаос. Например, многие справедливо признают таксономию Кассади [4], включающую транзакции фиксированной цены, транзакции частного договора и те аукционы, которые отличаются от транзакций фиксированной цены и частного договора тем, что цены там обычно определяются в конкурентной и публичной манере. Хотя формы образования цены и обмена как в случае фиксированной цены, так в случае

\* Две единственные книги, которые, как я полагаю, являются попыткой общего обзора аукционов реального мира — это «Аукционы и аукционеры», написанная Кассади [4], и моя книга «Аукционы: Социальное конструирование ценности» [1]. Однако существует еще ряд этнографических работ, включая три неопубликованных докторских диссертации: [5]; [6]; и [7]. Другая неопубликованная диссертация, [8], хотя и основана на включенном наблюдении, в значительно большей степени сфокусирована на конкретной проблеме и значительно менее богата этнографическим материалом. В список литературы я включил еще ряд других статей.

частного договора позволяют в ходе ценового регулирования ссылаться на рыночные условия, им не хватает публичной конкуренции и социальной интеракции, характерной для большинства аукционов.

Несмотря на то, что все аукционы демонстрируют свой публичный конкурентный характер, есть существенные различия между аукционами в связи с тем, как действительно происходит предложение цен и как они принимаются. Предложение цены на аукционе можно охарактеризовать, используя две основные характеристики: 1) форму, в которой делается предложение цены, и 2) последовательность правил для предложения цены. Более точно, предложение цены может происходить в письменной, визуальной или устной форме. В каждом случае такие предложения цены могут быть сделаны в частном порядке\* или публично. В свою очередь последовательность обычно управляется принципом повышения или понижения цены. Однако существуют также аукционы, где предложения цены происходят одновременно. Таким образом, эти переменные порождают ряд возможных типов. Больше всего используется и обсуждается следующая типология:

1. *Английские аукционы*, где предложения цены происходят открыто в восходящем порядке с победой высшего предложения.

2. *Голландские аукционы*, где предложения цены делаются открыто в нисходящем порядке с победой первого и обычно единственного предложения.

3. *Японские аукционы* (менее распространенные), где одновременно делаются открытые предложения цены и аукционист выбирает высшее предложение цены, которое он слышал от участников.

4. *Аукционы с закрытыми предложениями*, где участники представляют на рассмотрение предложения цены, которые открываются одновременно, при этом побеждает высшее предложение цены.

5. *Аукционы второй цены*, которые являются вариацией предыдущего типа, где, однако, участник, предложивший самую высокую цену, побеждает, выплачивая цену второго наибольшего предложения.

Хотя существуют и другие типы аукционов [1]\*\* большинство конкретных аукционов могут быть категоризированы в терминах одного из выделенных основных типов.

\* Несмотря на то, что человек, предлагающий свою цену за лот, может сохранить инкогнито, само по себе предложение цены является публичным и поддерживает публичный характер аукционного процесса.

\*\* Наиболее интересным из этих других типов является «English Knockout», используемый дилерами, чтобы продать с аукциона, проводимого среди своих, товары, которые они купили на деньги из общего котла. При этом возникает такое чувство, что кто-то из дилеров пытается нажиться за счет других [1, pp. 70–72]. Каждый член круга может предложить цену только один раз, что делается в письменной форме так, чтобы другие этого не видели. Затем все предложения раскрываются, и выигрывает высшее предложение цены; то, как распределяется разница между ценой, данной на первом аукционе, и этим более высоким предложением цены, является, однако, более сложным процессом, чем в более часто используемом «Round Robin Knockouts», где прибыль просто делится среди членов круга. В «English Knockout» тот, кто предложил меньшую цену, выпадает первым, получая разницу между ценой, заплаченной за лот на первом аукционе, и тем низким предложением цены, которое он сделал, разделенным на количество остав-

Реальные аукционы также различаются по типу товаров, которые они предлагают, по ассортименту продаваемых товаров и правилам, управляющим доступом покупателей и продавцов. Товары, продающиеся на аукционах, обычно включают сельскохозяйственную продукцию, хозяйственный инвентарь, старые и подержанные вещи и другие товары, ценность которых неоднозначна. Поскольку эти переменные образуют в буквальном смысле десятки различных типов аукционов, большинство из них можно охарактеризовать как товарно-биржевые аукционы (*exchange/commodity auctions*), аукционы коллекционных вещей (*dealer/collector auctions*) или как аукционы, на которых выставляются эксклюзивные вещи (*one-of-a-kind/sale auctions*) [1].

Хотя реальные аукционы различных типов существуют длительное время — Кассади отмечает, что еще Геродот ссылаясь на аукционы потенциальных жён в Вавилоне в V веке до н.э. и что римские солдаты продавали с аукционов военную добычу, все же аукционы являются более распространенным явлением в условиях современной рыночной экономики, чем в традиционных обществах. Этот факт, казалось бы, поддерживает некоторые из основных допущений, содержащихся в экономической модели аукционов, относительно индивидуальных предпочтений, рациональности акторов и отсутствия тайного сговора. Но, как показывают факты, будучи частью современного мира, реальные аукционы редко отражают эти характеристики. Это несколько не мешает большинству экономистов, которые довольствуются проверкой теоретических приложений их различных теоретических моделей, включая эквивалентность различных форм. Более того, допущения относительно индивидуальных предпочтений, корыстного интереса и рациональности остаются в силе, независимо от того, рассматривать ли независимый статус аукциониста, как в известной идее Вальраса о «прощупывании»\*, которое совершает аукционист (*auctioneer tatõnnement*), или предпочесть более популярный подход теории игр, на который оказала большое влияние богатая идеями работа Викри [10].

Хотя различные теоретические модели, используемые экономистами, демонстрируют поверхностное сходство с реальными аукционами, им не удастся постичь их сущностный характер. Как я пытаюсь показать, в то время, как участники реальных аукционов обычно сомневаются в том, какова ценность выставляемых вещей, большинство экономистов допускают, что реальные участники аукционов заранее имеют предпочтения и действуют рационально. В этом отношении экономисты следуют не

шихся, что в случае низшего предложения цены — количество всех участников пула. Следующий участник, предложивший большую цену, получает деньги сходным образом, с учетом цены, скорректированной в зависимости от денег, выплаченных членам пула, которые выпали, и так до тех пор, пока не останется человек, предложивший самую высокую цену.

\* Превосходная дискуссия о вальрасовском «прощупывании» изложена в [9, pp. 136—138].

только неоклассической традиции и допущениям вальрасовского «прошупывания», но также и допущениям Викри [10]\*. Однако экономисты не описывают то, что действительно происходит в реальном мире аукционов, что и показывают следующие истории.

#### **Четыре истории аукционов**

История 1. Первая история, случившаяся с отцом Тома Колдуэлла,\*\* занимающего пост руководителя ведущей в стране аукционной компании по продаже чистокровных лошадей, рассказывает об аукционе, который произошел более пятидесяти лет назад.

Однажды отцу Тома позвонил знакомый судья. Судья председательствовал по делу о разводе одного из самых богатых людей в городе, женатого на женщине, имевшей значительное состояние в своей личной собственности. Они состояли в браке более сорока лет и им шел седьмой десяток. Так как оба хотели развода и на их содержании не было детей, дело о разводе шло довольно легко до тех пор, пока оно не подошло к разделу совместной собственности. Был согласован раздел имущества поровну, но никакие попытки выработать справедливый раздел не удавались. Судья просил многих экспертов оценить их разнообразное имущество, но рано или поздно и муж, и жена отказывались принимать оценки, предложенные экспертами. Муж и жена полагали, что только они знают реальную цену того, чем они владеют, и не могли согласиться. Судья не мог от них даже добиться того, чтобы они сказали, какова, по их мнению, стоимость большинства вещей.

Судья предложил, чтобы отец Тома провел аукцион между двумя людьми, на котором он выставил бы все, чем они вместе владели. А когда он закончится, они могли бы оценить разницу. Идея состояла в том, что муж и жена будут предлагать цену в противовес другому на все вещи, и в конце деньги должны были быть поделены так, чтобы гарантировать, что каждый получил равную долю. Все согласились с этим планом. На следующей неделе, после того, как все лоты были определены, сгруппированы и на них была установлена первоначальная цена, как если бы проводились обычные торги, отец Тома занял свое место в судебной комнате и начал продавать с торгов их совместную собственность. Торги пришли к завершению через полных три дня. И муж, и жена казались удовлетворенными, несмотря на тот факт, что цены почти на все были,

\* В обоих случаях аукцион, или, в вальрасовском «прошупывании», действие аукциониста рассматривается как средство установления постепенного равновесия. В видении Вальраса аукционист является центральной фигурой. В модели Викри непосредственно участники реагируют на действия друг друга. В этом контексте я хочу отметить, что почти все лабораторные эмпирические исследования экономистов используют последний подход. Последний основательный обзор этих материалов можно увидеть в работе В.Смита [3].

\*\*Том Колдуэлл руководит одной из лучших, если не самой лучшей в мире аукционной компанией, специализирующейся на продаже домашнего скота. Но более всего он известен как основной аукционист Кинленда по продаже породистых лошадей.

выражаясь словами отца Тома, «странными». Дорогое серебро ушло за гроши, в то время как какой-то хлам продавался за тысячи долларов.\*

Можно спорить с тем, что участники не полагаются на общее суждение. На аукционе, о котором идет речь, они действовали как индивиды. Этот аргумент поддерживает идею того, что аукционы реально зависят от стремлений индивидов, направленных на удовлетворение их личных интересов. Далее этот пример показывает, насколько обманчивой может быть эта модель. Муж и жена были заинтересованы не только в простом получении того, что они хотели. В равной мере, если не более того, они были заинтересованы в том, чтобы другой заплатил за то, что он или она хотели бы получить. Точнее, этот аукцион должен был выявить их коллективное суждение о ценности выставленных лотов для них обоих. Фактически в случае с некоторыми лотами один или другой играл на повышение цены, даже если не имел к этой вещи никакого интереса. Так они поступали, зная, что другой действительно хочет получить эту вещь. В других случаях лоты уходили за десятую часть того, что они действительно стоили. Важно понять то, что в то время, как на процесс на самом деле влияли предпочтения заинтересованных сторон, окончательные цены никоим образом не отражали эти предпочтения каким-либо логическим способом. Цены скорее отражали довольно-таки сложные совместные оценки выставленных лотов. Короче говоря, этот пример заслуживает внимания постольку, поскольку цены явно детерминированы их коллективной оценкой, которая является не простым сочетанием их индивидуальных оценок, а уникальным продуктом их сравнительных оценок, которые находятся под влиянием оценки другого. Хотя такие рассуждения могут показаться слишком сложными, их цель — подчеркнуть, что совместная оценка является не совокупным феноменом, а продуктом взаимодействия.

История 2. Вторая история касается двух аукционов, которые я посетил несколько лет назад. Они проходили в несколько этапов, каждый из которых длился несколько часов. Одним из них был аукцион по продаже драгоценных украшений, размещенный в номере люкс отеля на Манхеттене, на котором присутствовали приблизительно двенадцать покупателей, все кроме одного были дилерами, которые знали друг друга довольно хорошо. Другой аукцион был аукционом по продаже имущества актера Рока Хадсона и проводился в комнате аукционеров у Дойла, в которой можно было только стоять, заполненной более чем сотней

\* Я хочу заметить, что сходство между работой аукционов и жюри большее, чем изначально может показаться. В обоих случаях существует понимание, что определенным образом собранная группа способна установить общие правила. Здесь, как и во многих других случаях, задача аукциона состоит в установлении справедливых цен, если другие более признанные средства определения цены неприемлемы. Тот факт, что «нормальный» способ принятия решений здесь перевернут с ног на голову, объясняет особый интерес к этому частному случаю. Это дает возможность посмотреть на весь процесс с особой, если не с лучшей точки зрения, демонстрирующей, как много информации может дать перепродажа объекта на аукционе.

людей, большинство из которых, казалось, никого не знают, за исключением, возможно, только тех, с кем они пришли.

На аукционе по продаже драгоценностей приблизительно за 90 минут было продано 117 лотов. Ценовой диапазон от \$1.000 до \$10.000 за лот. Среднее число предложений цены за лот было 1,2. Покупатели вели непрерывные разговоры, большая часть которых сводилась к комментариям типа «Спасибо, Вы можете приобрести следующий», «Это похоже на вещь, которую Вы приобрели на прошлой неделе». Аукционист: «Давайте продолжим. Кто хочет купить это?». В ряде случаев более, чем один покупатель демонстрировал интерес к отдельной вещи. Почти во всех случаях, однако, действовало то, что можно описать в качестве общепринятой иерархии с прецедентом доминирующего игрока или с явно высказанным его или ее желанием отказаться от определенной покупки.

В противовес этому, на аукционе у Дойла в течение двух часов, пока я присутствовал, было продано 55 лотов за суммы между \$100 и многими тысячами долларов. Здесь были многочисленные предложения цены от 15 до 20 почти на каждый лот. Однако наибольшее возбуждение вызвала простая деревянная табуретка для ног, которую Элизабет Тейлор оставила у Хадсона после использования его апартаментов в течение недели: она была продана за \$1.200 в ходе горячей конкурентной борьбы между четырьмя участниками. Табуретка была собрана дворником из простой шестифутовой сосновой доски 1x8 приблизительно за 30 минут. Когда аукционист наконец сказал «продано», толпа разразилась аплодисментами, которые продолжались целую минуту.

История 3. Третья история касается двух торгов по продаже элитных годовалых жеребцов, которые с интервалом в год состоялись на аукционе Кинленд в Лексингтоне, штат Кентукки. В 1985 г. был установлен рекорд всех времен на торгах Кинленд при продаже чистокровного годовалого жеребца — \$ 13.100.000 за одну лошадь, что было почти на пять миллионов долларов больше, чем в предыдущий год, и на три миллиона больше, чем предыдущий рекорд, установленный двумя годами ранее. Что привело к этому огромному скачку? Ответ в том, что экономисты назвали бы иррациональным поведением, а именно, конфронтация лицом к лицу между двумя основными покупателями: Робертом Сангстером, новоиспеченным английским мультимиллионером, который сделал себе состояние на букмекерстве на скачках, и шейхом Мактумом из Дубая.

Динамика, управляющая этой конфронтацией, не доступна простому наблюдению, но любой, кто знает об арабо-английских отношениях касательно скачек породистых лошадей в то время, с легкостью может представить себе, какие мысли проносились в их уважаемых головах. Сангстер выиграл в 1985 г. В следующем году возбуждение еще более возросло, так как предложение цены началось с \$ 3.000.000 за жеребца по кличке «Северный Танзор», и публика понимала, что здесь снова присутствуют Сангстер и Мактум. Однако при цене \$ 3.500.000 Сангстер встал со своего места и пересел рядом с Мактумом. Лошадь

была продана за \$ 3.600.000 партнерству Сангстер и Мактаум. С тех пор, между прочим, ни один годовалый жеребец не был продан дороже, чем за \$ 3.700.000.

История 4. После более года наблюдений за различными аукционами подержанных автомобилей я убедился, что большинство машин уходят за меньшую сумму, чем они могли бы быть проданы в частном порядке.\* Это справедливо как для судебных, так и для банковских торгов.\*\* Я начал спрашивать завсегдаев, почему. Ответ одного главного оператора по сервисным услугам, связанного с рядом городских судебных исполнителей, был очень откровенным.

*Конечно, город бы получил на 10–15% больше, если бы машины продавались из рук в руки. [При частном договоре скорее, чем на аукционе.] Но вы не можете сделать этого. Это создало бы много проблем. Тут есть много такого, за что можно зацепиться. Если я бы продал какую-нибудь машину одному парню, другой парень мог бы прийти на следующий день и сказать: «Привет, я слышал, у тебя есть красный кадиллак 1983 года». Я бы ответил: «Больше нет. Винни купил его вчера». Тогда он начал бы канючить: «За сколько ты его ему продал?» «Да за тысячу». «За тысячу?» Он бы сказал: «Черт, я бы легко тебе дал двенадцать сотен. Должно быть, у тебя с Винни общий интерес». Это просто не стоит того. Потом, кто-нибудь позвонил бы мне из городских властей, чтобы разобраться, что это за фокусы и почему я продал машину за меньшую цену, чем она стоит.*

Ответ аукциониста, который руководит операциями по перепродаже банковских залогов, был похожим:

*Банки могли бы получить больше денег за свои автомобили, если бы они продавали их частным образом через дилеров, но тогда у них возникла бы масса проблем. Допустим, они раздобыли годовалый бьюик с превосходным залогом в семь тысяч баксов. Реальная цена автомобиля по каталогу одиннадцать тысяч, но это розничная цена. Дилер никак не сможет продать автомобиль больше, чем за \$ 8,500. На аукционе это может быть только семь с половиной тысяч. Если банк возьмет восемь с половиной, то парень, у которого они взяли автомобиль, начнет жало-*

\*Большинство автомобилей продаются на регулярно проводимых аукционах, на которых выставляется от 20 до 100 машин за одну сессию. Такие аукционы могут длиться от тридцати минут до нескольких часов. Только очень редкие автомобили, такие, как, например, «психоделический» роллс-ройс Джона Леннона [1, pp. 25, 97, 201] продаются в индивидуальном порядке.

\*\* Почти все автомобильные аукционы, подобно другим аукционам, проводятся лицензированным аукционистом. Разделение на банковские аукционы и аукционы, проводимые по решению суда, демонстрирует два различных типа продавцов автомобилей, продающих с аукциона: банки, которые продают оставленные в залог и невыкупленные автомобили, и судебных исполнителей, которые продают брошенные или конфискованные за неоплату счетов автомобили. Автомобильные дилеры и частные торговцы также регулярно продают автомобили с аукциона. На всех этих аукционах в определенный день могут быть проданы автомобили из всех этих источников. Однако обычно на большинстве автомобильных аукционов машины выставляют либо банки, либо судебные исполнители, отсюда обычай разделять аукционы таким образом.

*ваться, что банк нагрел его на две с половиной тысячи, потому что цена автомобиля одиннадцать тысяч долларов. Если он потащит банк в суд, то им придется чертовски много времени убеждать судью, что они реально получили лучшую цену, особенно, если они регулярно имеют дело с этим дилером. А если они выставят это на аукцион, то у них проблем не будет. Они просто расскажут судье, что они поставили автомобиль на аукцион с лицензированным аукционистом, который аукцион рекламировал, и это есть та цена, которую автомобиль может принести.*

### **Дискуссия: справедливость и участие**

Эти истории богаты подробными деталями и могут быть по-разному истолкованы. Я мог бы рассказать еще много подобных историй, взятых из разных других типов аукционов. Я думаю, однако, этих историй достаточно для того, чтобы выдвинуть следующие предложения — а именно, что, в противоположность неоклассической парадигме:

1. покупатели на большинстве аукционов не имеют ясно определенных предпочтений;

2. чаще всего цена фактически вторична по отношению к первоначальному распределению — иначе говоря, цена часто является результатом решений по распределению, а не наоборот;

3. на большинстве аукционов существует явно выраженный интерес к установлению того, что считается легитимной ценой, где понятие легитимности связано с договорным/социальным характером аукциона;

4. в погоне за этой легитимностью аукционы существенно отличаются по способам, с помощью которых принимается сговор, скрытая коммуникация и другие стратегии, хотя все это является чертой большинства аукционов;

5. участники большинства аукционов имеют ясно определенные роли, которые обеспечивают их особыми правами и ответственностью;

6. аукционы являются высоко эмоциональными процессами, а инструментальная рациональность в лучшем случае на втором месте — то, какая это именно рациональность, определяется структурными факторами, встроенными в аукцион;

7. аукционы реального мира подчеркивают консенсусный и даже кооперативный характер большей части процесса экономического обмена, а не являются объяснением того, как конкурирующие индивидуальные предпочтения регулируются рыночным поведением. То есть, они показывают, что существует потребность в общей легитимации как цены, так и распределения, обнаруживая, как цена и распределение социально определяются в ситуациях неопределенности. Аукционы реального мира почти всегда более связаны с установлением консенсусных определений ситуации, чем с частными транзакциями.

В итоге аукционы являются не парадигмой обмена материальными товарами среди рациональных, хорошо информированных, заинтересованных акторов, а скорее парадигмой коллективного, высоко эмоцио-

нального «нащупывающего» процесса приписывания ценностей и качеств материальным благам.\*

Я не собираюсь полностью отрицать ценность неоклассической модели в моделировании различных ограниченных ситуаций, многие из которых могут действительно соответствовать определенным аукционам реального мира, таким, как продажа нефти. Я намерен скорее предположить, что аукционы реального мира поднимают ряд вопросов об экономических транзакциях, заслуживающих внимания. Это тот явный случай, когда можно было бы рассмотреть простой вопрос: кто заслуживает приобретения вещи, которая выставляется на аукционе?

В господствующей экономической парадигме лот должен получить тот, кто предлагает наибольшую сумму. В большинстве случаев далее допускается, что различные участники приходят на аукцион с определенными предпочтениями. В большинстве аукционов реального мира, однако, мы обнаруживаем, что определить, кто действительно имеет право на определенный объект, значительно сложнее. Тот факт, что данная персона заканчивает предложением высшей цены, является результатом локального процесса распределения, в котором действительное предложение цены является только небольшой частью. Более того, этот процесс распределения обычно управляется коллективными решениями, которые высоко чувствительны к различным социальным позициям участников.

Акцент на распределении поднимает ряд интересных вопросов и представляет ряд проблем в другом свете. Это особенно заметно в случае со справедливостью и доступом, ранее упоминавшемся как участие.

Аукционы в широком смысле рассматриваются как механизмы установления «справедливой» цены. Цена рассматривается как справедливая в большинстве экономических моделей, поскольку, по Парето, она является оптимальной, что означает, что она оставляет лот за покупателем, который оценивает его наиболее высоко. Никто не может приобрести вещь за меньшую сумму, чем она стоит в долларах для кого-нибудь еще. Но рассказанные выше истории, репрезентативно представляющие аукционы в целом, демонстрируют то, что покупатели редко имеют такие предварительные предпочтения. Они могут иметь предварительные оценки и идеи относительно того, за сколько уйдут те вещи, которые они предполагают купить, но они редко действительно точно знают ту или иную оценку — вероятно, потому, что часто такая оценка вообще не имеет смысла.

На большинстве товарных аукционов оптовые покупатели не озабочены непосредственно ценой, которую платят за единицу товара. Их волнует только разница между ценой, которую они платят, и ценой, за которую они могут перепродать товар. Они могут перепродать товар за

\* Хотя никто из экономистов, насколько Мне известно, не принимает эти семь отмеченных выше пунктов, многие признают различные несоответствия, присущие неоклассической парадигме. См., например, [11, pp. 7–21], [12, pp. 317–344] и [13]. Другие работы [14; 15; 16] предлагают другую, но сходную критику.

нормальную общепринятую цену. Единственная вещь, которая должна их волновать — это то, что они платят не больше, чем их конкуренты. Поскольку это забота всех оптовых продавцов, у них есть коллективный интерес в получении гарантий на то, что каждый платит ту же самую цену за те же самые товары. Это то, что товарным биржевым аукционам предписано делать.\* Как таковые, участники этих аукционов стремятся принять последнюю цену как справедливый индикатор следующей цены. Когда существуют постоянные и часто организуемые аукционы, как в случае с товарными аукционами, будь то сельскохозяйственные товары или финансовые инструменты, понятно, почему цена уже «известна» и не возникает проблема несогласия.

Вопрос справедливости на биржевых аукционах в действительности редко ограничен терминами цены. Вопрос справедливости имеет скорее отношение к распределению: кто и что купит? Это в свою очередь определено не в терминах индивидуальных предпочтений, а в терминах особых позиций в рамках аукционного сообщества. Конкретная ситуация меняется от аукциона к аукциону.

Покупатели табака, в основном крупные табачные компании, имеют свои личные отношения с различными табачными торговыми домами, у которых они покупают. Каждый покупатель имеет право на различный, основанный на природе этого частного отношения процент ежедневных продаж у различных владельцев торговых домов [1, pp. 42–44]. На рыбных аукционах, с другой стороны, различные покупатели имеют различные права на покупку во времена дефицита, основанные на их ответственности в лучшие времена. Это не означает отрицание того, что такие привилегии не могут оспариваться другими; они просто будут предлагать большую цену. Однако почти во всех случаях, когда такой вызов сделан, его признают и выясняют, для чего он был сделан. Сторону, бросившую вызов, вероятно, прямо спрашивают, нуждаются ли они в большем объеме из-за каких-то особенных условий или они вообще хотят покупать больше. Если первое, то часто имеет место дополнительная сделка. Если второе, тогда может возникнуть реальная конфронтация. Более того, другие игроки предложат свой совет, одобрение и критику для обеих сторон. Что представляет особый интерес — это тот факт, что такие комментарии редко касаются качества, состояния рынка или товаров на повестке дня. Они почти всегда имеют дело скорее с социальными позициями участников.

В большинстве товарных биржевых аукционов социальный ранг влечет за собой и права, и обязанности. Те, кто имеет высокий ранг, могут

\* Можно не без оснований спорить с тем, что, как оказывается, ситуация, описанная здесь, соответствует тому, что экономисты предсказывают относительно ситуации «совершенной конкуренции». Однако в модели совершенной конкуренции частный спрос единичного покупателя безотносителен к совместно установленной цене. Покупатели берут много или мало — сколько они хотят купить по определенной цене — именно потому, что каждый индивидуальный покупатель не оказывает влияния на общую ситуацию спроса и предложения. Ясно, что это не так на большинстве товарных аукционов.

иметь право на большие доли, если предложение недостаточно, но от них же ожидают, что они возьмут излишки, если они вдруг появятся. При условии того, что товары на товарных биржевых аукционах часто продаются всем по той же цене, именно готовность принять больше, чем надо, наделяет отдельного покупателя правом на большую долю во времена дефицита.

Социальный ранг также важен в распределении товаров на аукционах коллекционных вещей, но существуют различия в том, как социальный ранг определяется. В то время, как справедливое распределение товаров обычно является наиболее важной задачей большинства аукционов, поддержание понятийного консенсуса среди постоянных участников является первичной целью большинства коллекционных аукционов. Поскольку существуют значительные статусные различия среди членов биржи, существуют значительные различия и среди коллекционеров и дилеров, так как они имеют не равное значение в поддержании и изменении консенсуса. В то время как в большинстве товарных аукционов ключевыми различиями являются ресурсы и готовность купить товары, среди дилеров и коллекционеров ключевыми различиями являются репутация и сетевые взаимоотношения.

Хотя невозможно, чтобы аутсайдер разрушил установленную иерархию большинства биржевых аукционов — им просто не позволяют участвовать — все же аутсайдеры могут разрушить иерархию большинства аукционов коллекционных вещей. Однако, чтобы сделать это, они должны быть готовы платить больше, чем объект стоит для постоянных участников. Хотя эта цена может быть больше, чем постоянные участники готовы платить, она может все же быть более выгодной в сравнении с тем, что покупателю пришлось бы заплатить в магазине. С другой стороны, известно, что дилеры могут поднимать цены, чтобы «прижать» аутсайдеров, которые не выказывают им, как им кажется, должного уважения. Это общий случай для аукционов, которые формально открыты, но обычно ограничены дилерами — таких, как различные аукционы драгоценностей. Хотя трудно предсказать, когда дилеры могут сплотиться против частного покупателя, наиболее часто это встречается, когда частный покупатель бросает вызов профессионалам, или покупая слишком много, или действуя, как если бы он знал больше, чем профессионалы. Большинство дилеров считают оправданным то, что частный покупатель берет вещи за цену, немного более высокую, чем хочет заплатить дилер. Однако они не хотят, чтобы аутсайдер попытался собрать коллекцию, используя их опыт, наблюдая за ними и затем слегка прибавляя цену.

Следует отметить, что на аукционах коллекционных вещей редко встречается автоматическая перепродажа товаров, и сам аукционный процесс на такой долгий, как на большинстве биржевых аукционов, поэтому цена на них более неопределенная. Однако стоимость снова представляет коллективное, а не индивидуальное суждение. Более того, поскольку продаваемые предметы по определению принадлежат к разным категориям коллекционирования, цена на один предмет имеет вли-

яние на другие предметы. Цена рыбы сегодня имеет мало отношения к цене рыбы, проданной в прошлом году, или которую будут продавать в следующем, так как она не взаимозаменяема. Предмет из стекла времен Депрессии, проданный сегодня, имеет прямое влияние на всю посуду времен Депрессии. Как следствие, дилеры и коллекционеры, владеющие значительным количеством посуды времен Депрессии, интересуются всеми распродажами этой посуды.

Существует ряд исключений из описанного тут принципа общего действия. Отдельный предмет может быть продан за значительно большую или меньшую, чем ожидалось, цену, если он продается отдельному покупателю или если его рассматривают как нечто уникальное. В таких ситуациях предмет в действительности переклассифицируется. Еще здесь важно то, что такие решения не только почти всегда коллективные, но что коллектив — это признанный всеми коллектив. Исключения, которые не попадают в эту рубрику, являются настоящими исключениями и довольно редки.

Хотя правила, регулирующие участие и справедливость, применимы ко всем на аукционах коллекционных вещей, то, что кажется справедливым для одних, не является справедливым для других. Это вопрос большой сложности, который включает отношение к резервам, общим фондам и возврату. Резюмируя различные практики, можно сказать, что профессиональным покупателям обычно «позволено» делать ряд вещей, чтобы установить ограничения цены, при условии, что им хочется обеспечить ценовую базу. Профессионалы и аукционисты не ожидают, что непрофессиональный покупатель войдет и купит предмет по определенной цене просто потому, что он или она купили сходный предмет по немного более высокой цене неделю назад; но они ожидают, что так поступит профессионал. Именно потому, что профессионал несет определенную ответственность, он имеет также определенные права.

Первостепенное значение на тех аукционах, которые я назвал аукционами эксклюзивных вещей (*one-of-a-kind/sales auction*), где покупатели функционируют как отдельные индивиды, состоит в том, что распределение оказывается сначала определено теми, кто готов заплатить больше. Также для таких аукционов имеет первостепенную важность тот факт, что справедливая цена есть заявленная цена. Это хорошо видно в случае Сангстера и Мактума. С другой стороны, такая цена обычно имеет небольшое влияние на другие цены, поскольку, по определению, проданная вещь рассматривается как уникальный случай. Равным образом бессмысленно говорить об экономической стоимости вещи новому владельцу, поскольку экономическая стоимость редко является основным вопросом. Большинство эксклюзивных вещей не имеют стоимости вне пределов комнаты, где происходит аукцион, поскольку нет никакого другого способа, чтобы определить стоимость без аукциона. Продаваемые вещи — такие, как художественные шедевры, иконы и редкие рукописи, часто не могут быть использованы для чего бы то ни было, кроме того, чтобы получить «оценку». Даже если их можно использовать, как в

случае со скотом, который может быть использован для разведения или перепродажи, первичная стоимость товара связана с будущими аукционами полученного от него потомства.

Хотя аукционы эксклюзивных товаров часто определяются индивидуальными и даже эксцентричными решениями, они также включены в коллективный контекст. Конфронтация между Сангстером и Мактумом, аукцион по продаже табуретки Рока Хадсона и другие такие торги почти всегда имеют значение для участников только до тех пор, пока существует аудитория, которая оценила бы представление. Иными словами, хотя справедливо, что такие аукционы в меньшей степени характеризуются существующими аукционными иерархиями, чем другие два типа аукционов, все же участники таких аукционов часто имеют возможность повышать свой социальный статус через видимую социальную значимость, которую такое участие приносит. Высокое предложение цены на многих таких аукционах не столько представляет оценку стоимости купленной победителем вещи, сколько дает покупателю ощущение того, что именно он или она назначили самую высокую цену. Фактически создается такое впечатление, что цена на таких аукционах часто ни к чему не имеет отношения. Личное «я» — значительно более важный фактор. Это является центральным моментом в аукционе с разводом, о котором говорилось выше. Даже если нет формального или даже неформального коллективного определения ценности, процесс определения ценности является коллективным. Муж и жена давали собственную оценку каждого объекта в ответ на ценность, установленную на него другим.

Важность желания участников давать свою оценку касается другой химеры неоклассической парадигмы, а именно, рациональности аукционного поведения. Редко, если когда-либо вообще, рациональность представления вызывает аплодисменты. Совсем наоборот. Почти всегда демонстрация неэкономических, даже антиэкономических предпочтений, или лучше, просто страстей, которые подогреваются такой же страстью других участников торга и еще более усиливаются участвующей аудиторией, получает самые большие аплодисменты.

### **Заключительные замечания**

Конечно, можно отменить все, что было сказано в этой статье, простым утверждением, что эти примеры не являются правильными аукционами, которые рассматривает экономическая наука и на которых предположительно построена вся неоклассическая экономическая теория. Я бы предложил более продуктивный подход — использовать аукционы реального мира, чтобы пересмотреть некоторые ключевые аспекты того, что обычно рассматривается как экономическое поведение. Аукционы — это нечто значительно большее, чем развитие идеи о том, что большинство экономических трансакций является предметом разнообразных коллективных определений. Они предполагают, что эти коллективные определения в различной степени определяются рядом невербализированных контекстуальных факторов, как было доказано для

различных рассмотренных аукционов (товарно-биржевые, аукционы коллекционных или эксклюзивных вещей). Выражаясь немного по-другому, аукционы реального мира не только подчеркивают важность социального конструирования ценности, но также раскрывают огромную сложность этого процесса.

Несмотря на неоклассический идеал, аукционы реального мира также предполагают, что экономические транзакции редко, если вообще когда-либо появляются на «ровном игровом поле». Более того, они обычно служат усилению статуса и политического неравенства. Эти неравенства, конечно, обычно считаются справедливыми в рамках какого-либо конкретного аукциона.

Наконец, аукционы реального мира поднимают ряд вопросов об экономической мотивации. Участники аукциона обычно кажутся более заинтересованными в участии в определении желаемой цены, чем в приобретении вещи (хотя то, что делает цену желанной, зависит от аукциона). Если бы мне пришлось в одной фразе описать, что является мотивом для большей части аукционной деятельности, это было бы словосочетание «желание действовать». На многих эффектных аукционах эксклюзивных вещей эта борьба за самоутверждение очевидна. Ясно, что это играет ведущую роль и в биржевых аукционах, и в аукционах по продаже коллекционных ценностей. На биржевых аукционах самоутверждение принимает форму установления, поддержания и/или улучшения чье-либо статуса в пределах группы. На аукционах по продаже коллекционных ценностей это принимает форму серьезного рассмотрения чье-либо мнения. Однако почти во всех случаях действует стремление к социальному признанию. Вероятно, существуют исключения. Однако, каковы бы ни были исключения, их значительно меньше, чем исключений, которые можно обнаружить в отношении к своекорыстной, максимизирующей мотивации, выдвигаемой пока все еще господствующей экономической парадигмой.

*Перевод с англ. Н.В. Глебовской под ред. Ю.В. Веселова*

#### **Литература**

1. Smith C.W. Auctions: The Social Construction of Value. N.Y.: Free Press, 1989.
2. Becker G. The Economic Approach to Human Behavior. Chicago: Chicago University Press, 1976.
3. Smith V.L. Auctions // The New Palgrave / Eds. J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. London: Macmillan, 1987.
4. Cassady R., Jr. Auctions and Auctioneering. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1967.
5. Branch R.G. The Structure of the Tobacco Auction: A Sociological Analysis. Unpublished Ph.D. dissertation. University of Georgia, 1970.
6. Clark R. E. On the Block: An Ethnography of Auctions. Unpublished Ph.D. dissertation. University of Montana, 1973.
7. Boeck G.A., Jr. The Market Report: A Folklife Ethnography of a Texas Livestock Auction. Unpublished Ph.D. dissertation. University of Michigan, Ann Arbor, 1983.

8. Gray S. Power in the Auction Setting. Unpublished Ph.D. dissertation. City University of New York, 1976.
9. Hahn F. Auctioneer // *The New Palgrave* / Ed. by J. Eatwell et al. London: Macmillan, 1987.
10. Vickrey W. Counterspeculation, Auctions and Competitive Sealed Tenders // *Journal of Finance*. 1961. Vol. 16. March.
11. Hirschmann A.O. Against Parsimony // *Economics and Philosophy*. 1985. Vol. 1.
12. Sen A.K. Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory // *Philosophy and Public Affairs*. 1977. Vol. 6.
13. Thurrow L.C. *Dangerous Currents*. N.Y.: Random House, 1983.
14. Simon H.A. *Models of Man*. N.Y.: John Wiley, 1957.
15. Simon H.A. *Human Problem Solving*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1972.
16. Williamson O.E. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. N.Y.: The Free Press, 1975.

#### **Дополнительная литература**

- Appadurai A. (ed.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. N.Y.: Cambridge University Press, 1986.
- Bazerman M., Samuelson W. *The Winner's Curse: An Empirical Investigation // Aspiration Levels in Bargaining and Economic Decision Making* / Ed. by R. Teitz. Berlin: Springer-Verlag, 1983.
- Berger P.L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality*. Garden City, NY: Doubleday and Company, 1966.
- Carter R. A. Auctions Now // *Publishers Weekly*. 1986. No. 17. October.
- Clark R.E., Larry J.H. Going... Going... Gone: Preliminary Observations on «Deals» at Auctions // *Urban Life*. 1978. Vol. 7. No. 3. October.
- Cox J.C., Smith V.L., Walker J.M.. Experimental Development of Sealed-Bid Auction Theory: Calibrating Controls for Risk Aversion // *American Economic Review*. 1985. Vol. 75. No. 2. May.
- Granovetter M. Economic Action and Social Structure: A Theory of Embeddedness // *American Journal of Sociology* 1985. Vol. 91.
- Hansen R.G. Empirical Testing of Auction Theory // *American Economic Review*. 1985. Vol. 75. No. 2. May.
- Hermann F. *Sotheby's: Portrait of an Auction House*. N.Y./London: W. W. Norton, 1981.
- Hoffman E., Spitzer M.L. Entitlements, Rights, and Fairness: An Experimental Examination of Subjects' Concepts of Distributive Justice // *Journal of Legal Studies*. 1985. Vol. 14. June.
- Insight. Special Issue «Art for Profit». 1986. 31 March.
- Maskin E.S., Riley J. Optimal Auctions with Risk Averse Buyers // *Econometrica*. 1984. Vol. 52. November.
- Maskin E.S., Riley J. Auction Theory with Private Values // *American Economic Review*. 1985. Vol. 75. May.
- McAfee R. P., McMillan J. Auctions and Bidding // *The Journal of Economic Literature*. 1987. Vol. XXV. No. 2. June.

Milgrom P., Weber R.J. A Theory of Auctions and Competitive Bidding // *Econometrica*. 1982. Vol. 50. September.

Olmsted A.D. What Will You Give Me?: Buying and Selling at Public Auction. Unpublished paper presented in May at the Qualitative Research Conference: University of Waterloo, 1986.

Plattner S.M. Peddlers, Pigs, and Profit: Itinerant Trading in Southeast Mexico. Ann Arbor, MI: University Microfilms, Inc., 1969.

Plott C. Industrial Organization Theory and Experimental Economics // *Journal of Economic Literature*. 1982. Vol. 20. No. 4. December.

Reitlinger G. The Economics of Taste. Vol. 1. London: Barrie and Jenkins, 1961.

Reitlinger G. The Economics of Taste. Vol. 2. London: Barrie and Jenkins, 1963.

Reitlinger G. The Economics of Taste. Vol. 3. London: Barrie and Jenkins, 1970.

Riley J.G., Samuelson W. Optimal Auctions // *American Economic Review*. 1981. Vol. 71. June.

Smith C.W. The Mind of the Market. Totowa: Rowman and Littlefield, 1981.

Smith V.L. Experimental Studies of Discrimination Versus Competition in Sealed-Bid Auction Markets // *Journal of Business*. 1967. Vol. 40. No. 1. January.

Smith V.L. Microeconomic Systems as an Experimental Science // *American Economic Review*. 1982. Vol. 72. No. 5. December.

Smith V.L. Experimental Methods in the Political Economy of Exchange // *Science*. 1986. No. 234. October 10.

Tomkins C. A Reporter at Large: Irises // *The New Yorker*. 1988. April 4.

Turner R.E., Stewart K. The Negotiation of Role Conflict: A Study of Sales Behavior at the Auction // *Rocky Mountain Social Science Journal*. 1974. Vol. 11. No. 2. April.

Von Neuman J., Morgenstern O. Theory of Games and Economic Behavior. N.Y.: John Wiley and Sons, 1944.

Zukin S., Dimaggio P. (eds.) Special Issue on Economy and Society // *Theory and Society*. 1986. Vol. 15.