

Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 6 ЭКОНОМИКА

№ 1 • 2016 • ЯНВАРЬ–ФЕВРАЛЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Междисциплинарные исследования

- Бутаева К.О., Вебер Ш., Давыдов Д.В.
Язык, культура, миграция, конфликты: экономическая проекция 3

Финансовая экономика

- Картаев Ф.С., Козлова Н.С. Эконометрическая оценка
влияния монетарной политики на динамику
российского фондового рынка 22

Экономическая теория

- Мальцев А.А. Методологический ландшафт
истории экономических учений:
новые историографические альтернативы и возможности 44
- Алтухова Н.В. Профессиональное знание,
формируемое в организации, как генератор инновационных процессов
в экономике 64

Отраслевая и региональная экономика

- Макаров А.В. Дела об антиконкурентных соглашениях (2008–2010):
риски ошибок первого рода 84

Вопросы управления

- Ребязина В.А., Давид А.О., Карлова Я.И.
Анализ использования маркетинговых метрик
российскими компаниями — производителями товаров
повседневного спроса 108

Трибуна преподавателя

- Рудакова И.Е. Новые кадры для нового курса:
проблемы и задачи экономического образования 131
- Писемский В.А. Проблемы феодальной земельной собственности
в преподавании курса экономической истории 150

CONTENTS

Interdisciplinary Studies

- Butaeva K. O., Weber S., Davydov D. V.
Language, Culture, Migration, and Conflicts:
Projection into Economic Field 3

Financial Economics

- Kartaev F. S., Kozlova N. S. Econometric Assessment
of Monetary Policy Impact on the Dynamics of the Russian Stock Market 22

Economic Theory

- Maltsev A. A. Methodological Landscape of the History
of Economic Thought: New Historiographical Alternatives and Opportunities 44
- Altukhova N. V. Professional Knowledge in the Organization
as a Generator of Innovation Processes in the National Economy 64

Industrial and Regional Economics

- Makarov A. V. Anticompetitive Agreements (2008–2010):
Errors of I Type in Russian Enforcement 84

Management Issues

- Rebiazina V. A., Daviy A. O., Karlova Y. I.
Marketing Metrics Usage by Russian Fmcg
(Fast Moving Consumer Goods) Companies 108

Professor's Tribune

- Rudakova I. E. New Personnel for a New Course:
Challenges and Mission of Economic Education 131
- Pisemsky V. A. Feudal Land Ownership Issues
in the Economic History Course 150

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

К. О. Бутаева¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Ш. Вебер²,

Российская экономическая школа, МГУ имени М. В. Ломоносова
(Москва, Россия)

Д. В. Давыдов³,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, МИГРАЦИЯ, КОНФЛИКТЫ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОЕКЦИЯ⁴

В статье представлено описание и проведен анализ особенностей языковой, этнической, культурной неоднородности с акцентом на экономические и социальные последствия порождаемых ею конфликтов. Основное внимание сосредоточено на связи языковых, этнических и культурных различий с процессами возникновения или увеличения потенциала реализации конфликтов в контексте социально-экономических измерений, а также с учетом неравенства доходов и миграции как одних из наиболее важных факторов динамики указанных процессов. Все рассматриваемые подходы к теоретическому описанию и эмпирической оценке опираются на базовые экономические критерии, что позволяет достигать более полного и точного описания исследуемых сложных социальных процессов. Отдельное внимание уделяется описанию кейсов, отражающих особенности проявления изучаемых аспектов неоднородности.

Ключевые слова: языковая и этническая неоднородность, миграция, экономическое неравенство, конфликты.

LANGUAGE, CULTURE, MIGRATION, AND CONFLICTS: PROJECTION INTO ECONOMIC FIELD

We consider a description and analysis of linguistic, ethnic, cultural heterogeneity issues, with an emphasis on the economic and social consequences of the resulting

¹ Бутаева Кристина Олеговна, научный сотрудник Международной лаборатории культурного разнообразия и экономического развития, аспирант экономический факультета; e-mail: kobutaeva@econ.msu.ru

² Вебер Шломо, PhD, профессор, и.о. ректора РЭШ, ведущий научный сотрудник кафедры прикладной институциональной экономики экономического факультета МГУ; e-mail: sweber@nes.ru

³ Давыдов Денис Витальевич, д.э.н., ведущий научный сотрудник Международной лаборатории культурного разнообразия и экономического развития экономического факультета.

⁴ Работа выполнена за счет средств Российского научного фонда, проект № 15-18-00098

conflicts. We focus on language, ethnic and cultural differences influence on the processes of emergence, or increase of the potential conflicts in the context of social and economic dimensions. We also take into account income inequality and migration, as the most important factors influencing the dynamics of these processes. The approaches to the theoretical description and empirical evaluation are based on basic economic criteria, which allows to achieve a more complete and accurate description of the studied complex social processes. We pay special attention to the case studies reflecting the peculiarities of the studied heterogeneity issues.

Key words: ethnolinguistic diversity, migration, economic inequality, conflicts.

Введение

При рассмотрении вопросов изучения обществ, состоящих из различных, неоднородных по составу групп граждан, исследователь должен принимать во внимание всевозможные аспекты разнообразия, в том числе неравенство в распределении доходов, географическую, историческую, религиозную и этническую неоднородность. Каждый из этих факторов оказывает влияние на силу экономических и политических институтов страны, ее рост, стабильность и возможности перераспределения богатства.

В то же время в контексте описания причин возникновения конфликтов в обществе необходимо классифицировать указанные факторы по степени влияния и, одновременно, по сложности их идентификации и количественного измерения. Если для непосредственно экономических факторов объемы исходной статистической информации достаточно велики, а способы количественного регулирования хорошо известны и активно используются при проведении социально-экономической политики, вопросы социальной неоднородности уже гораздо менее очевидны в своих решениях, а способы количественной оценки лингвистической, этнической и культурной неоднородности сохраняют на сегодняшний день свою дискуссионность.

Изучение разнообразия в обществе в контексте потенциальных конфликтов предполагает определение верхнего порога гетерогенности, который еще позволяет обеспечивать достаточный и устойчивый уровень его функционирования. Если разнообразие чрезмерно, общество может остановиться в своем развитии и начать осуществлять политику, применимую только для наиболее многочисленных групп своих граждан, и тогда может возникнуть угроза исчезновения его социальных основ.

Поэтому в данной статье, базируясь на фундаментальной работе [Ginsburgh, Weber, 2011], мы сосредоточим внимание на связи языковых, этнических и культурных различий с процессами возникновения или увеличения потенциала реализации конфликтов в контексте социально-экономических измерений, а также с учетом неравенства доходов и миграции как одних из наиболее важных факторов динамики указанных процессов.

Отталкиваясь от описания важности языкового разделения, прежде всего как фактора ограничения коммуникации, а следовательно, и взаимопонимания, далее мы последовательно раскрываем различные аспекты потенциального возникновения конфликтов, расширяя спектр факторов до этнолингвистической неоднородности, а затем и до неоднородности культурных основ общества. При этом все рассматриваемые подходы к теоретическому описанию и эмпирической оценке опираются на базовые экономические критерии, что позволяет достигать более полного и точного описания исследуемых сложных социальных процессов.

Мы также приводим несколько кейсов, отражающих особенности сложившихся условий или результатов применения той или иной политики в разных странах и в разные промежутки времени, сохраняя тем не менее базовый экономический подход к их описанию. В силу указанной выше важности миграционных процессов и динамики неравенства в формировании потенциала возможных конфликтов мы уделяем особое внимание классификации факторов и подходов к количественному описанию миграции и оценке неравенства.

1. Языковая неоднородность

Не вызывает сомнения тот факт, что важная часть истории развития культуры и традиций неразрывно связана с языком. Тонкое восприятие языковой принадлежности достаточно остро формулирует Г. Бреттон: *«Язык в скором будущем может стать гораздо более взрывоопасной проблемой, способной распространиться повсеместно и на долгое время. Это возможно ввиду того, что язык уже сам по себе, в отличие от других проблемных вопросов, ассоциируется с национализмом и этноцентризмом... он неразрывно связан с самим человеком. Страх лишиться возможности общения способен накалить политические страсти»* [Bretton, 1976, p. 447].

Почти все страны в мире являются многоязычными (одним из немногих современных и ярких исключений является Ислан-

дия, кейс которой мы рассмотрим ниже). Более того, согласно данным [Ethnologue, 2014], на сегодня известно 7106 отдельных живых языков, на которых говорят по всему миру, в то время как стран (включая так называемые зависимые территории и территории с неопределенным статусом) насчитывается только порядка 270. Таким образом, можно отметить, что *проблема языковой неоднородности присутствует практически повсеместно*. При том, что многие языки используются маленькими, зачастую отдаленными и изолированными сообществами, этническая и лингвистическая неоднородность не является феноменом исключительно стран «третьего мира». Несмотря на давнюю традицию этнических государств в Западной Европе, многие страны там остаются многоязычными. В них представлены в изобилии местные региональные языки, такие как валлийский в Великобритании, каталанский, баскский и галисийский в Испании, провансальский, бретонский и окситанский во Франции и фризский в Нидерландах.

Сохранение языковой неоднородности и популяризация уважительного отношения к культурному наследию всех членов общества являются одними из важнейших и первостепенных задач. В то же время при формировании государственной политики и принятии текущих управленческих решений необходимо учитывать важность экономического критерия, определяемого альтернативной стоимостью разнообразия. В этом смысле определение политики, отражающей «оптимальный» уровень разнообразия в использовании языков, — это очень трудная и деликатная задача. Более того, *язык, как и религия «не способны привести сами себя к простому компромиссу»* [Laropce, 1992, p. 599]. Поскольку язык является особой частью индивидуальной и групповой принадлежности, ограничение языковых прав может отдалять и лишать гражданских прав группы людей, чьи культурные, социальные и исторические ценности и чувства оказываются под угрозой (см. ниже кейс «Конфликты в Шри-Ланке»).

Идея языковой рационализации может быть реализована различными способами (см., например, [Laitin, 2000]). Простой способ — выбрать язык доминирующей группы, как французский во Франции, хан китайский в КНР, кёцуго японский в Японии. Другой вариант — выбрать язык межнационального общения, на котором может говорить большинство населения, но который не является родным языком для самой многочисленной языковой группы (суахили в Танзании, бахаса в Индонезии или английский в США). Наконец, стандартизация может быть достигнута посредством вы-

бора языка группы национального меньшинства. Такими примерами могут служить испанский в Южной Америке, амхари в Эфиопии или африкаанс в Южной Африке. Подобная политика является обратной: современная Конституция в Эфиопии позволяет преподавать в школах на местных языках, в Южной Африке сегодня существует одиннадцать официальных языков, и все они наделены равными конституционными правами. Последние два примера показывают, что в некоторых случаях *для удовлетворения нужд всего населения не всегда требуется универсальный язык*, и концепция рационализации должна сводиться лишь к некоторой степени стандартизации (см. подробнее [Ginsburgh, Weber, 2011]).

2. Единый язык коммуникации?

Формирование подходящей языковой политики в многоязыковом обществе также должно учитывать место и сложившуюся роль английского языка в современной экономической, социальной, научной и культурной среде [Ginsburgh, Weber, 2011]. Как отмечено в [De Swaan, 2001, p. 186], *«все общества в современном мире претерпели изменения под влиянием впечатляющего развития систем торговой, транспортной и электронной коммуникации. Вся эта происходящая «глобализация» протекает на английском языке»*. По оценкам Д. Кристала, на английском разговаривают порядка полутора миллиардов человек: для 400 миллионов он является родным языком, 400 миллионов используют его как второй язык, как минимум 150 миллионов бегло говорят на нем как на иностранном, и *«с определенной степенью вероятности последнее число может быть умножено на пять или четыре»* [Crystal, 1999, p. 105]. Отметим, что современная роль английского языка была предсказана еще в 1873 г. в эссе [Candolle, 1873], написанном на французском языке. Однако стоит тщательно взвесить потенциальную возможность английского стать универсальным языком межэтнического общения. На английском говорят практически *во всем мире*, но дело еще по-прежнему далеко от того, чтобы на нем разговаривали *абсолютно все*. На самом деле, даже в Евросоюзе более половины населения все еще не владеет английским.

М. Панде [Pande, 2009] приводит интересную статистику существенного снижения количества англоязычных газет в Индии. Если в середине XX в. газеты на английском языке представляли собой общенациональные средства вещания и приносили львиную долю рекламного дохода, то к началу XXI в. ситуация коренным обра-

зом изменилась. Опрос читателей Индии 2009 г. [Indian Readership Survey, 2009] показал, что ни одна англоязычная газета не вошла в ТОП-10 индийских ежедневных газет, среди которых шесть публиковались на хинди.

Стоит отметить, что возрастающая популярность английского может привести к ущемлению гражданских прав значительной части мирового сообщества. Именно поэтому французский лингвист К. Ажеж очень тверд в своей позиции относительно важности французского языка для Европы: «*Борьба за французский язык — это борьба ума*» [Nagege, 2005]. Эта фраза отражает мнение, разделяемое практически всеми европейскими странами, о том, что стоит отменить использование только английского языка в качестве языка межнационального общения в Европе.

3. Экономические критерии и языковая политика

Одним из главных критериев выбора между стандартизацией и ограничением языковых прав является проблема выбора официального, или рабочего, языка в многоязыковом обществе [Ginsburgh, Weber, 2011]. Разумеется, гораздо проще отдавать предпочтение стандартизации, когда все жители страны говорят на одном языке (хотя они также могли бы говорить и на нескольких), как, например, в Португалии. Такая ситуация, хоть и в меньшей степени, встречается в Испании, где испанский является коренным языком для 73% населения, каталанский является родным для 10%, галийский для 8% и баскский для 1,5%. Каталония и Галисия активно борются за признание своих языков официальными в Европейском союзе. Действия некоторых баскских движений с целью добиться официального признания их статуса (и не только в отношении статуса их языка) принимают все более серьезные формы.

С одной стороны, *исключение коренного языка какой-либо группы населения из перечня официальных языков может иметь далекоидущие экономические и моральные последствия*. Согласно [Pool, 1991, р. 495], «*те, чьи языки не имеют статуса официальных, тратят годы на изучение нового языка и при этом могут продолжать испытывать трудности в общении, при приеме на работу и страдать из-за статуса языкового меньшинства*». С другой стороны, выбор низкого уровня языковой стандартизации и большого числа языков, используемых в сфере образования, торговли и других санкционируемых государством сферах, приводит к возникновению дополнительных расходов и коммуникационных барьеров, которые оказывают негативное воз-

действие на национальное единство. Издержки поддержания большего количества национальных языков могут быть достаточно внушительными.

Более того, широкое использование различных языков и чрезмерное языковое разнообразие ограничивают возможности граждан общаться друг с другом и ослабляют чувство национального единства и самобытности. Вот почему применение некоторой степени языковой стандартизации крайне важно, чтобы сохранить *баланс языковых прав в соответствии с потребностями эффективного экономического управления и разумной организации жизни общества*. Многие помнят предостережение Ф. Грина по этому поводу: *«Исследователи должны проявлять крайнюю осторожность, когда пытаются применить принципы экономического моделирования к языковой политике»* [Grin, 1996].

В работах [Pool, 1991; Van Parijs, 2005] подробно рассматриваются причины, по которым трудно отыскать устойчивое и справедливое разрешение проблемы официальных языков. *Причины включают в себя: противоречивую, символическую и дискуссионную природу языковых конфликтов; внутреннюю несовместимость языковых сообществ; нежелание языкового большинства признавать лингвистические права языковых меньшинств; злоупотребление властью государственными служащими в попытках отстаивать свои языковые права; а также существенные и непредсказуемые последствия языкового выбора*. Существует важное различие между последствиями для социальной, экономической и политической сфер и тем, что относится к национальной гордости и патриотизму. Человек, чей национальный язык не имеет статуса официального, может тем не менее продолжать получать в полном объеме все те же самые социальные, экономические и политические преимущества, если он владеет одним из официальных языков, либо в чуть меньшей степени, если в перечне официальных языков есть один из близких к его родному. Однако это все равно оказало бы негативное влияние на чувство национальной гордости человека, даже если бы он очень хорошо владел официальным языком (см. также [Ginsburgh, Weber, 2011]).

4. Количественные подходы и эмпирические оценки этнолингвистической и культурной неоднородности

Важно различать сущность лингвистического и, более широкого, этнолингвистического разнообразия, а также связать их с поняти-

ями близости и отдаленности различных языковых групп. Нетрудно согласиться с высказываем о том, что итальянцы и испанцы являются гораздо более лингвистически близкими группами, чем, к примеру, поляки и немцы. Тем не менее понятие «расстояния» между лингвистическими группами является дискуссионным, а вопрос об адекватности его применения в определении языковых и культурных различий до сих пор остается открытым. Исследование, посвященное сопоставлению словарных составов различных языков, проведенное М. Сводешом [Swadesh, 1952] и развитое в [Dyen et al., 1992], не оправдало в полной мере ожиданий в области количественного определения лингвистической близости (или ее отсутствия) [Ginsburgh, Weber, 2011].

Проблемы, вызванные языковыми «расстояниями» между двумя различными странами, отличаются в зависимости от того, о каких языках идет речь, но не зависят от того, где именно на них говорят. Понятие языковой близости между двумя странами, наряду с другими факторами широко применяется, например, при описании международной торговли и моделировании торговых потоков между этими странами.

В упрощенном подходе языковое расстояние задается как двоичная переменная, которая принимает значение 0, если один и тот же язык повсеместно распространен в обеих странах (как, например, немецкий в Германии и Австрии), и значение 1 во всех остальных случаях. Лучшей альтернативой является оценка вероятности того, что люди в двух различных странах могут говорить на общем языке. Для этого может быть использован индекс Дж. Гринберга [Greenberg, 1956] или индекс коммуникации С. Либерсона [Lieberson, 1964]. Индекс Гринберга используется в многоязыковом обществе и определяется вероятностью того, что два случайно выбранных члена общества владеют хотя бы одним общим языком. С. Либерсон [Lieberson, 1964, 1969] уточнил этот индекс так, что он стал пригоден к измерению степени коммуникации между двумя языковыми группами.

Оценки языковой неоднородности с учетом этнической принадлежности групп граждан приводят к более сложной группе индексов, которые, в свою очередь, используются далее как регрессоры в различных эмпирических исследованиях влияния неоднородности на экономическое развитие. Подробное описание классов индексов, применяемых при оценке языковой и этнолингвистической неоднородности, а также в анализе неоднородности культур, можно найти в [Акчурина, Вебер и др., 2015].

Б. Уорф и Э. Сапир [Whorf, 1956; Sapir 1970], а чуть позже Л. Кавалли-Сфорца [Cavalli-Sforza, 2000] предложили идею о том, что язык и культура связаны между собой и можно определить их корреляцию, но при этом язык является фактором, замедляющим культурные изменения. Упоминание этой связи делает полезным краткое рассмотрение того, как могут быть измерены межкультурные расстояния. Подобные связи были выявлены и подробно изучены Г. Хофстеде [Hofstede, 1991, 2001], что позволило выделить и оценить следующие, широко известные на сегодня, критерии: *дистанция власти, индивидуализм, мужественность, неприятие неопределенности*.

В. Гинзбург и А. Нуари [Ginsburgh, Noury, 2008] определили степень корреляции между лексикостатистическими расстояниями и указанными четырьмя критериями среди двадцати двух (преимущественно европейских) стран, которые принимали участие в ежегодном конкурсе «Евровидение» с 1975 по 2003 г. Коэффициенты корреляции получились соответственно равными 0,205, 0,254, $-0,092$ и 0,319.

Согласно широко известным исследованиям Ш. Шварца (см. обзор [Schwartz, 2010]), культуры зачастую возникают на стыке разных «полюсов» развития. Они формируют поведение людей и социальных институтов, направленное на поиск оптимального решения проблем, с которыми сталкивается общество. Соответственно, измерения культурных различий можно проводить, выделяя следующие основные виды «полюсов»: *автономность — вовлеченность, равноправие — иерархия, гармония — господство*.

Исследователи рассматривают множество измерителей межкультурных расстояний. В работе [Desmet et al., 2009] предлагается оценивать межкультурные расстояния различных наций на основе ответов на 430 вопросов четырех волн Всемирного исследования ценностей [World Values Survey, 2014], в том числе в отношении мировоззрения людей, их взглядов на религию и мораль. В работе [Felbermaug, Toubal, 2007] измерены межкультурные расстояния европейских стран с использованием данных об оценках, выставленных жюри на конкурсе «Евровидение». Преимуществом такого подхода является возможная асимметрия в оценках «расстояний», поскольку страна *A* может испытывать к стране *B* иные чувства, чем страна *B* к стране *A*. Такие чувства, а следовательно, и расстояния могут также изменяться с течением времени, в динамике.

5. Динамические изменения неоднородности: миграция и неравенство доходов

Изменение уровня этнолингвистической и культурной неоднородности с течением времени во всем государстве или на его отдельных территориях определяется широким набором факторов, включающих, среди прочего, различия в уровне рождаемости, миграцию, а также эндогенный фактор — проводимую государством политику. Среди исследуемых факторов наиболее существенный эффект в краткосрочном периоде дает миграция.

С индивидуальной точки зрения, стандартным подходом в анализе последствий принятия решения о миграции является соотношение затрат и выгод от этого решения. Перспективы получать большую заработную плату или другие выгоды¹ сравниваются с финансовыми и психологическими издержками, которыми всегда сопровождается адаптация к новой культуре или необходимость оставить свою семью. Информация о культурных и языковых отличиях другой страны, полученная от тех, кто иммигрировал ранее, может в значительной степени повлиять на принятие человеком решения о миграции. Степень вовлеченности рабочей силы в технологический процесс также является ключевой в вопросе потенциального заработка и протекания процесса адаптации.

Здесь же необходимо отметить взаимное влияние уровня неравенства доходов и миграционных процессов. В зависимости от квалификации мигрантов, а также сопутствующей миграционной и социальной политики уровень неравенства в результате миграционных процессов может как сокращаться, так и возрастать, что в последнем случае является дополнительным фактором возникновения потенциальных конфликтных ситуаций.

С позиций количественной эмпирической оценки структура типичного уравнения в модели миграции схожа с описанием процессов международной торговли, но их теоретическое обоснование существенно отличается. Например, [Massey et al., 1993; Carrington et al., 1996] объясняли это существованием сообществ среди мигрантов, создающих положительный внешний эффект для тех, кто мигрирует позже, поскольку это способствует снижению их издержек и упрощает их ассимиляцию (см. также: [Grogger, Hanson, 2007; Beine et al., 2009]).

¹ Если миграция происходит между развивающимися странами, снижение риска в большей степени, чем максимизация дохода, является целью при принятии решения о миграции (см. [Guilmoto, Sandron, 2001]).

В статье [Veine et al., 2009] разбираются предпосылки миграционных потоков между 1990 и 2000 гг. из 195 стран в тридцать стран ОЭСР. Поскольку причины, по которым люди принимают решение о миграции, могут быть различными, авторы рассматривали отдельно поток низкоквалифицированной рабочей силы (со средним образованием) и поток работников с высокой квалификацией (с высшим образованием), в зависимости от того, как мигранты сами себя определяли, приехав в другую страну. Помимо составления уравнений для групп с каждым типом образования, они вычисляли, как и некоторые другие авторы, степень воздействия различных факторов на соотношение высококвалифицированных и низкоквалифицированных работников-мигрантов.

Согласно [Veine et al., 2009], одним из наиболее важных факторов, влияющих на общую величину потока мигрантов, можно назвать размеры диаспоры (в которую входят люди старше двадцати пяти лет, которые родились на своей этнической родине). Уровень заработной платы в принимающей стране и степень гибкости миграционного законодательства (которую можно охарактеризовать долей беженцев в общем числе мигрантов) также оказывают положительное воздействие, в то время как более глобальные социально-экономические показатели (ВВП на душу населения и др.) не оказывают существенного влияния на общее число квалифицированных и неквалифицированных работников-мигрантов. Также существенное влияние на величину миграционного потока имеет наличие в двух странах одного общего языка. При этом большая численность населения, более высокие заработные платы, большие географические расстояния и общий язык способствуют притоку квалифицированных работников-иммигрантов. И наоборот, более жесткая иммиграционная политика, маленькие социальные выплаты и наличие крупных диаспор снижают общий объем миграции (см. также: [Docquier et al., 2007]).

Другим аспектом динамического изменения неоднородности наряду с миграцией является экономическое неравенство. Сам по себе уровень неравенства в доходах может быть и причиной, и следствием миграционных процессов, однако сравнительный анализ уровня неравенства между странами или территориями (регионами) одной страны позволяет получить более полное представление об общем уровне неоднородности в обществе.

Неравенство доходов, с одной стороны, является объективным и непреложным следствием различий в знаниях, умениях, навыках и способностях людей. С этой точки зрения дифференциация

доходов до определенного уровня несет в себе положительные эффекты и является стимулом к развитию. С другой стороны, высокая степень экономического неравенства порождает ограничение прав и возможностей определенных групп граждан, что может послужить фактором снижения уровня экономической стабильности и возникновения атмосферы социальной напряженности. Таким образом, экономическое неравенство и его динамику можно рассматривать как фактор влияния на уровень потенциальных конфликтов в обществе. Определение «оптимального» уровня дифференциации доходов, элиминирующего отрицательный эффект неравенства, требует построения более точных количественных оценок, например, с использованием техники совмещенных статистических распределений¹.

6. Прикладные аспекты неоднородности: особые примеры и случаи

Проиллюстрируем приведенные выше теоретические суждения и выводы примерами проявления языковой и культурной неоднородности, а также проблем неравенства и миграции в их связи с потенциальными и фактическими конфликтами.

6.1. Кейс «Языковая политика Исландии»

Даже целая страна может почувствовать опасность в отношении сохранения своего языка под влиянием внешних угроз. Исландия является одной из немногих моноязычных стран на земле и представляет для Европы единственный сохранившийся пример лингвистически однородного государства. Практически все исландцы говорят на исландском, считая его своим родным языком, и используют его в качестве основного во всех сферах жизни [Vikør, 2000]. Даже при отсутствии внутренних языковых проблем, тем не менее страна до сих пор вынуждена защищать свою самобытность, тесно связанную с особенностями языка. В течение почти четырехсот лет производятся многочисленные попытки очистить исландский язык от иностранного, в основном датского, влияния. Современное доминирование английского языка стало серьезной угрозой исландской самобытности, формировавшейся в течение многих веков изоля-

¹ Ярким примером использования моделей совмещенного распределения в аппроксимации доходов является Парето-логнормальная функция распределения (см. [Reed, Jorgensen, 2003; Souma, 2001]).

ции под воздействием собственной литературы и собственных культурных ценностей. Примером охраны своего языка можно назвать успешную попытку исландцев убедить компанию «Майкрософт» добавить исландский в список языков, поддерживаемых Windows [Corgan, 2004]. В начале XXI в. Исландия все еще тратила около 3% своего ВВП на действия, связанные с поддержкой и защитой своего языка, включая перевод на исландский и переиздание огромного числа иностранных учебников и художественной литературы.

6.2. Кейс «Миграция из КНР и Индии»

Сравним миграцию населения из Китая в США и в Японию [Fujita, Weber, 2009]. Производственный процесс в Японии предполагает наличие высокой степени культурной однородности и высокую степень коммуникации среди рабочей силы, поэтому китайским мигрантам трудно интегрироваться; США являются гораздо более открытыми для мигрантов, китайские мигранты смогли достичь там обоснованно большей степени вовлеченности в производственный процесс. Важно отметить, что для китайских мигрантов в Японии существует ряд языковых и исторических проблем. Некоторые китайские иероглифы зачастую используются в японском письме, однако их произношение существенно отличается от китайского. Более того, важно отметить, что китайский и английский языки имеют похожую структуру, в то время как оба они достаточно далеки от японского. И наконец, если вспомнить важные исторические события и особенности взаимоотношений между двумя странами, можно отметить, что с Японией у Китая возникало гораздо большее количество межкультурных конфликтов, чем с США.

Аналогичное различие в целях миграции также можно наглядно представить на примере миграции из Индии в США и в Японию. В 1990 г. Япония внесла существенные изменения в свою политику по ограничению иммиграции, которые упростили въезд в страну высококвалифицированных инженеров и IT-специалистов из-за границы, в том числе и из Индии. Тем не менее культурные и технологические нововведения, которые ждали индийцев в Японии, остались достаточно серьезными. Их удовлетворенность условиями работы в результате оказалась значительно ниже по сравнению с мигрантами из других азиатских стран [Ota, 2008]. Более того, в силу колониального прошлого Индии большое количество образованных граждан этой страны владеет английским языком, что сокра-

шает уровень культурных различий, с которыми встречаются мигранты из Индии в США.

6.3. Кейс «Языковая политика Индии»

Одним из наиболее интересных примеров политики, нацеленной на поддержание эффективности, экономического благосостояния и чувства национальной гордости различных языковых групп, являются действия, проводимые в Индии около пятидесяти лет назад (см.: [Laitin, 1989]). Жители южных штатов, где язык хинди не был распространен, жаловались на то, что использование этого языка органами государственного управления ущемляет их права, поскольку им приходится изучать два дополнительных языка — хинди и английский, в то время как носителям языка хинди достаточно овладеть только английским. В ответ была предложена так называемая формула трех языков, которая (с поправкой на разные штаты) предполагала, что дети в штатах, говорящих на хинди, должны изучать три языка: хинди, английский и какой-либо из современных языков южных штатов, в то время как дети в штатах, где хинди не распространен, должны изучать хинди, английский и свой родной язык. Такое решение привело к недовольству со стороны языковых меньшинств, разговаривающих на урду, которые жаловались на то, что их детей принуждают изучать местный язык наряду с их родным языком. В результате формула дополнилась с учетом требований языковой группы урду, и их язык стал первым предпочтительным языком в нескольких штатах. Ожидаемое решение проблемы группового единства, сохранения родного и общенационального языков, поддержки чувства национальной принадлежности (за счет языка хинди), достижения эффективности в управлении и технологического прогресса (за счет английского языка) было достигнуто лишь частично. Основными причинами этого явились: слабое финансирование, недостаток учителей, незначительная поддержка со стороны региональных властей, а также отсутствие должного энтузиазма у существенной части учеников и их родителей в изучении других региональных языков.

6.4. Кейс «Конфликты в Шри-Ланке»

Продолжительный и кровопролитный конфликт в Шри-Ланке является наглядным примером того, каким эмоциональным, взрывным и опасным может стать выбор официального государственного языка. Две главные языковые группы в Шри-Ланке, сингалы (преи-

мущественно буддисты, около 3/4 всего населения) и тамилы (преимущественно индуисты, около 1/5 всего населения), мирно сосуществовали на протяжении двух тысяч лет. После ста пятидесяти лет английской экспансии остров добился своей независимости в 1948 г., что вызвало многочисленные попытки обеих групп выдвинуть свой язык в качестве официального языка Цейлона взамен английского. Высокое качество преподавания английского языка в северных тамильских регионах позволило тамилам достаточно просто получить ключ к их численному превосходству в университетах и занять престижные рабочие места в государственном секторе. В 1946 г. *«тамилы составляли около 33% государственных служащих, около 40% служащих судебной системы... около 31% всех университетских студентов. В области медицины и техники число тамиллов приблизительно равнялось числу сингалов»* [deVotta, 2004, p. 46–47].

Численное (относительное) преимущество тамиллов среди образованной элиты и желание сингалов претендовать на «большой кусок национального пирога» привели к созданию движения «Только сингалы». Оно было поддержано буддистскими монахами, которые провозгласили, что не только сингальский язык, но и буддизм в целом пострадает, если сохранится паритет между сингалами и тамилами. Другой существенной причиной протеста был страх сингалов оказаться под властью более развитой тамильской культуры и литературы. В 1956 г. был выпущен так называемый «Только сингальский» акт, который имел крайне драматические последствия.

Согласно [Brown, Ganguly, 2003, p. 11], *«последствия акта стали поворотной точкой в сингало-тамильских отношениях. Недовольство тамиллов впоследствии только возрастало, поскольку в Шри-Ланке, как и везде, языковая политика оказывает широкое влияние на возможности в сфере образования и экономики»*. К 1970-м гг. значительная часть тамильской молодежи воспитывалась в милитаристском духе и была настроена крайне радикально. Правительство предприняло ряд миротворческих мер по отношению к тамильскому меньшинству. В ответ на последовавшие в 1977 г. беспорядки, правительство отменило не вполне равноправные правила поступления в институт, и Конституция 1978 г. провозгласила тамильский национальным языком. Поправка к Конституции в 1988 г. присвоила тамильскому статус официального языка, однако неверное истолкование и непоследовательное применение статей Конституции, касающихся вопросов языка, только подтвердили очевидное: слиш-

ком мало и слишком поздно. Полномасштабная гражданская война уже разорвала страну. Десятки тысяч жизней унесла двадцатилетняя война, перед тем как конфликт пришел к крайне простому разрешению.

6.5. Кейс «Югославия»

Примером взрывоопасного соединения языковых проблем с национализмом и гражданской войной является болезненный и кровавый распад Югославии. Б. Спольский [Spolsky, 2004] отмечает: *«При распаде Югославии язык играл двоякую роль: с одной стороны, он был причиной нарастающего национализма, с другой стороны, он стал инструментом этнической вражды»*. Истоки конфликта ведут к югославским языковым соглашениям, которые просуществовали со времен Второй мировой войны до 1991 г. (окончательный распад государства был формализован в 1992 г. вместе с расколом Словении и Хорватии). Во время правления президента Тито основные «нации» Югославии включали сербов, хорватов, словенцев, македонцев, черногорцев и боснийских мусульман. Кроме того, различной степени культурных и языковых прав, которые тем не менее не снимали этническую и языковую напряженность, обладали албанцы, болгары, чехи, венгры, итальянцы, цыгане, русины, словаки и турки. Важно отметить, что такие автономные регионы, как социалистический край Воеводина и Косово, уже имели некоторую степень этнических и языковых конфликтов задолго до того, как возникло напряжение, бурлящее почти двадцать лет.

Заключение

Источниками конфликта могут служить различные базовые факторы неоднородности, такие как язык, этнос или религия, либо производные социально-экономические параметры, включая неравенство доходов и результаты миграционной политики государств.

Сочетание устойчивых различий может сохраняться на протяжении длительного времени, либо, напротив, краткосрочный эффект неоднородности по одному из малозначимых на первый взгляд параметров может приводить к существенным конфликтам. Такая «вспышка», вызванная случайной или осознанной провокацией, является исходно слабо прогнозируемой в контексте изучения неоднородности. Однако качественное и количественное описание различных аспектов неоднородности, определение пороговых (ко-

личественных) значений индекса неоднородности позволяют выделить наиболее проблемные элементы взаимодействия, в отношении которых необходимо тщательно подбирать политику нейтрализации потенциальных конфликтов.

Представленные в работе описания кейсов в отношении языковой и этнической неоднородности, а также связанных с ней особенностей миграции и их совместного влияния на социально-экономическое развитие, позволяют глубже понять механизмы управления соответствующими процессами. В частности, развитие событий в Шри-Ланке дает понять, что сложная сеть языковых взаимоотношений может привести к конфликтам, исход которых трудно предсказать. Языковая напряженность всегда была и остается важной составляющей во многих конфликтах по всему миру и часто сопряжена с реализацией политических решений.

Список литературы

1. *Акчурина Д. Д., Вебер Ш., Давыдов Д. В., Крутиков Д. В., Хазанов А. А.* Измерение разнообразия: теория и социально-экономические приложения // Современная экономика: проблемы и решения. 2015. № 2 (62). С. 8–28.
2. *Beine M., Docquier F., Özden Ç.* Diasporas. Manuscript. Department of Economics, Universite Catholique de Louvain, 2009.
3. *Bretton H.* Political science, language and politics / In : Language and Politics. Ed. by J. O'Barr and W. O'Barr. The Hague: Mouton, 1976.
4. *Brown M., Ganguly S.* Fighting Words: Language Policy and Ethnic Relations in Asia. Cambridge, MA: MIT Press, 2003.
5. *Candolle A.* Histoire des sciences et des savants depuis deux siecles. Paris: Librairie Arthème Fayard, 1873.
6. *Carrington W., Detragiache E., Vishwanath T.* Migration with endogenous moving costs // American Economic Review. 1996. Vol. 86. P. 909–930.
7. *Cavalli-Sforza L.* Genes, Peoples and Languages. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2000.
8. *Corgan M.* Icelandic confronts globalization // Center for Small States Studies Conference report. Reykjavik. Sept., 16–18, 2004.
9. *Crystal D.* A Dictionary of Language. Chicago: University of Chicago Press, 1999.
10. *De Swaan A.* The Evolving European Language System: A Theory of Communication Potential and Language Competition / In: Words of the World. Cambridge: Polity Press, 2001.
11. *Desmet K., Le Breton M., Ortuno-Ortun I., Weber S.* Stability of nations and genetic diversity / VIVES Discussion Paper 10. Catholic University of Leuven, 2009.

12. *deVotta N.* Blowback: Ethnolinguistic Nationalism, Institutional Decay, and Ethnic Conflict in Sri-Lanka. Stanford, CA: Stanford University Press, 2004.
13. *Docquier F., Lohest O., Marfouk A.* Brain drain in developing countries // World Bank Economic Review. 2007. Vol. 21. P. 193–218.
14. *Dyen I., Kruskal J., Black P.* An Indo-European classification: A lexicostatistical experiment // Transactions of the American Philosophical Society. 1992. Vol. 82 (5).
15. *Ethnologue* / Ed. by M. P. Lewis, G. F. Simons, and C. D. Fennig. TX: Dallas, 2014.
16. *Felbermayr G., Toubal F.* Cultural proximity and trade. Manuscript. Paris School of Economics, 2007.
17. *Fujita M., Weber S.* Immigration Quotas in the Globalized World // Journal of the New Economic Association. 2010. Vol. 7. P. 10–23.
18. *Ginsburgh V., Noury A.* The Eurovision Song Contest: Is voting political or cultural? // European Journal of Political Economy. 2008. Vol. 24. P. 41–52.
19. *Ginsburgh V., Weber S.* How Many Languages do We Need? The Economics of Linguistic Diversity. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2011.
20. *Greenberg J.* The measurement of linguistic diversity // Language. 1956. Vol. 32. P. 109–115.
21. *Grin F.* Economic approaches to language and language planning: An introduction // International Journal of the Sociology of Languages. 1996. Vol. 121. P. 1–16.
22. *Grogger J., Hanson G.* Income maximization and the sorting of emigrants across destinations, manuscript. University of California, San Diego, 2007.
23. *Guilmoto C., Sandron F.* The international dynamics of migrations networks in developing countries // Population: An English Selection. 2001. Vol. 13. P. 135–164.
24. *Hagege C.* Combat pour le francais. Paris: Odile Jacob, 2005.
25. *Hofstede G.* Culture and Organizations. London: McGraw-Hill, 1991.
26. *Hofstede G.* Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Beverly Hills, CA: Sage, 2001.
27. *Indian Readership Survey* [Электронный источник]. Формат доступа: основной сайт <http://www.mruc.net/>; данные обзора за 2009 г. URL: <http://www.publicitas.com/en/home/media-news-events/news-detail/?newsid=28968#.VjcNazaheUk>
28. *Laitin D.* Language policy and political strategy in India // Policy Studies. 1989. Vol. 22. P. 415–436.
29. *Laitin D.* What is a language community? // American Journal of Political Science. 2000. Vol. 44. P. 142–155.
30. *Laponce J.* Language and politics / In : Encyclopedia of Government and Politics. Ed. by M. Hawkesworth and M. Hogan. London: Routledge. 1992. Vol. 1. P. 587–602.
31. *Lieberson S.* An extension of Greenberg's linguistic diversity measures // Language. 1964. Vol. 40. P. 526–531.

32. *Lieberson S.* Measuring population diversity // *American Sociological Review*. 1969. Vol. 34. P. 850–862.
33. *Massey D., Arango J., Hugo G., Kouaouci A., Pellegrino A., Taylor E.* Theories of international migration: A review and appraisal // *Population and Development Review*. 1993. Vol. 19. P. 431–466.
34. *Ota H.* Indian IT software engineers in Japan: A preliminary analysis. Discussion Paper 168. Tokyo: Institute of Developing Economies, 2008.
35. *Pande M.* Hindimedia and an unreal discourse // *The Hindu*. 2009. November 18. N 1.
36. *Pool J.* The official language problem // *American Political Science Review*. 1991. Vol. 85. P. 495–514.
37. *Reed W., Jorgensen M.* The Double Pareto-Lognormal distribution — a new parametric model for size distributions. *Communication in Statistics — Theory and Methods*. 2004. Vol. 05.
38. *Sapir E.* Language / In: *Culture, Language, and Personality: Selected Essays*. Ed. by D. G. Mendelbaum. Berkeley, and Los Angeles: University of California Press, 1970.
39. *Shwartz S.* Cultural distances and value orientations / *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Ed. by V. Ginsburg and D. Throsby. Amsterdam: Elsevier, 2010. Vol.2.
40. *Souma W.* Universal Structure of the Personal Income Distribution. // *Fractals*. 2001. Vol. 09.
41. *Spolsky B.* *Language Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
42. *Swadesh M.* Lexico-statistic dating of prehistoric ethnic contacts // *Proceedings of the American Philosophical Society*. 1952. Vol. 96. P. 121–137.
43. *Van Parijs P.* Europe's three language problems / In : *The Challenge of Multilingualism in Law and Politics*. Ed. by D. Castiglione, C. Longman. Oxford: Hart Publishing, 2005.
44. *Vikor L.* Northern Europe: Languages as prime markers of ethnic and national identity // *Language and Nationalism in Europe* / Ed. by S. Barbour and C. Carmichael. Oxford: Oxford University Press, 2000.
45. *Whorf B.* *Language, Thought and Reality*. Cambridge, MA: MIT Press, 1956.
46. World Values Survey [Электронный источник]. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Akchurina D. D., Weber S., Davydov D. V., Krutikov D. V., Khazanov A. A.* Izmerenie raznoobrazija: teorija i social'no-ekonomicheskie prilozhenija // *Sovremennaja ekonomika: problemy i reshenija*. 2015. № 2 (62). S. 8–28.

ФИНАНСОВАЯ ЭКОНОМИКА

Ф. С. Картаев¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Н. С. Козлова²,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ДИНАМИКУ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА

На основе ежемесячных данных за 2005–2013 гг. при помощи аппарата структурных векторных авторегрессий в статье оценен характер и продолжительность воздействия шоков кредитно-денежной политики Банка России на динамику доходностей российских фондовых индексов. Рассмотрен широкий спектр переменных, характеризующих монетарную политику: ключевая ставка процента, денежные агрегаты, ставка рефинансирования и ставка по межбанковским кредитам.

Ключевые слова: монетарная политика, фондовый рынок, SVAR-модели.

ECONOMETRIC ASSESSMENT OF MONETARY POLICY IMPACT ON THE DYNAMICS OF THE RUSSIAN STOCK MARKET

The article provides the analysis of the impact of monetary policy shock generated by the Bank of Russia on the Russian stock market yield dynamics. We have estimated the features and duration of the effect using SVAR models and monthly data for the period from 2005 to 2013. We examine a wide range of proxies for the monetary conditions: the key interest rate, monetary aggregate M2, the refinancing rate and the interbank lending rate.

Key words: monetary policy, the stock market, SVAR-models.

¹ Картаев Филипп Сергеевич, к.э.н., доцент кафедры математических методов анализа экономики экономического факультета; e-mail: kartaev@gmail.com

² Козлова Наталья Сергеевна, инженер кафедры математических методов анализа экономики экономического факультета; e-mail: nataliasergeevna21@gmail.com

Введение

Интерес к фондовому рынку как к каналу монетарной трансмиссии существенно вырос после мирового финансового кризиса 2007–2008 гг. На сегодняшний день этот канал является наименее изученным по сравнению с более традиционными каналами процентной ставки и валютного курса как с точки зрения теоретического объяснения его работы, так и с точки зрения эконометрического моделирования. В то же время в этот сложный для российской экономики период особенно актуальным становится исследование реакции отечественного фондового рынка на действия монетарных властей. Поскольку одной из основных целей Банка России является обеспечение стабильности и развития финансового рынка Российской Федерации¹, при проведении денежно-кредитной политики необходимо понимать весь спектр потенциальных последствий, к которым она может привести.

Основное объяснение возможного влияния кредитно-денежной политики на динамику фондовых рынков заключается в том, что смягчение монетарных условий может вызывать приток средств на фондовый рынок и увеличивать его доходность. В свою очередь, изменение доходности активов на фондовом рынке воздействует на решение экономических агентов (как фирм, так и домашних хозяйств), что приводит к изменению значений реальных макроэкономических переменных: инвестиций, потребления и выпуска. Теоретическое объяснение этого механизма предложено в работах [Bernanke et al., 1999; Chami et al., 1999], а также [Castelnuovo, Nisticò, 2010].

Однако эмпирическая проверка гипотезы о влиянии политики центральных банков на динамику фондовых рынков осуществлялась для сравнительно малого количества стран, и во многих странах вопрос о наличии указанного влияния остается открытым. К числу таких стран можно отнести и Россию. Особенно слабо исследовано наличие значимого влияния политики Банка России на российский фондовый рынок в современных условиях. Цель нашей статьи состоит в том, чтобы внести вклад в восполнение этого пробела.

Статья имеет следующую структуру. Сначала обсуждаются результаты существующих эконометрических исследований взаимосвязи между монетарной политикой и динамикой фондового рынка,

¹ О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ. URL: http://www.cbr.ru/today/status_functions/law_cb.pdf

что позволяет нам выявить оптимальный подход к моделированию этой взаимосвязи. Затем описываются используемые данные и методология нашего исследования. Наконец, в заключительной части работы представлены полученные результаты и их интерпретация.

Эмпирические исследования воздействия монетарной политики на динамику фондовых рынков

Одним из теоретических обоснований влияния монетарной политики на доходность акций может служить механизм кредитного канала, который подразделяется на балансовый канал и канал банковского кредитования. В соответствии с первым, негативный шок монетарной политики увеличивает издержки внешних заимствований и снижает стоимость активов фирмы, которые могли бы служить обеспечением по новым займам. Это уменьшает доступ к кредитам и вообще к любым видам внешнего заимствования, из-за чего фирмы вынуждены сократить уровень инвестиций. Тогда итоговыми последствиями шока может быть снижение денежных потоков и нормы доходности. Для канала банковского кредитования характерна несколько иная ситуация: сдерживающая КДП ведет к тому, что банки сокращают предложение кредитов и повышают ставки. Это также негативно отражается на денежных потоках фирм, доходностях акций.

Классическая работа, посвященная эмпирической верификации работы этого канала, — статья [Bernanke, Kuttner, 2005], в которой не только приводятся количественные оценки эффекта, но и делается попытка объяснить, за счет каких именно факторов он возникает. Исследование проводилось в рамках экономики США, затрагивая период с 1989 по 2002 г.

Основная сложность в измерении воздействия монетарной политики связана с проблемой эндогенности, поскольку участники фондовых рынков формируют ожидания относительно действий кредитно-денежных властей. В связи с этим следует изолировать шоки — неожиданные направления в политике, реакция рынка на которые представляет наибольший интерес. Предложенный Бернанке и Куттнером метод выделения неожиданной компоненты широко используется в более поздних исследованиях. Его суть заключается в следующем: монетарная политика США определяется на заседаниях Федерального комитета США по операциям на открытом рынке (FOMC), где принимается решение о целевой ставке процента по федеральным фондам. Рассматривая узкое окно вокруг

этих заседаний в сочетании с высокочастотными данными, можно существенно снизить эндогенность переменных или даже полностью устранить ее. В свою очередь, фьючерсные контракты позволяют участникам рынка хеджировать свои риски, связанные с изменением процентной ставки, и отражают ожидания относительно будущих действий монетарных властей. Основная предпосылка для использования цен на фьючерсы заключается в том, что все ожидания относительно ставки процента уже учтены в текущих котировках. Тогда изменение цен на 30-дневные фьючерсы на ставку по федеральным фондам, которое произошло после объявления действий кредитно-денежных властей, можно считать шоком политики.

Бернанке и Куттнер начали исследования с регрессии средне-взвешенной доходности индекса CRSP¹ на общее изменение целевой ставки, эффект которого оказывается отрицательным, что соответствует теоретическим представлениям, но тем не менее незначимым. Однако если изменение целевой ставки разбивается на ожидаемое и неожиданное, то результаты существенно меняются: влияние ожидаемой компоненты положительно, а неожиданной отрицательно, при этом оба коэффициента являются значимыми на 1-процентном уровне.

Авторы подчеркивают, что при использовании их подхода все еще возможно наличие эндогенности за счет одновременной двуправленной связи между монетарной политикой и фондовым рынком, и кроме того, они могут совместно и одновременно реагировать на новую информацию. Полным решением в таком случае может быть либо сужение окна события, то есть использование данных, максимально близких к встречам FOMC, которое очистит эффект монетарной политики от остальных эффектов (например, других макроэкономических новостей); либо построение многомерных факторных моделей.

Бейсиса и Куров [Basistha, Kurov, 2008] также строят анализ на исследовании конкретных событий — встреч FOMC и подтверждают результаты Бернанке и Куттнера на более поздних данных. Развивая подход Бернанке и Куттнера, Маю [Maio, 2014] в своей статье на помесечных данных по экономике США за 1963–2008 гг. проверяет гипотезу о том, что более финансово зависимые фирмы должны сильнее реагировать на монетарную политику. Для анализа рассматриваемые инвестиционные портфели сортировались по четырем финансовым характеристикам: рыночная капитализа-

¹ CRSP U. S. Total Market Index. URL: <http://www.crsp.com/products/investment-products/crsp-us-total-market-index>

ция, отношение балансовой стоимости к рыночной, коэффициент «прибыль — цена», коэффициент «денежный поток — цена» — и затем делились на децили. В качестве аппроксимации действий монетарных властей в целом используется изменение процентной ставки по федеральным фондам США. В то время как мерой неожиданной кредитно-денежной политики служит надбавка (премия) по федеральным фондам, то есть разница между ставкой по ним в текущем периоде и месячной ставкой по Казначейским векселям в предыдущем периоде.

Маио оценивает регрессию избыточных доходностей на указанные характеристики монетарной политики для каждого дециля по четырем группам обычно с помощью МНК. Асимметрия эффекта — разнородность влияния в зависимости от дециля, то есть размера и финансовой устойчивости компаний, — была выявлена во всех случаях хотя бы для одного из показателей монетарной политики.

Альтернативой теоретическому обоснованию воздействия монетарной политики на фондовый рынок с точки зрения кредитного канала может служить канал принятия риска. Суть действия канала принятия риска заключается в том, что мягкая монетарная политика провоцирует приток средств в рискованные активы, которые могут принести большую по сравнению с безрисковыми доходность. Такая погоня за высокой прибылью и снижение неприятия риска ведут к менее стабильной ситуации на фондовом рынке и повышению цен акций.

Описанные каналы исследуют Хау и Лаи [Hau, Lai, 2013], используя квартальные данные за 2003–2010 гг. по семи странам еврозоны (Австрия, Финляндия, Франция, Германия, Италия, Нидерланды, Португалия и Испания). Для данных стран, входящих в валютный союз, Европейский Центральный банк (ЕЦБ) устанавливает единую номинальную ставку процента. Однако фактические монетарные условия внутри каждой страны индивидуальны в силу различных темпов роста ВВП и уровня инфляции. Это позволяет использовать в качестве характеристики условий монетарной политики реальную ставку процента и отклонение установленной ЕЦБ ставки от рекомендованной правилом Тейлора, так называемые остатки правила Тейлора. Отрицательный знак остатков означает, что фактическая номинальная ставка оказалась ниже рекомендованной, то есть произошло смягчение монетарных условий.

В процессе исследования динамическая панельная модель оценивается разностным обобщенным методом моментов и систем-

ным обобщенным методом моментов. В результате оказывается, что снижение реальной ставки процента на 100 базисных пунктов ведет к 10-процентному притоку средств на фондовый рынок в текущем квартале, при этом долгосрочный эффект составляет 14%. В случае аппроксимации монетарных условий через остатки правила Тейлора влияние оказывает еще более высоким: 14% и 20% для краткосрочного и долгосрочного эффектов соответственно. Важно также отметить, что полученные результаты являются статистически значимыми на 1-процентном уровне. На основе полученных авторами результатов, можно сделать вывод, что кредитно-денежная политика способна поменять отношение инвесторов к риску, что, в свою очередь, отражается на стабильности и доходностях фондового рынка.

Еще одно исследование изменения отношения к риску в результате действий монетарных властей провели Бекаерт, Хойрова и Ло Дука [Beкаert, Hoerova, Lo Dusa, 2013], опираясь на данные по США за период с 1990 по 2010 г. В своей работе они используют популярный индикатор отношения инвесторов к риску — индекс волатильности VIX, который рассчитывается на основе индекса S&P500 и отражает ожидаемую дисперсию фондового рынка. Авторы предположили, что на взаимосвязь между отношением инвесторов к риску и действиями властей может существенно влиять стадия делового цикла, так как рецессия, с одной стороны, увеличивает неприятие риска и, с другой, может быть поводом для смягчения монетарных условий. Таким образом, они рекомендуют всегда в качестве контрольной переменной включать в оцениваемые модели аппроксимацию бизнес-цикла. В данной статье эту функцию выполняет индекс промышленного производства, а в качестве альтернатив для него используются индекс деловой активности и несельскохозяйственная занятость.

В процессе исследования Бекаерт, Хойрова и Ло Дука оценивают структурную VAR-модель с четырьмя переменными: ожидаемой дисперсией фондового рынка, неприятием риска, условиями монетарной политики и деловой активностью. Дополнительные уравнения строятся на основании декомпозиции Холески и долгосрочного идентификационного ограничения (принципа нейтральности денег). Опираясь на полученные по докризисной подвыборке импульсные функции отклика, можно сделать ряд важных выводов. Так, шок падения ставки процента на 35 базисных пунктов снижает неприятие риска на 0,035. Влияние достигает максимума к 20-му месяцу и остается значимым с 9-го и вплоть до 40-го месяца. Аналогичная картина наблюдается и для ожидаемой диспер-

сии фондового рынка: краткосрочный положительный эффект переходит в негативный в среднесрочном периоде. Аналогичный подход, основанный на аппарате структурных векторных авторегрессий, используется и в более ранних статьях [D'Amico, Farka, 2003] и [Ben Naceur, Boughara, Ghazouani, 2009].

Таким образом, современные исследования взаимосвязи монетарной политики и фондового рынка для отдельных стран используют один из следующих подходов:

1. Подход, основанный на анализе окон событий. В случае США события — это заседания Федерального комитета по операциям на открытом рынке, на которых принимаются решения о КДП, в Европейском союзе — это собрания Управляющего совета Европейского Центрального банка. Такие встречи проходят на регулярной основе с частотой около одного раза в месяц, их график заранее известен. Однако в связи с тем, что Банк России не проводит встреч аналогичного характера, применение этого подхода в рамках анализа российской экономики реализовать невозможно;
2. Структурные векторные авторегрессии (SVAR). Именно этот подход будет применен в следующем разделе нашей работы.

Данные и методология

В качестве характеристики фондового рынка используются месячные доходности основных индексов Московской биржи — РТС и ММВБ, которые построены на единой базе акций 50 наиболее крупных и динамично развивающихся российских эмитентов, реализующих свою деятельность в основных секторах экономики¹. При этом индекс РТС рассчитывается в долларах США, а индекс ММВБ — в рублях. Доходности индексов были вычислены на основе их котировок, доступных на сайте инвестиционного холдинга «Финам»².

Для выбора подходящей аппроксимации монетарной политики обратимся к обзору финансовой стабильности за 2009 г.³, представленному Банком России. В обзоре опубликованы результаты обследования наиболее крупных российских банков — участников кре-

¹ Индексы — Московская биржа. URL: <http://moex.com/ru/indices>

² Финам.ру — инвестиционная компания. URL: www.finam.ru

³ Департамент исследований и информации Банка России. Обзор финансовой стабильности за 2009 г. Москва, 2010. URL: <http://uploadrb.ru/upload/admins/files/fin-stab-2009r.pdf>

дитного рынка, проведенного летом 2009 г. Его целью являлось выявление существенных факторов, влияющих на ставки по кредитам конечным заемщикам. Обследование показало, что самое сильное воздействие на базовые ставки по кредитам банков оказывают действия конкурентов. Однако политика Банка России также играет не последнюю роль: для ставки рефинансирования индекс влияния составил 49,1%, несколько ниже он оказался для ставки по операциям РЕПО Банка России (37,9%). Более слабое влияние оказывают ставки по рублевым межбанковским кредитам (МБК) на срок свыше одного месяца (44%) и на один день (25%), которые не являются напрямую подконтрольными ЦБ, но отражают условия на денежном рынке. Итак, можно выделить несколько потенциальных характеристик действий монетарных властей.

Обсудим некоторые из них отдельно. Ставка рефинансирования была впервые установлена в 1992 г. и являлась важным инструментом КДП вплоть до сентября 2013 г. Тогда Банк России ввел ключевую ставку и заявил, что она будет использоваться в качестве основного индикатора монетарной политики, в то время как ставка рефинансирования будет иметь второстепенное значение¹. Поскольку в работе проводится анализ данных до 2013 г. включительно, использование ставки рефинансирования в качестве меры КДП является приемлемым. Согласно описанию действующей системы инструментов монетарной политики ЦБ РФ², управление ликвидностью осуществляется через еженедельные аукционы РЕПО. Поскольку в сентябре 2013 г. Банк России назвал именно ставку по этим аукционам ключевой, стоит рассмотреть и ее в качестве еще одной аппроксимации действий монетарных властей. Отметим, что до сентября 2013 г. система инструментов КДП была менее прозрачной, чем в настоящее время, вследствие чего возникают трудности при определении индикативной ставки ЦБ РФ. Поэтому логично рассмотреть ставку по МБК не как непосредственный инструмент Банка России, но в качестве характеристики условий на денежном рынке, на которых сказывается совокупность мер монетарной политики. В виде ставки по МБК может выступать средневзвешенная фактическая ставка по кредитам, предоставлен-

¹ Информация о системе процентных инструментов денежно-кредитной политики Банка России от 13.09.2013. URL: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=130913_13504271.htm

² Система инструментов денежно-кредитной политики / Банк России. URL: http://www.cbr.ru/DKP/print.aspx?file=standart_system/system.htm&pid=dkp&sid=ITM_64117

ным московскими банками (MIACR) в рублях на срок от одного до трех месяцев¹. Альтернативной аппроксимацией монетарной политики может служить темп прироста денежной массы, как, например, в статье [Bekaert, Ноерова, Lo Dusa, 2013]. Обычно в работах по данной тематике используется динамика денежного агрегата M1. Однако в связи с тем, что информация об этом показателе для России отсутствует, воспользуемся темпом прироста денежного агрегата M2. Таким образом, для целей настоящего исследования монетарная политика Центрального банка РФ будет характеризоваться четырьмя показателями: ставкой рефинансирования, ставкой по аукционам РЕПО, ставкой по МБК на срок от одного до трех месяцев и темпом прироста денежного агрегата M2. Все указанные ряды доступны в статистике Банка России.

Также в модель были введены контрольные переменные, описывающие общее состояние экономики Российской Федерации: ставка по долгосрочным кредитам нефинансовым организациям, определяющая деловую активность; индекс выпуска продукции и услуг базовых отраслей экономики; инфляция месяц к месяцу. Данные о ставке были получены из статистики Банка России, остальные ряды — из финансовой информационной системы Bloomberg Professional. Кроме того, поскольку Россия является одним из крупнейших экспортеров нефти, в модель в качестве экзогенной переменной был включен прирост цен на нефть марки Brent (на ее основе определяются цены на российскую марку Urals). Для расчета использовались данные о котировках в долларах и рублях с сайта инвестиционного холдинга «Финам». Еще одной экзогенной переменной в модели стал индекс волатильности Чикагской биржи VIX, который отражает общее состояние мировых финансовых рынков. VIX характеризует ожидания экономических агентов относительно дисперсии фондового рынка США в течение ближайших 30 дней. Его котировки доступны на сайте Чикагской биржи опционов². VIX использовался в рассмотренной ранее работе [Bekaert, Ноерова, Lo Dusa, 2013], исследующей канал принятия риска монетарной трансмиссии, а также в статье [Бадасен, Картаев, Хазанов, 2015] в качестве индикатора внешней конъюнкты при моделировании влияния валютного курса рубля на динамику выпуска.

¹ Период кредитования для ставки MIACR был выбран исходя из наибольшего индекса влияния на базовые ставки банковского сектора. См.: Департамент исследований и информации Банка России. Обзор финансовой стабильности за 2009 г. Москва, 2010.

² VIX Historical Price Data — CBOE. URL: <http://www.cboe.com/micro/vix/historical.aspx>

Совокупная информация о данных, включающая краткие характеристики и временные периоды, с которых они доступны, представлена в табл. 1. Моделирование будет осуществляться с помощью месячных данных. Верхней границей временного периода для всех рядов является декабрь 2013 г. В связи с тем, что данные о ставке по долгосрочным кредитам нефинансовым организациям имеются только с января 2005 г., будем использовать эту дату в качестве нижней границы временного периода в настоящем исследовании.

Таблица 1

Используемые данные

Условное обозначение	Описание	Единицы измерения	Начало ряда
RTSI	Доходность индекса РТС	%	Октябрь 1995
MMVB	Доходность индекса ММВБ	%	Октябрь 1997
OilG	Прирост цен на нефть в долларах (USD) и рублях (RUR)	%	Октябрь 1995
VIX	Котировки индекса волатильности VIX	%	Январь 2004
RR	Ставка рефинансирования	%	Январь 1992
LTC	Ставка по долгосрочным кредитам нефинансовым организациям	%	Январь 2005
M2	Темп прироста денежного агрегата М2	% к предыдущему периоду	Июль 1995
KR	Ставка по аукционам РЕПО сроком на одну неделю (с сентября 2013 — ключевая ставка)	%	Январь 2005
MBK	Ставка по межбанковским кредитам московских банков (MIACR) в рублях на срок от одного до трех месяцев	%	Август 2000
IP	Индекс производства базовых отраслей	% к предыдущему периоду (месяц к месяцу)	Январь 2004
Inf	Инфляция	% к предыдущему периоду (месяц к месяцу)	Октябрь 1995

Индекс производства базовых отраслей, инфляция и объем широкой денежной массы (агрегата M2) подвержены влиянию сезонности, поэтому они были сезонно сглажены¹. После этого для всех временных рядов при помощи расширенного теста Дики—Фуллера был определен их порядок интегрированности.

В соответствии с результатами теста ряды доходностей индексов РТС и ММВБ, темпы прироста цен на нефть и сезонно скорректированный индекс производства являются стационарными сами по себе, в то время как для ставки рефинансирования, ставки МБК, темпа прироста сезонно скорректированного агрегата M2, сезонно скорректированная инфляция и индекса волатильности VIX стационарны первые разности. Для ставки по долгосрочным кредитам нефинансовым организациям гипотеза нестационарности принимается даже при рассмотрении первых разностей. Анализ графика первых разностей показал, что это может быть вызвано изменением ставки больше чем на 2,5 процентного пункта в июне 2005 г., при том, что среднее изменение за исследуемый период около 1 процентного пункта. В остальном график первых разностей соответствует графику стационарного ряда, таким образом, включение первых разностей в модель допустимо. Проведя аналогичный анализ графика сезонно скорректированной инфляции, можно заметить, что тест Дики—Фуллера отклоняет гипотезу об изначальной стационарности из-за выбросов в январе 2012 и 2013 гг.: тогда инфляция в процентах к предыдущему периоду составила $-0,65\%$ и $-0,15\%$ соответственно. Следовательно, и для этого ряда нецелесообразно переходить к первым разностям.

Таким образом, модели будут оцениваться с использованием набора переменных, представленного в табл. 3².

Всего оценивается восемь спецификаций модели. Они характеризуются одинаковым набором контрольных переменных, но разными переменными монетарной политики (как видно из табл. 3, используются четыре различные переменные) и разными переменными, характеризующими динамику фондового рынка (две различные переменные). Полный список спецификаций представлен в первом столбце табл. 5.

¹ Здесь и далее добавление «SA» в название переменной означает «seasonal adjusted», то есть сезонно скорректированная.

² Здесь и далее добавление «d» в название переменной означает, что используются первые разности.

Поскольку российские фондовые индексы рассчитываются в разной валюте, в модели с доходностями индекса РТС будет включен прирост цен на нефть в долларах, а в модели с доходностями индекса ММВБ — прирост цен на нефть в рублях. Для краткости записи обе эти переменные будут обозначаться одинаково: $OilG_t$.

Все оценивание моделей и идентификация всех шоков осуществляются на основе аппарата структурных векторных авторегрессионных моделей.

Таблица 2

Набор переменных для моделирования спецификации моделей

Номер спецификации	Переменная, характеризующая монетарную политику	Переменная, характеризующая динамику фондового рынка	Контрольные переменные
1	dRR_t	$RTSI_t$	Эндогенные: $dLTC_t$, $IPSA_t$, $InfSA_{t-1}$.
2	$dM2SA_t$	$RTSI_t$	
3	dKR_t	$RTSI_t$	
4	$dMBK_t$	$RTSI_t$	Экзогенные: $OilG_t$, $dVIX_t$.
5	dRR_t	$MMVB_t$	
6	$dM2SA_t$	$MMVB_t$	
7	dKR_t	$MMVB_t$	
8	$dMBK_t$	$MMVB_t$	

Результаты моделирования

На первом этапе оценивания каждой из спецификаций был определен оптимальный порядок векторной авторегрессии. Для этого, как правило, пользуются следующими информационными критериями:

- 1) критерий Акаике (AIC);
- 2) критерий Шварца или Байесовский информационный критерий (BIC);
- 3) критерий Хэннана—Квина (HQC).

При этом наиболее удачной считается модель того порядка, для которого критерии минимальны. В табл. 3 приведены значения

критериев для случая, когда максимальный порядок лага SVAR-модели фиксируется на уровне 6, в качестве характеристики КДП используется первая разность ставки рефинансирования, а фондового рынка — доходности индекса РТС. Опираясь на критерии Шварца и Хэннана—Квина, следует выбрать модель порядка 1, в то время как критерий Акаике рекомендует модель порядка 2. Стоит отметить, что в случае, когда максимальный порядок лага равен 12, критерии Шварца и Хэннана—Квина все так же указывают на модель порядка 1, а критерий Акаике — на модель порядка 10. Это иллюстрирует недостаток критерия Акаике: при достаточно большом количестве наблюдений он может выбирать в качестве оптимальной перепараметризованную модель.

Таблица 3

**Значения информационных критериев
для спецификации с dRR_t и $RTSI_t$**

Количество лагов	AIC	BIC	HQC
1	11,551	12,587	11,970
2	11,482	13,165	12,163
3	11,782	14,113	12,725
4	11,734	14,712	12,934
5	12,032	15,657	13,450
6	12,041	16,313	13,770

Сводный анализ информационных критериев по всем возможным спецификациям модели продемонстрирован в табл. 4¹. Согласно ему, во всех случаях следует использовать SVAR-модель порядка 1. Поэтому во всех восьми спецификациях модели использовался этот порядок. Например, для спецификации № 1 из табл. 2 можно следующим образом в явном виде записать оцениваемую SVAR модель:

$$\begin{aligned}
 dRR_t &= \gamma_{10} + \gamma_{11}dRR_{t-1} + \gamma_{12}dLTC_{t-1} + \gamma_{13}IPSA_{t-1} + \gamma_{14}InfSA_{t-1} + \\
 &\quad + \gamma_{15}RTSI_{t-1} + \gamma_{16}OilG_t + \gamma_{17}dVIX_t + \varepsilon_{1t}, \\
 dLTC_t &= \gamma_{20} + \gamma_{21}dRR_{t-1} + \gamma_{22}dLTC_{t-1} + \gamma_{23}IPSA_{t-1} + \gamma_{24}InfSA_{t-1} + \\
 &\quad + \gamma_{25}RTSI_{t-1} + \gamma_{26}OilG_t + \gamma_{27}dVIX_t + \varepsilon_{2t},
 \end{aligned}$$

¹ Поскольку контрольные и экзогенные переменные одинаковы для всех спецификаций, характеризовать каждую конкретную модель будут меры КДП и динамики фондового рынка.

$$\begin{aligned}
dIPSA_t &= \gamma_{30} + \gamma_{31}dRR_{t-1} + \gamma_{32}dLTC_{t-1} + \gamma_{33}IPSA_{t-1} + \gamma_{34}InfSA_{t-1} + \\
&\quad + \gamma_{35}RTSI_{t-1} + \gamma_{36}OilG_t + \gamma_{37}dVIX_t + \varepsilon_{3t}, \\
dInfSA_t &= \gamma_{40} + \gamma_{41}dRR_{t-1} + \gamma_{42}dLTC_{t-1} + \gamma_{43}IPSA_{t-1} + \gamma_{44}InfSA_{t-1} + \\
&\quad + \gamma_{45}RTSI_{t-1} + \gamma_{46}OilG_t + \gamma_{47}dVIX_t + \varepsilon_{4t}, \\
dRTSI_t &= \gamma_{50} + \gamma_{51}dRR_{t-1} + \gamma_{52}dLTC_{t-1} + \gamma_{53}IPSA_{t-1} + \gamma_{54}InfSA_{t-1} + \\
&\quad + \gamma_{55}RTSI_{t-1} + \gamma_{56}OilG_t + \gamma_{57}dVIX_t + \varepsilon_{5t}.
\end{aligned}$$

Для остальных спецификаций модель будет выглядеть аналогично. Изменяются только переменные монетарной политики и динамики фондового рынка.

Таблица 4

Рекомендованный порядок лагов для всех спецификаций

Спецификация	Рекомендованный порядок лагов ¹		
	AIC	BIC	HQC
1. dRR_t и $RTSI_t$	(10)	(1)	(1)
2. $dM2SA_t$ и $RTSI_t$	(8)	(1)	(1)
3. dKR_t и $RTSI_t$	(9)	(1)	(1)
4. $dMBK_t$ и $RTSI_t$	(12)	(1)	(1)
5. dRR_t и $MMVB_t$	(9)	(1)	(1)
6. $dM2SA_t$ и $MMVB_t$	(12)	(1)	(1)
7. dKR_t и $MMVB_t$	(8)	(1)	(1)
8. $dMBK_t$ и $MMVB_t$	(12)	(1)	(1)

Во всех оцененных спецификациях осуществлялось тестирование отсутствия автокорреляции в остатках, основным последствием которой является несостоятельность оценок коэффициентов. Для этого использовался тест Льюинга—Бокса. Его нулевая гипотеза заключается в том, что все коэффициенты автокорреляции до k -го порядка включительно равны нулю. В нашем случае максимальный порядок лага установлен на уровне 12 (что соответствует одному году). В табл. 5 приведены результаты теста для всех спецификаций. Выделенные p -значения являются недостаточно высо-

¹ Из максимальных 12.

кими, чтобы принять гипотезу об отсутствии автокорреляции. Таким образом, нельзя говорить о корректности оценок, полученных в спецификациях № 2 и № 6, зато оценки в остальных моделях являются корректными. Отметим, что использование в спецификациях № 2 и № 6 ряда $M2SA_t$, а не его первых разностей в качестве меры КДП проблему автокорреляции не решает и даже усугубляет.

Таблица 5

Результаты теста Льюинга—Бокса на автокорреляцию

P-значение теста Л-Б	Спецификация в соответствии с табл. 7							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Уравнение для $dRR_t / dM2SA_t / dKR_t / dMBK_t$	0,120	0,063	0,319	0,275	0,213	0,061	0,198	0,194
Уравнение для $dLTC_t$	0,841	0,919	0,934	0,913	0,841	0,912	0,943	0,905
Уравнение для $IPSA_t$	0,227	0,815	0,507	0,684	0,238	0,755	0,463	0,708
Уравнение для $InfSA_{t-1}$	0,366	0,609	0,457	0,385	0,359	0,602	0,429	0,37
Уравнение для $RTSI_t / MMVB_t$	0,873	0,848	0,839	0,786	0,853	0,850	0,807	0,804

На последнем этапе моделирования для интерпретации полученных результатов на основе декомпозиции Холецкого были построены импульсные функции отклика. Для этого используемые переменные были упорядочены по степени эндогенности: от самых независимых к самым эндогенным. Наиболее независимой переменной в данном контексте будем считать аппроксимацию монетарной политики, поскольку обычно ЦБ требуется время как минимум в один период, чтобы проанализировать текущую экономическую ситуацию и скорректировать свои действия в ответ на ее изменения. Чуть менее независимой переменной можно назвать ставку по долгосрочным кредитам нефинансовым организациям, поскольку мгновенный эффект на нее оказывает только политика Банка России, а изменения всех остальных рассматриваемых переменных учитываются в последующих периодах. Продолжает этот ряд сезонно скорректированный индекс базовых отраслей: шок КДП и ставки по долгосрочным кредитам, произошедший в период

t , может отразиться на нем уже в том же периоде t . Более эндогенной является инфляция, на которой сказывается изменение всех предшествующих переменных. Последними в ряду, самими эндогенными будем полагать характеристики фондового рынка. Действительно, котировки фондовых индексов, из которых рассчитываются доходности, очень быстро реагируют на шоки в экономике. В соответствии с вышесказанным были получены матрицы краткосрочных ограничений и получены функции импульсного отклика для разных спецификаций модели.

Указанные выше соображения о порядке эндогенности используемых переменных являются дискуссионными. Поэтому для проверки устойчивости результатов мы также изменяли порядок эндогенности для контрольных переменных. Выяснилось, что изменение этого порядка не оказывает существенного влияния на поведение импульсных функций и, следовательно, на качественные выводы моделирования.

Поскольку в настоящей работе исследуется влияние монетарной политики на динамику фондовых рынков, особенный интерес представляют именно отклики доходностей индекса РТС и ММВБ на шоки в переменных, аппроксимирующих КДП. Напомним, что в спецификациях № 2 и № 6, в которые в качестве инструмента КДП входит темп прироста сезонно скорректированного денежного агрегата М2, была обнаружена автокорреляция, вызывающая несостоятельность оценок. По этой причине нет смысла в анализе импульсных функций отклика, полученных на основе этих спецификаций. Импульсные функции отклика для остальных спецификаций (то есть для спецификаций 1, 3–5, 7 и 8) приведены на рис. 1–5 в приложении 1. Кроме точечных оценок откликов переменных на шоки, на графиках также отмечены 90%-ные доверительные области, рассчитанные на основе метода бутстрапирования.

Как видно на рис. 1, положительный шок ставки рефинансирования — ее увеличение — влечет за собой снижение доходностей индекса РТС в следующем периоде. При этом влияние остается значимым вплоть до 5-го периода, а максимальный эффект достигается в 1-м периоде после шока. Аналогичный результат получен и для доходностей индекса ММВБ: сдерживающая монетарная политика оказывает негативное воздействие на динамику фондового рынка (рис. 2). Эффект значим со 2 по 5-й период и наиболее силен во 2-м периоде. Для обоих фондовых индексов влияние затухает уже к 6-му периоду, таким образом, шок монетарной политики абсорбируется за полгода. Кроме общей гипотезы о том, что рост ставки

влечет за собой перераспределение средств от фондового рынка в пользу безрисковых активов, полученный результат можно обосновать и действием балансового канала монетарной трансмиссии. Поскольку ставка рефинансирования имеет некоторые фискальные функции, закрепленные в Налоговом кодексе, ее изменение может отражаться на балансе компаний и, как следствие, на стоимости их акций.

На рис. 3 представлены отклики доходностей российского фондового рынка на шок ключевой ставки, она же ставка по недельным аукционам РЕПО. Эффект от ее изменения в целом похож на влияние ставки рефинансирования, однако является незначимым на протяжении всего периода реализации. Это можно объяснить тем, что за рассматриваемый период (январь 2005 — декабрь 2013 г.) ставка по аукционам РЕПО менялась только во время кризиса 2008—2010 гг. Кроме этого, было также всего четыре случая незначительных изменений — на 0,2 процентного пункта — в 2011—2013 гг. Ввиду этого на основе имеющейся выборки сложно связать динамику фондового рынка с поведением ключевой ставки.

Согласно рис. 4, в ответ на шок ставки по межбанковскому кредитованию доходность индекса РТС значительно снижается уже в следующем периоде. Однако длительность эффекта невелика — значимое влияние сохраняется только два месяца. Аналогично реагируют на ужесточение условий на денежном рынке доходности индекса ММВБ: значимое воздействие шока денежной политики на этот индекс наблюдается в текущем и следующем после шока месяцах (рис. 5).

Заключение

В представленном исследовании был использован широкий набор различных переменных, характеризующих денежно-кредитную политику: рассмотрены спецификации со ставкой рефинансирования, ставкой по аукционам РЕПО сроком одна неделя (с 2013 — ключевая ставка), ставкой по межбанковскому кредитованию и приростом денежного агрегата М2. На основе полученных результатов можно сделать следующие выводы.

Рост ставки рефинансирования ведет к значимому снижению доходности фондовых индексов (РТС и ММВБ) в следующем периоде, и значимый эффект сохраняется в течение шести месяцев.

Не удалось обнаружить значимого воздействия изменения ключевой ставки процента на динамику фондового рынка. По всей ви-

димости, этот результат связан со сравнительно недавним переходом Банка России к использованию ключевой ставки в качестве основного инструмента монетарной политики.

Рост ставки МБК имеет мгновенный значимый отрицательный эффект на доходности индексов РТС и ММВБ, который абсорбируется за два месяца.

Таким образом, полученные в рамках настоящего исследования результаты позволяют с уверенностью утверждать, что монетарная политика Банка России оказывает значимое влияние на российский фондовый рынок: сдерживающая монетарная политика оказывает негативное воздействие на динамику доходностей индексов РТС и ММВБ, однако этот эффект остается краткосрочным и сохраняется не более полугода.

Список литературы

1. *Бадасен П. В., Картаев Ф. С., Хазанов А. А.* Эконометрическая оценка влияния валютного курса рубля на динамику выпуска // Деньги и кредит. 2015. № 7.
2. *Basistha A. and Kurov A.* Macroeconomic cycles and the stock market's reaction to monetary policy // Journal of Banking & Finance, Elsevier. 2008. Vol. 32(12). P. 2606–2616. December.
3. *Bekaert, Geert & Hoerova, Marie & Lo Duca, Marco.* Risk, uncertainty and monetary policy // Journal of Monetary Economics, Elsevier. 2013. Vol. 60(7). P. 771–788.
4. *Ben Naceur, Sami and Boughrara, Adel and Ghazouani, Samir.* On the Linkage between Monetary Policy and MENA Stock Markets // Working Papers 455, Economic Research Forum. 2009.
5. *Bernanke Ben S. & Gertler Mark & Gilchrist Simon.* The financial accelerator in a quantitative business cycle framework // Handbook of Macroeconomics. In: J. B. Taylor & M. Woodford (ed.), Handbook of Macroeconomics. Edition 1. Vol. 1. Chapter 21. P. 1341–1393. Elsevier.
6. *Bernanke B. and Kuttner K.* What explains the stock market's reaction to Federal Reserve policy // Journal of Finance. 2005. 60, 1221–1257.
7. *Bodie Zvi, Kane Alex, Marcus Alan.* Essentials of Investments. McGraw Hill, 2004.
8. *Castelnuovo Efram & Nisticò Salvatore.* Stock market conditions and monetary policy in a DSGE model for the U.S. // Journal of Economic Dynamics and Control, Elsevier. 2010. Vol. 34(9). P. 1700–1731. September.
9. *Chami Ralph and Cosimano Thomas F. and Fullenkamp Connel.* The Stock Market Channel of Monetary Policy. February 1999. IMF Working Paper No. 99/22.

10. D'Amico, Stefania & Mira Farka. The Fed and Stock Market: A Proxy and Instrumental Variable Identification // Royal Economic Society Annual Conference 2003 52, Royal Economic Society. 2003.
11. *Hau Harald & Lai Sandy*. Asset Allocation and Monetary Policy: Evidence from the Eurozone. CEPR Discussion Papers 9581, C. E.P. R. Discussion Papers.
12. *Maio Paulo F*. Another Look at the Stock Return Response to Monetary Policy Actions // Review of Finance. 2014. 18. P. 321–371.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Badasen P.V., Kartaev F.S., Khazanov A.A.* Ekonometricheskaya otsenka vliyaniya valyutnogo kursa rublya na dinamiku vypuska // Den'gi i kredit. 2015. № 7.

Приложение 1. Импульсные функции отклика

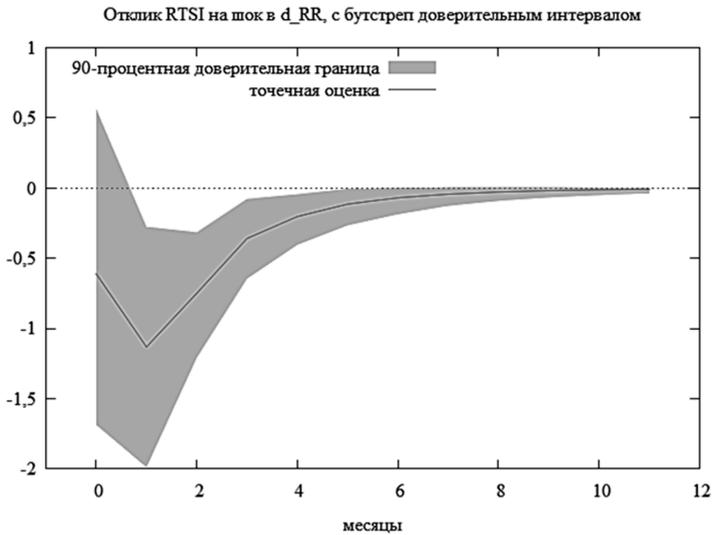


Рис. 1. Импульсные функции отклика, основанные на спецификации модели № 1

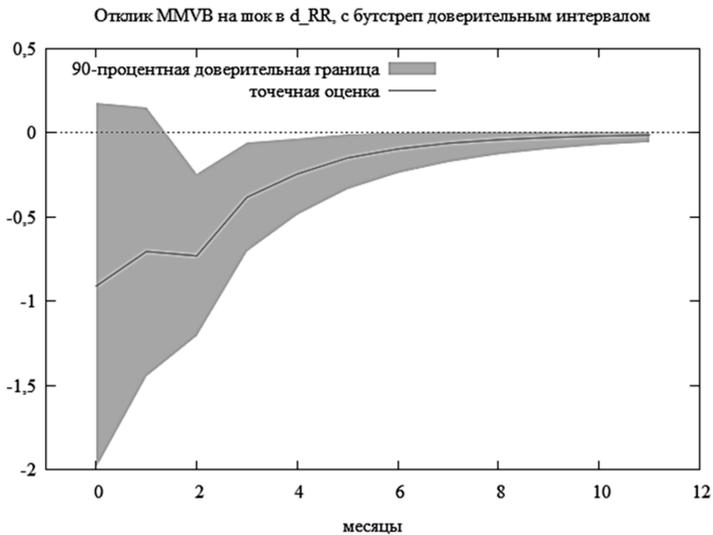


Рис. 2. Импульсные функции отклика, основанные на спецификации модели № 5

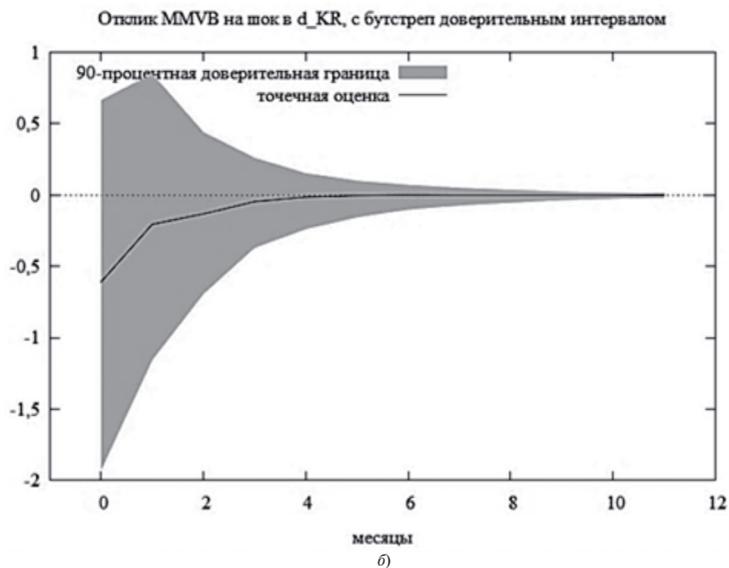
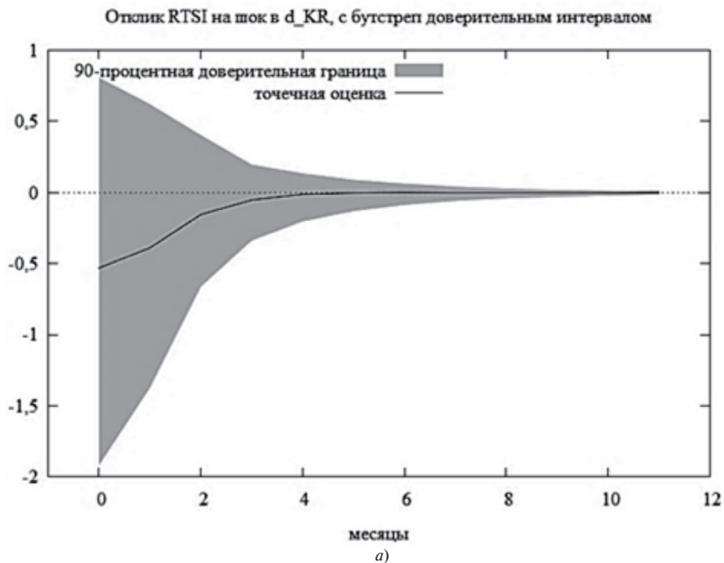


Рис. 3. Импульсные функции отклика, основанные на спецификациях № 3 (а) и № 6 (б)

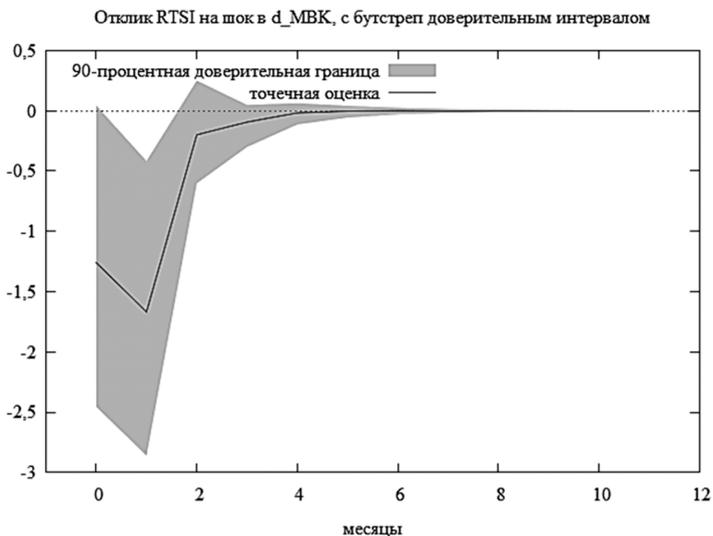


Рис. 4. Импульсные функции отклика, основанные спецификации модели № 4

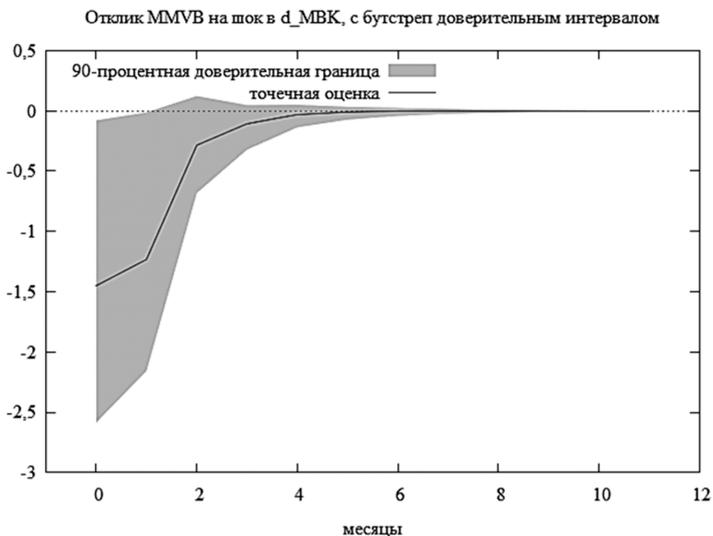


Рис. 5. Импульсные функции отклика, основанные на спецификации модели № 8

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

А. А. Мальцев¹,

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург, Россия)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТ ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УЧЕНИЙ: НОВЫЕ ИСТОРИОГРАФИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ²

Данная статья посвящена анализу особенностей современной методологии истории экономических учений. В исследовании выявлены причины утраты доминирующего положения в историографии приверженцев абсолютистской интерпретации истории экономической мысли. Установлены факторы, обусловившие расширение методологического арсенала историков экономических учений на рубеже XX–XXI столетий. Осуществлена систематизация содержания ключевых подходов к исследованию истории экономической мысли. Определены основные достоинства и недостатки наиболее распространенных в настоящее время методологических принципов изучения истории экономических учений и рассмотрены перспективы достижения историографического консенсуса.

Ключевые слова: история экономических учений, абсолютизм, релятивизм, позитивизм, постмодернизм.

METHODOLOGICAL LANDSCAPE OF THE HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT: NEW HISTORIOGRAPHICAL ALTERNATIVES AND OPPORTUNITIES

The article deals with the analyses of the modern history of economic thought methodology. The study traces the causes, which led to the loss of dominance of the proponents of absolutist interpretation of the history of economic thought in historiography. The factors that led to the expansion of the methodological arsenal

¹ Мальцев Александр Андреевич, к.э.н., доцент кафедры мировой экономики; e-mail: almalzev@mail.ru

² Статья выполнена при поддержке гранта Президента РФ № МК-5700.2016.6.

used by the historians of economic thought at the turn of XX–XXI centuries are determined. The author attempts to systematize the content of the key approaches to the study of the history of economic thought. The article reveals the main advantages and disadvantages of the most widespread present time methodological principles of studying the history of economic thought and examines the prospects to achieve historiographical consensus.

Key words: history of economic thought, absolutism, relativism, positivism, postmodernism.

Введение

Последняя треть XX — начало XXI столетия в плане развития исследований прошлого экономической науки вошли в историю под названием «Десятилетий методологических дебатов». Одна из наиболее острых дискуссий развернулась вокруг выбора способа анализа истории экономических учений (ИЭУ). Истоки этого спора уходят корнями в середину XX в., когда история мысли начала получать методологическую самостоятельность и обретать отличный от экономической теории предмет изучения. Если до 1960-х гг. ИЭУ рассматривалась большинством исследователей как «просто историческое продолжение экономической теории» [Goodwin, 2008], то спустя несколько десятилетий все больше экспертов полагали, что «история экономических учений должна стать автономной (от экономической теории. — А. М.) и изучаться сама по себе» [Backhouse, 1995, p. 45]. Вполне естественно, стремление к выделению ИЭУ из предметного поля экономической науки активизировало разработку новых и модернизацию уже существующих подходов к изучению истории экономической мысли.

По-видимому, именно высоким накалом противоборства между сторонниками различных взглядов на эволюцию экономической науки можно объяснить ситуацию, сложившуюся в современной историографии, когда история экономических учений, преимущественно освещается под каким-то одним углом зрения. Многие авторы в пылу полемического задора столь щедро критикуют — в большинстве случаев справедливо — своих оппонентов и настолько активно занимаются методологическим прозелитизмом, что зачастую недостаточно четко формулируют суть своей позиции. Как итог, ожесточенная дискуссия порождает определенное чувство растерянности от чрезмерной широты набора историографических подходов, естественно, вызывая определенные затруднения при выборе оптимального инструментария анализа истории экономической мысли.

Для облегчения выбора метода(ов) исследования ИЭУ мы попытаемся систематизировать основные современные способы изучения истории экономических учений. В целях решения этой задачи в первой части статьи будут проанализированы причины утраты доминирующего положения приверженцев абсолютистской интерпретации ИЭУ и выявлены факторы, обусловившие расширение историографического диапазона в конце XX — начале XXI столетия. Во второй — продемонстрировано содержание ключевых подходов к исследованию истории экономических учений. В третьей — выявлены сильные и слабые стороны наиболее распространенных в настоящее время историографических установок и оценены перспективы их синтеза.

1. Крах абсолютистской монополии

Один из крупнейших знатоков истории экономической мысли М. Блауг дал следующую характеристику приверженцам абсолютистской методологии: «абсолютист... следит только за строго интеллектуальным развитием предмета, которое... рассматривает как неуклонный прогресс от ошибки к истине» и высокомерно относится к авторам прошлого [Блауг, 1994, с. 1]. По всей видимости, Ж.-Б. Сэй стал первым экономистом, предельно четко сформулировавшим данную точку зрения. «...Чем больше мы знаем о какой-то науке, — писал в 1829 г. французский ученый, — тем меньше возникает нужды заниматься изучением ложных и сомнительных мнений, приведших этот предмет к его сегодняшнему состоянию. Наш долг — с уважением относясь к ошибкам прошлого, не заниматься их воскрешением, а просто забыть их» [цит. по: Hutchison, 1978, p. 213]. Несмотря на то что подобная сентенция не нашла отклика даже у бывшего студента Сэя — Ж.-А. Бланки, специально подчеркнувшего в предисловии к своей «Истории политической экономии в Европе», что «в отличие от Ж.-Б. Сэя... не будет ограничиваться анализом курса политической экономии начиная с Кенэ с добавлением нескольких слов вежливости к предшествующим векам» [цит. по: Groenewegen, 2002, p. 50–51], именно абсолютисты к началу второй половины XX столетия захватили лидерство в сфере изучения ИЭУ.

Например, нобелевский лауреат Дж. Стиглер в конце 1960-х гг. совершенно определенно говорил о том, что на интеллектуальном рынке выживают только наиболее востребованные идеи. Следовательно, «от чтения старых авторов нет никакой умственной пользы»

[Voettke, 2001a, p. 121]. Абсолютистская риторика отличала раннее творчество аспиранта Дж. Стиглера — М. Блауга. В 1994 г. Блауг описал методологическую позицию, занятую им в своем главном труде «Экономическая мысль в ретроспективе» (вышел в свет в 1962 г.), следующим образом: «Я объявил себя непримиримым абсолютистом и подтрунивал над релятивистами на всем протяжении книги» [Blaug, 2004, p. 79]. С не меньшим рвением достоинства абсолютизма пропагандировал другой выдающийся экономист — П. Самуэльсон, предложивший «изучать прошлое с позиции современного состояния экономической науки» [Kurz, 2013, p. 4]. По мнению профессора Университета Джорджа Мейсона П. Беттке, в своем стремлении оценивать работы ученых прошлого в виговском духе «кто, сколько внес (алгебраической) добавленной стоимости в общий дом знания» [Kliman, 2007, p. 10] нобелиат фактически дошел до «постулирования того, что практически все, достойное обсуждения в экономике, может быть найдено в его работе» [Voettke, 2001a, p. 121].

Объяснение того, почему лучшие умы экономической науки 1950–1980-х гг. в своем большинстве легко согласились с утверждением «кому нужен Смит после Самуэльсона» [Bolduing, 1971], по нашему мнению, прежде всего, кроется в завершении в послевоенный период начатой еще в 1940-е гг. формалистско-позитивистской революции [Voettke, 2001b, p. 236; McCloskey, 1994, p. 127]. Данный методологический переворот означал следующее. Во-первых, экономисты «основного русла» стали ощущать себя физиками и математиками с их кредо «только измерение есть наука» [Voettke, 1994, p. 3] и верой в то, что все теоретические наработки прошлого нашли отражение в трудах их современников. Во-вторых, экономисты начали применять научную методологию и технику анализа, или, проще говоря, «использовать математику в качестве языка, а физику в качестве образца для подражания» [Szenberg M. et al., 2006, p. 1]. В-третьих, экономисты для соответствия критериям научности, принятым в точных науках, взяли курс на интеллектуальную автономию от таких «отсталых» предметов, как история и философия, которые не могут вывести «универсальные законы, как математика или механика» [Emmett, 1999, p. 28].

Однако уже в конце 1980-х гг. все сильнее стали раздаваться призывы к большему методологическому плюрализму в изучении ИЭУ, вылившиеся в быстрое размывание «монополии» абсолютизма к началу третьего тысячелетия. Конечно, попытки оспорить абсолютистскую ортодоксию предпринимались и ранее, но большая часть из них разбивалась о критику со стороны абсолютистского большин-

ства и равнодушие к историографическим вопросам мейнстримного экономического сообщества. Представители альтернативных взглядов на эволюцию ИЭУ даже в начале 1980-х гг. могли лишь мечтать о том, чтобы «достучаться» до академического Олимпа, занимаемого, скажем, такими гигантами, как Р. Коуз, убежденного во вневременном, не зависящем от внешних обстоятельств характере экономической науки: «Заявления о том, что развитие экономической теории не сильно зависит от текущих событий в экономическом мире, и то, что работа экономтеоретика не имеет отношения к экономической политике... в значительной степени верны» [Coase, 1982, p. 22].

Однако совсем скоро натиск мятежников, дерзнувших поставить под сомнение справедливость философского абсолютизма «основного русла», заставил корифеев уровня лауреата Нобелевской премии Р. Солоу не только обратить на бунтовщиков внимание, но и признать, что некоторые из них «находятся в нештучной опасности зайти слишком далеко». Главную тревогу специалистов старой школы вызывали опасные, на их взгляд, заигрывания смутьянов с релятивизмом, подрывавшим веру в возможность нахождения истины и затруднявшим привычную для абсолютистов категоризацию чего-либо на «плохое» и «хорошее». «Я переживаю, — откровенно признавал Солоу, — ...что (противники абсолютизма. — *А. М.*) все больше утверждаются во мнении, будто все способы аргументации одинаково хороши. В этом случае я на стороне оруэлловских свиней: все доводы равны, но некоторые равнее других» [Solow, 1988, p. 32].

Тем не менее деликатные возражения Солоу не смогли остановить рост интереса исследователей конца XX столетия к релятивистскому подходу в экономической методологии и ИЭУ, подразумевающего рассмотрение теорий прошлого «как более или менее точное отражение тогдашних условий» [Блауг, 1994, с. 1]. При этом даже казавшиеся еще совсем недавно грозными обвинения релятивистов в том, что их подход рождает «отвратительную экономическую теорию» [Gordon, 1965, p. 127], больше не отпугивали ученых. Более того, некогда непоколебимые абсолютисты отказались от антирелятивистских убеждений или смягчили отношение к релятивизму. Так, в 1990–2000-е гг. произошло методологическое перерождение Блауга. Списав свою увлеченность абсолютизмом на ошибку молодости, экономист признал: «Абсолютизм... разрушает историческое понимание прошлого» [Blaug, 2004, p. 79] и принялся популяризировать следующий тезис: «исторические реконструкции (рассмотрение теорий прошлого в их историческом контексте. — *А. М.*)... —

единственно правильное занятие историков экономической мысли» [Blaug, 2002, p. 80].

Схожие метаморфозы произошли с другим интеллектуальным титаном — П. Самуэльсоном. Хотя нобелевский лауреат не устраивал публичных «раскаяний» в своей приверженности абсолютизму, трансформация некоторых взглядов «отца современной экономической теории» [Parker, 2002, p. 25] на склоне лет не может не броситься в глаза. Во-первых, ученый начал надеяться на то, что «при встрече со святым Петром моим самым страшным преступлением будет поддержка виговского подхода к истории науки» [Medema, Waterman, 2010, p. 70]. Во-вторых, за полгода до своего ухода из жизни профессор сделал принципиальное заявление: «Экономика очень далека от точной науки» [Clarke, 2009]. Следовательно, к «королеве социальных дисциплин» едва ли применим характерный для естествознания и защищавшийся мэтром на протяжении всей жизни кумулятивный взгляд на развитие науки, формирующий сердцевину самуэльсоновского подхода к историографии.

Столь радикальное изменение представлений ученых, которых, при всем желании, трудно заподозрить в непостоянстве и легкомыслии, с нашей точки зрения, можно объяснить лишь какими-то глубокими сдвигами в социально-экономическом климате последней трети XX столетия и очередной сменой философских настроений экономического сообщества.

Многие современные обществоведы сходятся во мнении, что одним из наиболее подходящих терминов для характеристики мировоззренческой атмосферы рубежа второго и третьего тысячелетий является парадигма постмодерна. Применительно к научной деятельности, постмодернизм отрицает принципы, формирующие каркас философии модернизма и Просвещения. Так, постмодернисты решительно отвергают возможность нахождения абсолютного знания, считают иллюзорным поиск правды и ставят под сомнение способность беспристрастного описания реальности [Van Assalet, 2000, p. 79], а научную объективность и вовсе называют «шарадой, сконструированной обществом» [Biology in Society]. Как бы то ни было, в ИЭУ начала третьего тысячелетия резко ослабили позиции сторонников абсолютизма и, напротив, расширилось число приверженцев постмодернистских тенденций в историографии. Постмодернизм, самую суть которого крупный специалист в области истории мысли У. Самуэльс определил именно как релятивизм, с его неприятием какого-либо детерминизма, наложил свой отпечаток и на релятивистскую методологию [Johnson et al., 2012, p. 140].

На смену релятивистам, гротескно изображенным ранним Блаугом в виде людей, пытающихся установить прямую причинно-следственную связь между изменениями в хозяйственных институтах и экономическом мышлении [Блауг, 1994, с. 2–3], пришли другие специалисты. Их методологическую позицию в целом можно охарактеризовать как интерпретивизм — стремление, избегая выделения какого-то одного фактора, воздействующего на развитие теоретических представлений, восстановить истинный смысл, вкладываемый автором изучаемого произведения в свой текст через реконструкцию контекстов, окружающих анализируемую работу. Это течение в современной историографии представлено такими субнаправлениями, как конструктивистский подход, интеллектуальная история, др. Впрочем, в полном соответствии с постмодернистским императивом толерантности в ИЭУ начала XXI в. с «интерпретивистами» мирно сосуществуют идейные продолжатели Сэя, отстаивающие «право на жизнь» абсолютистского подхода, именуемого теперь методом рациональных реконструкций.

2. Основные современные подходы к изучению ИЭУ

Основное содержание наиболее распространенных в настоящее время подходов к исследованию истории экономических учений мы свели в табл. 1. В качестве комментария заметим, что, как и любая другая классификация, типологизация методологии ИЭУ достаточно условна. Мало кого из специалистов по истории мысли можно однозначно отнести, скажем, к категории «сто процентных» релятивистов или абсолютистов. Более того, многие ученые даже в рамках одной работы зачастую не могут определиться в своих методологических предпочтениях. Начав изучение творчества какого-нибудь экономиста прошлого в русле абсолютизма, к концу исследования авторы подчас прибегают к релятивистской интерпретации [Blaug, 2002, p. 80].

Задача составления подробной типологии методов ИЭУ дополнительно осложняется созданием за последние десятилетия целого калейдоскопа подходов, сочетающих в себе элементы разнообразных научных школ, и нечеткостью концептуальных границ между отдельными направлениями изучения истории мысли. Так же не просто, памятуя о том, что в течение жизни специалист способен — как это произошло, например, с Блаугом — изменить свои взгляды, и из-за отсутствия во многих работах прямых указаний на используемый автором способ изучения истории экономических учений,

Краткое содержание и основные представители современных подходов к изучению ИЭУ

Абсолютизм	Канон	Релятивизм
<p>Интернализм / Internalism (ранний М. Блауг / M. Blaug, Дж. Крилли / J. Sresedy, К. Гувер / K. Hoover, П. Кругман / P. Krugman, Г. Мэнкью / G. Mankiw)</p> <p>Взгляд, согласно которому развитие ИЭУ представляет собой процесс, движимый внутренней логикой экономической теории, не зависящей от хозяйственной истории, в рамках которого в результате интеллектуального соперничества «выживают» только наиболее плодотворные теории</p>	<p>Подход</p> <p>Экстернализм / Externalism (М. Ауджелло / M. Augello, Б. Бейтман / V. Bateman, М. Берг / M. Berg, М. Гайди / M. Guidi, М. Лаутценхайзер / M. Lutzehelzer, Д. Росс / D. Ross, Э. К. Хант / E. K. Hunt)</p> <p>Рассмотрение истории экономической мысли в тесной связи с изменениями условий хозяйствования, трансформациями идеологий и вызванными ими мировоззренческими сдвигами</p>	
<p>«Тонкая» история / Thin history (С. Кейтс / S. Kates, И. Москати / I. Moscati, Т. Хатчисон / T. Hutchison)</p> <p>Способ изучения ИЭУ, отличающийся исследованием аналитических конструкций, созданных мыслителями прошлого, без учета каких-либо внешних обстоятельств, оказывающих влияние на историю мысли</p>	<p>«Толстая» история / Thick history (А.У. Б. Коутс / A. W. V. Coats, Р. Эмметт / R. Emmett)</p> <p>Представление о том, что экономические теории следует изучать на фоне социального контекста, а также с учетом особенностей организации и противоречий внутри профессиональных сообществ, в которых приходилось работать их авторам</p>	
<p>Рациональные реконструкции / Rational reconstructions / Виговская история / Whig history (Р. Бэхаус / R. Backhouse, Т. Негитши / T. Negishi, Ю. Ниханс / J. Niehans)</p> <p>Исследовательская техника, используемая для изображения эволюции историко-экономических учений как восхождения от «пожрых» идей прошлого к «правильным» современным концепциям и перевода «вербальных» теоретических воззрений старых авторов на язык математики</p>	<p>Исторические реконструкции / Historical reconstructions (Р. Кэнтробери / R. Santeberby, А. Ронкаглиа / A. Roncagli, поздний М. Блауг / M. Blaug, Г. Шпигель / H. Spiegel)</p> <p>Метод, нацеленный на реконструкцию изначального смысла теории через восстановление исторического, институционального и философско-культурного ландшафтов, окружающих концепции прошлых лет</p>	
<p>Доксография / Doxography (Г. Дикхойер / G. Dieckheuer, Д. Сальвагоре / D. Salvatore, В-Б. Чанг / W-B. Chang)</p> <p>Прием, посредством которого исследователь пропускает концепции прошлого через «фильтр» современной ортодоксии и разделяет их на «хорошие» и «плохие» по принципу соответствия или несоответствия актуальной в текущий период исследовательской проблематике</p>	<p>Интеллектуальная история / Geistesgeschichte (Дж. Биддл / J. Biddle, Л. Мосс / L. Moss, У. Самуэлс / W. Samuels)</p> <p>Историографическая традиция, в рамках которой рассматривается не столько частный вклад в развитие теории отдельных авторов, сколько вскрываются механизмы постановки исследовательской проблемы и формирования научных канонов, для чего анализируемые концепции помещаются в широкий интеллектуальный контекст</p>	

Канон		Релятивизм
Абсолютизм		Подход
<p>Презентизм / Presentism (Дж. Коэн / G. A. Cohen, Э. О. Райт / E. O. Wright, С. Холландер / S. Hollander) Методологический подход, сторонники которого обсуждают экономические представления прошлого с позиций современного состояния науки с конечной целью подготовки к введению на их основе новых теорий, использующих старые концепции для придания ореола историчности своим идеям</p>	<p>Конструктивизм / Constructivism (Э. Р. Вайнтрауб / E. R. Weintraub, А. Кламер / A. Klamer, Ю. Йонай / Y. Yonay, Д. Макклоски / D. McCloskey, Ф. Мировски / P. Mirowski, Е.-М. Сент / E.-M. Sent, М. Шабас / M. Schabas) Совокупность концепций, ориентированных на изучение дискурсов — риторического инструментария и особенностей применяемых экономистами метафор, при помощи которых ученые интерпретируют окружающий мир</p>	<p>Деканонизационная история / Decanonizing history (В. Браун / V. Brown) Точка зрения, согласно которой ИЭУ не может рассматриваться сквозь призму какой-то одной общепринятой интерпретации, вместо этого ученые необходимо рассматривать группы экономистов прошлого с разных доктринальных позиций и пытаться поставить себя на место современников автора анализируемого произведения</p>
<p>Аналитическая история / Analytic history (Д. А. Уолкер / D. A. Walker, Э. М. Ч. Уотерман / A. M. C. Waterman) Разновидность интернационалистской истории, сторонники которой изучают развитие экономической теории через критику научных достижений экономистов прошлого «с высоты» сегодняшнего состояния дел в экономической науке</p>	<p>«Назад в прошлое» (М. Скусен / M. Skousen) Стратегия исследований, нацеленная на доказательство преимуществ старых концепций перед новыми, очищение теорий прошлого от более поздних наслоений и представление ИЭУ как кладовой, содержащей полезные наработки для строительства новых теоретических построений</p>	<p>Национально-ориентированная история / National-oriented history (А. Дой / A. Dow, Ш. Дой / S. Dow, Ч. Маккэнн / C. McCann, М. Перлман / M. Perlman) Трактовка истории экономических учений как набора школ экономической мысли отдельных стран, отражающих специфику национального менталитета и своеобразия характера различных народов</p>
Вне канона		
<p>Интеллектуальная археология / Intellectual archeology (Э. Райнерт / E. Reiner) Особая категория историографических исследований, нацеленных на открытие имен забытых или еще неизвестных экономистов прошлого, поиск неизвестных современных специалистам и ранее не опубликованных манускриптов, книг, писем, др.</p>		
<p>Популярная история / Popular history (С. Назар / S. Nasar, Р. Хейлбронер / R. Heilbroner) Манера повествования об идеях великих экономистов прошлого, а также времени, в котором жили ученые, обыденным языком, позволяющая популяризировать историю экономических учений среди широкого круга читателей</p>		

однозначно классифицировать современных экспертов в области ИЭУ по различным исследовательским школам. Поэтому сразу оговоримся: наша систематизация не претендует на охват всей панорамы воззрений на развитие ИЭУ и представляет собой обзор наиболее распространенных способов рассмотрения истории экономической науки.

Понимая всю абстрактность выделения каких-то идейных лагерей, мы полагаем, что, несмотря на кажущееся исчезновение былой парадигмальной дуополии, за широкой палитрой новых приемов рассмотрения ИЭУ по-прежнему просматриваются устои двух великих историографических альтернатив — абсолютизма и релятивизма. Исходя из этого, предлагаем, разделив современную историографию на абсолютистский и релятивистский каноны, выделить внутри каждого из них различные течения, а также установить их отличительные черты. Отдавая себе отчет в том, что некоторые способы интерпретации ИЭУ не помещаются в прокрустово ложе дихотомии абсолютизм — релятивизм, ряд направлений изучения истории экономических учений выведен нами в отдельную третью «внеканоническую» категорию.

3. Достоинства и недостатки современных историографических методов

Как видно из данных, приведенных в табл. 1, отличия между подходами в рамках одного канона в большинстве случаев не носят принципиального характера. Более того, по словам авторитетного специалиста в области ИЭУ Р. Бэкхауса, даже между, казалось, такими антагонистическими техниками изучения истории экономических учений, как рациональные и исторические реконструкции, в современных условиях трудно провести четкую демаркационную линию [Backhouse, 2002, p. 9]. Неудивительно, что в последние годы в историко-экономическом сообществе все чаще стали говорить о некоем синтезе и взаимном переплетении современных историографических методов [Klaes, 2003]. Попробуем выяснить, насколько оправданны подобные представления. Для этого предлагаем сначала разобраться в достоинствах и недостатках ключевых (с нашей точки зрения) принципов исследования ИЭУ.

Начнем наше краткое знакомство с сильными и слабыми сторонами распространенных в настоящее время историографических установок с одного из наиболее популярных в абсолютистском «лагере» метода рациональных реконструкций (РР) [Blaug, 1997,

р. XVII]. К несомненным преимуществам РР без колебаний можно отнести его психологическую органичность: даже самый последовательный приверженец рассмотрения старых теорий в историческом контексте не может полностью абстрагироваться от знания современной экономической теории и подспудно сравнивает экономические воззрения прошлого с актуальной в настоящее время исследовательской проблематикой. «Честные исторические реконструкции в буквальном смысле невозможны, хотя бы только потому, что мы не можем забыть всю современную экономическую теорию, которую мы знаем», — пояснял Блауг [Blaug, 2002, p. 80]. Другим немаловажным плюсом данного подхода является возможность «перевода» истории экономической мысли на универсальный язык математики и ее последующее задействование для анализа текущих вопросов и конструирования новых концепций. Формализуя ИЭУ в виде набора элегантных математических формул и моделей, исследователь может четко проследить прогресс экономической теории, а также создать надежную базу для ранжирования концепций по принципу «лучше» или «хуже». Таким образом, рассмотрение развития истории мысли в русле РР позволяет ученому утверждать, что, например, по своему аналитическому потенциалу и технической красоте «теория ценности Маршалла превосходит теорию Смита» [Автономов, 1994, с. XXI]. Венцом упражнений в искусственной модернизации старых концепций выступает превращение «великих умерших мыслителей в современников, с которыми мы можем обмениваться взглядами» [Blaug, 1990, p. 28].

Уязвимым местом рациональных реконструкций выступает ориентированность на изучение истории *экономического анализа*, то есть логическую обработку теоретических достижений отдельных авторов и их инструментария без учета каких-либо биографических деталей, экономико-исторических экскурсов и философских предисловий. В итоге ИЭУ, рассматриваемая с позиций РР, фактически растворяется в экономической теории, становится второстепенным придатком *economics*. Вполне оправданно, что в глазах некоторых современных экспертов РР выглядят едва ли не «могильщиком» истории экономических учений [Майдачевский, 2012; Freeman et al., 2014].

Отрицание возможности противопоставления экономических теорий и выдачи им односторонних характеристик стало визитной карточкой «антипода» РР — метода исторических реконструкций (ИР). Дело в том, что в отличие от сторонников рациональных реконструкций, делающих акцент на изучении аналитических дости-

жений экономистов прошлого, приверженцы ИР занимаются исследованием *экономических идей*, которые, по их мнению, являются продуктом «человеческого интеллекта во всем своем субъективном разнообразии и сложности» [Samuels, 2004, p. 210] и не подлежат объективной оценке, тем более делению на «плохие» и «хорошие». Специалистов, занимающихся историческими реконструкциями, не интересует поиск столь важной для абсолютистов эфемерной экономической «истины». Исторические реконструктивисты не пытаются искать в трудах мыслителей прошлого зачатки «правильных» на сегодняшний день концепций. Для авторов, работающих в русле ИР, гораздо важнее показать историческую и культурную неповторимость каждой теории, для чего требуется восстановить среду, в которой возникла та или иная концепция.

Очевидно, что ИР выгодно отличаются от РР возможностью выведения ИЭУ из тени экономической теории, то есть наделяют историю экономических учений дисциплинарной независимостью, поскольку «объект исследования уже не ограничивается научными текстами... объект... рассматривается как социальная реальность». Иначе говоря, благодаря ИР историк экономической мысли начинает оправдывать присутствие слова «история» в названии своей дисциплины [Майдачевский, 2012, с. 71–72]. Однако именно это обстоятельство, вкупе со стремлением «интеллектуальных историков» узнать предшественников как «личностей со взглядами, ценностями, чертами характера, а не только экономистов, использующих формальные модели» [Расков, 2015, с. XIII], вызывает серьезные опасения сторонников рационально-реконструктивистской историографии, видящих в релятивистах мятежников, отказывающихся от одного из главных идеалов эпохи модерна — идеи «бесконечного поступательного приращения знания на пути к истине» и подменяющих его ложным принципом «конечности и фрагментированности знания, его исторической и культурной ситуативности» [Толкачев, Чернявский, 2015, с. 424].

Спорить о том, какой подход лучше, можно бесконечно. Гораздо корректнее поставить вопрос о том, какой метод больше соответствует современному «духу времени». Исходя из изложенного выше, напрашивается ответ — будущее ИЭУ за ИР, в рамках которых происходит реконструкция теории на фоне соответствующих социально-исторических декораций. Однако не будем торопиться с выводами, пока не рассмотрены особенности еще, с нашей точки зрения, недостаточно оцененного конструктивистского подхода (КП).

Следует отметить, что выделенный нами в табл. 1 конструктивистский метод вбирает в себя сразу несколько разнообразных направлений изучения истории экономической мысли. Несмотря на некоторые разночтения, на анализе которых из-за ограниченности места мы не будем задерживаться, различные течения конструктивистской историографии имеют общий «знаменатель». Так, израильский социолог Ю. Йонай утверждает, что сердцевину КП образует идея исследовать науку «так, как она есть», то есть «наблюдать за учеными в их лабораториях, слушать их разговоры, а также тщательно следить за историческим развитием аппарата, методов, теорий и изобретений» [Yonay, 1998, p. 15]. Такая дефиниция создает впечатление, будто под «маской» конструктивизма скрывается некое науковедческое направление изучения истории экономических учений.

Однако экономисты, придерживающиеся конструктивистского подхода, несколько отличаются от «обычных» представителей *science studies*. Традиционно, науковеды и в особенности представители такого влиятельного течения в науковедческих исследованиях, как SSK (Sociology of Scientific Knowledge), всячески подчеркивают экстерналистский характер знания, зависящий от «политических и идеологических представлений, религиозных убеждений, эгоистических стремлений к славе и власти» членов общества. Напротив, экономические конструктивисты пытаются пройти между Сциллой абсолютизма и Харибдой релятивизма. С их точки зрения, «научное знание — это результат диалектического взаимодействия социальных, институциональных, концептуальных, материальных и других элементов науки в различных комбинациях» [Yonay, 1998, p. 16]. Из этого следует, что ни видение развития науки как процесса прогресса аналитического инструментария, не зависящего от воздействия на экономистов внешних факторов, ни представление экономической теории в качестве «зеркального отражения объясняемой реальности» [Кламер, 2015, с. 52], не могут являться правильными взглядами на ИЭУ. Выход из положения, по мнению конструктивистов, — рассмотрение истории экономических учений в разных контекстах. Например, яркий представитель конструктивистского направления исследования ИЭУ профессор университета Неймегена Е.-М. Сент настаивает на том, что историю мысли нужно анализировать, отталкиваясь от изучения «концептуальных, экспериментальных и социотехнических практик», оказывающих влияние на работу экономистов [Sent, 1998, p. 14].

Вне всякого сомнения, такой поликонтекстуальный подход обогащает ИЭУ, дает возможность глубже проникнуть в механизмы создания и развития экономических идей. Недостатки конструктивизма вытекают из его же достоинств. Близость позиций конструктивистов и постмодернистов, чьим едва ли не главным занятием выступает изучение дискурсов, то есть текстов в событийном контексте, характеризующихся «иррациональностью, противоречиями... нестабильностью и постоянной изменчивостью, неизмеримостью и догадками» [Backhouse, 1992, p. 72], делает невозможным представление истории экономических учений в виде цельной картины. Болезненная реакция на какой бы то ни было детерминизм не позволяет им рассматривать ИЭУ в форме некоей системы. Вместо этого конструктивисты предлагают экономико-историческому сообществу изучать отдельные дискурсы и риторические практики экономистов. В итоге экономические учения прошлого, интерпретируемые в русле конструктивизма, выглядят не единой мозаикой, а разрозненными фрагментами, лишенными связи между собой. Это происходит из-за того, что переход от одной концепции к другой трактуется не как следствие процесса воздействия внешних и/или внутренних факторов на экономическую науку, а в виде случайной смены доминирующих дискурсов.

Поэтому появление конструктивистского метода совсем не означает «конца истории», в чем нас хотят убедить некоторые представители этого течения методологии. Трудно поверить, скажем, в то, что конструктивизм (так же как и постмодернизм), отрицающий существование «этапов развития экономической мысли» и заставляющий верить в наличие «лишь дискретных «систем мысли», не связанных друг с другом отношениями преемственности» [Толкачев, Чернявский, 2015, с. 434], сможет полностью заменить ИР и РР. С нашей точки зрения, «классические» рациональные и исторические реконструкции отнюдь не следует отправлять в методологический «музей» древности. Гораздо более оправданной видится позиция профессора Бирмингемского университета Р. Бэкхауса: «Нам нужно много типов истории, включая не только культурные истории или исторические реконструкции... но и оценивающие истории» [Backhouse, 1995, p. 48]. Как нам представляется, будущее исследований ИЭУ заключается в прекращении бесплодных споров на тему «ИР лучше РР» или «презентизм хуже конструктивизма» и расширении методологического плюрализма предоставлением ученым возможности выбора того или иного подхода, исходя из личных предпочтений.

Что касается возможности синтеза подходов, то, скорее всего, как и любое универсальное решение, «сплав» нескольких методов изучения ИЭУ будет уступать по своему аналитическому потенциалу взятым по отдельности исследовательским традициям. Кроме того, вопреки примирительному тону патриархов калибра Блауга и А. У. Б. Коутса, отнюдь не все представители современных течений исследований ИЭУ пропитались духом «пацифизма» и готовы закопать топор методологической «войны». Трудно представить сближение позиций яркого защитника рациональных реконструкций С. Кейтса с исследователями из конструктивистского лагеря, которых он без обиняков именуется «врагами истории экономического учений» [Kates, 2014]. Также маловероятно возникновение большой симпатии между любителями принаряжать ИЭУ в математическую одежду и «Марианной современной экономической науки» [Маккლოსки, 2015, с. XXVIII] — Д. Маккლოსки, однажды предельно четко обозначившей свою позицию: «Эта математическая чепуха слишком черства и бесчувственна. Дайте мне слова, чувства. Приведите немного вербальной аргументации, или чуть-чуть словесной истории, или хотя бы реальные цифры, но только не очередную X и Y галиматью, которая вызывает у меня головную боль» [McCloskey, 2014, p. 218]. Едва ли в обозримой перспективе найдутся точки соприкосновения во взглядах на ИЭУ между вигистом П. Кругманом, испытывающим чувство облегчения от избавления современной макроэкономики от «глупостей» 1950–1960-х гг. [Krugman, 2013], и П. Беттке, уверенным в том, что экономическая наука развивается в результате «диалога между прошлым и будущим» [Boettke, 2002, p. 354].

Впрочем, в соответствии с постмодернистским духом времени, отрицающим черно-белое дихотомичное мышление, никто не может запрещать ученым искать методологические полутона и заниматься «скрещиванием» разнообразных способов объяснения истории экономических учений. Более того, современные исследования показывают, что эклектичность мышления — все больше свойственна психике современных людей [Thompson, 2003, p. 9]. Тем не менее, с нашей точки зрения, значительно более привлекательной — пусть и крайне трудноосуществимой — видится перспектива рассмотрения ИЭУ, впрочем, равно как и любых других многогранных социально-экономических феноменов, с разных углов зрения. Суть подобной методологической полифонии Маккლოსки видит в овладении экономистом мастерством интеллектуального

переодевания и примерки на себя платья историка, философа, социолога и литературоведа [Маккроски, 2015].

В завершение отметим, что, несмотря на смещение симпатий современного экономико-исторического сообщества в сторону различных релятивистских направлений исследования истории экономической мысли, окончательный выбор способа изучения ИЭУ остается за исследователем. В свою очередь, ожесточенные методологические дебаты вокруг данной дисциплины свидетельствуют о том, что вопреки мрачным настроениям в отношении будущего истории экономических учений этот предмет не только не перестал интересовать специалистов, но и показывает признаки динамичного развития.

Заключение

1. Дилемма выбора между абсолютизмом и релятивизмом, по всей видимости, носит непреодолимый характер. Несмотря на провозглашение отдельных черт абсолютизма и релятивизма в творчестве практически любого исследователя, в конечном итоге специалист в области истории экономических учений примыкает к какому-то из двух полюсов методологического спектра. Даже резкое расширение арсенала методов исследования ИЭУ, произошедшее на рубеже XX–XXI вв., не должно затмевать того обстоятельства, что за новым многокрасочным фасадом экономической историографии по-прежнему кроются старые абсолютистско-релятивистские «стены».

2. Общий интерес гуманитарных дисциплин конца XX столетия к постмодернизму не обошел стороной историю экономических учений, что вылилось в крах виговской монополии и ренессанс релятивистской историографии, среди которой особую популярность начала обретать конструктивистская методология. Вместе с тем, невзирая на несомненные преимущества, конструктивизм с его акцентом на изучение метафор и поэтики экономических текстов не свободен от недостатков. В частности, из-за отказа от выявления функциональных связей ИЭУ в конструктивистской интерпретации превращается из монолитного полотна в зыбкое пространство, сотканное из не связанных друг с другом «лингвистических игр, в которые играют экономисты» [Blaug, 2003, p. 402].

3. Одним из виновников дискриминации ИЭУ во второй половине XX столетия являлся радикально абсолютистский взгляд на развитие истории экономических учений, низводивший данный

предмет до роли второстепенной прислуги, стража пыльного сундука с летописями прогресса технического инвентаря экономической теории. Релятивистский поворот в историографии, стартовавший в последней четверти XX в., дает шанс на ревитализацию ИЭУ, отброшенной на дисциплинарную периферию в годы засилья агрессивного позитивизма. Повышенное внимание специалистов к трактовкам экономических идей в релятивистском ключе вселяет надежду на постепенный выход ИЭУ из подчиненного экономиксу положения и обретение историками мысли собственной исследовательской ниши.

4. Мечты о создании некоего синтетического метода, вбирающего в себя лучшие достижения абсолютизма и релятивизма, скорее всего, останутся нереализуемыми иллюзиями. Гораздо более плодотворной представляется задача обучения ученых «быть разумными», то есть «взвешивать и учитывать все доводы, а не только те, которые какая-нибудь методология... считает остановками на единственном крестном пути к Обоснованной Истинной Вере» [Макклоски, 2015, с. 249]. Залогом успешного развития ИЭУ должно стать соблюдение методологического плюрализма и проведение политики открытых дверей для желающих приобщиться к истории экономической мысли из других разделов экономики и представителей других отраслей знания.

Список литературы

1. *Автономов В. С.* Предисловие к русскому изданию / Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М., 1994.
2. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. М., 1994.
3. *Кламер А.* Странная наука экономика: приглашение к разговору. М., СПб., 2015.
4. *Майдачевский Д. Я.* Историография экономической науки: от плюрализма подходов к господству «мейнстрима» // Terra Economicus. 2012. Т. 10. № 2.
5. *Макклоски Д.* Риторика экономической науки. М., СПб., 2015.
6. *Расков Д.* О чем говорит Кламер / Кламер А. Странная наука экономика: приглашение к разговору. М., СПб., 2015.
7. *Толкачев С. А., Чернявский С. В.* Экономическая теория и философия постмодернизма / Толкачев С. А. (Ред.). История экономических учений. М., 2015.
8. *Backhouse R. E.* The Constructivist Critique of Economic Methodology // Methodus. 1992. June.
9. *Backhouse R.* Economists and the Economy: The Evolution of Economic Ideas. N. Y., 2002.

10. *Backhouse R. E.* Interpreting Macroeconomics: Explorations in the History of Macroeconomic Thought. L., N. Y., 1995.
11. *Biology in Society.* URL: <http://www.cram.com/flashcards/biology-in-society-lecture-3-3583881>
12. *Blaug M.* On the Historiography of Economics // Journal of the History of Economic Thought. 1990. Vol. 12. No. 1.
13. *Blaug M.* Economic Theory in Retrospect. Cambridge, 1997.
14. *Blaug M.* Misunderstanding Classical Economics: The Sraffian Interpretation of the Surplus Approach / Nisticò S., Tosato D. (Eds.). Competing Economic Theories: Essays in Memory of Giovanni Caravale. L., N. Y., 2002.
15. *Blaug M.* Not Only an Economist — Autobiographical Reflections of a Historian of Economic Thought / Szenberg M., Ramrattan L. (Eds.). Reflections of Eminent Economists. Cheltenham, 2004.
16. *Blaug M.* The Formalist Revolution of the 1950s / Samuels W.J., Biddle J. E., Davis J. B. (Eds.). A Companion to the History of Economic Thought. Malden, Oxford, 2003.
17. *Boettke P.J. (a)* Calculation and Coordination: Essays on Socialism and Transitional Political Economy. L., N. Y., 2001.
18. *Boettke P.J. (b)* F. A. Hayek as an Intellectual Historian of Economics / Medema S. G., Samuels W. J. (Eds.). Historians of Economics and Economic Thought: The Construction of Disciplinary Memory. N. Y., 2001.
19. *Boettke P.J.* Introduction / Boettke P. J. (Eds.). The Collapse of Development Planning. N. Y., L., 1994.
20. *Boettke P.J.* The Use and Abuse of the History of Economic Thought within the Austrian School of Economics // History of Political Economy. 2002. Annual Supplement. Vol. 34.
21. *Bolduing K. E.* After Samuelson, Who Needs Adam Smith? // History of Political Economy. 1971. Vol. 3. No. 2.
22. *Clarke C.* An Interview with Paul Samuelson, Part Two. 2009. June 18. URL: <http://www.theatlantic.com/politics/archive/2009/06/an-interview-with-paul-samuelson-part-two/19627/> (last accessed data: 08.06.2015).
23. *Coase R. H.* George J. Stigler: An Appreciation // Regulation. 1982. November-December.
24. *Emmett R. B.* (Eds.). Selected Essays by F. Knight. Chicago, London: The University of Chicago Press. 1999. Vol. 1.
25. *Freeman A., Chick V., Kayatekin S.* Samuelson's Ghosts: Whig History and the Reinterpretation of Economic Theory // Cambridge Journal of Economics. 2014. Vol. 38. No. 3.
26. *Goodwin C. D.* History of Economic Thought / Durlauf S. N., Blume L. E. (Eds.). The New Palgrave Dictionary of Economics. N. Y., 2008.
27. *Gordon D.* The Role of the History of Economic Thought in the Understanding of Modern Economic Theory // American Economic Review. 1965. Vol. 55. No. 1–2.
28. *Groenewegen P.* Eighteenth-Century Economics: Turgot, Beccaria and Smith and their Contemporaries. L., N. Y., 2002.

29. *Hutchison T.W.* On Revolutions and Progress in Economic Knowledge. Cambridge, 1978.
30. *Johnson M., Meder M., Schweikhardt D.* Introduction to Notes from Warren J. Samuels's Course on the Economic Role of Government / Johnson M. (Eds.). Documents on Government and the Economy. Bingley, 2012.
31. *Kates S.* The History of Economic Thought and Its Enemies. Unpublished Manuscript. Melbourne, 2014. URL: <http://www.vu.edu.au/sites/default/files/cses/pdfs/kates-paper.pdf> (last accessed data: 08.06.2015).
32. *Klaes M.* Historiography / Samuels W.J., Biddle J. E., Davis J. B. (Eds.). A Companion to the History of Economic Thought. Malden, Oxford, 2003.
33. *Kliman A.* Reclaiming Marx's Capital: A Refutation of the Myth of Inconsistency. Lanham, 2007.
34. *Krugman P.* Wynne Godley and the Hydraulics. URL: http://krugman.blogs.nytimes.com/2013/09/13/wynne-godley-and-the-hydraulics/?_r=0 (last accessed data: 08.06.2015).
35. *Kurz H. D.* Is There a «Classical» Alternative to Marginalist Theory? Some Introductory Remarks / Kurz H. D. (Eds.). The Theory of Value and Distribution in Economics: Discussions Between Pierangelo Garegnani and Paul Samuelson. Abingdon, N. Y., 2013.
36. *McCloskey D.* Why Economics Is on the Wrong Track / Lanteri A., Vromen J. (Eds.). The Economics of Economists. Institutional Setting, Individual Incentives, and Future Prospects. Cambridge, 2014.
37. *McCloskey D. N.* Knowledge and Persuasion in Economics. Cambridge, 1994.
38. *Medema S. G., Waterman A. M. C.* Paul Anthony Samuelson: Historian of Economic Thought // History of Economic Ideas. 2010. Vol. 3.
39. *Parker R.* Reflections of the Great Depression. Northampton, 2002.
40. *Samuels W.J. et al.* Should the Authors of History-of-Economic-Thought Textbooks Say About the History of Economic Thought / Samuels W.J, et al. (Eds.). Essays in the History of Economics. L., 2004.
41. *Sent E-M.* The Evolving Rationality of Rational Expectations: An Assessment of Thomas Sargent's Achievements. Cambridge, 1998.
42. *Solow R. M.* Comments from Inside Economics / Klamer A. et al. (Eds.). The Consequences of Economic Rhetoric. Cambridge, 1988.
43. *Szenberg M., et al.* Introduction: The Significance of Paul Samuelson in the Twenty First Century / Szenberg M. et al. (Eds.). Samuelsonian Economics and the Twenty-First Century. Oxford, 2006.
44. *Thompson R. A.* Counseling Techniques: Improving Relationships with Others, Ourselves, Our Families, and Our Environment. Abingdon, N. Y., 2003.
45. *Van Assalet M. B. A.* Perspectives on Uncertainty and Risk: the PRIMA Approach to Decision Support. Dordrecht, 2000.
46. *Yonay Y. P.* The Struggle over the Soul of Economics: Institutional and Neoclassical Economists in America Between the Wars. Princeton, 1998.

The list of references in cyrillic transliterated into latin alphabet

1. Avtonomov V. S. Predislovie k russkomu izdaniju / Blaug M. Jekonomicheskaja mysl' v retrospektive. M., 1994.
2. Blaug M. Jekonomicheskaja mysl' v retrospektive. M., 1994.
3. Klamer A. Strannaja nauka jekonomika: priglasenie k razgovoru. M., SPb, 2015.
4. Majdachevskij D.Ja. Istoriografija jekonomicheskoi nauki: ot pljuralizma podhodov k gospodstvu «mejnstrima» // Terra Economicus. 2012. T. 10. № 2.
5. Makkloski D. Ritorika jekonomicheskoi nauki. M., SPb, 2015.
6. Raskov D. O chem govorit Klamer / Klamer A. Strannaja nauka jekonomika: priglasenie k razgovoru. M., SPb, 2015.
7. Tolkachev S. A., Chernjavskij S. V. Jekonomicheskaja teorija i filosofija postmodernizma / Tolkachev S. A. (Red.). Istoriya jekonomicheskikh uchenij. M., 2015.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Н. В. Алтухова¹,

Севастопольский филиал МГУ имени М. В. Ломоносова
(Севастополь, Россия)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЗНАНИЕ, ФОРМИРУЕМОЕ В ОРГАНИЗАЦИИ, КАК ГЕНЕРАТОР ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ²

В статье знание рассматривается как «невидимый актив» предприятия, продуцируемый предпринимательской активностью и деятельностью сотрудников предприятия. Предполагается, что профессиональное знание, генерируемое на фирме, может передаваться, как правило, только от одного сотрудника к другому, поскольку его сложно не только формулировать, но и артикулировать. Под профессиональным знанием в статье понимаются не только коммерческие способности руководства фирмы и не только комплекс знаний, умений и навыков работников, касающийся технологического, производственного процесса, но и привычки, традиции, этические принципы, формирующие неформальные институты, которые уменьшают издержки управления и взаимодействия внутри предприятия. Приведена классификация знания по признакам его формализации и доступности для хозяйствующих субъектов. Автор предлагает гипотезу о том, что профессиональное знание, которым владеет организация, является ведущим фактором создания, внедрения и применения инновационных технологий в экономике страны. Рассчитанная автором эконометрическая модель множественной линейной регрессии, описывающая зависимость разработанных в России передовых производственных технологий от различных факторов, косвенно подтверждает предлагаемую гипотезу.

Ключевые слова: экономика знаний, профессиональное знание, передовые инновационные технологии, невидимые активы предприятия.

¹ Алтухова Надежда Викторовна, к.э.н., старший преподаватель кафедры экономики; e-mail: nnaa1606@mail.ru

² Автор выражает искреннюю признательность анонимным рецензентам за конструктивные замечания.

PROFESSIONAL KNOWLEDGE IN THE ORGANIZATION AS A GENERATOR OF INNOVATION PROCESSES IN THE NATIONAL ECONOMY

The article examines the knowledge as an «invisible asset» of a company produced in the course of entrepreneurial activity and the activity of the company's employees. It is assumed that the entrepreneurial knowledge generated at the company can be transmitted, generally only from one person to another, because this knowledge is difficult to not only formulate but also articulate. The article presents knowledge classification on the basis of its formalization and accessibility for business entities. The author offers the hypothesis that the type of entrepreneurial knowledge owned by the organization is a major factor in the establishment, implementation and application of innovative technologies in the economy. Calculated by the author econometric model of multiple linear regression describing the dependence of advanced manufacturing technologies developed in Russia on various factors indirectly confirms the proposed hypothesis.

Key words: knowledge economy, professional knowledge, advanced innovative technologies, invisible assets of the company.

Ускоренное развитие экономики во многом зависит от внедрения в производство инновационных технологий. Какова же природа знания, которое является базой для появления таких передовых технологий? И где именно теоретическое и практическое знание наиболее эффективно превращается в инновации? Данная статья является попыткой ответить на предложенные вопросы.

Нет необходимости повторять, что на постиндустриальном этапе развития экономики знание становится таким же фактором производства, как земля, труд и капитал. «Интеллект человека, ориентированный на воспроизводство новейших знаний, является главной движущей силой ресурсной зоны общественного воспроизводства» [Головчанская, 2015]. Более того, «глубинные перемены, связанные с замещением труда знаниями, заключаются в том, что в условиях вовлечения знаний в переработку ресурсов, именно знания, а не труд (как ресурсный фактор), начинают выступать в качестве источника стоимости» [Владыка и Дорошенко, 2007].

Наличие средств производства, даже самых совершенных и современных, не обеспечит экономическому субъекту процветания без развитой инновационной составляющей, поскольку невозможно производить конкурентоспособный продукт без новых технологий, обеспечивающих как снижение производственных издержек и дли-

тельности технологического цикла, так и повышение качества производимых товаров. Потребность производства в передовых технологиях, в свою очередь, дает толчок развитию структур, обеспечивающих появление новых технологий, а также требует постоянного роста квалификации кадров, что позволяет (по мнению Р. Камалтдиновой) рассматривать знания и образование как важнейшие факторы экономического роста [Камалтдинова, 2010].

Однако ошибкой было бы полагать, что продуктивное знание — это только информация. Информация — это субстанция объективная и доступная большинству хозяйствующих субъектов. Информацию делает продуктивным знанием тот, кто осмысливает и превращает ее в инструмент и одновременно в материал производства новых технологий. Каково будет качество продукта переработки информации, во многом зависит от творческих особенностей пользователя этой информации, его умения увидеть в ней то, что упускают другие, его креативных возможностей. «Креативность в экономике — это способность к созданию нового, нахождение нетривиальных путей и генерирование новых идей или нестандартное решение проблем» [Рябых и Межуева, 2014].

Где же возникает это творческое, продуктивное знание, на основе которого вырывают новые передовые технологии? Попробуем обосновать и доказать гипотезу, что таким местом является предприятие. Не всякое, разумеется, а лишь то, где существует современное производство, у которого есть нужда в новых технологиях и на котором трудится высококвалифицированный персонал. В процессе многолетней хозяйственной деятельности такого предприятия, как следствие тесного сотрудничества инженеров и рабочих, появляются знания, навыки и привычки ведения производства, которые невозможно описать, формализовать, а зачастую и просто сформулировать. Это знание, по выражению Уэрты де Сото, «субъективное и практическое, эксклюзивное; оно рассеяно среди всех людей; это знание, преимущественно неявное, а потому неартикулируемое» [Уэрта де Сото, 2009].

Почему эти знания формируются именно на уровне данного коллектива, данного предприятия? Потому что именно на уровне фирмы «формируется единый взгляд на информацию. Ведь существующие «издержки познания», определяемые разницей в восприятии информации, приводят к различному пониманию одной и той же информации» [Ходжсон, 2003]. А в фирме процессы восприятия и использования информации унифицируются, складывается определенный набор привычек, последовательностей действий, рутин.

Эти знания, которые Хироюки Итами назвал «нематериальными активами», по его же утверждению, «часто могут быть получены без дополнительных усилий в процессе повседневной деятельности фирмы» [Itami, 1991]. Невозможно механически передать, перенести это знание в другой коллектив, на другое предприятие, на другое производство иначе, чем с человеком-носителем. Но и этого недостаточно — зачастую такое знание работает только на уровне коллектива. «Преимущества от инноваций в большей степени гарантированы, если предложение продукта или процесса подкреплено трудноимитируемыми компетенциями, когда неявный компонент знаний не может быть перемещен без трансферта персонала, организационных систем и рутин», утверждает Е. Мастерова [Мастерова, 2011].

Особенности знания, сформированного на предприятии и используемого предприятием как невидимый актив, состоят в том, что:

1. Знания по своей природе являются информационным продуктом, который после потребления в отличие от материального продукта не исчезает [Дрянных и Резико, 2014];
2. По утверждению Х. Итами, в отличие от денег, задействованных уже в каком-то проекте, а также от работника, которого невозможно полноценно задействовать на двух различных производствах, и от занятых заводских площадей знания можно использовать одновременно в двух разных проектах [Itami, 1991];
3. Эти знания нельзя купить, их можно только культивировать, «выращивать» на определенной фирме в процессе освоения и использования определенных технологий определенным составом сотрудников. По мнению Х. Итами, в отличие от покупного ресурса, который конкуренты также могут купить или воспроизвести самостоятельно, конкуренты не могут получить доступ к «невидимому активу», то есть к знаниям, носителями которого является коллектив фирмы [Itami, 1991].

Обсуждая концепцию такого «специфического знания», Б. Клейн отмечает, что «такой фирменно-специфический информационный актив можно со временем создать путем выявления профессиональных связей и собирания эффективной «производственной команды» и что такой актив представляет собой модель, в которой специфическое знание обретается посредством производственного опыта фирмы (или как побочный продукт этого опыта)» [Клейн, 2001].

Принадлежность производственного, технологического знания именно фирме, а не отдельным креативным изобретателям, можно

подтвердить тезисом С.Дж. Уинтера о том, что к числу важнейших в обществе хранилищ тех производительных знаний, которые используют данные корпорации, следует отнести сами корпорации *как организации*, а не только изобретательных индивидов, в данный момент с ними связанных [Уинтер, 2001].

Новые передовые технологии разрабатываются на предприятии персоналом, который условно можно отнести к исследовательскому персоналу — это инженеры и технологи. Однако опробовать «новинку» в условиях пилотного проекта на производстве невозможно без рабочего персонала — именно он может обнаружить слабые и сильные стороны практического применения технологии. Имея практические навыки и умения в рамках предшествующих технологий, при апробировании новшеств рабочие являются каналом обратной связи в цепочке «изобретение—апробация—внедрение». Эффективность цепочки зависит от слаженности действий на уровне рабочей бригады, на уровне «рабочие — инженерный персонал», а также внутри инженерного коллектива, разрабатывающего инновацию. Эта слаженность подразумевает единство терминологии, единство понимания идеи, единство производственного опыта, коллективных трудовых привычек и сложившихся производственных рутин. Именно такая сработанность, такой набор коллективного опыта, единая терминология, единый взгляд на предмет разрабатываемого и внедряемого новшества подразумеваются в этой статье под практическим технологическим (или производственным) знанием. «Нарабатывается» такое знание не одним годом работы и сохраняется именно в этом трудовом и исследовательском коллективе. Переход даже нескольких членов такого сообщества на другое предприятие вовсе не гарантирует новой фирме получение такого знания в полном объеме, поскольку расчлененный коллектив потеряет значительную часть своей слаженности, а вместе с ней и весомую часть комплекса практического знания.

Однако, кроме технологических и производственных знаний, которые формируются в трудовом коллективе, на предприятии возникает еще одна разновидность неявного и неформализуемого знания — это корпоративная культура, свойственная именно данной отдельно взятой фирме, принципы и правила которой невозможно перенести или привить другой фирме, другому коллективу. «За деньги мы не можем купить мгновенное изменение в корпоративной культуре или в моральном состоянии сотрудников», — утверждает Х. Итами [Itami, 1991]. Формируют корпоративную культуру как менеджеры, так и рядовые работники [Аузан и Никишина, 2013].

Свод неписанных правил, привычек, этических норм, созданный работниками предприятий, А. Аузан и Е. Никишина характеризуют как «...неформальный институт, [который] позволяет снизить неопределенность взаимодействия между сотрудниками компании... а также снизить внутренние трансакционные издержки компании» [Аузан и Никишина, 2013].

Корпоративная культура как институт является не только залогом благоприятной эмоциональной среды в организации или средством снижения издержек, но и дает возможность развития инновационных возможностей предприятия, поскольку позволяет сформировать тот самый «единый взгляд на информацию», о котором говорил Дж. Ходжсон, то есть унифицировать процессы оценивания информации.

Комплекс технологического коллективного знания, единого восприятия информации, неформальных институтов, образуемых корпоративной культурой, и есть профессиональное знание, невидимый актив, который является уникальной собственностью предприятия, позволяющей продуктивно формировать инновации. Это дает предприятию неоспоримые преимущества в сравнении с иными организациями, занятыми разработкой и внедрением передовых технологий.

Исходя из описанных свойств знания, можно классифицировать его разновидности по следующим признакам — доступность знания для хозяйствующих субъектов, возможность его формализации, передачи и использования. Графически классификация представлена на рис. 1.

Преимуществом формирования инновационного знания именно в рамках фирмы является еще и возможность нивелировать одну из отрицательных социокультурных особенностей российского инноватора, которую сформулировал А. Аузан: «Отсутствие навыков командной работы, конфликтный характер взаимодействия, неумение перераспределять ответственность, авторитарный стиль управления» [Аузан, 2015]. Если такого инноватора встроить в корпоративную среду с развитыми неформальными институтами единого подхода к информации, благожелательного восприятия новых идей, со сформированной традицией понимания ответственности каждого участника инновационного процесса, то можно значительно снизить негативную сторону «радикального индивидуализма» отечественного ученого специалиста. Зато положительная сторона этой характеристики — «способность решать сложные, нестандартные... задачи, нацеленность на самореализацию, на достижение уникаль-



Рис. 1. Классификация видов знания¹

ного результата, высокая креативность» [Аузан, 2015] в сочетании с уникальным комплексом знаний, навыков, умений и творческих традиций предприятия даст высокий синергетический эффект, обеспечивающий эффективную разработку передовых инновационных технологий силами фирмы.

Технологические и исследовательские навыки и умения, корпоративные правила и этическая составляющая в процессе хозяйственной деятельности предприятия постепенно «монтируются» с традициями ведения бизнеса руководством, с его коммерческими способностями и возможностями, образуя единый комплекс, который подразумевается под понятием «профессиональное знание». Синергизм, системный эффект эмерджентности, возникающие внутри этого комплекса, определяют эффективность инновационных процессов внутри самого предприятия и проецируются на развитие инноваций в экономике всей страны.

Однако процесс развития корпоративной культуры должен быть гибким. Руководство предприятия должно оберегать ее от застоя, когда корпоративная культура, обретя серьезное влияние на деятельность фирмы и оберегая свою стабильность, начинает отторгать ин-

¹ Схема разработана автором.

новации, превращаясь в ограничение для дальнейшего развития. Об этом свидетельствует история компании DEC (Digital Equipment) — те самые процедуры, благодаря которым компания добилась успеха в производстве мини-компьютеров, не позволили ей стать успешной в производстве персональных компьютеров. От этого предостерегает К. Кристенсен, предупреждая, что возможности организации заключаются не только в процедурах и ценностях, но и в людях [Кристенсен, 2004]. Из этого следует, что корпорация должна сделать процесс развития корпоративных процедур дискретным, корректируя процедуры в зависимости от состояния научно-технического прогресса и требований рынка. Высшему руководству фирмы необходимо прислушиваться к мнению тех сотрудников, которые улавливают новые тенденции в развитии прикладной науки, практического маркетинга, предпочтений пользователя, и перенастраивать процессы и процедуры фирмы «в ручном режиме» в нужный момент, чтобы в дальнейшем позволить им развиваться естественным порядком, до наступления нового критического момента. Питер Друкер об этом говорит так: «В периоды коренных структурных преобразований выживают только лидеры перемен — те, кто чутко улавливают тенденции изменений и мгновенно приспосабливаются к ним, используя себе во благо открывающиеся возможности» [Друкер, 2003].

Не во всех фирмах и не всегда инновации приветствуются и внедряются. Джон Гэлбрейт в своей работе «Новое индустриальное общество» высказывал мысль о том, что затраты и неопределенность, связанные с исследованиями и разработками, могут войти в противоречие со стремлением владельцев корпораций увеличивать прибыль, и поэтому корпорации могут отторгать инновации, опасаясь роста издержек [Гэлбрейт, 2004].

Однако опровергнуть эти опасения можно, вооружившись идеей самого же ученого, развиваемой им в упомянутой работе, — реальная власть в корпорации принадлежит не владельцам, а «техноструктуре», то есть прослойке авторитетных служащих предприятия, олицетворяющих технологии и планирование. Эта прослойка «...охватывает многочисленный круг лиц — от руководителей современного промышленного предприятия до основной массы рабочей силы — и включает в себя тех, кто обладает необходимыми способностями и знаниями. От эффективности именно этой организации... зависит теперь успех современного частного предприятия» [Гэлбрейт, 2004]. А эти люди, по утверждению ученого, заинтересованы, в отличие от владельцев, не столько в прибыли, сколько в постоянном росте фирмы — чтобы сохранить свои престижные позиции и высокие доходы. Но этот рост, то есть расширенное воспроизводство, как из-

вестно, подразумевает не экстенсивное, а интенсивное развитие, невозможное без инноваций. Поэтому корпорации, несмотря на риск уменьшения прибыли, постоянно будут стремиться совершенствовать инновационную составляющую своего развития.

Тема статьи настоятельно требует рассмотреть популярную и актуальную модель «дилеммы инноватора», предложенную К. Кристенсенем в работе «Дилемма инноватора: как из-за новых технологий погибают сильные компании». Однако парадокс, содержащийся в названии работы, разрешается достаточно просто самим же автором. Часто сильные фирмы погибают не потому, что их губят **примененные** ими новые технологии, а потому, что эти фирмы вовремя не смогли сделать верный выбор между традиционными, «поддерживающими» технологиями и «прорывными», инновационными, несущими серьезные коммерческие риски, в пользу последних [Кристенсен, 2004]. Иногда, к несомненной досаде владельцев и руководства потерпевшей неудачу корпорации, такие прорывные технологии рождаются именно в ее недрах, но, отвергнутые ею, успешно применяются более отважным конкурентом, разоряя нерешительного, с его осторожным традиционализмом. Таков пример компании Kodak, которая, изобретя цифровой фотоаппарат, продолжала заниматься выпуском фотопленки, пока Nikon и Canon бойко делили рынок цифровых фотокамер. Результат известен — в 2012 г. Kodak подала иск в суд о признании ее банкротом.

Приведенные аргументы позволяют автору утверждать, что знание становится по-настоящему продуктивным именно в условиях производственно-инновационной деятельности фирмы. А поскольку «знания вовлекаются в экономику именно через инновации» [Курчач, 2014], а «труд является переносчиком стоимости знаний на продукт производственной деятельности» [Борбугулов, 2015], то предприятие следует рассматривать как наиболее эффективную ячейку инновационного процесса национальной экономики.

Для подтверждения предлагаемой гипотезы интересно также рассмотреть, как развивались инновационные процессы в России в последние годы. На рис. 2 представлена динамика количества разработанных в России за последние десять лет передовых производственных технологий¹, а также количества используемых в производстве технологий.

¹ Под передовыми производственными технологиями (согласно методологии Федеральной службы государственной статистики, изложенной на ее официальном сайте: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_

Как видно из рис. 2, количество используемых передовых технологий выросло за десять лет почти в 1,45 раза — со 140 тыс. в 2005 г. до 201 546 единиц в 2014 г. Стабильный рост, продолжавшийся до 2010 г., прекратился вплоть до 2013 г. и только в 2014 г. возобновился.

Динамика количества разработанных передовых технологий за последние пять лет показывает, что среднее значение роста разработанных передовых технологий с 2005 г. составляло 94 единицы в год.



Рис. 2. Передовые производственные технологии в Российской Федерации¹

and_innovations/science/#) понимаются технологии и технологические процессы (включая необходимое для их реализации оборудование), управляемые с помощью компьютера или основанные на микроэлектронике и используемые при проектировании, производстве или обработке продукции (товаров и услуг). Типичные применения включают автоматизированное конструирование и проектирование, гибкие производственные центры, роботы, автоматически управляемые транспортные средства, системы автоматизированного хранения и поиска. Все они могут быть соединены системами связи (локальными заводскими сетями) в единую гибкую производственную систему, а в конечном счете в единое автоматизированное предприятие или интегрированную компьютерную производственную систему. Единицей статистического учета в форме является передовая производственная технология, которая объединяет однородный набор технических приемов (серии манипуляций или комплекса операций), предназначенных для выполнения одной или нескольких производственных функций.

¹ Данные сайта Федеральной службы государственной статистики: 1) Созданные (разработанные) передовые производственные технологии в целом по Российской Федерации по группам передовых производственных технологий; 2) Используемые передовые производственные технологии в целом по Российской Федерации по группам передовых производственных технологий. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/ (дата обращения: 09.08.2015).

Полагая, что одной из наиболее красноречивых характеристик инновационного развития страны является количество разработанных передовых технологий (КРПТ) в масштабах всей России, рассмотрим, какие показатели развития науки и инноваций (табл. 1) оказали наибольшее влияние на интересующий нас признак с 2005 по 2013 г.

Для определения степени связи показателей был использован инструментарий Microsoft Excel «Анализ данных. Корреляция». Судя по протоколу результатов корреляционного анализа, наибольшее влияние на показатель количества разработанных в России передовых производственных технологий оказали такие факторы, как:

- 1) внутренние текущие затраты на научные исследования (работки),
- 2) число выданных патентов на полезные модели,
- 3) число образовательных учреждений высшего образования, выполнявших научные исследования,
- 4) число промышленных организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения и выполнявших научные исследования,
- 5) расходы на гражданскую науку.

Определим количественную зависимость КРПТ от перечисленных показателей, построив множественную линейную регрессионную модель, в которой влияющими переменными будут показатели, с которыми КРПТ имеет наиболее тесную связь.

Для построения модели воспользуемся инструментарием Microsoft Excel «Анализ данных. Регрессия».

Результаты расчетов из табл. 1 и протокола регрессионного анализа поместим в табл. 2.

Чтобы охарактеризовать качество модели, дополнительно рассчитаем среднюю ошибку аппроксимации A как среднее арифметическое ошибок аппроксимации i -х наблюдений, вычисляемых по формуле (1):

$$A_i = \left| \frac{y_i - \hat{y}_i}{y_i} \right| \cdot 100\%, \quad (1),$$

где A_i — ошибка аппроксимации i -го наблюдения; y_i — наблюдаемое значение КРПТ, \hat{y}_i — остатки регрессии, то есть разности между наблюдаемыми значениями КРПТ и значениями, предсказанными изучаемой регрессионной моделью (получены из протокола регрессионного анализа); i — номер наблюдения; n — количество наблюдений, равное в нашем случае девяти.

Таблица 1

Некоторые показатели развития науки и инноваций в Российской Федерации¹

Содержание показателя	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Разработанные передовые производственные технологии, единиц	637	735	780	787	789	864	1 138	1 323	1 429
Внутренние текущие затраты на научные исследования и разработки, всего, млрд руб.	221,1	277,8	352,9	410,9	461	489,5	568,4	655,1	700
фундаментальные исследования	31,02	42,71	63,59	77,12	96,81	95,88	106,9	108,2	114,8
прикладные исследования	36,36	42,46	54,49	79,89	92,56	92,01	113,1	129,3	133,8
разработки	153,7	192,6	234,8	253,9	271,6	301,6	348,4	417,6	451,3
Расходы на гражданскую науку, всего, млрд руб.	76,91	97,36	132,7	162,1	219,1	237,6	313,9	355,9	425,3
расходы на фундаментальные исследования	32,03	42,77	54,77	69,74	83,2	82,17	91,68	86,62	112,2
расходы на прикладные научные исследования	44,88	54,59	77,93	92,38	135,9	155,5	222,2	269,3	313,1
Выдано патентов всего, единиц:	33101	36805	42138	50509	44469	44567	47932	47752	50772
на изобретения	23390	23028	28808	34824	30322	29999	32880	31638	33950
на полезные модели	7 242	9 757	9 673	10919	10581	11079	11671	12653	13080
на промышленные образцы	2 469	4 020	3 657	4 766	3 566	3 489	3 381	3 461	3 742

¹ Данные сайта Федеральной службы государственной статистики, раздел «Наука и инновации»: 1) Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки (по типам организаций; по секторам деятельности); 2) Внутренние текущие затраты на научные исследования и разработки по видам затрат (по Российской Федерации; по субъектам Российской Федерации); 3) Финансирование науки из средств федерального бюджета; 4) Поступление патентных заявок и выдача охраняемых документов в России. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/# (дата обращения: 09.08.2015).

Окончание табл. 1

Содержание показателя	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, — всего, единиц	3566	3622	3957	3666	3536	3492	3682	3566	3605
научно-исследовательские организации	2115	2049	2036	1926	1878	1840	1782	1744	1719
конструкторские бюро	489	482	497	418	377	362	364	338	331
проектные и проектно-исследовательские организации	61	58	49	42	36	36	38	33	33
опытные заводы	30	49	60	58	57	47	49	60	53
образовательные учреждения высшего образования	406	417	500	503	506	517	581	562	673
промышленные организации, имевшие научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения	231	255	265	239	228	238	280	274	266
прочие	234	312	550	480	454	452	588	555	530

Таблица 2

Результаты расчета регрессионной модели

Номер наблюдения (i)	Разработанные передовые производственные технологии, единиц (y)	Внутренние текущие затраты на научные исследования (разработки), млрд руб. (x_1)	Расходы на гражданскую науку (на прикладные научные исследования, вания), млрд руб. (x_2)	Выдано патентов на полезные модели, единиц (x_3)	Число образовательных учреждений высшего образования, выполняющих научных исследования, единиц (x_4)	Число промышленных организаций, имеющих научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения и выполняющих научные исследования, единиц (x_5)	Остатки (\hat{y}_i) ¹	Ошибка аппроксимации (A)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	637	153,74	44,88	7 242	406	231	20,798	3,265
2	735	192,62	54,59	9 757	417	255	35,813	4,872
3	780	234,83	77,93	9 673	500	265	-23,415	3,002
4	787	253,86	92,38	10 919	503	239	35,970	4,570
5	789	271,64	135,86	10 581	506	228	-33,744	4,277
6	864	301,56	155,47	11 079	517	238	-48,285	5,589
7	1 138	348,37	222,21	11 671	581	280	-41,244	3,624

¹ Данные Протокола регрессионного анализа Excel.

Номер наблюдения (i)	Разработанные производственные технологии, единиц (y)	Внутренние текущие затраты на научные исследования (разработки), млрд руб. (x_1)	Расходы на гражданскую науку (на прикладные научные исследования, млрд руб. (x_2))	Выдано патентов на полезные модели, единиц (x_3)	Число образовательных учреждений высшего образования, выполнивших научные исследования, единиц (x_4)	Число промышленных организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения и выполнивших научные исследования, единиц (x_5)	Остатки (\hat{y}_i) ¹	Ошибка аппроксимации (A)
8	1 323	417,60	269,30	12 653	562	274	1,596	0,121
9	1 429	451,33	313,07	13 080	673	266	52,512	3,675
Среднее арифметическое (\bar{y}, \bar{x}_j)	942,44	291,73	151,74	10 739,44	518,33	252,89		$A = 3,666$
Коэффициенты модели (f_j^3)		1,3940	1,6673	-0,0214	-0,2935	2,9019		
Коэффициенты эластичности Θ_j^3		0,43	0,27	0,24	0,16	0,78		

Рассчитанная таким образом средняя ошибка аппроксимации равняется 3,666%, что не превышает допустимых 8–10% и свидетельствует о приемлемом качестве модели.

Значение F-критерия Фишера, полученное из протокола регрессионного анализа, равно 32,64, что значительно больше критического $F(0,5; j; i-j-1) = 9,01$, что характеризует полученное уравнение множественной регрессии как статистически значимое и адекватно описывающее изучаемое явление.

Коэффициент детерминации $\delta = r^2_{xy} = 0,9819$ (получен из протокола регрессионной статистики) свидетельствует, что 98,19% вариации количества разработанных технологий объясняется вариацией перечисленных факторов, а 1,81% — действием других факторов, не включенных в модель.

Степень влияния факторов на результат определим, рассчитав коэффициенты эластичности по формуле (2):

$$\partial_j = f'_j \cdot \frac{\bar{x}_j}{\bar{y}}, \quad (2),$$

где j — номер фактора; f'_j — коэффициенты при факторах модели (получены из протокола регрессивного анализа); \bar{x}_j — среднее арифметическое j -го фактора; \bar{y} — среднее арифметическое значения КРПТ.

Значения коэффициентов эластичности находятся в табл. 2.

Таким образом, сформирована эконометрическая модель множественной линейной регрессии, связывающая количество разработанных в России передовых производственных технологий с пятью статистическими факторами.

Модель представлена формулой (3):

$$y(x) = -69,1551 + 1,3939x_1 + 1,6673x_2 - 0,0214x_3 - 0,2935x_4 + 2,9019x_5, \quad (3),$$

где $y(x)$ — количество разработанных в России передовых производственных технологий, единиц; x_1 — внутренние текущие затраты предприятий на научные исследования (разработки), млрд руб.; x_2 — расходы государственного бюджета на гражданскую науку в части прикладных научных исследований, млрд руб.; x_3 — количество выданных патентов на полезные модели, единицы; x_4 — число образовательных учреждений высшего образования, выполнявших научные исследования, единицы; x_5 — число промышленных организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструк-

торские подразделения и выполнявших научные исследования, единицы.

Путем расчета коэффициентов эластичности показано, что при изменении на 1% внутренних текущих затрат предприятий на научные исследования (разработки) количество разработанных передовых технологий изменяется на 0,43%. При изменении на 1% расходов государственного бюджета на гражданскую науку в части прикладных научных исследований — на 0,27%, количества выданных патентов на полезные модели — на 0,24%, числа образовательных учреждений высшего образования, выполнявших научные исследования, — на 0,16%, а числа промышленных организаций, выполнявших научные исследования, — на 0,78%.

Таким образом, можно утверждать, что наибольшее влияние на количество разработанных в России передовых производственных технологий из пяти рассматриваемых факторов оказывает именно число промышленных организаций, имевших научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения и выполнявших научные исследования. На повышение на один процент количества предприятий, выполняющих инновационные разработки, количество разработанных передовых технологий отзывается семьдесятю восьмью сотыми процента прироста. На втором месте по влиянию на функцию модели находится такой показатель, как внутренние текущие затраты предприятий на научные исследования.

Автор не является сторонником механистического применения экономико-математических моделей для исследования экономических процессов, поэтому результаты проведенного в статье моделирования можно считать лишь косвенным доказательством предложенного автором тезиса о том, что инновационный потенциал экономики в большой степени зависит от предпринимательского и профессионального знания, формируемого внутри фирмы. К тому же невозможно было, к сожалению, исследовать в модели влияние качественного показателя корпоративной культуры. Тем не менее результаты моделирования совпадают с выводами теоретического исследования и могут служить их практическим подтверждением.

Что касается влияния количества университетов, выполняющих научные исследования, на количество внедренных передовых технологий, то их неоспоримый вклад в инновационное развитие инновационной экономики состоит не только в количестве проводимых исследований, продуцирующих инновации, но и в том, что они вовлекают в научную работу студентов. Полученные в университете

навыки исследования выпускники принесут на предприятия, где эти навыки будут использоваться в практической деятельности по генерации инноваций. Таким образом, университеты создают не только частное, социально значимое и общественное благо [Аузан, 2015], но и, если можно так выразиться, экономическое благо в виде развитых исследовательских способностей своих выпускников. Эти способности имеют реальную перспективу стать мощнейшим производственным ресурсом предприятий страны.

В результате проведенного исследования можно утверждать, что на современном этапе развития экономики профессиональное знание — это значительный производственный ресурс, который формируется на предприятии, принадлежит ему и является главным источником роста инновационных возможностей экономики.

Список литературы

1. *Аузан А. А., Никишина Е. Н.* Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. 2013. № 4.
2. *Аузан А. А.* «Эффект колеи». Проблема зависимости от траектории предшествующего развития — эволюция гипотез // Вестник московского университета. Сер. 6. Экономика. 2015. № 1.
3. *Борбугулов М. У.* Экономика знаний — основа инновационной экономики // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. 2015. Т. 15. № 3.
4. *Владыка М. В., Дорошенко Ю. А.* Инновационная среда экономики, основанной на знаниях (knowledge based economy) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. 2007. Т. 1. № 1.
5. *Гэлбрейт Дж.* Новое индустриальное общество / Пер. с англ. СПб., 2004.
6. *Головчанская Е. Э.* Интеллектуальный ресурс: психологический феномен экономического конструкта // Фундаментальные исследования. 2015. № 2—2.
7. *Дрянных Н. В., Резико Е. Н.* «Экономика знания» — основа инновационного развития современного общества // Вопросы территориального развития. 2014. № 1 (11).
8. *Друкер П. Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. М., 2004.
9. *Камалтдинова Р. М.* Знание и образование как экономические категории // Вестник Ульяновского государственного технического университета. 2010. № 4 (52).
10. *Клейн Б.* Вертикальная интеграция как право собственности на организацию: еще раз об отношениях между «Фишер боди» и «Дженерал моторс» / Пер. с англ. // Природа фирмы. М., 2001.

11. *Кристенсен К. М.* Дилемма инноватора / Пер. с англ. М., 2004.
12. *Курач А. Е.* Инновация как инструмент валоризации знаний в постиндустриальной экономике // Актуальные проблемы экономики и управления. 2014. № 1 (1).
13. *Мастерова Е. Ю.* Становление экономики знаний и развитие интеллектуального капитала в постиндустриальном обществе // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2011. № 5.
14. *Рябых Е. Б., Межуева Е. Ю.* Влияние инноваций и креативности на становление экономики знаний // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 3 (131).
15. *Уинтер С. Дж.* Теория Коуза и проблемы компетентности и корпорации. / Пер. с англ. // Природа фирмы. М., 2001.
16. *Уэрта де Сото Х.* Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество / Пер. с англ. Челябинск, 2009.
17. *Ходжсон Дж.* Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории / Пер. с англ. М., 2003.
18. *Itami H., Roehl T. W.* Mobilizing Invisible Assets. Cambridge, 1991.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A. A., Nikishina E. N.* Dolgosrochnaja jekonomicheskaja dinamika: rol' neformal'nyh institutov // Zhurnal jekonomicheskoy teorii. 2013. № 4.
2. *Auzan A. A.* «Jeffekt kolei». Problema zavisimosti ot traektorii predshestvujushhego razvitija — jevoljucija gipotez // Vestnik moskovskogo universiteta. Ser. 6. Jekonomika. 2015. № 1.
3. *Borbugulov M. U.* Jekonomika znanij — osnova innovacionnoj jekonomiki // Vestnik Kirgyzsko-Rossijskogo slavjanskogo universiteta, 2015. T. 15. № 3.
4. *Vladyka M. V., Doroshenko Ju. A.* Innovacionnaja sreda jekonomiki, osnovannoj na znanijah (knowledge based economy) // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija. Politologija. Jekonomika. Informatika. 2007. T. 1. № 1.
5. *Gelbreyt Dzh.* Novoe industrialnoe obschestvo / Per. s angl., SPb., 2004.
6. *Golovchanskaja E. Je.* Intellektual'nyj resurs: psihologicheskij fenomen jekonomicheskogo konstrukta // Fundamental'nye issledovanija. 2015. № 2–2.
7. *Drjannyh N. V., Reziko E. N.* «Jekonomika znanija» — osnova innovacionnogo razvitija sovremennoego obshhestva // Voprosy territorial'nogo razvitija, 2014, № 1 (11).
8. *Druker P. F.* Zadachi menedzhmenta v XXI veke / Per. s angl., М., 2004.
9. *Kamalidinova R. M.* Znanie i obrazovanie kak jekonomicheskie kategorii // Vestnik Ul'janovskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. 2010. № 4 (52).

10. *Klejn B.* Vertikal'naja integracija kak pravo sobstvennosti na organizaciju: eshhe raz ob odnoshenijah mezhdu «Fisher bodi» i «Dzheneral motors» / Per. s angl., Priroda firmy, M., 2001.
11. *Kristensen K. M.* Dilemma innovatora / Per. s angl., M., 2004.
12. *Kurach A. E.* Innovacija kak instrument valorizacii znanij v postindustrial'noj jekonomike // Aktual'nye problemy jekonomiki i upravljenja. 2014. № 1 (1).
13. *Masterova E. Ju.* Stanovlenie jekonomiki znanij i razvitie intellektual'nogo kapitala v postindustrial'nom obshhestve // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela. 2011. № 5.
14. *Rjabyh E. B., Mezhueva E. Ju.* Vlijanie innovacij i kreativnosti na stanovlenie jekonomiki znanij // Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki. 2014. № 3 (131).
15. *Uinter S. Dzh.* Teorija Kouza i problemy kompetentnosti i korporacii. / Per. s angl. // Priroda firmy. M., 2001.
16. *Ujerta de Soto H.* Avstrijskaja jekonomicheskaja shkola: rynek i predprinimatel'skoe tvorcestvo / Per. s angl., Cheljabinsk, 2009.
17. *Hodzhsen Dzh.* Jekonomicheskaja teorija i instituty: Manifest sovremennoj institucional'noj jekonomicheskoy teorii / Per. s angl., M., 2003.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

А. В. Макаров¹,
НИУ ВШЭ (Москва, Россия)

ДЕЛА ОБ АНТИКОНКУРЕНТНЫХ СОГЛАШЕНИЯХ (2008–2010): РИСКИ ОШИБОК ПЕРВОГО РОДА²

В данной статье анализируется судебная практика в России за 2008–2010 г. в области ограничивающих конкуренцию соглашений (горизонтальных, вертикальных, прочих), а также согласованных действий на основе базы данных арбитражных судов по искам, оспаривающим решения ФАС (Федеральной антимонопольной службы). В базу решений вошли 242 дела по оспариванию обвинений ФАС в рамках статьи 11 Закона «О защите конкуренции», в том числе 139 горизонтальных соглашений, 103 иных соглашения (вертикальных, конгломератных, смешанных). На основе собранной базы данных проанализирована правоприменительная практика в России и сложившиеся особенности интерпретации антимонопольного законодательства. Выделены рынки и типы соглашений, оказавшиеся в сфере внимания регулятора, и особенности правоприменения в этих сферах, а также проанализированы возникающие проблемы информента в контексте рисков ошибок 1 и 2-го рода, в том числе проблема безусловности запретов на соглашения (PER SE vs RULE OF REASON), проблема стандартов доказательств, проблема согласованности и единообразия правоприменения и т.д.

Ключевые слова: антимонопольная политика, створ, ВОС, картель, судебная практика.

ANTICOMPETITIVE AGREEMENTS (2008–2010): ERRORS OF 1 TYPE IN RUSSIAN ENFORCEMENT

This article analyzes the antitrust enforcement practice in Russia (2008–2010) in the area of competition restricting agreements (horizontal and vertical). The

¹ Макаров Андрей Владимирович, младший научный сотрудник ИАПР ВШЭ, аспирант факультета экономики; e-mail: andreymakarovh@mail.ru

² Статья подготовлена в рамках проекта ЦФИ НИУ ВШЭ ТЗ-1 «Оценка эффектов конкурентной политики». Автор выражает огромную благодарность профессору С. Б. Авдашевой за помощь в подготовке статьи, ценные рекомендации и замечания.

analysis is based on courts decisions database (litigations with the Russian competition authority - FAS). Database contains 242 cases, including 139 horizontal agreements, 103 vertical and mixed agreements. On the basis of this database we have analyzed important features of the interpretation and implementation of the competition law in Russian practice, priority areas of the enforcement. We considered the antitrust policy taking into account the risks of errors of 1 and 2 types, including the problem of the flexibility of prohibitions (PER SE vs RULE OF REASON), standards of proof, consistency of enforcement, etc.

Key words: antitrust policy, collusion, vertical agreements, arbitrage practice.

Введение

Российское законодательство в области борьбы с антиконкурентными соглашениями прошло большой путь трансформации, причем как в контексте формулировки правовых норм и разрешенных/запрещенных экономических действий, так и в плане санкций за отдельные виды нарушений. (Подробнее про трансформацию см.: [Авдашева и др., 2011; Авдашева, Шаститко, 2011; Макаров, 2014].)

В то же время анализ сложившейся практики показывает, что во многих юрисдикциях правоприменение даже весьма схожих норм может сильно различаться. В частности — использование принципов PER SE (абсолютный запрет определенных типов соглашений) и ROR (Rule of reason, взвешенный подход, запрет соглашений с учетом их последствий для общественного благосостояния), дифференцированность подхода к соглашениям разных типов (от Hardcore-картелей до эксклюзивного дилерства), стандарты доказательств и т.д.) [Макаров, 2014].

Таким образом, огромную роль в антимонопольной политике играет не только нормативная база, но и судебная практика, которая в конечном роде выполняет важнейшие функции антитраста:

- интерпретацию и конкретизацию норм законодательства;
- проработку практики соотнесения норм законодательства с реально наблюдаемым поведением агентов на рынке;
- устранение последствий ошибок 1-го рода со стороны регулятора при рассмотрении жалоб на его решения.

Кроме того, именно опыт правоприменения показывает, какие нормы антитраста и применительно к каким экономическим отношениям реализуются на практике, а какие имеют сугубо эпизодический, кейсовый характер (хорошим примером служит формально существующая уголовная ответственность за сговор [Кинев, 2012], которая присутствует в российском праве многие годы, но применялась в исключительно малом количестве дел).

В рамках данной статьи было проведено исследование судебных разбирательств в системе арбитражных судов со следующими целями:

- анализ принципа вмешательства (PER SE или ROR) который на практике сложился в российском информенте (в том числе для отдельных видов соглашений);
- выявление основных причин возможных ошибок 1-го рода со стороны регулятора, то есть анализ дел, по которым обвиненная компания добивалась признания незаконным решения регулятора. При этом в данной статье под ошибками 1-го рода в первую очередь подразумеваются дела, по которым суд в итоге отменил решение ФАС и признал компанию невиновной в нарушении статьи 11 Закона «О защите конкуренции»¹;
- анализ того, какие аргументы становятся основанием для принятия судом решения о законности действия/бездействия ФАС, в частности вопросы использования косвенных улик, отступление от использования Порядка 220 и т.д.;
- анализ секторов экономики и типов соглашений, которые наиболее часто фигурируют в судебных рассмотрениях, и как отличается практика применительно к ним;
- анализ успешности оспаривания решений ФАС и факторов этой успешности.

Статья построена следующим образом. Сначала рассматривается проблема ошибок 1 и 2-го рода в данной сфере. Во второй части дается краткая характеристика созданной базы данных. В третьей — анализируется полученная статистика применительно к разным рынкам (типам соглашений). В четвертой части выделяется четыре наиболее важных источника ошибок первого рода и приводятся примеры реализации этих рисков в рассмотренных судебных делах.

Цена ошибок 1 и 2-го рода при анализе ограничивающих конкуренцию соглашений

В правоприменительной практике по делам об антиконкурентных соглашениях одинаково опасными являются ошибки как 1, так

¹ Таким образом, на данном этапе статья не ставит задачу анализа судебных ошибок, расценивая отмену решений ФАС судами как свидетельство устранения ошибки первого рода, принимая решение суда последней инстанции за «объективное» по данным делам. Анализ ошибок со стороны вынесения решений судами является весьма перспективным направлением для дальнейшего исследования.

и 2-го рода, которые в первом случае приводят к наказанию невиновной компании, а во втором — означают, что ограничивший конкуренцию участник смог избежать заслуженных санкций [Шаститко, 2013; Joskow, 2002]. Если вероятность ошибок существенна, то в конечном итоге это может привести к полной дезорганизации антимонопольной политики, когда правовые нормы перестают быть регулятором экономических отношений из-за разрушенных стимулов им следовать.

Риски ошибки со стороны регулятора могут существенно снижаться в случае обеспечения тщательного судебного разбирательства, с высокими стандартами доказательств и достаточным уровнем использования экономического анализа при оценке обсуждаемых соглашений. При этом существенной ошибкой является склонность анализировать только структуру рынка, а не стратегическое поведение компаний [Авдашева, Шаститко, 2011].

Можно выделить источники ошибок первого рода, которые широко обсуждаются, в том числе и в контексте российской практики. Во-первых, регулятор может неправильно интерпретировать действия компаний и неверно соотносить их с запрещенными законодательством действиями. Классическим примером является широко обсуждаемая проблема — как разграничить умышленные согласованные действия компаний-конкурентов и синхронные действия компаний, вызванные объективными причинами [Авдашева, 2011; Ivaldi et al., 2003]. Второй важнейшей проблемой является оптимальная жесткость запрета соглашений (PER SE vs ROR), а именно необходимость оценки не только формы поведения компаний, но и последствий такого поведения. При этом при поиске баланса строгости запретов мы приходим и к балансу между неизбежными рисками ошибок 1 и 2-го рода [Дзагурова, 2012]. Особенно это актуально для вертикальных ограничивающих соглашений (далее — ВС или ВОС), история инфорсмент в отношении их в России специфична — до 2005 г. мы практически не видим дел такого типа, далее же сложилась практика априорного рассмотрения ВС как направленных на ограничение конкуренции при игнорировании иных, проконкурентных, мотивов [Авдашева, Дзагурова, 2010].

Необходимо выделить соглашения, которые исходя из формы могли привести к неблагоприятным последствиям, но фактически не привели к ним или, даже более того, привели к проконкурентным или общественно полезным эффектам. Ключевую роль в снижении вероятности ошибок 1 и 2-го рода при рассмотрении дела играет применение тщательного экономического анализа и высоких стандартов доказательств.

В данной статье будут рассмотрены основные причины ошибок первого рода в российской антимонопольной политике на основе обобщения и систематизации судебной практики, в частности на основе анализа судебных прецедентов, когда компании смогли успешно оспорить обвинения ФАС в нарушении статьи 11 Закона «О защите конкуренции».

Характеристика базы данных

Для анализа практики инфорсmenta по проблеме ограничивающих конкуренцию соглашений были отобраны дела по оспариванию решений ФАС (ее региональных управлений) об обвинении компаний в нарушении статьи 11 Закона «О защите конкуренции» (соглашения или согласованные действия) в системе арбитражных судов, на основании сайта «Электронное правосудие» (kad.arbitr.ru). По каждому судебному делу, номер которого будет указан в дальнейшем, более подробную информацию можно получить на данном сайте. Были отобраны дела за 2008–2010 гг., по всем этим делам уже сложно ожидать пересмотра вступивших в силу судебных решений. При этом были рассмотрены судебные кейсы до 2011 г., то есть до реформы законодательства в сфере согласованных действий, направленной на конкретизацию права в этой сфере. В последующей статье автор планирует показать, что реформа 2011 г. сыграла позитивную роль и способствовала повышению стандартов доказательств по делам о согласованных действиях, в то же время, к сожалению, многие проблемы, которые будут показаны далее, остаются актуальными до сих пор.

База данных по судебным делам об антиконкурентных соглашениях и согласованных действиях для данной статьи была составлена на основе базы по оспариванию решений ФАС России, подготовленной Лабораторией антимонопольной и конкурентной политики ИАПР ВШЭ под руководством С. Б. Авдашевой (подробнее про базу данных и ее анализ см.: [Avdasheva et al., 2015]).

В результате было рассмотрено 242 судебных дела, в рамках которых оспаривались обвинительные решения ФАС России. В данной статье были рассмотрены дела по оспариванию обвинений ФАС в адрес компаний в контексте нарушения статьи 11 Закона «О защите конкуренции», при этом в выборке для дальнейшего анализа были оставлены только дела, которые можно считать условно классическими случаями антиконкурентных соглашений (согласованных действий) с исключением особых случаев (например, связан-

ных с защитой интеллектуальных прав). В результате в базу вошли 139 дел по горизонтальным соглашениям, 103 иных соглашения (в основном вертикальных, также сюда входят ряд конгломератных соглашений, в частности по взаимодействию страховых компаний с банковскими и иными организациями)¹.

Судебная практика в России 2008–2010 гг. Рынки и результативность оспаривания

По итогам анализа сформированной базы данных можно сделать следующие выводы.

В арбитражных судах Федеральная антимонопольная служба выиграла 135 дел против 107 проигранных (рис. 1). При этом мы относим к категориям выигрышей ФАС дела, где регулятор в последней инстанции выиграл пусть частично, но по ключевым вопросам (например, суд снизил размер штрафа, но все же признал факт нарушения статьи 11 закона).

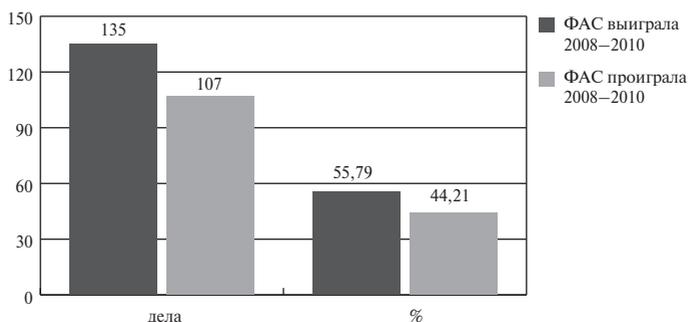


Рис. 1. Количество и процент выигранных ФАС дел (2008–2010)

Источник: составлено и рассчитано автором.

Наверное, можно назвать немного неожиданным то, что компании не оказались существенно более успешными в оспаривании вертикальных и конгломератных соглашений (2-я группа соглашений) (рис. 2). С точки зрения экономической теории и опыта запад-

¹ Следует оговорить, что в ряде случаев несколько судебных дел из базы могли касаться одной проблемы, поскольку несколько обвиненных компаний могли подавать независимые иски по отмене решения регулятора о признании их виновными. Вместе с тем, поскольку по делам такого рода нет условной практики преюдиции и каждое дело рассматривалось судом независимо, то такие случаи были включены в базу.

ных стран как раз в случае вертикальных соглашений куда проще доказать и обосновать проконкурентные эффекты и пользу для общественного благосостояния, которые могут помочь снять претензии антимонопольного органа (см. например: [Sokol, 2014; Авдашева, 2010; Pittman, 1997; Popofsky, 2006; Verouden 2003; Crane, 2009]). Однако мы видим, что в России ситуация иная, и связано это, по всей видимости, с тем, что в стране сложился на практике режим PER SE, в том числе и для вертикальных соглашений, о чем будет отдельно сказано позднее.

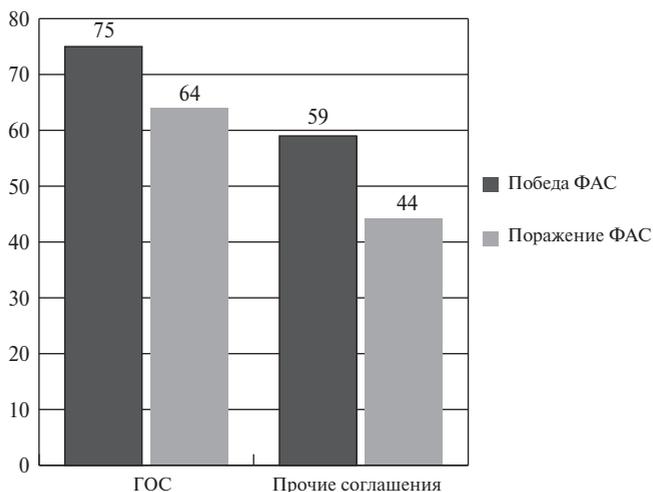


Рис. 2. Результаты оспаривания решений ФАС в зависимости от типа соглашений
 Источник: рассчитано автором.

Среднее количество рассмотрений одного дела составило 2,975 раза. На рис. 3 приведена разбивка дел по количеству раз, которые они рассматривались в судах. Традиционно предполагается, что возможны четыре инстанции, то есть первая, апелляционная и кассационная, а далее рассмотрение в Президиуме ВАС в порядке надзора. Вместе с тем распространены случаи возвращения вышестоящим судом дела на новое рассмотрение в прошлые инстанции, в итоге отдельные дела рассматривались в судах разных инстанций вплоть до 8–9 раз. Процент выигранных у ФАС дел несколько отличается в зависимости от числа рассмотрений (рис. 4).

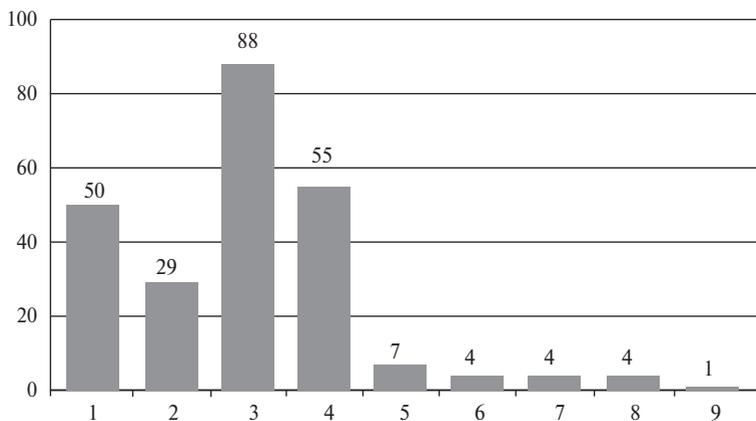


Рис. 3. Количество судебных рассмотрений дел по антиконкурентным соглашениям
 Источник: рассчитано автором.

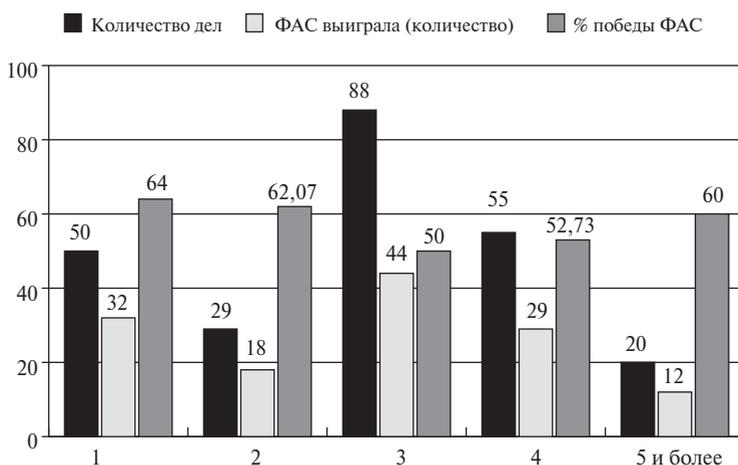


Рис. 4. Победа ФАС в арбитражных судах
 в зависимости от количества судебных рассмотрений кейсов
 Источник: рассчитано автором.

Фактически в российском инфорсменте в те годы сформировалось несколько приоритетных рынков, которые находятся под пристальным вниманием регулятора и антимонопольные расследования на которых не носят эпизодического характера. Более подробная статистика приведена на рис. 5.

Рассмотренные дела по рынкам

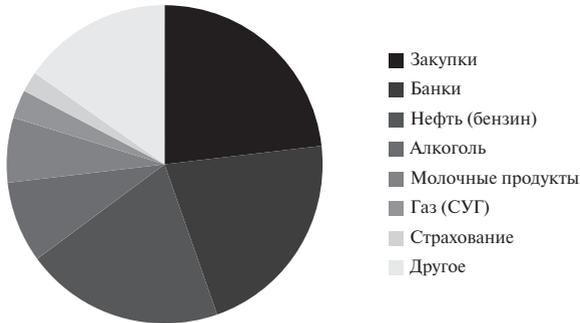


Рис. 5. Рассмотренные кейсы по рынкам (отраслям экономики)

Источник: рассчитано автором.

Среди горизонтальных соглашений это в первую очередь государственные закупки (включая закупки разного рода бюджетных учреждений), согласованные действия (сговор) на рынке бензина — 47 дел (два дела относятся к категории ВОС), также семь схожих дел по продаже газа, СУГа (сжиженного углеводородного газа), 11 дел произошло на алкогольном рынке, часто связанных с попытками местных производителей алкоголя проводить согласованную политику с целью вытеснить или не допустить на рынок поставщиков из других регионов.

В сфере прочих соглашений также образуется лишь четыре значимых с точки зрения масштабов инфорсmenta рынка. Это в первую очередь конгломератное взаимодействие страховых компаний с банковским кредитованием (группа дел по банковским организациям — 52 дела)¹ либо с иными экономическими агентами, например транспортными компаниями (страхование — пять дел), в ходе которых потребителю либо навязывалось приобретение ненужных ему услуг (в частности, страхования), либо ограничивалось право выбрать самостоятельно для заключения договора компанию (страховую) в случаях, предусмотренных законодательством.

Помимо этого можно выделить ВОС — дела на рынках молочной продукции (13 дел) и алкогольной продукции (9 дел). Что каса-

¹ Также сюда относится и пара эпизодических дел по иным банковским договорам о сотрудничестве, которые фактически приводили к такого же рода последствиям, например дело А06-1580/2009 о сотрудничестве банка и строительной фирмы, которое приводило к навязыванию контрагентам фирмы размещения средств в данном банке.

ется алкоголя, то восемь из девяти кейсов составили иски компании «Балтика», которая успешно оспорила разного рода решения ФАС, обвинившей ее в согласованных действиях с различными ресторанами, барами путем заключения маркетинговых договоров.

На молочном рынке мы видим разные типы соглашений. Группу дел по дилерским договорам между производителями (в частности, дела «ЮНИМИЛК», например, дела А70-4690/2009, А70-5044/2009) и распространителями, а также, например, дело по резервированию полок под определенную продукцию (А48-1211/08) или поддержанию низких закупочных цен у сельскохозяйственных производителей (А65-3151/2010) и т.д.

Интересно также посмотреть, насколько отличается статистика в зависимости от рынка. На рис. 6–9 представлена статистика успешности оспаривания решений ФАС по основным сферам экономической деятельности.



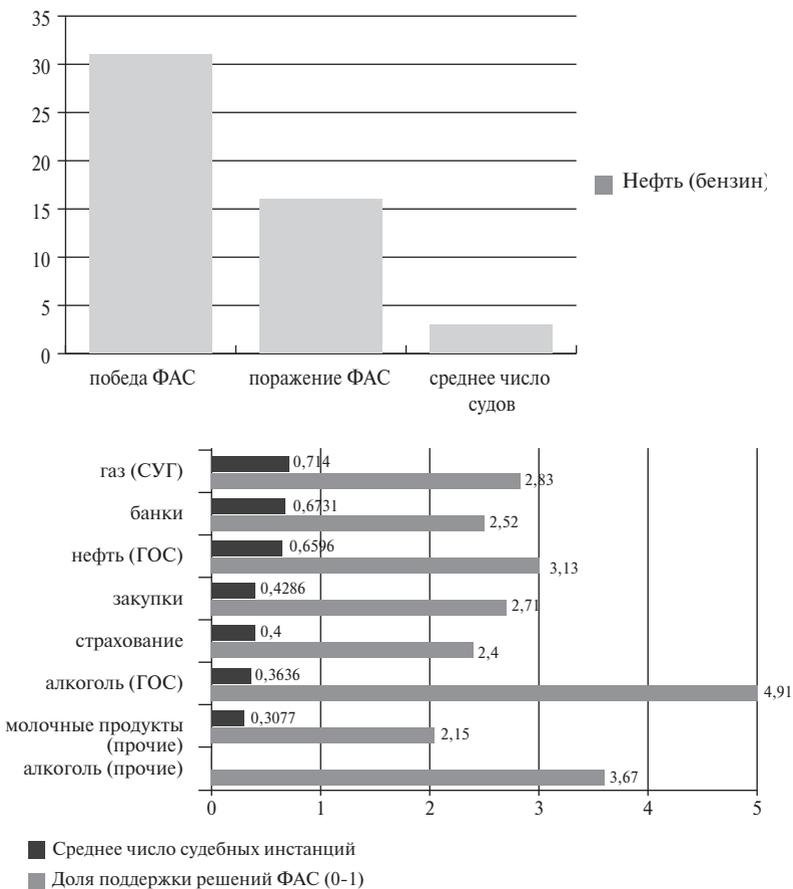


Рис. 6–9. Статистика успешности оспаривания решений ФАС в зависимости от рынка

Источник: рассчитано автором.

Таким образом, с некоторой осторожностью с учетом различного количества кейсов по отраслям можно отметить, что в практике российского инфорсmenta сложились различные закономерности в успешности компаний по оспариванию обвинений ФАС в зависимости от отрасли и специфики экономических отношений.

С точки зрения количества пройденных судебных инстанций наибольшее количество отмечено в сфере алкоголя — в среднем 4,91 заседания по ГОС и 3,67 по ВС. Относительно низкое количество

обжалований отмечается по делам о навязанных страховых услугах (2,4), в том числе при заключении банковских договоров кредитования и т.д. (2,52).

Наибольшего успеха в выигрыше дел ФАС традиционно добивается в делах по согласованным действиям на рынках бензина и СУГа, а также в сфере навязывания определенных страховых договоров. Существенно выше процент проигранных дел в сфере закупок, еще большего успеха в оспаривании решений ФАС достигли компании на рынках алкоголя и молочных продуктов. Важную роль в отраслевой дифференциации сыграли и различные стандарты доказательств, о чем будет сказано позднее.

Риски ошибок 1-го рода

По результатам исследования правоприменительной практики можно выделить следующие основные причины возникновения существенных рисков ошибок.

Основные причины рисков ошибок 1-го рода
<i>Отказ от использования принципа ROR</i>
<i>Уклон в квалификацию правонарушения в терминах согласованных действий</i>
<i>Проблема определения границ рынка</i>
<i>(Не)использование Порядка 220</i>

Отказ от использования принципа ROR

Что касается баланса в использовании принципов PER SE и ROR в сложившихся реалиях, то, с одной стороны, мы видим практически отсутствие аргументации в терминах экономической оценки положительного влияния соглашения на общественное благосостояние. В том числе и в контексте статьи 13 Закона «О защите конкуренции», а именно:

- *совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;*
- *получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.*

Это связано как с некоторой жесткостью оговоренных условий (кроме того, статья 13, которая, по сути, оставляет место подходу ROR, в России распространяется не на все типы соглашений), так и с отсутствием чекой методологии расчета и доказательств наступления указанных последствий, в результате чего мы редко встречаем попытки компаний аргументировать свою позицию со ссылкой на статью 13 и тем более фактически не встречаем использование данных аргументов при вынесении решения.

Мы видим эпизодические случаи использования компаниями логики статьи 13, то есть предоставления аргументов об экономической эффективности, буквально пара дел. Например, тезис о повышении конкурентоспособности (дело «Ингосстраха», А76-15422/2009). Или тезис об успешном развитии компаний за счет заключенного соглашения (дело «Инмарко», А33-1952/2010). Или тезис об обеспечении гарантии качества и безопасности для потребителей в группе дел по разделу кемеровского алкогольного рынка (см., например, А27-18920/2009).

Но нельзя сказать, чтобы суд, принимая решение, проводил серьезный анализ последствий для общественного благосостояния, скорее суд анализирует правовую допустимость совершенных действий и доказанность самого факта совершения действия, а не его последствий. Так, по делу «РЕСО-Гарантии» А70-2074/2010 суд прямо отметил, что соглашение, может быть, и улучшило положение клиентов в плане надежности услуг, но сделал вывод, что *позитивные эффекты не должны достигаться за счет нарушения закона*¹, тем самым фактически подчеркивая безусловный запрет на предусмотренные законом соглашения.

Можно говорить о сложившихся абсолютных запретах PER SE при реализации соглашений, при этом часто этот тезис (о безусловности запрета) встречается прямо в решениях суда. В результате, если аргументы об общественных выгодах не рассматриваются по существу, это подрывает стимулы компаний по их предоставлению и резко снижает роль экономического анализа в принятии решений.

¹ Банк же указывал, что независимые компании часто пользуются некомпетентностью клиентов в области страхования и предлагают им полисы компаний, находящихся на грани банкротства или уже обанкротившихся, несуществующих, не имеющих лицензию на осуществление страховой деятельности и т.д., в связи с чем в целях защиты интересов клиента банк в соответствии с условиями договора требует предварительного согласования страховой компании.

В то же время, если говорить про ВОС, то здесь суды иногда все же относятся к соглашениям компаний более мягко, компаниям в логике оценки последствий соглашения удается доказать, что сам факт заключения соглашения не может считаться нарушением законодательства, если ФАС не показала последствий и фактического ограничения конкуренции и (или) ущерба. Например, это касается той же группы дел по компании «ЮНИМИЛК» (типичное дело — А62-85/2008) или «Балтика» (типичное дело — А45-15643/2009).

Один из аргументов, к которому прибегали обвиненные компании, — то, что заключенное соглашение фактически не применялось. Иногда суды поддерживали этот аргумент. При оправдании компаний по разделу алкогольного рынка в Кемерове (см., например, А27-18919/2009) одним из аргументов стало как раз то, что соглашение не было полностью реализовано, компании указывали, что не *заключили* соглашение, а только лишь *ознакомились* с ним, как с предложенной идеей, а ознакомление не могло вызвать ограничение конкуренции. Такого же рода аргументация часто возникала и по делам о страховых услугах, скажем, в деле А71-13343/2009 представители «Росбанка» указывали на то, что предусмотренное ограничение прав ипотечных заемщиков на свободный выбор страховых услуг на практике не всегда применялось. В аналогичном деле А55-17258/2010 компании удалось оспорить решение ФАС на основании того, что, несмотря на наличие договора между банком и страховой компанией, в практике не было прецедентов, чтобы гражданину с иной страховой было отказано в оформлении кредита. В делах компании «ЮНИМИЛК» (см., например, А70-5045/2009) суд также счел, что поскольку заключенное соглашение на практике не применялось, значит, оно фактически и не могло привести к обсуждаемым отрицательным последствиям. В то же время в ряде случаев суды, даже признавая неисполнение соглашения, указывали, что закон запрещает не только соглашения, которые привели, но и которые *могли привести* к ограничению конкуренции, а значит, само намерение, выразившееся в подготовке потенциально антиконкурентных соглашений, уже является основанием. Кроме того, стоит отметить и случаи, когда само соглашение формально оказывалось, может быть, и не столь опасным для конкуренции, но его реализация на практике приводила к нарушению законных прав контрагентов. Например, по делу о дилерских соглашениях А40-50033/10 «ТехноНИКОЛЬ» суд установил, что сами по себе дилерские соглашения не содержат наиболее спорных пунктов, однако они фактически были дополнены рассылкой писем. Так, по делу о компании

«Джонсон и Джонсон» (А76-15244/2010) суды первых двух инстанций отметили, что внутренняя документация компании не содержит прямых указаний о дискриминации каких-либо контрагентов и требований об отказах в поставках, однако суд третьей инстанции счел, что важнее не формально прописанная процедура, но ее реализация на практике, в ходе которой он отметил конкретные факты дискриминации.

Таким образом, практика по вопросу об уровне исполнения соглашений складывалась достаточно противоречиво.

Квалификация правонарушения в терминах согласованных действий

Другой важной особенностью стало то, что обвинение в согласованных действиях фактически вытеснило из практики обвинение в сговоре. Данная ситуация, с одной стороны, понятна, поскольку сложно получить прямые доказательства сговора, переговоров и т.д. Если говорить о расследованиях по закупкам, то мы имеем в принципе какие-то единичные случаи, когда были зафиксированы переговоры участников (например, можно привести дело А76-10362/2010 или дело А60-2435/2010). Другой важной уликой являются случаи, когда можно доказать, что участвующие в аукционе компании имеют родственные или коммерческие связи, или в дальнейшем были заключены договора субподряда, которые обеспечили компаниям выгоду от неучастия в аукционе (хороший пример — дело А76-15247/2010). Бывали и случаи, когда компаниям удавалось опровергнуть выдвинутые обвинения, показав некоторые существенные доводы в пользу того, что они не смогли принять участие в аукционе по объективным причинам. Например, это могло произойти в силу отсутствия необходимых товаров на момент проведения аукциона (А76-13622/2010) или по причине того, что незадолго до этого компания уже выиграла другой аукцион, что сделало экономически нецелесообразным участвовать в новой государственной закупке (как, например, в деле А56-18591/2010). Есть и немного необычный случай, когда компании не смогли принять участие в аукционе по причине отсутствия достоверной информации о времени его проведения (А69-607/2010).

Однако вместе с тем в значительном числе дел такого рода не удалось получить ни доказательств того, что действия компаний были каким-либо образом координированы, ни того, что неучастие компаний в аукционе имело под собой какие-либо существенные объ-

ективные причины. Фактически единственное, что остается у суда и регулятора — это наблюдаемое пассивное участие компаний в аукционе, когда значительное число участников либо просто не приходят на сам аукцион, либо приходят и не выдвигают предложений по снижению цены закупки. Суду остается либо использовать презумпцию невиновности (обозначив, что законом не предусмотрена обязанность компаний понижать цену), либо же согласиться с правовой позицией Высшего арбитражного суда, выраженной им в постановлении Президиума от 21.04.2009 № 15956/08, о том что нормы Закона «О защите конкуренции» не могут быть истолкованы как исключающие возможность антимонопольного органа доказать наличие согласованных действий через их объективированный результат. При этом в практике стран ЕС и США такой подход, по сути, неприемлем, там проводится жесткое разграничение между совершением согласованных действий (при доказанных фактах обмена информацией) и объективной зависимостью участников рынка друг от друга и от схожих рыночных условий [Авдашева, 2011].

Но большинство дел по участию в закупках (и в целом по согласованным действиям) разрешаются или в ту, или иную сторону как раз в таких случаях, то есть при имеющихся минимальных доказательствах (хорошим примером является дело А76-14962/2010) через объективный результат, выразившийся в низком или нулевом снижении цены аукциона. В результате неизбежно возникают риски ошибок 1 и 2-го рода, когда пассивное участие в аукционах, которое в действительности может иметь весьма различные основания, может с одинаковой степенью уверенности трактоваться и в пользу оправдания, и в пользу обвинения компании.

Объективным препятствием здесь является сложность для сотрудников ФАС получить доказательства, которые могли бы доказать факт антиконкурентной кооперации. Так, например, в деле А71-453/2010 сотрудник ФАС попробовал стать клиентом банковской организации, чтобы доказать факт навязывания ему нарушающего закон страхового договора, но ФАС отвергла данное доказательство, сочтя что такого рода действия попадают под определение оперативно-разыскной деятельности, а такого рода деятельность регулятора законом не разрешена.

Достаточно противоречивая практика сложилась при рассмотрении проблемы горизонтальных согласованных действий и по рынкам нефти или СУГа. В ряде случаев действительно отмечается пристальное внимание ФАС и судебных органов к структуре издержек. Скажем, существенные различия в закупочных ценах при одинако-

вой розничной цене являются сильным аргументом в пользу факта согласованных действий (см., например, А49-795/2010) или странные и нетипичные для рынка дисбалансы в сравнительном установлении цен (А63-12178/2008). Другим важным аргументом, как отмечает суд, например, в деле А33-12094/2009 является отсутствие в компании внутренних документов и правил по ценообразованию, в таких случаях сложно объяснить параллелизм цен с точки зрения объективных экономических процессов внутри фирмы. Таким образом, если сравнивать дела по нефтяной отрасли и государственным закупкам, то в торговле бензином у суда объективно находится больше данных и логических доводов, позволяющих сделать вывод о нерыночном поведении компании. Вероятно, в том числе и поэтому в делах о бензине (или СУГе) мы видим существенно больший процент побед регулятора в суде, чем в случае с государственными закупками. В то же время следует учитывать и то, что рынок бензина традиционно воспринимается как предмет особого внимания со стороны органов государственной власти.

В то же время существует проблема, когда кейсы с наличием очевидной компании — ценового лидера и небольшими последователями рассматриваются с точки зрения логики согласованных действий. Есть примеры того, когда компаниям удалось обосновать, что факт согласованных действий должен быть доказан взаимной заинтересованностью, ведь иначе нужно говорить о стратегии ценового лидерства на рынке и реакции на действия контрагентов, которые не укладываются в логику нарушения (например, дела А69-113/2009, А42-5795/2009 или А34-3924/2010). И в таких случаях ориентация на объективированный результат без учета стратегий компаний является сильнейшим риском ошибки 1-го рода.

Вместе с тем в контексте согласованных действий образовалась и другая проблема, отчасти имеющая терминологический характер: использование термина «согласованные действия» для запрещения вертикальных и конгломератных соглашений о сотрудничестве. Это касается практически всех дел по взаимодействию банков и страховых компаний (например, дело А76-16182/2009), а также, например, дел по заключению компанией «Балтика» маркетинговых договоров о сотрудничестве с различными учреждениями питания, барами и т.д., предусматривающими обязанность того или иного бара закрепить определенную долю «Балтики» в предлагаемом ассортименте в обмен на значительные финансовые бонусы при кооперации (см., например, А45-15640/2009, А45-13960/2009).

Данная практика выглядит отчасти неожиданной с точки зрения духа Закона «О защите конкуренции». Согласованные действия предполагали, что конкурирующие фирмы (в новой статье 11.1, введенной в Федеральный закон, прямо прописано, что эти действия совершают конкуренты), не заключая формальных соглашений и не ведя переговоров, на практике все же придерживались одинаковой рыночной стратегии, в результате чего на рынке при отсутствии объективных причин складывалась неблагоприятная для общественного благосостояния ситуация. Классическими делами по согласованным действиям с этой точки зрения являются дела по нефтяным компаниям, которые синхронно могли завышать цену на бензин. То есть классические согласованные действия предполагают реализацию антиконкурентного поведения без его формального оформления (в отличие от картеля, где происходит формализация договоренностей).

И с этой точки зрения рассмотрение вертикальных и конгломератных соглашений, оформленных в виде маркетинговых договоров или договоров о сотрудничестве между компаниями, функционирующими на принципиально разных рынках в контексте согласованных действий, противоречит основной идее термина. Безусловно, и данные сделки могли приводить к неблагоприятным последствиям, однако такого рода квалификация обвинения, изначально ориентированная на совсем другой тип экономических отношений, также могла породить существенные риски ошибок 1 и 2-го рода. Так, например, по делу А60-43255/2009 суд отметил, что подобного рода соглашения могут рассматриваться как ограничивающие конкуренцию, однако не нашел оснований для обвинения именно в терминах согласованных действий.

Проблема определения границ рынка

Достаточно часто в судах вставали вопросы, связанные с определением географических и продуктовых границ рынка. Что касается географических границ рынка, то мы видим хорошие примеры достаточно вдумчивого анализа этих границ с использованием Теста гипотетического монополиста (SSNIP) и анализом возможности покупателей заменять товар с учетом транспортных издержек и т.д. В то же время, например, дело «Лукойл» — «Югнефтепродукт» (А32-21980/2008), в рамках которого суд счел, что географические границы рынка должны быть фактически априори совпадающими с границами муниципальных образований, без каких-либо экономических обоснований и учета возможности по-

купателя переключиться на нового поставщика. С точки зрения Порядка 220 и экономической теории такой вывод часто может быть некорректным, что приводит к завышению рыночных долей участников и может повлечь нарушение их прав и повышенные санкции. Характерно в этой связи, например, дело А47-5499/2009, когда компания «Лукойл» в итоге сумела оспорить решение ФАС, показав, что у нее не могло быть стимулов по проведению согласованных действий в конкретном муниципальном образовании, поскольку ценовая политика компании определяется исходя из совершенно иных реальных границ рынка, на котором «Лукойл» представлен. А по делу А65-14117/2009 суд и вовсе счел, что ФАС не имела права автоматически определять границы рынка в терминах муниципальных образований, а необходимо было проводить тот самый опрос покупателей (SSNIP).

Что касается продуктовых границ рынка, то здесь также мы видим примеры ошибок 1-го рода при неправильной интерпретации товарных групп. Например, по делу об аэропорте «Кольцово» (дело А60-3944/2008), когда антиконкурентными были признаны различные договоры на хранение и заправку — обслуживание керосиновым топливом, несмотря на достаточно логичную аргументацию компаний, что это в целом два различных рынка с различными участниками и структурой издержек и требовать равенства цен на них является неуместным. С точки зрения границ рынка достаточно спорным выглядит, например, дело по рынку сыра компании «Можгасыр» (А71-13063/2008), когда географическими границами рынка признали регион рассмотрения дела УФАС, а продуктами границами рынка — собственно сыры только самого обвиненного производителя.

В целом стоит отметить, что именно тезис о некорректном определении границ рынка становился весьма существенным доводом при оспаривании и признании незаконным решения ФАС, причем по самым разным вопросам, от рынка авиатоплива (А53-8118/09) до мороженого (А33-1952/2010). В качестве важного довода неверные границы рынка стали основанием для судебного рассмотрения и по описанным выше делам по вертикальным соглашениям «ЮНИМИЛК» (см., например, А70-5044/2009) или «Балтики» (например, дело А45-13961/2009). В таких случаях, как в деле «Балтики», с точки зрения экономической теории неопределение границ рынка и правда фактически делает невозможным определение степени антиконкурентности соглашения, с учетом рисков вытеснения конкурентов с рынка.

(Не)использование Порядка 220

Неоднозначная практика сложилась с использованием Порядка 220 (Приказ ФАС России №220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке»), который формально не имеет обязательного характера по делам о сговоре (согласованных действиях), однако предлагает тщательную подготовку анализа рынка. Попытки компаний апеллировать к тому, что ФАС при выдвигании обвинений не использовала данный порядок и предложенную им методологию, в ряде случаев встречались с пониманием в суде (например, дело «Балтики», А45-13964/2009), в других же случаях суд обосновывал необязательность использования и точного следования порядку, а фактически и необязательность полноценного анализа рынка. Так, например, по делу «ЮНИМИЛК» А79-109/2009 суд пришел к выводу, что поскольку рассматриваемые вертикальные соглашения подлежат безусловному запрету, то соблюдение Порядка 220 и всех этапов анализа, в нем прописанных, не является обязательным. В целом можно сказать, что необходимость следования Порядку 220 не зафиксирована в рамках судебной практики, само по себе нарушение процедуры не становится основанием для признания решения ФАС недействительным, особенно при выводе о запрещенности соглашения PER SE. Абсолютизировать Порядок 220 не стоит, но, с другой стороны, отказ от него способен опять же спровоцировать риски ошибок 1-го рода, когда регулятор не оценивает сам рынок и рыночные доли участников, что не позволяет понять, насколько действия экономического агента оказались существенными и повлекли ли они реальное ограничение конкуренции, вытеснение новичков, особенно это актуально для ВОС в сфере торговли или взаимодействия банков и страховых компаний и т.д.

И также для разграничения согласованных действий и модели ценового лидерства на рынках бензина или СУГа совершенно необходимо проводить масштабный анализ рынка и его границ в соответствии с Порядком 220, поскольку критическое значение приобретает вопрос рыночных долей.

Заключение

В данной статье проведен анализ особенностей и проблем правоприменительной практики в России по судебным делам об ограничивающих конкуренцию соглашениях (горизонтальных, вертикальных, конгломератных) за период 2008–2010 гг.

В результате были получены статистические данные, касающиеся практики оспаривания решений ФАС по антимонопольным делам данной категории. Компании бывают достаточно успешны в признании ненормативных правовых актов недействительными (44% дел), большинство дел доходят в рассмотрении либо до кассационной инстанции, либо до стадии надзора.

При этом на практике сложились рынки (сферы экономических отношений), на которые приходится значительная доля всех судебных рассмотрений, и можно сделать вывод, что они находятся под серьезным вниманием регулятора. В сфере горизонтальных соглашений особо выделяются госзакупки, а также розничная торговля бензином и СУГом, а также алкогольная продукция. В сфере соглашений других типов особо выделяются дела, связанные со страховыми компаниями (в их взаимодействии с банковскими, транспортными и иными учреждениями), а также рынки молочной и алкогольной продукции. При этом наиболее часто суды поддерживали ФАС в делах о рынках бензина и СУГа, а также на страховом рынке, реже — по государственным закупкам, наименьшего успеха регулятор добивался по иным делам о ВОС, что связано и с различной практикой стандартов доказательств по разного рода делам.

Анализ показал существующие в практике российского информента особенности, порождающие дополнительные риски ошибок первого и второго рода, в том числе:

- в России фактически сформировался режим запрета PER SE, как в случае горизонтальных соглашений, так и иных, аргументация о возможных положительных эффектах соглашения, в том числе в духе статьи 13 Закона «О защите конкуренции», преимущественно не рассматривается по существу. Это дестимулирует компании в плане представления аргументов в свою защиту и снижает роль экономического анализа при разрешении споров по такого рода делам;
- отчасти отсутствие механизма использования принципа ROR при оправдании действий компаний в рамках судебного рассмотрения оказалось фактически компенсировано доводами об отсутствии реальной реализации достигнутых соглашений и неверном определении границ рынка. Вместе с тем трактовка и этих положений конкурентного законодательства оказалась весьма далека от единообразия;
- по делам о согласованных действиях сложилась практика предъявления обвинения при достаточно слабых прямых уликах, на основании анализа объективированного результа-

та (в частности, относительно синхронного повышения цен, массового неучастия в подаче заявок на аукционе). Таким образом, можно говорить о проблемах низких стандартов доказательств в делах такого рода;

- в российской правоприменительной практике абсолютно доминировала квалификация обвинения в согласованных действиях, в том числе неожиданно и для вертикальных соглашений, включая маркетинговые договоры, что в совокупности с куда более низкими стандартами доказательств по делам такого рода также способствовало рискам ошибок первого рода;
- рассмотрение соглашений, особенно ВОС, как априори запрещенных PER SE приводило к массовому неиспользованию Порядка 220. Данный порядок не является формально обязательным, но отказ от предусмотренных в нем процедур в ряде случаев приводил к существенным ошибкам в анализе воспринимаемого рынка, его географических и продуктовых границ, что помогало компаниям оспаривать решения ФАС, с одной стороны, и могло приводить к ошибкам как 1-го, так и 2-го рода, в том числе в связи с явно некорректными оценками рыночных долей и рыночной власти — с другой;
- помимо этого по делам о согласованных действиях (в частности, на рынке бензина) несоблюдение Порядка 220 усугубляло проблему того, что сложившаяся на рынке объективная ситуация ценового лидерства с наличием крупной ВИНК трактовалась как умышленные согласованные действия, исходя из объективированного результата в виде высоких и схожих цен.

Список литературы

1. *Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б.* Вертикальные ограничивающие контракты и их интерпретация в антимонопольном законодательстве // Вопросы экономики. 2010. № 5.
2. *Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б., Крючкова П. В., Юсупова Г. Ф.* Развитие и применение антимонопольного законодательства в России: по пути достижений и заблуждений / Науч. ред.: С. Б. Авдашева. 2-е изд., перераб. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.
3. *Авдашева С. Б., Шаститко А.* Экономический анализ в делах о нарушении Закона «О защите конкуренции» // Вопросы экономики. 2011. № 2.

4. *Авдашева С. Б.* Незаконность молчаливого сговора в российском анти-монопольном законодательстве: могут ли экономисты быть полезны при выработке юридических норм? // Вопросы экономики. 2011. № 5.
5. *Дзагурова Н. Б.* Неоднозначность торга между ошибками I и II рода в регулировании вертикальных ограничивающих соглашений // В кн.: XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. В четырех книгах. Книга 4. // Отв. ред.: Е. Г. Ясин. Кн. 4. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2012.
6. *Кинёв А. Ю.* Картель – тайная монополия: сборник статей и интервью. М., 2012. URL: http://www.hmao.fas.gov.ru/sites/hmao.f.isfb.ru/files/analytic/2013/03/05/kniga._kartel_-_taynaya_monopoliya.pdf
7. *Макаров А.* Трансформации антимонопольной политики в сфере борьбы со сговором в странах переходной экономики: Россия, Украина, Казахстан // Современная конкуренция. 2014. № 2 (44).
8. *Шаститко А.* Экономические эффекты ошибок в правоприменении и правоустановлении. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.
9. *Avdasheva S. B., Tsytsulina D. V., Svetlana V. Golovanova, Yelena E. Sidorova.* Discovering the Miracle of Large Numbers of Investigations in Russia: the Role of Competition Authority Incentives / Working papers by NRU Higher School of Economics. Series PA «Public Administration». 2015. № 26.
10. *Crane D. A.* Optimizing Private Antitrust Enforcement (September 17, 2009). Vanderbilt Law Review, Forthcoming; University of Michigan Public Law Working Paper No. 164; U of Michigan Law & Economics, Olin Working Paper No. 09-021. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1474956>
11. *Joskow P. L.* Transaction Cost Economics, Antitrust Rules and Remedies // J. of Law, Econ. and Organization. 2002. Vol. 18. № 1.
12. *Ivaldi M., Jullien B., Rey P., Seabright P., Tirole J.* The Economics of Tacit Collusion // IDEI. Report prepared for the European Competition Commission. Toulouse, 2003. URL: ec.europa.eu/competition/mergers/studies_reports/the_economics_of_tacit_collusion_en.pdf
13. *Makarov A.* Comparative Analysis Of Antitrust Policy Against Collusion In Some Transition Economies: Challenges For Effectiveness // Working papers by NRU Higher School of Economics. Series PA «Public Administration». 2014. No. 20.
14. *Sokol D. D.* The Transformation of Vertical Restraints: Per Se Illegality, the Rule of Reason and Per Se Legality// Antitrust Law Journal. 2014. Vol. 79. No. 3.
15. *Pittman R.* Competition Law in Central and Eastern Europe: Five Years Later // Working Papers from U.S. Department of Justice — Antitrust Division. 1997.
16. *Popofsky M.* Defining Exclusionary Conduct: Section 2, the Rule of Reason, and... the Rule of Reason, and the Unifying Principle Underlying Antitrust Rules // Antitrust Law Journal. 2006. Vol. 73. No. 2.
17. *Verouden V.* Vertical Agreements and Article 81(1) EC: The Evolving Role of Economic Analysis // Antitrust Law Journal. 2003. Vol. 71. No. 2.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Avdasheva S. B., Dzagurova N. B.* Vertikal'nye ogranichivajushhie kontrakty i ih interpretacija v antimonopol'nom zakonodatel'stve // *Voprosy jekonomiki*. 2010. № 5.
2. *Avdasheva S. B., Dzagurova N. B., Krjuchkova P. V., Jusupova G. F.* Razvitie i primenenie antimonopol'nogo zakonodatel'stva v Rossii: po puti dostizhenij i zabluzhdenij / Nauch. red.: S. B. Avdasheva. 2-e izd., pererab. M.: Izdatel'skij dom NIU VShJe, 2011.
3. *Avdasheva S. B., Shastitko A.* Jekonomicheskij analiz v delah o narushenii zakona «O zashhite konkurencii» // *Voprosy jekonomiki*. 2011. № 2.
4. *Avdasheva S. B.* Nezakonnost' molchalivogo sgovora v rossijskom antimonopol'nom zakonodatel'stve: mogu li jekonomisty byt' polezny pri vyrabotke juridicheskikh norm? // *Voprosy jekonomiki*. 2011. № 5.
5. *Dzagurova N. B.* Neodnoznachnost' torga mezhdou oshibkami I i II roda v regulirovanii vertikal'nyh ogranichivajushhih soglashenij // V kn.: XII Mezhdunarodnaja nauchnaja konferencija po problemam razvitija jekonomiki i obshhestva. V chetyreh knigah. Kniga 4 // Otv. red.: E. G. Jasin. Kn. 4. M.: Izdatel'skij dom NIU VShJe, 2012.
6. *Kin'ov A. Ju.* Kartel' — tajnaja monopolija: sbornik statej i interv'ju. M., 2012. URL: http://www.hmao.fas.gov.ru/sites/hmao.f.isfb.ru/files/analytic/2013/03/05/kniga_kartel_-_tajnaya_monopoliya.pdf
7. *Makarov A.* Transformacii antimonopol'noj politiki v sfere bor'by so sgovorom v stranah perehodnoj jekonomiki: Rossija, Ukraina, Kazahstan // *Sovremennaja konkurencija*. 2014. № 2 (44).
8. *Shastitko A.* Jekonomicheskie jeffekty oshibok v pravoprimenenii i pravoustanovlenii. M.: Izdatel'skij dom «Delo» RANHiGS, 2013.

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

В. А. Ребязина¹,

НИУ ВШЭ (Москва, Россия)

А. О. Давий²,

НИУ ВШЭ (Москва, Россия)

Я. И. Карлова³,

НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург, Россия)

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕТРИК РОССИЙСКИМИ КОМПАНИЯМИ — ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА

Статья посвящена выявлению особенностей применения маркетинговых метрик российскими FMCG-компаниями. В ней сформулировано определение понятия «маркетинговые метрики», рассмотрены и проанализированы основные концепции оценки маркетинговой деятельности, а также разработана классификация маркетинговых метрик. В основе методологии лежит дизайн смешанного эмпирического исследования, состоящего из двух последовательных этапов: первого основного качественного (анализ 40 глубинных интервью с представителями FMCG-компаний) и второго основного качественного (анализ 14 глубинных интервью с представителями FMCG-компаний). На основе полученных результатов исследования выявлены особенности применения маркетинговых метрик российскими FMCG-компаниями. Результаты данного исследования не только расширяют базу знаний об оценке маркетинговой деятельности в них, но и могут быть использованы российскими FMCG-компаниями для разработки и совершенствования собственных систем оценки маркетинговой деятельности на основе применения маркетинговых метрик.

Ключевые слова: маркетинг, оценка маркетинговой результативности, FMCG.

¹ Ребязина Вера Александровна, к.э.н., доцент кафедры стратегического маркетинга; e-mail: rebiazina@hse.ru

² Давий Анна Олеговна, ассистент кафедры стратегического маркетинга; e-mail: adaviy@hse.ru

³ Карлова Яна Игоревна, магистр программы «Маркетинговые технологии»; e-mail: yaikarlova@edu.hse.ru

MARKETING METRICS USAGE BY RUSSIAN FMCG (FAST MOVING CONSUMER GOODS) COMPANIES

The aim of the paper is to identify the characteristics of marketing metrics usage by Russian FMCG (Fast Moving Consumer Goods) companies. The article provides the definition of «marketing metrics» concept, examines the theoretical aspects of marketing metrics and develops their classification. The author analyzes the basic concepts of marketing assessment and approaches to the classification of marketing metrics. The empirical research is based on a mixed strategy approach. Two stages of in-depth interviews were fulfilled to investigate the marketing metrics usage by Russian FMCG companies. Drawing on the results of the empirical research, characteristics of the marketing metrics usage by Russian FMCG companies are identified: those related to specific metrics and those related to the organization of the evaluation process of marketing activity in companies. The results of the research not only expand the theoretical framework of marketing metrics in Russian FMCG market, but also can be used by the Russian FMCG companies to improve the systems of marketing activity assessment based on marketing metrics usage.

Key words: marketing, marketing performance, Fast-moving Consumer Goods (FMCG).

Введение

Возрастающая динамика окружающей среды и повышение уровня конкуренции способствуют тому, что вопросы оценки маркетинговой деятельности привлекают внимание все большего количества исследователей в области маркетинга [Clark, 1999; Ambler et al., 2004; Farris et al., 2006; O'Sullivan, Abela, 2007; Mintz, Currim, 2013]. Представители высшего руководства компаний также рассматривают тему результативности маркетинга как одну из самых значимых [Mintz, Currim, 2013; Farris et al., 2010].

Стоит отметить, что большинство существующих маркетинговых метрик и их классификаций были разработаны в странах с развитой экономикой, и недостаточно изучено применение маркетинговых метрик на развивающихся рынках [Bennett, 2007; O'Sullivan, Abela, 2007; Llonch et al. 2002; Barwise, Farley, 2004; Milichovský, 2015; Frösén et al., 2013; Lamberti, Noci, 2010; Ambler et al., 2004; Sampaio et al., 2011; Farley et al., 2008; Faridyahyaie et al., 2012; Hacıoglu, Gök, 2014]. Зарубежные исследователи, изучая маркетинговые метрики,

рассматривают достаточно широкий круг тем, начиная от определения ключевых метрик [Ambler, Roberts, 2008; Ambler et al., 2004] и заканчивая драйверами в их использовании [Mintz, Currim, 2013]. При этом количество эмпирических исследований, анализирующих использование метрик маркетинга в странах с развивающейся экономикой, в том числе и в России, ограничено.

В это же время российские исследователи не проявляют большого интереса к теме маркетинговых метрик. Количество публикаций, посвященных им, в отечественных реферируемых журналах ограничено [Третьяк, 2007; Ойнер, 2008; Ойнер, 2010], во многих из них маркетинговые метрики интегрированы в более сложные дизайны исследований и не являются основным предметом для изучения [Ребязина и др., 2011; Созонов, 2014; Третьяк, Ребязина, Ветрова, 2015].

Исследователи подчеркивают в своих работах, что на использование компанией метрик для оценки маркетинговой деятельности влияет множество факторов [Clark, Ambler, 2011; Farris et al., 2010], одним из значимых факторов является отрасль компании [Farley et al., 2008; Pimenta da Gama, 2011; Farris et al., 2010]. Однако изучение специфики в применении маркетинговых метрик на разных отраслевых рынках остается областью, требующей проведения дополнительных исследований.

Цель данной статьи — анализ использования маркетинговых метрик FMCG-компаниями, оперирующими на российском рынке. Выбор FMCG-индустрии в качестве объекта исследования был обусловлен несколькими причинами. Во-первых, во время экономического спада рынок FMCG является одним из наиболее устойчивых и демонстрирует рост по большей части товаров [Исследование GFK..., 2015]. Во-вторых, данный рынок характеризуется стабильно высоким уровнем конкуренции [Global FMCG Trends...]. В-третьих, в силу особенностей FMCG-рынка обоснование затрат на маркетинг с помощью анализа показателей маркетинговой деятельности относится к числу наиболее приоритетных задач маркетологов, работающих на данном рынке.

Для достижения поставленной цели в первую очередь необходимо проанализировать существующие в академической литературе точки зрения на понятие «маркетинговые метрики», рассмотреть актуальные классификации маркетинговых метрик и изучить, какие из них используются на FMCG-рынке. В рамках эмпирической части проведены глубокие интервью с представителями российских FMCG-компаний.

Структура данной статьи выглядит следующим образом: в первой части представлены теоретические положения, связанные с понятием «маркетинговые метрики», далее изложены методология проведенного исследования и описание выборки, в заключительной части статьи описаны полученные результаты, выделены особенности использования маркетинговых метрик на российском рынке FMCG и сделаны выводы.

Теоретические подходы к пониманию маркетинговых метрик

Первые публикации, посвященные маркетинговым метрикам, появились еще в начале 1970-х гг., однако устойчивый и растущий интерес к этой теме исследователи начали проявлять только через 30 лет. В значительной степени рост количества публикаций был связан с тем, что Marketing Science Institute (MSI) (1998–2016), Institute for the Study of Business Markets (ISBM; 2010) рассматривают вопросы, связанные с измерением маркетинговой деятельности, как одно из приоритетных направлений для изучения.

Менеджеры компаний и исследователи в области маркетинга согласны с тем, что маркетинговые метрики имеют большое значение для бизнеса, при этом среди маркетологов и исследователей нет согласия относительно того, что понимать под маркетинговыми метриками [Uncles, 2005]. В табл. 1 представлены определения маркетинговых метрик, сформулированные различными исследователями.

Таблица 1

Определения понятия «маркетинговые метрики», предложенные различными исследователями

Автор	Определение
Ф. Котлер	Маркетинговые метрики — это количественные показатели, индикаторы, которые используются для поддержки принятия маркетинговых решений: от объяснения событий на рынке, диагностики их причин и прогнозирования до вклада функции маркетинга в прибыль (рост) компании [Котлер, 2006, с. 257].
Г. Л. Багиев	Список мер, характеристик, показателей, оценок, характеризующих с помощью постоянно повторяющихся, непротиворечивых измерений степень достижения компанией своих маркетинговых целей [Багиев, 2007, с. 31].

Автор	Определение
Т. Амблер	Метрика — это критерий качества работы, который представители топ-менеджмента должны контролировать. Метрика подразумевает регулярность: контроль должен осуществляться 1–2 раза в год. Метрика должна обладать следующими характеристиками: необходимость для бизнеса, точность, непротиворечивость; нести в себе достаточное количество информации [Ambler, 2000, p. 61].
Американская маркетинговая ассоциация	Метрики — это система показателей, которые помогают представить в количественной форме определенные характеристики [American Marketing Association et al., 2011].
П. Фаррис и др.	Маркетинговые метрики — это система количественных показателей, которая измеряет тенденции, динамику или характеристики. Практически во всех дисциплинах практики используют метрики для объяснения явлений, диагностики причин, обмена информацией и проектирования результатов будущих событий. Метрики позволяют сравнивать наблюдения по различным регионам и за разные периоды времени [Farris et al., 2010, p.1].
Ф. Миличёвски, И. Симберова	Маркетинговая метрика — измерительная система, оценивающая в количественных показателях динамические и/или статические характеристики. Маркетинговые метрики включают в себя определение целей, измерение степени завершенности работ и предоставления обратной связи относительно процессов с учетом их изменений [Milichovský, Šimberová, 2015, p. 213].
Г. Керзнер	Метрика — это численная мера (как правило, в финансовых подразделениях), представляющая часть данных компании в конкретной области. Метрика предоставляет требуемую информацию, а также способствует принятию решений [Kerzner, 2011].
А. Хиршовиц	Маркетинговые метрики — это сбор данных о маркетинговых кампаниях, каналах, процедурах и отклике клиентов для отслеживания эффективности деятельности по управлению взаимоотношениями с клиентами [Hirschowitz, 2001].
Институт маркетинговой науки	Маркетинговые метрики — измерение маркетингового влияния [Lehmann, 2004, p. 73].
О. Минтц, И. Куррим, 2013	Маркетинговые метрики — метрики, с помощью которых может быть дана оценка мнения потребителей или рыночной среды, например, осведомленность, удовлетворенность, доля рынка и т.д. [Mintz, Currim, 2013, p. 17].

Автор	Определение
М. Солкански, И. Симберова, 2010	Метрики — способность оценивать результативность маркетинга с экономической точки зрения, используя широкий набор индикаторов, как финансовых, так нефинансовых [Solcansky, Simberova, 2010, p. 756].
М. Анклс	На различных уровнях маркетинговые метрики могут трактоваться по-разному. Так, на одном из уровней маркетинговые метрики — это метрики для измерения эффективности определенных маркетинговых программ и активностей, таких как рекламная кампания или программа лояльности. На другом уровне под маркетинговыми метриками понимаются метрики, оценивающие бренд и уровень сервиса. На третьем уровне маркетинговые метрики связывают инвестиции в маркетинг и деятельность, имеющую отношение к маркетингу, с общими показателями результативности подразделения или компании в целом [Uncles, 2005, p. 412, 413].

Составлено по: [Котлер, 2006, с. 257; Багиев, 2007, с. 31; Ambler, 2000, p. 61; American Marketing Association et al., 2011; Farris et al., 2010, p. 1; Milichovský, Šimberová, 2015, p. 213; Kerzner, 2011; Hirschowitz, 2001; Lehmann, 2004, p. 73; Mintz, Currim, 2013, p. 17; Solcansky, Simberova, 2010, p. 756; Uncles, 2005, p. 412, 413].

Как видно из таблицы, разнообразные подходы к определению маркетинговых метрик подтверждают предположение об отсутствии в академической литературе единого мнения о том, что следует понимать под маркетинговыми метриками. Несмотря на то что круг предложенных определений достаточно широк, значительная часть исследователей обозначают понятие «маркетинговые метрики» через термин «показатель». При этом нужно учитывать, что хотя и все метрики — это показатели, не все показатели можно считать метриками [Ambler, 2000]. Анализ приведенных в табл. 1 определений маркетинговых метрик позволяет выделить неотъемлемые характеристики термина:

- маркетинговые метрики — это количественные показатели, которые могут быть измерены и записаны различными способами, например, в числовом или процентном выражении [Kerzner, 2011];
- маркетинговые метрики используются для оценки результатов маркетинговой деятельности компаний;
- маркетинговые метрики должны четко соответствовать целям маркетинга и бизнеса в целом. Попытка измерять и отслеживать большое количество маркетинговых метрик может

привести не только к временным потерям, но и к смещению внимания маркетолога с приоритетных показателей на менее приоритетные;

- маркетинговые метрики должны измеряться не реже 1–2 раз в год. Постоянный мониторинг выбранных метрик позволяет оценивать эффективность маркетинговых действий в динамике и принимать на основе полученной информации обоснованные маркетинговые решения.

С учетом выявленных характеристик стало возможным сформулировать собственное определение маркетинговых метрик. Маркетинговые метрики — отслеживаемые на регулярной основе количественные показатели, при помощи которых может быть дана количественная оценка маркетинговой деятельности компании.

Классификации маркетинговых метрик

В настоящее время количество выделяемых маркетинговых метрик уже исчисляется десятками [Farris et al., 2006; O’Sullivan and Abela, 2007; Ling-Yee, 2011]. Развитие новых направлений в маркетинге ведет к появлению новых метрик. В условиях, когда число маркетинговых метрик увеличивается из года в год, маркетологи оказываются в сложной ситуации: из существующего спектра маркетинговых метрик им нужно выбрать те, которые являются наиболее важными для их компании [Petersen et al., 2009; Clark, 1999; Clark, 2000]. Как следствие, в практической деятельности менеджеры тяготеют к использованию отдельных показателей эффективности [Uncles, 2005], в то время как исследователи рекомендуют оценивать результативность маркетинга, опираясь на портфолио или наборы (dashboard) маркетинговых метрик [Farris et al., 2010; Uncles, 2005; Pimenta da Gama, 2011].

На сегодняшний день существует множество различных классификаций маркетинговых метрик. К наиболее общим можно отнести классификации, где метрики разделены на:

- финансовые и нефинансовые [Малкольм, 2004; Kotler, Keller, 2007];
- стратегические и операционные [Ивашкова, Камша, 2013; What value marketing..., 2004; Rust et al., 2004];
- относительные и абсолютные [Seggie et al., 2007];
- оценивающие краткосрочные и долгосрочные результаты [Stewart, 2009].

Однако существуют явные проблемы интеграции данных классификаций в корпоративную систему оценки эффективности маркетинга и бизнеса в целом. Поэтому ряд исследователей предложили собственные классификации маркетинговых метрик (табл. 2).

Таблица 2

**Классификации маркетинговых метрик,
предложенные различными исследователями**

Автор	Группы показателей
Дж. Дэвис, 2007 [Davis, 2007]	1. Маркетинговое планирование и потребители 2. Предложение 3. Отдел продаж
П. Фаррис и др., 2010 [Farris et al., 2010]	1. Рыночные метрики 2. Финансы 3. Бренд, управление продуктовым портфелем 4. Потребитель 5. Продажи и управление каналом распределения 6. Ценообразование 7. Продвижение 8. Реклама и интернет 9. Вклад маркетинга
А. Петерсен и др., 2009 [Petersen et al., 2009]	1. Метрики, оценивающие капитал бренда 2. Метрики, оценивающие ценность клиента 3. Метрики, оценивающие значимость «сарафанного радио» и рекомендаций 4. Метрики, оценивающие удержание и приобретение клиентов 5. Метрики, оценивающие количество перекрестных покупок 6. Метрики, оценивающие покупки через различные каналы 7. Метрики, оценивающие возврат товаров
К. Сампайо и др., 2011 [Sampaio et al., 2011]	1. Продвижение 2. Поведение потребителя и взаимосвязанные индикаторы 3. Финансовые показатели 4. Рыночные метрики и метрики, оценивающие инновационную деятельность компании
Т. Амблер, 2003 [Ambler, 2003]	1. Финансовые метрики 2. Метрики, оценивающие капитал бренда 3. Метрики, оценивающие инновации 4. Метрики, оценивающие персонал компании

Автор	Группы показателей
Австралийский институт маркетинга, 2004 [What value marketing..., 2004]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Метрики, оценивающие развитие продукта на стадии его создания 2. Метрики, оценивающие развитие продукта после его вывода на рынок 3. Реклама, связи с общественностью 4. Стимулирование сбыта 5. Программы лояльности 6. Директ-маркетинг 7. Метрики, оценивающие активности в интернете 8. Метрики, оценивающие жизненный цикл клиента в интернете 9. Метрики, оценивающие деятельность отдела продаж
Дж. Фарлей и др., 2008 [Farley et al., 2008]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Новые товары 2. Потребитель 3. Бренд 4. Дистрибуция 5. Реклама и продвижение
Ф. Коккинаки, Т. Амблер, 1999 [Kokkinaki, Ambler, 1999]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Финансовые метрики 2. Рыночные метрики 3. Метрики, оценивающие поведение потребителя 4. Метрики, оценивающие взаимодействие со всеми потребителями 5. Метрики, оценивающие прямых покупателей 6. Метрики, оценивающие инновационность компании
Б. Пиллинг и др., 2012 [Pilling, Rigdon, Brightman, 2012]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рыночные метрики 2. Финансовые метрики 3. Ценообразование 4. Бренд и управление продуктовым портфелем 5. Управление продажами и управление каналами распределения 6. Продвижение 7. Пожизненная ценность потребителя
О. Минтц, И. Куррим, 2013 [Mintz, Currim, 2013]	<ol style="list-style-type: none"> 1. Финансовые метрики 2. Общие метрики 3. Метрики, оценивающие ATL-рекламу 4. Метрики, оценивающие рекламу в интернете 5. Метрики, оценивающие социальные медиа 6. Метрики, оценивающие ценовое стимулирование 7. Метрики, оценивающие ценовую стратегию 8. Метрики, оценивающие PR-деятельность компании и спонсорские мероприятия 9. Метрики, оценивающие дистрибуцию 10. Метрики, оценивающие деятельность по созданию новых продуктов 11. Метрики, оценивающие продажи 12. Метрики, оценивающие прямых покупателей

Автор	Группы показателей
Д. Кумар, 2003 [Kumar, 2003]	1. Метрики, оценивающие обслуживание клиентов 2. Метрики, оценивающие логистику 3. Метрики, оценивающие предприятия 4. Метрики, оценивающие закупки 5. Метрики, оценивающие межфункциональную деятельность

Составлено по: [Davis, 2007; Farris et al., 2010; Petersen et al., 2009; Sampaio et al., 2011; Ambler, 2003; What value marketing..., 2004; Farley et al., 2008; Kokkinaki, Ambler, 1999; Pilling et al., 2012; Mintz, Currim, 2013; Kumar, 2003].

Как видно из табл. 2, исследователи выделяют группы метрик, оценивающие различные аспекты маркетинговой деятельности, например: взаимодействие с клиентами, создание новых продуктов, работа персонала компании, продвижение и пр. При этом некоторые из предложенных классификаций объединяют в себе достаточно широкий круг показателей [What value marketing..., 2004; Petersen et al., 2009; Farris et al., 2010; Mintz, Currim, 2013], в то время как другие — сфокусированы на отдельных областях маркетинга [Ambler, 2003; Davis, 2012; Sampaio et al., 2011]. Стоит также отметить, что многие из исследователей [Ambler, 2003; Davis, 2012; Sampaio et al., 2011; What value marketing..., 2004; Farris et al., 2010; Pilling et al., 2012; Kokkinaki, Ambler, 1999; Mintz, Currim, 2013] включают в свои классификации группы метрик, оценивающие маркетинговую деятельность либо через результативность отдела продаж, либо через финансовые показатели компании в целом.

Среди предложенных классификаций метрики, сгруппированные Петерсоном с соав. [Petersen et al., 2009] и Кумаром [Kumar, 2003], выделяются спецификой их применения. Так, Петерсон с соавторами разработали классификацию маркетинговых метрик, предназначенную для ритейлеров, а Кумар создал классификацию маркетинговых метрик для оценки деятельности FMCG-компаний. В целом компании, оперирующие на FMCG-рынке, при проведении исследований, связанных с маркетинговыми метриками, часто попадают в выборку компаний [Simon, Sullivan, 1993; Llonch et al., 2002; Barwise, Farley, 2004; Farris et al., 2010; Frösén et al., 2013]. Однако количество работ, в которых бы объектом изучения были только компании, работающие на данном рынке, достаточно ограничено [Fihla, 2009; Anselmsson, Lars Anders, 2013; Jagessar, 2013; Anselmsson, Bondesson, 2015]. Более того, во многих работах, связан-

ных с оценкой деятельности FMCG-компаний, в фокусе внимания исследователей, как правило, находятся отдельные метрики, например, для оценки брендов [Anselmsson, Lars Anders, 2013; Anselmsson, Bondesson, 2015] или логистической цепочки [Gimenez, Ventura, 2005]. Таким образом, на данный момент не существует эмпирических исследований, в которых бы маркетинговая деятельность FMCG-компаний оценивалась комплексно.

Для комплексной оценки маркетинговой деятельности компаний, работающих в FMCG-индустрии, необходимо использовать расширенную классификацию маркетинговых метрик. Несмотря на то, что с практической точки зрения использование таких классификаций может быть затруднительным для маркетолога, отсутствие заранее заданных ограничений позволяет практикующим специалистам в области маркетинга выбрать из предложенного спектра метрик такие, которые соответствуют деятельности определенной компании наилучшим образом. Кроме того, расширенные классификации маркетинговых метрик позволяют оценить движущие силы рынка с различных позиций и способствуют принятию более точных и взвешенных маркетинговых решений [Farris et al., 2010]. Принимая во внимание данные аргументы, классификация, предложенная Фаррисом с соавторами, выглядит наиболее оптимальной для оценки маркетинговой деятельности компании, независимо от рынка, на котором она работает.

Методология исследования и описание выборки

Цель эмпирической части работы состоит в выявлении особенностей в использовании маркетинговых метрик FMCG-компаниями, оперирующими на российском рынке. Так как исследование является поисковым, глубинные интервью с представителями FMCG-компаний выбраны в качестве основного метода сбора информации. Дизайн исследования может быть представлен как QUAL1 → QUAL2, описание каждого из этапов представлено в табл. 3.

При формировании выборки были определены следующие критерии для отбора компаний. Во-первых, компания должна оперировать на рынке FMCG; во-вторых, компания должна работать на территории России; в-третьих, число сотрудников компании должно быть не менее 100. Таким образом, в выборку исследования вошли 35 FMCG-компаний.

Описание этапов эмпирического исследования

	Этап 1. QUAL 1	Этап 2. QUAL 2
Наименование этапа	Первый основной качественный	Второй основной качественный
Цель этапа	Выявить маркетинговые метрики, которые FMCG-компания используют для оценки своей маркетинговой деятельности	Выявить особенности применения маркетинговых метрик российскими FMCG-компаниями
Исследовательский вопрос	Какие маркетинговые метрики используют компании, оперирующие на рынке FMCG?	Что понимают под маркетинговыми метриками представители FMCG-компаний? Кто в компании ответственен за оценку маркетинговой деятельности? Каким образом и как часто происходит процесс оценивания маркетинговой деятельности? Разрабатывает ли компания собственные метрики для оценки маркетинговой деятельности?
Метод сбора данных	Глубинные интервью по полуструктурированному гайду	Глубинные интервью по полуструктурированному гайду
База данных	40 глубинных интервью	14 глубинных интервью
Тип данных	Текстовые	Текстовые
Методы обработки данных	Контент-анализ, метод группировок	Контент-анализ, типологический анализ
Инструменты анализа	Microsoft Excel	Microsoft Excel

Источник: составлено авторами.

Так как дизайн исследования предполагал участие от одного до трех респондентов от компании, в рамках двух этапов глубинные интервью были проведены с 40 менеджерами российских компаний, представляющими отдел маркетинга (в частности, респонденты занимали должности маркетологов, аналитиков, менеджеров по маркетингу, бренд-менеджеров и др.), отделы развития или высшее руководство компании. Респонденты отбирались с учетом их наибольшей информированности о маркетинговой деятельности компании. Интервьюирование проходило с сентября 2013 г. по апрель 2014 г. лично или по скайпу. Длительность интервью варьировалась от 20 минут до 1,5 часа. Среднее время интервью составляло 35 минут.

В табл. 4 представлены категории товаров, которые производят компании, вошедшие в выборку. Необходимо отметить, что некоторые компании занимаются производством нескольких категорий продуктов одновременно.

Таблица 4

Распределение российских FMCG-компаний, вошедших в выборку, по категориям производимых продуктов

Категории производимых товаров	Количество компаний
Средства по уходу и косметика	14
Продукты питания	10
Бытовая химия	10
Безалкогольные напитки	7
Алкогольные напитки	6
Табачная и анти табачная продукция	5
Лекарственные препараты	5
Корма и средства по уходу для животных	4

Источник: составлено авторами.

Результаты эмпирического исследования

Все глубинные интервью были проанализированы с помощью метода контент-анализа. 87 маркетинговых метрик, используемых российскими FMCG-компаниями, были выделены и сгруппированы в 10 подкатегорий. В табл. 5 представлены полученные результаты.

**Маркетинговые метрики,
используемые российскими FMCG-компаниями**

Группы метрик	Примеры маркетинговых метрик	Частота упоминания группы метрик	
Метрики для оценки финансовых аспектов маркетинговой деятельности	– Объем продаж в натуральном и денежном выражении – Прибыль	79	24,5%
Метрики для оценки бренда и товарного портфеля	– Уровень узнаваемости бренда – Уровень каннибализации продукции в категории	55	16,8%
Метрики, связанные с рынком	– Доля компании на рынке в натуральном и денежном выражении – Объем рынка	47	14,4%
Метрики, оценивающие деятельность отдела продаж	– Количество контактов – Активная клиентская база	41	12,5%
Метрики в управлении каналами распределения и продажами	– Средневзвешанная дистрибуция – Количество точек продаж	41	12,5%
Метрики в продвижении товаров и услуг	– Оценка влияния ТВ-рекламы – Оценка эффективности медиакампаний	39	12%
Метрики в интернете	– Количество зарегистрировавшихся пользователей на промо-странице бренда – Количество лайков	13	4%
Метрики в ценообразовании	– Изменение цен на продукцию компании	6	1,8%
Метрики, оценивающие потребителей	– Объем потребления (кг/чел.) – Желание попробовать продукт	5	1,5%

Источник: составлено авторами.

Как видно из табл. 5, чаще всего российские FMCG-компании используют метрики, оценивающие финансовые показатели деятельности компании (24,5%), бренд и управление товарным портфелем (16,8%), рынок (14,4%), деятельность отдела продаж (12,5%),

дистрибуцию (12,5%), продвижение (12%). По-мнению респондентов, маркетинговая деятельность, с одной стороны, должна положительно отражаться на продажах и соответственно доле рынка, с другой стороны, положительные изменения — увеличение уровня осведомленности о бренде, желание попробовать продукт, уровень приверженности марке и др. — должны наблюдаться и у потребителей. Активное использование данных метрик на практике можно объяснить высокой степенью их изученности, а также наличием полной информации по данным видам маркетинговой активности из собственных баз данных и баз данных консалтинговых компаний. Кроме того, как отметил один из респондентов, измерение данных метрик напрямую связывается с эффективностью сотрудников отдела маркетинга, что также обязывает маркетологов использовать данные метрики в работе.

«В компании в целом менеджмент всегда был ориентирован на продажи, top line и bottom line, прибыль — то, что, на мой взгляд, будет всегда. Есть KPI и у маркетологов: это market share, brand awareness, дистрибуция для основных и новых продуктов».

Менеджер многопрофильной FMCG-компании

Несмотря на то что финансовые показатели занимают лидирующее положение среди измеряемых метрик, стоит отметить, что это характерно не для всех компаний. Так, было замечено, что на использование метрик оказывает значительное влияние специфика и позиционирование производимой продукции.

«Здесь очень сложно говорить о количестве — главное, качество, потому что у нас luxury продукция. Поэтому мы не можем заикливаться на объемах продаж, нам очень важно поддерживать имидж, бренд awareness, отношение к бренду. Очень часто проводим качественные исследования наших потребителей. Самое главное — имидж бренда».

Менеджер компании, производящей алкогольные напитки

Примечательно, что компании в последнее время много внимания уделяют маркетинговым исследованиям, созданию баз данных, которые позволяют им накапливать разнообразные данные о потребителях, рынке, бренде и пр. и высчитывать метрики, которые напрямую влияют на принятие решений в компании. При этом активная работа с базами данных позволяет компаниям рассчитывать не только основные метрики, но также и более сложные.

«Исследования помогают не только выбрать верную коммуникацию и избежать предпочтений менеджера, но и построить финансовую модель, когда

ты приходишь к стейкхолдерам и говоришь, что если вы дадите мне эти деньги, эти инвестиции, то бизнес через определенное время получает такой-то бенефит: столько клиентов, такую долю рынка, такую прибыль. И это совсем другой разговор, поскольку есть статистика и модель, а не только моя идея или мечта. Это очень мощный инструмент.

...В Nielsen много метрик, я перечислила сейчас только основные. Также в последнее время по дистрибуции измеряются упущенные возможности, out-of-stock. Сейчас, конечно, С&О вместе с Nielsen шагнули очень сильно вперед».

Менеджер многопрофильной FMCG-компании

Важно отметить, что при распределении метрик по группам некоторые показатели в зависимости от целей применения можно было отнести в разные группы. Например, метрика «узнаваемость бренда» может быть отнесена к группе метрик, связанных с продвижением товаров и услуг, если компания использует эту метрику для оценки эффективности промоакции или рекламной кампании, или к группе метрик, оценивающих бренд, если компания использует метрику для оценки текущего положения бренда на рынке или анализирует положение бренда среди брендов-конкурентов.

Частотный анализ всех выделенных метрик показал, что всего семь из них используются более чем 15% компаний (табл. 6), остальные 80 метрик применяют не более 10% компаний.

Таблица 6

ТОП-7 маркетинговых метрик, используемых FMCG-компаниями на российском рынке

Маркетинговые метрики	Частота упоминаний
Объем продаж в натуральном и денежном выражении и его динамика	70%
Доля рынка	57,5%
Уровень осведомленности о бренде	23%
Доля бренда на рынке	18%
Доля рынка в сегменте	15%
Динамика цен на продукцию	15%
Рентабельность инвестиций ROI	15%

Источник: составлено авторами.

Таким образом, на первом этапе эмпирического исследования были выявлены маркетинговые метрики, которые российские

FMCG-компании используют для оценки своей маркетинговой деятельности. Цель интервью, проводимых в рамках второго этапа эмпирического исследования, состояла в получении более детальной информации относительно того, каким образом российские FMCG-компании оценивают свою маркетинговую деятельность. Первый вопрос в интервью был посвящен пониманию термина «маркетинговые метрики». Полученные ответы были проанализированы по трем основным параметрам: основное содержание понятия «маркетинговая метрика», ее функция и цель использования. Результаты анализа представлены в табл. 7.

Таблица 7

Результаты анализа определений термина «маркетинговые метрики»

Что это?	Что делают?	Для чего?
<ul style="list-style-type: none"> • Показатели; • KPI; • KVI; • Количественные показатели; • Набор параметров; • Система показателей; • Индикаторы 	<ul style="list-style-type: none"> • Помогают оценивать эффективность маркетинга и маркетинговую деятельность в компании в целом; • Помогают измерить результаты маркетинговой деятельности, направленной на изменение восприятия бренда потребителями 	<ul style="list-style-type: none"> • Для поддержки принятия маркетинговых решений; • Для своевременного отслеживания проблемных мест; • Для своевременного отслеживания тенденций на рынке; • Для оценки деятельности компании и разработки дальнейшей стратегии развития; • Для внесения необходимых изменений в текущую стратегию компании; • Для выявления сильных и слабых сторон компании; • Для разработки стратегии маркетинга

Источник: составлено авторами.

Анализ ответов респондентов позволяет сформулировать следующее определение. Маркетинговые метрики — это количественные показатели, или индикаторы, которые помогают оценить эффективность маркетинговой деятельности компании и необходимы для своевременного отслеживания рыночных тенденций, анализа

конкурентоспособности компании, корректировки текущей и разработки последующей стратегии компании. В целом предложенное определение термина «маркетинговые метрики» оказалось синонимично определению, которое было выработано авторами данной статьи после анализа табл. 1, но включает в себя дополнительную информацию о целях использования метрик.

Анализируя ответы респондентов на вопрос «Кто в Вашей компании решает задачу оценки маркетинговой деятельности», было выявлено, что в российских FMCG-компаниях оценкой маркетинговой деятельности занимаются как сотрудники отделов маркетинга (57%), так и сотрудники других отделов (43%), например, отдела продаж или отделов аналитики и стратегического развития. Как правило, первичная оценка маркетинговой деятельности проводится сотрудниками операционного уровня, например, бренд-менеджерами, после чего полученные результаты анализируются руководителями среднего (79%) и высшего звена (65%). Частота оценки маркетинговой деятельности представлена в табл. 8.

Таблица 8

Частота оценки маркетинговой деятельности

Еженедельно	Ежемесячно	Ежеквартально	Один раз в год
29%	85%	21%	14%

Источник: составлено авторами.

В большинстве случаев (58%) компании оценивают эффективность маркетинга, опираясь на существующие метрики. При этом только в 22% компаний стандартные маркетинговые метрики адаптируются под специфику деятельности конкретной компании и в 7% — используются уникальные, специально разработанные маркетинговые метрики.

Заключение

В данной статье авторы проанализировали то, каким образом FMCG-компании, оперирующие на российском рынке, используют маркетинговые метрики для оценки своей маркетинговой деятельности. Несмотря на то что эмпирическое исследование было ограничено только одним рынком, в целом результаты исследования могут быть интересны представителям компаний, работающих и на других рынках, поскольку в вопросах оценки маркетинговой

деятельности рынок FMCG является одним из показательных и передовых.

После анализа полученных в ходе исследования данных было выявлено, что чаще всего FMCG-компании упоминают среди используемых маркетинговых метрик те, которые связаны с оценкой финансовых аспектов маркетинговой деятельности, с оценкой бренда, с рынком, а также метрики, связанные с управлением каналами распределения и продажами. Данные группы метрик также наиболее часто встречаются и в классификациях, предложенных исследователями в области маркетинга. Несмотря на то что в настоящее время количество маркетинговых метрик исчисляется десятками, было обнаружено, что FMCG-компании разрабатывают собственные метрики, а также стремятся адаптировать общеизвестные маркетинговые метрики под особенности рынка и собственную компанию.

Анализируя существующие определения маркетинговых метрик, авторы статьи выделили несколько характеристик, которые отличают маркетинговые метрики от термина «показатели». Интересно, что все четыре особенности маркетинговых метрик были отражены в ответах респондентов на вопрос, что они понимают под маркетинговыми метриками. Более того, если исследователи склоняются к необходимости измерять метрики 1–2 раза в год, то на практике, как правило, менеджеры оценивают маркетинговую деятельность ежемесячно (85%). При этом оценкой маркетинговой деятельности в компаниях занимаются сразу несколько менеджеров на разных иерархических уровнях управления.

Несмотря на то что полученные результаты во многом совпадают с теоретическими положениями, нельзя не отметить ограничения данного исследования. Данное эмпирическое исследование было качественным, и это обуславливает его основную слабость. Глубинные интервью как качественный метод сбора информации не являются репрезентативными, поэтому полученные результаты невозможно распространить на всю совокупность компаний, оперирующих на FMCG-рынке в России. Кроме того, рынок FMCG достаточно разнообразен сам по себе, поэтому невозможно определить, в какой степени опрошенные компании являются наиболее типичными и характерными для данной отрасли. Таким образом, одним из приоритетных направлений для будущих исследований должно стать проведение количественного исследования для изучения маркетинговых метрик на FMCG-рынке.

Список литературы

1. *Багиев Г. Л.* Экономика маркетинга. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007.
2. *Ивашкова Н. И., Камша А. А.* Методические подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности // *Маркетинг и финансы.* 2013. Т. 1. С. 14–25.
3. Исследование GFK: как кризис влияет на продажи товаров повседневного спроса? 2015. GFK (20 июня). URL: <http://www.gfk.com>
4. *Котлер Ф.* Маркетинг-менеджмент. 2-е изд. / Пер. с англ. Под ред. С. Г. Божук. СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
5. *Малкольм Р.* Эффективность маркетинга должна быть стопроцентной [Текст] / Пер. С. Зайцева // *Маркетинг-Дайджест.* 2004. № 4 (04). 70–82.
6. *Ойнер О. К.* Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом // *Российский журнал менеджмента.* 2008. Т. 6. № 2. С. 27–46.
7. *Ойнер О. К.* Модель оценки маркетинговой деятельности компании на основе применения критериев мировых премий по качеству // *Маркетинг и маркетинговые исследования.* 2010. № 3. С. 186–197.
8. *Ребязина В. А.* и др. Инновационная деятельность российских компаний: результаты эмпирического исследования // *Российский журнал менеджмента.* 2011. Т. 9. № 3. С. 29–54.
9. *Созонов Ю. С.* Оценка клиентского капитала компании // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика.* 2014. № 6. С. 80–96.
10. *Третьяк О. А.* О соотношении результатов и затрат в маркетинговой деятельности // *Российский журнал менеджмента.* 2007. Т. 5. № 2. С. 57–62.
11. *Третьяк О. А., Ребязина В. А., Ветрова Т. В.* Современные маркетинговые практики в России: результаты эмпирического исследования // *Российский журнал менеджмента.* 2015. Т. 13. № 1.
12. *Ambler T.* Marketing metrics // *Business Strategy Review.* 2000. Т. 11. № 2. С. 59–66.
13. *Ambler T.* Marketing and the bottom line: the marketing metrics to pump up cash flow. Pearson Education, 2003.
14. *Ambler T., Kokkinaki F., Puntoni S.* Assessing marketing performance: reasons for metrics selection // *Journal of Marketing Management.* 2004. Т. 20. № 3–4. С. 475–498.
15. *Ambler T., Roberts J. H.* Assessing marketing performance: don't settle for a silver metric // *Journal of Marketing Management.* 2008. Т. 24. № 7–8. С. 733–750.
16. American Marketing Association et al. AMA dictionary // American Marketing Association. 2011.
17. *Anselmsson J., Lars Anders N.* What successful branding looks like: a managerial perspective // *British Food Journal.* 2013. Т. 115. № 11. С. 1612–1627.
18. *Anselmsson J., Bondesson N.* Brand value chain in practise; the relationship between mindset and market performance metrics: A study of the Swedish

- market for FMCG //Journal of Retailing and Consumer Services. 2015. T. 25. C. 58–70.
19. *Barwise P., Farley J. U.* Marketing Metrics:: Status of Six Metrics in Five Countries // European Management Journal. 2004. T. 22. № 3. C. 257–262.
 20. *Bennett R.* The use of marketing metrics by British fundraising charities: a survey of current practice // Journal of marketing management. 2007. T. 23. № 9–10. C. 959–989.
 21. *Clark B. H.* Marketing performance measures: History and interrelationships // Journal of Marketing Management. 1999. T. 15. № 8. C. 711–732.
 22. *Clark B. H.* Managerial perceptions of marketing performance: efficiency, adaptability, effectiveness and satisfaction // Journal of Strategic Marketing. 2000. T. 8. № 1. C. 3–25.
 23. *Davis J.* Measuring Marketing: 103 Key Metrics Every Marketer Needs / J. Davis // Singapore: John Wiley & Sons. 2007.
 24. *Faridyahyaie R., Faryabi M., Bodaghi Khajeh Noubar H.* Identifying marketing effectiveness metrics (Case study: East Azerbaijan industrial units) // Poslovna izvrsnost. 2012. T. 6. № 2. C. 47–57.
 25. *Farley J. U.* et al. Marketing metrics use in a transition economy: The case of Vietnam // Journal of Global Marketing. 2008. T. 21. № 3. C. 179–190.
 26. *Farris P. W.* et al. Marketing metrics: 50+ metrics every executive should master. Pearson Education, 2006.
 27. *Farris P. W.* et al. Marketing metrics: The Definitive guide to measuring marketing performance. Pearson Education, 2010.
 28. *Fihla N.* An exploratory study of the South African fast moving consumer goods industry (FMCG) on the role of brand management and its impact on financial measures, 2009.
 29. *Frösén J.* et al. Marketing performance assessment systems and the business context // European Journal of Marketing. 2013. T. 47. № 5/6. C. 715–737.
 30. *Gimenez C., Ventura E.* Logistics-production, logistics-marketing and external integration: their impact on performance // International journal of operations & Production Management. 2005. T. 25. № 1. C. 20–38.
 31. Global FMCG Trends in 2009 and 2010: Legacy of the Downturn. 2010. Euromonitor (20 june). URL: <http://www.euromonitor.com/>
 32. *Hacioglu G., Gök O.* Marketing performance measurement: marketing metrics in Turkish firms // Journal of Business Economics and Management. 2013. T. 14. № sup1. C. S413–S432.
 33. *Hirschowitz A.* Closing the CRM loop: The 21st century marketer's challenge: Transforming customer insight into customer value // Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing. 2001. T. 10. № 2. C. 168–178.
 34. *Jagessar P.* The Use of Brand Metrics in FMCG Organisations in South Africa: дис. University of the Witwatersrand, Faculty of Commerce, Law and Management, Graduate School of Business Administration, 2013.
 35. *Kerzner H. R.* Project management metrics, KPIs, and dashboards: a guide to measuring and monitoring project performance. John Wiley & Sons, 2011.

36. *Kokkinaki F., Ambler T.* Marketing performance assessment: an exploratory investigation into current practice and the role of firm orientation. — Marketing Science Institute, 1999. № 99–114.
37. *Kumar D.* Winning Strategies Through Responsive Supply Chains: Efficient Customer Response, 2003.
38. *Lamberti L., Noci G.* Marketing strategy and marketing performance measurement system: Exploring the relationship // European Management Journal. 2010. T. 28. № 2. C. 139–152.
39. *Lehmann D. R.* Metrics for making marketing matter // Journal of Marketing. 2004. T. 68. № 4. C. 73–75.
40. *Llonch J., Eusebio R., Ambler T.* Measures of Marketing Success:: A Comparison Between Spain and the UK // European Management Journal. 2002. T. 20. № 4. C. 414–422.
41. *Milichovský F.* Effectiveness of Marketing Activities in Engineering in Czech Republic // Verlas: teorija ir praktika. 2015. № 2. C. 205–211.
42. *Milichovský F., Šimberová I.* Marketing effectiveness: Metrics for effective strategic marketing // Engineering Economics. 2015. T. 26. № 2. C. 211–219.
43. *Mintz O., Currim I. S.* What drives managerial use of marketing and financial metrics and does metric use affect performance of marketing-mix activities? // Journal of Marketing. 2013. T. 77. № 2. C. 17–40.
44. *O'Sullivan D., Abela A. V.* Marketing performance measurement ability and firm performance // Journal of Marketing. 2007. T. 71. № 2
45. *Petersen J. A.* et al. Choosing the right metrics to maximize profitability and shareholder value // Journal of Retailing. 2009. T. 85. № 1. C. 95–111.
46. *Pilling B. K., Rigdon E. E., Brightman H. J.* Building a Metrics-Enabled Marketing Curriculum The Cornerstone Course // Journal of Marketing Education. 2012. T. 34. № 2. C. 179–193.
47. *Pimenta da Gama A.* A renewed approach to services marketing effectiveness // Measuring Business Excellence. 2011. T. 15. № 2. C. 3–17.
48. *Rust R. T.* et al. Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions // Journal of marketing. 2004. T. 68. № 4. C. 76–89.
49. *Sampaio C. H.* et al. Marketing metrics: Insights from Brazilian managers // Industrial Marketing Management. 2011. T. 40. № 1. C. 8–16.
50. *Seggie S. H., Cavusgil E., Phelan S. E.* Measurement of return on marketing investment: A conceptual framework and the future of marketing metrics // Industrial Marketing Management. 2007. T. 36. № 6. C. 834–841.
51. *Simon C. J., Sullivan M. W.* The measurement and determinants of brand equity: a financial approach // Marketing science. 1993. T. 12. № 1. C. 28–52.
52. *Solcansky M., Šimberova I.* Measurement of marketing effectiveness // Economics and management. 2010. № 15. C. 755–759.
53. *Stewart D. W.* Marketing accountability: linking marketing actions to financial results // Journal of Business Research. 2009. T. 62. № 6. C. 636–643.
54. *Uncles M.* Marketing metrics: A can of worms or the path to enlightenment? // Journal of Brand Management. 2005. T. 12. № 6. C. 412–418.

55. What value marketing? A positioning paper on marketing metrics in Australia. 2004. AMI (20 June). URL: www.ami.org.au

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Bagiev G. L.* Jekonomika marketinga. SPb.: Izd-vo SPbGUJeF, 2007.
2. *Ivashkova N. I., Kamsha A. A.* Metodicheskie podhody k ocenke jeffektivnosti marketingovoj dejatel'nosti // Marketing i finansy. 2013. T. 1. S. 14–25.
3. Issledovanie GFK: kak krizis vlijaet na prodazhi tovarov povsednevnogo sprosa? 2015. GFK (20 ijunja). URL: <http://www.gfk.com>.
4. *Kotler F.* Marketing-menedzhment. 2-e izd. / Per. v angl. Pod red. S. G. Bozhuk. SPb.: Piter, 2006. — 464 s.
5. *Malkol'm R.* Jeffektivnost' marketinga dolzhna byt' stoprocentnoj [Tekst] / Per. S. Zajceva // Marketing-Dajdzhest. 2004. № 4 (04). 70–82.
6. *Ojner O. K.* Ocenka rezul'tativnosti marketinga s pozicij sistemy upravlenija biznesom // Rossijskij zhurnal menedzhmenta. 2008. T. 6. № 2. S. 27–46.
7. *Ojner O. K.* Model' ocenki marketingovoj dejatel'nosti kompanii na osnove primenenija kriteriev mirovyh premij po kachestvu // Marketing i marketingovye issledovanija. 2010. № 3. S. 186–197.
8. *Rebjazina V. A.* i dr. Innovacionnaja dejatel'nost' rossijskih kompanij: rezul'taty jempiricheskogo issledovanija // Rossijskij zhurnal menedzhmenta. 2011. T. 9. № 3. S. 29–54.
9. *Sozonov Ju. S.* Ocenka klientskogo kapitala kompanii // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 6. Jekonomika. 2014. № 6. S. 80–96.
10. *Tret'jak O. A.* O sootnesenii rezul'tatov i zatrat v marketingovoj dejatel'nosti // Rossijskij zhurnal menedzhmenta. 2007. T. 5. № 2. S. 57–62.
11. *Tret'jak O. A., Rebjazina V. A., Vetrova T. V.* Sovremennye marketingovye praktiki v Rossii: rezul'taty jempiricheskogo issledovanija // Rossijskij zhurnal menedzhmenta. 2015. T. 13. № 1.

Трибуна преподавателя

И. Е. Рудакова¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

НОВЫЕ КАДРЫ ДЛЯ НОВОГО КУРСА: ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ²

В статье рассматривается актуальная задача подготовки экономических кадров высшей квалификации в связи с проблемой преодоления состояния застоя в нашей стране. Ряд подходов к вузовскому специализированному экономическому образованию требует совершенствования или пересмотра. Рассмотрена роль мотивации студентов к получению экономического образования, значение системного изучения экономики, эффективности ситуационного анализа в качестве методического приема, значение включения в учебные курсы новых актуальных тем.

Ключевые слова: качество новых кадров, мотивация к изучению теории, ответственность экономистов, ситуационный анализ.

NEW PERSONNEL FOR A NEW COURSE: CHALLENGES AND MISSION OF ECONOMIC EDUCATION

The article discusses a vital problem of preparing a highly qualified personnel for the economy, which becomes mandatory for overcoming stagnation in Russia. A number of approaches to higher school economic education need to be improved or revised. The paper discusses the role of students' motivation to obtain economic education, the importance of systematic study of economy, efficiency of situational analysis as a methodological technique, the importance to include new topical issues in the curriculums.

Key words: new personnel quality, motive to study theory, responsibility of the economists, case study.

¹ Рудакова Искра Евсеевна, д.э.н., профессор кафедры политической экономики экономического факультета; e-mail: iskgrud@gmail.com

² Статья написана по материалам выступления автора на Московском экономическом форуме «Новый курс. Время не ждет» в апреле 2015 г.

Тяжелые времена, переживаемые Россией сегодня, высвечивают давно назревшую проблему. Необходимость нового курса очевидна, но его «дорожная карта» далеко не ясна. Снова после турбулентных 1990-х гг. остро встал вопрос: каким путем дальше пойдет наша страна? На достижение каких целей должна быть ориентирована национальная экономика? Какие меры экономического и социального строительства следует рассматривать в качестве первоочередных?

Для нашей области — вузовской экономической науки — ясность есть только в одном: для нового курса страны в изменившемся мире нужны новые кадры, способные такой курс обеспечить. Эти кадры должны обладать знаниями, позволяющими не только выполнять задачи сегодняшнего времени, но и ставить новые ориентиры, склонные к поиску новых решений, владеющие новыми принципами коммуникации, осознающие вызовы современности.

России, помимо прочего, нужна экономика, способная конкурировать с развитыми странами в самых передовых наукоемких областях знаний, науки, технологии, и не только в данный момент, но и в долгосрочной перспективе¹. Все это также предъявляет особые требования к содержанию и качеству образования будущих экономистов, тех, кто будет принимать решения в нашей экономике. Ключевой становится необходимость очертить круг необходимых знаний.

Формирование контуров новых сфер знаний опирается на разработки и открытия фундаментальных разделов науки экономической, как и всякой другой. Едва ли с этим общеизвестным положением можно спорить. Тем более странно выглядит часто встречающееся непонимание роли экономической теории в системе экономических знаний. Непонимание принимает практическое воплощение в программах экономического образования: сокращается (в ряде случаев значительно) время, отпущенное на изучение экономической теории, изменяются пропорции образовательного набора экономистов в пользу прикладных разделов экономических знаний. Ниже мы постараемся показать, что эта практика значительно влияет на ка-

¹ Автор экономического бестселлера 2014 г. Томас Пикетти (Thomas Piketty), рассматривая возможность достижения менее развитыми странами уровня высоко-развитых, подчеркивает, что главная сила, способствующая конвергенции как во внутренней экономике, так и в глобальном масштабе между странами, — диффузия знаний и инвестиции в обучение и квалификацию. Этот же механизм уменьшает социальное неравенство [Piketty, 2014, p. 21].

чество подготовки экономических кадров, о повышении роли которых проявляет беспокойство широкая общественность бизнеса и государственного управления.

Современные стандарты высшего экономического образования предусматривают массу компетенций, которыми должны обладать выпускники экономических вузов и факультетов. Перечень компетенций занимает много страниц детальных рекомендаций. Но при всем усердии составителей не все можно включить в эти стандарты или дать подробное описание того, что потребуется от специалиста, работающего в быстро изменяющейся среде. Здесь обратим внимание на те аспекты высшего экономического образования новых кадров для нового курса, которые в перечне компетенций не прописаны во всех деталях или не рассматриваются в качестве первоочередных в практике преподавания экономических дисциплин.

Мы поднимаем вопросы, возникающие в основном при преподавании экономической теории на экономических факультетах, готовящих экономистов-профессионалов. Но ряд аспектов касается других экономических дисциплин, а также и не специализированного на экономике образования. Экономическая грамотность входит как необходимая составляющая в общую систему знаний во многих других отраслях и видах деятельности людей.

Как известно, качество образования определяется не только тем материалом, который студенту преподают, но и тем объемом знаний, который остается в головах учащихся, что, собственно, и создает эффект образования. Одно из условий эффективности усвоения преподаваемых знаний — мотивация студентов, изучающих предмет.

В наше время «ускорения времени», значимости практических действий, ценности немедленного результата принимаемых решений, особого значения быстрой реакции на проблемы сегодняшнего дня, сиюминутности выводов из текущих сиюминутных событий и проч. — все это часто не оставляет пространства для глубокого и обстоятельного экономического анализа долговременных перспектив на длительных временных горизонтах. Представляется, что сегодня рынок и бизнес запрашивают кадры с компетенциями, соответствующими задачам только «короткого времени». И тогда ощущаемая многими необходимость совершенствования преподавания экономики трактуется как замена теории конкретными экономическими, прикладными дисциплинами.

Теория в экономическом образовании

Возникает вопрос, порожденный вызовами нашего времени: кому нужна сегодня экономическая теория с копанием в глубинных основаниях экономики, с длительным поиском исходных причин важнейших зависимостей, всесторонним анализом их долговременных следствий, столкновением противоречивых трактовок зависимостей разными версиями и школами в экономической науке? Что дают сегодня абстрактные, хотя логически стройные и математически обоснованные, экономические модели? Есть ли сегодня «запрос рынка и бизнеса» на знания такого рода?

Сомнения по поводу значимости теоретических знаний сегодня возникают под давлением ряда обстоятельств.

С точки зрения критиков, репутация экономистов с «их» экономической теорией сильно подмочена неудачами «рецептов» для коррекции многих нежелательных событий, «природу» которых экономисты с претензией на успех (и с большим самомнением) раскрывают в своих моделях¹. Болезни современной (постиндустриальной, инновационной, креативной и еще куча определений) экономики — крайняя нестабильность, безработица, инфляция, финансовые провалы, неэффективность в производстве и многое другое — явно неизлечимы. Мир не может справиться с ними многие десятилетия, хотя экономистам известны причины возникновения этих явлений, они количественно оценены, отражающие их переменные встроены в модели. Однако предлагаемые меры преодоления этих болезней малоэффективны или имеют обратный эффект. Экономисты знают, как после научного и практического успеха кейнсианской теории в другой период (в начале 1970-х гг.) несовместимость ее рекомендаций с новыми реалиями экономики полной занятости и устойчивого роста привела к краху ее авторитета как научной школы, к разочарованию в эффективности ее главного рецепта по борьбе с кризисом — стимулированию совокупного спроса².

¹ В любопытной статье (перевод с английского) о «превосходстве экономистов» авторы с тонким язвительным юмором обращают внимание на «интеллектуальную самоуверенность экономистов». Научные притязания экономической науки связаны также и с использованием формальных методов. «И хотя уникальное положение экономистов дает им особую власть, позволяющую менять мир, оно же делает их более подверженными конфликтам интересов, критике и насмешкам, если что-то не получается» [Фуркад и др., 2015, с. 48].

² Один из величайших американских экономистов Ирвинг Фишер, без открытий которого трудно представить экономическую теорию не только первой половины XX в., но и современную, авторитет которого был признан в экономическом

Неудачи прогнозов, в частности, в предупреждении потрясений, подобных Великой депрессии 1930-х гг., вызвали к жизни новые научные объяснения неожиданных событий. Во второй половине XX в. получили развитие теории рынка труда в экономике неполной занятости, теории эндогенного экономического роста, реального делового цикла, различные версии экономического поведения субъектов экономики (гипотеза рациональных ожиданий), теории эффективных рынков и др. Новые открытия экономистов, а также довольно длительный период «благополучного развития» экономики многих стран в последние десятилетия века давали надежду на надежность трактовок экономических процессов и соответственно поддерживали веру в предсказания экономической теории о том, что кризисы в основном преодолены (Роберт Лукас).

Тем сильнее оказалось разочарование от плохого предвидения «хорошей экономической теории», от неспособности экономистов назвать дату («желательно точную») начала нового кризиса 2008–2009 гг. Его нельзя сравнивать по разрушительной силе с Великой депрессией, но воспринимался он (и до сих пор воспринимается) как самый глубокий для многих стран за послевоенные десятилетия.

«Неприятию» экономической теории способствует и применяемый этой наукой метод «при прочих равных» (метод абстракции). Отвлечение от многих конкретных событий, актуальных сегодня и кажущихся значимыми, представляется (при поверхностном знакомстве с экономической теорией) «отрывом от жизни», уходом в «пустопорожние абстракции», утратой предмета. Подобное впечатление поддерживается широким распространением математических методов. Последние обеспечивают большую аналитическую строгость формальных доказательств модели, но усложняют восприятие связи «модельных» выводов с реальностью.

Защитной реакцией на эти трудности тех, кому сложно их преодолевать, стало обвинение экономистов-теоретиков в отрыве от жизни, создании ненужных сложностей в науке, обвинение не всегда беспочвенное. Интеллектуальный спор относительно некоторых проблем экономической теории часто отпугивает молодежь (и не только студентов) от работы в этой области науки.

мире, долго отрицал возможность значительного спада экономики в 1929 г. Он продолжал это делать и в то время, когда кризис уже разразился и его разрушительный эффект начал сказываться повсюду. Тем не менее, хотя Фишер, по выражению Бена Селигмена, и скакал на одной лошади сразу во все стороны, ему удалось привлечь внимание к обостряющимся проблемам цен и инфляции [Селигмен, 1967, с. 436].

Значение экономической теории в системе экономических знаний хорошо известно и не требует особых доказательств. Но в преподавательской практике поставленные выше вопросы должны получить ответ, если мы хотим повысить *мотивацию к изучению теории*.

Критические соображения в адрес фундаментальной теории, приведенные выше, не умаляют ее роли как инструмента исследования практической экономики. И это не только потому, что она обнаруживает, исследует фундаментальные зависимости в экономической материи, но и потому, что ей доступен своеобразный эксперимент: анализ прошлых событий и их следствий, воплощенных в реальные итоги, анализ результатов, достижений, провалов экономической политики текущего времени, проверка прогнозов и их сопоставление с реальными исходами. Это приближает ее к эмпирическим наукам. Об исследовательской функции экономической науки Джордж Стиглер в Нобелевской лекции отметил следующее: «Главная задача такой эмпирической науки, как экономика, — дать общее понимание событий в реальном мире, и в конечном счете все ее теории и методы должны служить решению этой задачи». Далее, подчеркивая не всегда существующее «попадание» экономических идей в центральные события реальной жизни, Стиглер замечает: «Ученые, создающие экономические теории, в процессе работы над ними крайне нерегулярно и невнимательно читают газеты» [Стиглер, 1982, с. 462–463].

При формировании мотивации к изучению экономической теории особое значение имеет *методическая подача* учебного материала. Эта задача решается качеством учебников и учебных курсов. От того, насколько удачно организован материал учебника, как он логически обоснован, подан в системе, во многом зависит отношение учащихся к предмету¹.

Особый эффект имеет «доведение до практики» общих абстрактных понятий, что важно и для понимания *смысла* применяемого в экономической теории метода. В учебном процессе это решается обилием ссылок и примеров из национальной и зарубежной экономики, показывающих связь реальных процессов с выкладками теории².

¹ О значении качества учебников по экономике см.: [Гребнев, 2013, с. 108–110]. Здесь мы не анализируем качество учебников по экономике, их «начинку», структуру, отражение крупных актуальных проблем современного мира. Этот вопрос достоин отдельного рассмотрения в специальной статье.

² В наиболее удачных западных учебниках по экономической теории разного уровня, имеющих длительный опыт издания, приведено, как правило, много приме-

Другая сторона задачи вызвать интерес студентов к этой дисциплине — показать, что в основе многочисленных, «непохожих», уникальных, исключительных и прочих явлений конкретной экономики лежат взаимозависимости и соотношения основных (общих, базовых, фундаментальных) экономических явлений и процессов, не исчезающих по мере изменений в экономике. Зачастую желание быть современным погружает преподавателя в текущие события, выдвигает на первый план детали. Марк Блауг, подчеркивая выдающуюся роль Ирвинга Фишера не только как величайшего ученого, но и как выдающегося педагога, отмечал: «...Его работы выделяются необыкновенной ясностью изложения, при которой все тонкости обычно откладываются до того момента, пока не будут выведены, с использованием вербальных, алгебраических и геометрических средств, основные принципы» [Блауг, 2008, с. 317]. Именно этот методический прием оказывается наиболее эффективным способом подачи сложного материала, когда ставится задача раскрыть смысл теоретической версии, вызвать интерес к объяснению природы экономических явлений.

Поиск глубинных оснований, сформулированный как учебная задача (проблемная, «конфликтная», дискуссионная) при рассмотрении конкретных событий, может быть весьма привлекательным для студентов методом. Столкновение теории и реальности — достаточно сложные для дискуссии и решения проблемы — хорошее поле для студенческих исследовательских работ в области экономической теории. Разумеется, такая проблематика не предлагается всем изучающим экономическую теорию в качестве обязательной, но, будучи включенной в список тем по выбору, она направляет поиск студентов, склонных к углубленному анализу, «копанию» в нестандартных, новых идеях, новых источниках и проч.

О связи теории и практики — ситуационный анализ

Относительно нашего преподавания экономики можно задать вопрос: может ли студент, напичканный обильными теоретическими

ров, ссылок на исторические события, иллюстрирующие абстрактные обобщения. Например, в учебнике *Advanced Macroeconomics* Дэвида Ромера, выдержавшего несколько изданий, с достаточно высоким уровнем математизации широко используются примеры из практики американской и международной экономики. Так, модели экономического роста (достаточно абстрактные на уровне *advanced*) выводятся после рассмотрения широкой статистической картины роста в разных странах; изменениям в моделях предшествуют ссылки на изменения в реальной экономике; проблемы конвергенции рассматриваются на фоне динамики социальных инфраструктур; фактическая картина ВВП дает основание для постановки проблемы современной теории экономических колебаний и т.п. [Weil, 2009, p. 407].

и конкретно-экономическими знаниями, отвечающими официальному перечню компетенций, применить их для вполне конкретного анализа конкретной экономики?

Один из способов достигнуть соединения теории и практического ее приложения в процессе обучения экономистов — *ситуационный анализ*. Ситуационный анализ давно и широко используется в бизнес-образовании. Так, разработанные в деталях Гарвардской школой бизнеса инструменты ситуационного анализа получили широкое распространение в качестве стандартных методов по всему миру. Разбор нескольких сотен различных ситуаций в течение двух лет обучения позволяет изучить основную массу типичных случаев, подготовить слушателей к встрече с реальной жизнью¹.

Для условий российского вузовского экономического образования методика подготовки специальных учебных ситуаций не разработана, развитые методы ситуационного анализа непривычны. В этих условиях весьма эффективным является анализ *реальных* ситуаций, почерпнутых из событий отечественной и зарубежной экономики. Поиск таких ситуаций — дело непростое, кроме того, описание реальных событий требует некоторой адаптации для учебных целей. Отбираемая ситуация должна удовлетворять определенным требованиям: она хорошо отражает тему курса, описывает часто случающиеся (еще лучше типичные) события экономической жизни, скрытая в ситуации проблема не имеет однозначных (и «правильных») решений и оценок. Удачные в этом смысле ситуации требуют когнитивного напряжения, дискуссий, поиска решений, оценки плюсов и минусов принятых решений и возможных следствий.

Если роль ситуационного анализа в бизнес-образовании и при изучении конкретно-экономических дисциплин понятна и доказана педагогической практикой, то использование этого метода далеко не очевидно при изучении экономической теории. На наш взгляд, ситуационный анализ может быть эффективно использован и при изучении такой «абстрактной» дисциплины, как экономическая теория. Разбор ситуаций, сопровождающийся обсуждением, написанием аналитических записок, эссе, докладов, позволяет проверить

¹ Как правило, ситуации специально подготавливаются для учебных целей. Но при этом сохраняются правдоподобные соотношения, пропорции, зависимости реальной экономики. Если ситуация готовится на основе конкретной фирмы или события, то конкретные имена, названия, адреса, как правило, изменяются для сохранения коммерческой тайны и по другим соображениям. Работа по написанию ситуаций приравнивается к научной работе. Преподаватели, готовящие учебную ситуацию и методические материалы к ней, получают специальный отпуск.

способность студентов применять полученные теоретические знания в качестве инструментов в прикладном исследовании¹.

Разбор конкретных экономических ситуаций — хорошая возможность показать роль междисциплинарного подхода при научном обосновании экономики: использование достижений психологии, социологии, политологии, прикладной институциональной экономики позволяет лучше объяснить мотивы и следствия действий «участников ситуации» — населения, фирм, государства.

Особые возможности для ситуационного анализа открывает поведенческая экономика. Рационализм и иррациональность субъектов рынка, ожидания людей (населения и инвесторов), «настроение» на финансовых рынках, доверие или недоверие к поворотам политических действий государства и многое другое — влияют на решения людей, являются факторами развития реальной ситуации, краткосрочных и долгосрочных следствий поведения субъектов экономики.

Приведем пример из нашей практики. В семинаре по курсу «Макроэкономика-2» (в теме «Макроэкономическая политика в экономике с рациональными ожиданиями») была использована ситуация, связанная со строительством целлюлозно-бумажного комбината на берегу озера Байкал и с судьбой озера. Много лет шла борьба сторонников и противников существования комбината на Байкале. Каждая сторона приводила веские аргументы в пользу своей позиции. Описание этой истории (в качестве учебной ситуации) заканчивается тем периодом, когда полемика достигла своего пика.

Задача преподавателя — погрузить студентов в ситуацию, разобрать аргументы «сторон», побудить студентов искать самое эффективное решение. Обычно обсуждение проходит очень активно. Студенты анализируют не только текущие «стандартные» экономические проблемы, связанные с занятостью рабочей силы, издержками, объемами производства, но и долгосрочные следствия существования комбината, глобальные перспективы для населения планеты, институциональные препятствия для разрешения конфликта, различия интересов разных групп, психологию участников конфликта — администрации края, работников комбината, местного населения. В ситуации сталкиваются принципы оптимального экономического решения, острые экологические проблемы, соображения нравственной и социальной ответственности людей за последствия принимаемых ими экономических решений. Ситуация позволяет использовать и формальные, оценочные методы.

¹ В учебнике Economics П. Кругмана и Р. Велс вводного уровня особое внимание уделено ситуационному анализу как методическому приему применения теории в качестве инструмента для понимания реальных ситуаций экономической жизни [Krugman, Wells, 2005].

Ситуационный анализ дает материал не только для проверки системного мышления студента, но и тестирует его эрудицию, прочность (неповерхностность) и гибкость знаний, понимание значения нравственной составляющей в принимаемых хозяйственных решениях¹.

Разбор хорошо подобранных, взятых из реальной жизни ситуаций может способствовать еще одному важному результату образовательного процесса будущих экономистов — формированию необходимого для современных кадров чувства *ответственности* за свои действия, за принимаемые решения, за предлагаемые прогнозы. Чувство ответственности формируется в ситуационном анализе благодаря тренировке умения критически оценивать результаты деятельности (входит в методику) и, прежде всего, социальный результат принятого решения.

«Начинка» курсов по экономической теории также не нейтральна к формированию социальной ответственности. Так, в современных академических курсах по макроэкономике практически отсутствуют проблемы социального расслоения, распределения богатства и дохода. Распределение богатства и дохода не включено в экономические модели в продвинутых курсах (например, в курсе «Макроэкономика-2»). Распределение дохода исследуется в концепции эффективности по Парето, с точки зрения достижения равновесного состояния при обмене продуктами труда и факторами производства, а не с точки зрения доходного неравенства. На наш взгляд, это большое упущение базовых курсов. Этот «пропуск» не воспитывает понимание общих ценностей, без чего невозможно подготовить адекватные кадры для новой экономики².

Системность образовательной траектории

Самая значимая, вытекающая из перечня компетенций задача — способность будущих экономистов к аналитическому системному мышлению, к видению многих взаимосвязанных и взаимовлияю-

¹ К методу анализа ситуаций примыкает метод называемых «открытых вопросов». По существу, это тоже своеобразный метод case study, но на коротких примерах, скорее выполняющих иллюстративную функцию. Подробно об этом см. в нашей статье [Рудакова, 2011].

² В этом смысле интересна статья профессора Гарвардского университета Г. Мэнкью. Рассматривая историю «битвы идей» в экономической науке, автор показывает, как сказывались достижения и заблуждения ученых на итогах научного поиска, на дальнейшем развитии идей и вслед за этим на представлениях и практических действиях регуляторов экономики [Мэнкью, 2009].

ших элементов, способность в сложной совокупности увидеть главную подлежащую решению проблему, сформировать алгоритм ее решения. Задача определения нового курса нашей экономики требует понимания экономистами одновременного действия множества факторов, зачастую разнонаправленного, способности определить и ранжировать их влияние на разные стороны жизни. Отсюда следует значение системного мышления при изучении каждой экономической дисциплины¹.

Помимо этой обычно хорошо осознаваемой задачи при изучении отдельной дисциплины системность имеет и другие аспекты. Мы имеем в виду следующее.

Первое. Системность требуется не только при изучении отдельных курсов, но и при формировании *пакета* курсов, которые определяют *образовательную траекторию* студента на протяжении всех лет обучения. Построение пакетов учебных курсов действительно непростая задача, пакеты часто страдают фрагментарностью, слабо обоснованной связанностью курсов. Пакет избранных дисциплин в полном наборе должен образовывать *систему*. Экономист в экономике, перед которой стоят задачи движения по новому курсу, не может обладать узким видением, даже если он имеет узкую экономическую специализацию (статистика, маркетолога, управленца, трейдера, бухгалтера и т.д.). Специализация не исключает, а предполагает широкий диапазон экономического мышления, видения своего дела, своих проблем и задач на общем фоне движения экономики. Такое единство во многом обеспечивается знанием фундаментальных принципов функционирования экономики, связывающих в систему и стороны практической жизни экономики, и разные науки о ней.

Второе. В современных подходах к экономической теории системность отражается в разных аспектах и, в частности, в понимании связи макропроцессов (на уровне экономики в целом) с явлениями, тенденциями микроуровня. Не может быть обеспеченным общий (новый) курс экономики, явление макроэкономическое, если «новую» эффективность и новые методы экономической жизнедеятельности не разделяют субъекты экономики *на микроуровне*. Эта

¹ В свое время Й. Шумпетер подчеркивал значение системности при изучении современного капитализма, недостаточность фрагментарного анализа, «из которого мы черпаем большую часть наших выводов». «...Экономическая жизнь протекает в социальной и природной среде, которая изменяется и меняет тем самым параметры, при которых совершаются экономические действия», отсюда понятна недостаточность фрагментарного знания [Шумпетер, 1995, с. 126].

взаимосвязь — важнейший компонент системного мышления — давно осознана в теории и реализуется авторами современных учебников в виде микрооснований макроэкономики. Психологические, поведенческие моменты выдвигаются на первый план в экономической деятельности человека, становятся ключевыми и в теоретическом объяснении функционирования экономики в целом.

Учебные же курсы по экономической теории (в особенности второго и третьего уровней) часто не уделяют должного внимания этим аспектам, отводят преобладающее время на изучение неоклассики и кейнсианства в их ортодоксальном (и по преимуществу в инструментальном) исполнении. Набор рассматриваемых проблем подчас в значительной степени исследует мир «экономического человека». Такая диспропорция создает ощущение «пребывания в прошлом» курсов по экономической теории.

«Осовременивание» учебного процесса требует включения в тематику лекций и семинаров новейших достижений поведенческой экономики, социальной психологии и проч. А это, в свою очередь, требует исследовательской работы создателей новых учебных курсов и учебников.

Иногда задают вопрос, почему общественные науки советского прошлого, базировавшиеся в нашей стране на протяжении семи десятилетий исключительно на фундаменте марксизма-ленинизма, оторванные от основного мирового потока общественных наук, тем не менее давали значительный образовательный эффект. Среди подготовленных в советской школе «гуманитариев» были выдающиеся экономисты, значимость идей и работ которых стала явной, как только были сняты (в начале 1990-х гг.) идеологические запреты на научные и практические идеи. Работы и деятельность выпускников экономического факультета МГУ — Т. Гайдара, А. Анчишкина, С. Шаталина, Н. Хмелевского и многих других вошли в золотой фонд экономической науки, оказали огромное влияние на преобразования в нашей стране. Эти кадры получали образование в советских вузах без помощи западных учебников. Однако полученная ими основа позволила «добрать» недостающие знания, пройти мучительный путь переоценки старых представлений на сломе общественного устройства, достигнуть понимания необходимости перехода к новой экономической системе в реальности и к новому мышлению в науке. Эти знания позволили и в практической экономике принимать необходимые и, возможно, единственно верные в критический момент российской истории решения.

На наш взгляд, этому «образовательному эффекту» есть, по крайней мере, два объяснения. Первое можно трактовать так. Основным изучаемым предметом была марксистская политическая экономия. Курсы по политической экономии для экономистов были более или менее полным изложением содержания «Капитала» К. Маркса. При всем критическом отношении к марксизму в сегодняшней экономической науке, идеи, изложенные в «Капитале», и метод их изложения представляли собой сложную, логически обоснованную, во многом внутри себя непротиворечивую систему. В когнитивном смысле эта черта значительно отличала труд Маркса от многих поверхностных, идеологически априорно заданных и официально признанных произведений (и учебных материалов) марксистов. Интерес к поиску системных связей формировался у студентов с самого начала изучения «Капитала» (с первого курса), входил в «привычку» при изучении других, в том числе и прикладных, дисциплин.

Второе объяснение, как это ни парадоксально, состоит в дефиците учебников по политической экономии в тот период. Фактически в 1950–1965-х гг. было два основных учебника по политической экономии, которыми пользовались все вузы при подготовке экономистов, — учебник, написанный сотрудниками Института экономики под редакцией академика К. В. Островитянова, и университетский «Курс политической экономии» под редакцией профессора Н. А. Цаголова. Кроме того, в 1964 г. был переведен на русский язык и издан издательством «Прогресс» учебник П. Самуэльсона «Экономика. Вводный курс» с пометкой «Для научных библиотек» на титульном листе.

За неимением достаточного количества учебных материалов при отсутствии технологии электронных источников информации студенты вынуждены были обращаться к первоисточникам — некоторым выборочно переведенным на русский язык фундаментальным работам классиков экономической мысли — А. Смита, А. Маршалла, Дж. М. Кейнса, Р. Харрода, Э. Хансена, Й. Шумпетера и других. В круге чтения были работы советских авторов, в основном комментаторские, а также доступные (далеко не всем) не переведенные на русский язык работы зарубежных авторов из запаса спецхранов библиотек.

Чтение первоисточников заставляло прикладывать усилия для проникновения в авторскую мысль, доказательства и аргументацию, не разжеванные и не адаптированные для облегчения труда познания научной идеи. В результате усилия по преодолению трудностей освоения первоисточников вырабатывали способность к са-

мостоятельному изучению материала и тем самым готовили студентов, способных «добывать» знания, анализировать сложные тексты в «поисках истины».

Для формирования системного мышления важно также изучение *школ в экономической науке*. Школы позволяют понять общую логику эволюции экономического знания, дают представление о развитии предмета и метода науки, учат приемам научной полемики. Хотя новые школы возникают первоначально как отрицание ранее существовавших концепций (кейнсианская революция против классики, неоклассическое отрицание кейнсианства, полемика «новых классиков» и «новых кейнсианцев»), достижения и открытия каждой школы не исчезают во времени, они дают основания и отправные точки для следующего этапа научной мысли. Именно поэтому знание научных школ входит в понятие фундаментальных основ современного образования, не может быть отнесено к прошлому.

К современным тенденциям в науке и, следовательно, в образовании следует отнести *междисциплинарность*. Узкая специализация, в экономике в особенности, при всем ее значении для проникновения в глубину узкой проблемы, все же должна дополняться широким научным фоном, на котором разворачивается любое явление. Научные открытия часто делаются на стыке разных наук. Современный экономист должен быть не только хорошим математиком, программистом, статистиком, но и психологом, социологом, политологом. Как показала практика межфакультетских курсов, читаемых в МГУ в последние годы, студенты охотно расширяют круг своих знаний за пределы факультетской специализации. Эта практика поощряет склонность студентов к выбору, стимулирует сознательное формирование своих научных предпочтений, помогает найти и утвердиться в своем истинном призвании.

Но междисциплинарность можно рассматривать и в более узком, тем не менее важном аспекте построения экономического образования, как взаимосвязь различных *экономических* дисциплин. Дисциплины, исследующие разные сферы экономической деятельности людей и в силу этого имеющие разный предмет и метод, разный научный язык, разное отношение к реальности (по трактовке сторонников сокращения теоретических дисциплин!), часто преподносятся в общем учебном процессе как совершенно разные, конкурирующие, мало пересекающиеся между собой области экономических знаний. На самом деле эти разделы экономики научно тесно связаны. Их тесное (междисциплинарное) изучение обогащает понимание как предмета этих дисциплин, так и общее знание экономики.

Примером такой связи (даже пересечения в рамках своего предмета) являются вопросы, изучаемые как в экономической теории, так и в маркетинге: принципы потребительского поведения, мотивация производителей, ценовая и доходная зависимости (эластичности) величин спроса и предложения и др. Для этих дисциплин характерен особый интерес к поведению человека при принятии им рыночных решений, к коррекции стратегии фирмы (на стороне предложения) с поведением потребителя (на стороне спроса). Маркетинг «питает» экономическую теорию жизненной практикой, экономическая теория обобщает закономерности маркетингового процесса, показывает их связь с фундаментальными принципами поведения людей.

Из этого следует, что набор экономических дисциплин в образовательном портфеле студентов-экономистов должен быть (повторим еще раз!) увязан в систему, где каждая дисциплина дополняет и обогащает друг друга, формирует не только научное знание, но помогает понять глубже конкретно-экономические явления. Такое сочетание и создает, на наш взгляд, необходимую компетенцию будущих экономистов.

О культуре

Огромное влияние на принятие экономических решений имеет культура в самом широком смысле — общие ценности, преобладающие верования, исторические традиции. Культура формирует внешнюю среду экономической активности людей, создает тип, характер отношений людей в бизнесе¹. Однако анализа этих сторон активности людей нет в наших курсах по микро- и макроэкономике. Их относят в лучшем случае к сфере менеджмента, маркетинга и их отпочкований (управления персоналом, фирменной организации и проч.). Но современные разделы экономической науки — поведенческая экономика, например, — отводят этим проблемам первостепенное место в объяснении мира.

Американский исследователь экономического роста Дэвид Вейл заметил, что тема культуры гораздо более знакома социологам, исто-

¹ Понимание ключевой роли культуры в формировании облика экономики не ново. Так, Макс Вебер в книге *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (в 1905 г.) показал роль протестантизма в формировании духа капитализма в XVI–XVII вв. Протестантские принципы упорной работы, приоритеты накопления богатства для будущего, широко воспринятые, позже способствовали не только экономическому развитию, но и формированию типа промышленного капитализма в европейских странах и США.

рикам, антропологам, экономисты же ее «не жалуют». «Культура заставляет экономистов испытывать дискомфорт потому, что она трудна для квантификации, лишает экономистов математических инструментов, с которыми они гораздо более знакомы» [Weil, 2009, p. 407].

Думается, дело не только в этих причинах. Роль и влияние культуры на экономику и экономическое поведение людей еще недостаточно изучены и мало осознаны экономистами и практическими деятелями экономики, представляются малозначимыми по сравнению с «объективными закономерностями». А между тем строить будущую экономику должны кадры, владеющие компетенциями в области культуры, а еще лучше, являющиеся носителями культуры человеческих отношений во всех сферах деятельности.

В этом контексте поставленная перед экономическим образованием задача подготовки по запросу рынка труда (и вообще рынка) кадров, имеющих нужные бизнесу компетенции, вызывает вопрос: имеет ли бизнес представление о широких (не только материальных) потребностях общества, об общих ценностях? Обладает ли бизнес необходимой для служения обществу культурой, пониманием своей *обслуживающей роли* по отношению к интересам и потребностям общества, чтобы быть достойным заказчиком кадров будущего?

Скорее всего, именно образование (прежде всего, экономическое), основанное на вековых гуманистических традициях экономической теории, должно привносить культуру во взаимодействия людей и обмен между ними, способствовать осознанию бизнесом своих социальных целей, не воспринимать краткосрочные цели бизнеса («запрос бизнеса») как свою «сверхзадачу». Культура создает благоприятную среду не только для обмена продуктами деятельности, но и идеями. Важнейшая задача образования — подготовить кадры к восприятию передовых идей, технологий, методов взаимодействия. Без включения проблем культуры в ткань экономических курсов невозможно подготовить кадры, адекватные задаче создания экономической среды с хорошими «проводящими способностями» для новых идей и технологий. Фактически речь идет о создании *социального капитала*.

Социальный капитал во многом является результатом научного взаимодействия. «Клей» социального капитала не только соединяет людей и удерживает их в едином обществе, но и наделяет это общество высокими нравственными принципами, способствующими эффективной координации и продуктивности в их деятельности.

С этой точки зрения чрезвычайно важно умение будущих кадров работать в команде, способность к взаимопониманию, взаимопомощи, формирование у них толерантности к различному видению одного и того же предмета, умение понимать своих коллег по проекту. Кстати сказать, часто взаимопомощь в студенческой среде является эффективным методом обучения и передачи знаний, развития дружественной конкуренции. Такие «умения» дает личное общение людей.

Новые знания требуют и новых методов обучения. Чаще всего под этим понимается *дистанционное обучение*. Без этих методов современное (и интенсивное) высшее образование невозможно. Эти методы — весьма эффективный способ диффузии знаний. Однако необходимо видеть и издержки. Любая передача знаний связана с передачей не только способов мышления, но и личностных качеств ученых, моральных и нравственных принципов, основ культуры научного общения, лучших традиций научных школ, получивших подтверждение во времени. Эти важнейшие результаты подготовки будущих кадров исчезают при замене личного общения преподавателей и студентов с помощью электронных сигналов. «Бесконтактные» методы обучения, вполне пригодные для работающих людей (например, при дистанционном заочном образовании), совершенно недостаточны для формирующегося сознания и психического склада недавно покинувших школу молодых людей¹. Для преподавателей эти формы снижают интерес к личности студента, сидящего «по ту сторону дисплея», не говоря уже о возможности подставного лица, которое может участвовать в занимательной игре «*студент — преподаватель online*». Компенсировать издержки *online*-технологии может вовлеченность студентов в дискуссии, студенческие конференции, конкурсы, в научные проекты.

Методы обучения, как бы они ни были новы технически, во главу угла должны ставить *содержательные задачи*. С позиций современных имеет огромное практическое значение формирование такого типа передачи знаний, который способствует обогащению идеями, общими ценностями, распространению культуры.

¹ Психологи давно подметили, что «сидение» в социальных сетях привлекательно, так как позволяет пользователю ощущать себя в окружении целого мира. Но как только этот процесс прекращается, человек снова испытывает одиночество. Возможно, это объясняет широко распространенную среди молодежи зависимость от «сетевого общения» при отсутствии достойной альтернативы общения непосредственного.

Совершенствование экономического образования, ориентированное на приоритетное развитие человеческих качеств, позволит подготовить кадры, способные работать на заказ не только рынка, но и общества.

Список литературы

1. *Блауг М.* 100 великих экономистов до Кейнса. СПб.: Экономикс, 2008.
2. *Гребнев Л.* «Крест Маршалла»: альтернативное обоснование и смежные вопросы // Вопросы экономики. 2013. № 2.
3. *Мэнкью Н. Г.* Макроэкономист как ученый и инженер // Вопросы экономики. 2009. № 5.
4. *Рудакова И. Е.* Открытые вопросы как элемент продвинутой методики проверки знаний // Вестник Моск. ун-та. Серия 6. «Экономика». 2011. № 2.
5. *Селигмен Б.* Основные течения современной экономической мысли. М.: Прогресс, 1967.
6. *Стиглер Дж.* Развитие и достижения экономики. Нобелевская лекция 8 декабря 1982 г. / Мировая экономическая мысль сквозь призму веков в 5 томах. Том V. Кн. 1.
7. *Фуркад М., Ольон Э., Я. Альган.* Превосходство экономистов // Вопросы экономики. 2015. № 7.
8. *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995.
9. *Krugman P., Wells R.* Economics. N. Y.: Worth Publisher, 2005.
10. *Piketty T.* Capital in the Twenty-First Century. Cambridge Mass, 2014.
11. *Romer D.* Advanced Macroeconomics. 3-d Edition. McGraw-Hill / Irwin, 2006.
12. *Weil D. N.* Economic Growth. 2-nd ed. Pearson / Addison-Wesley, 2009.

The list of references in Cyrillic transliterated into Latin alphabet

1. *Blaug M.* 100 velikih jekonomistov do Kejnса. SPb.: Jekonomikus, 2008.
2. *Grebnev L.* «Krest Marshalla»: al'ternativnoe obosnovanie i smezhnye voprosy // Voprosy jekonomiki. 2013. № 2.
3. *Mjenk'ju N. G.* Makrojekonomist kak uchenyj i inzhener // Voprosy jekonomiki. 2009. № 5.
4. *Rudakova I. E.* Otkrytye voprosy kak jelement prodvinutoj metodiki proverki znanij // Vestnik Mosk. Un-tа. Serija 6. «Jekonomika». 2011. № 2.
5. *Seligmen B.* Osnovnye techenija sovremennoj jekonomicheskoj mysli. M.: Progress, 1967.

6. *Stigler Dzh.* Razvitie i dostizhenija jekonomiki. Nobelevskaja lekcija 8 dekabnja 1982 g. / Mirovaja jekonomicheskaja mysl' skvoz' prizmu vekov v 5 tomah. Tom V. Kn. 1.
7. *Furkad M., Je.Ol'on, Ja.Al'gan.* Prevoshodstvo jekonomistov // Voprosy jekonomiki. 2015. № 7.
8. *Shumpeter J.* Kapitalizm, socializm i demokratija. M.: Jekonomika, 1995.

Трибуна преподавателя

В. А. Писемский¹,

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ПРОБЛЕМЫ ФЕОДАЛЬНОЙ ЗЕМЕЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ПРЕПОДАВАНИИ КУРСА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ

В статье рассматривается понимание феодальной земельной собственности как определяющего института феодального общества. Основываясь на выводах отечественной медиевистики, показаны специфические черты феодальной собственности, необходимые для усвоения студентами. На этой основе дается общее определение буржуазного аграрного переворота и выделяются различные типы такого переворота. Также рассмотрен вопрос о наличии признаков классической феодальной собственности в аграрных отношениях России до 1861 г.

Ключевые слова: земельная собственность, феодализм, аграрный переворот, прусский путь, американский путь, крепостное право, аграрный строй России.

FEUDAL LAND OWNERSHIP ISSUES IN THE ECONOMIC HISTORY COURSE

The article examines the understanding of feudal land ownership as a fundamental institution of a feudal society. Drawing on the results of medieval studies in Russia we indicate the specific features of feudal property necessary for the retention by students. On this basis we provide the general definition of the bourgeois agrarian revolution and identify its different types. Finally, we consider the presence of classical signs of feudal property relations in agrarian Russia till 1861.

Key words: land ownership, feudalism, agrarian revolution, the Prussian way in agriculture, the American way in agriculture, serfdom, agrarian system in Russia.

¹ Писемский Владимир Александрович, ассистент кафедры истории народного хозяйства и экономических учений экономического факультета; e-mail: vpisemsky@yandex.ru

Среди множества научных дисциплин, изучаемых в процессе подготовки современных экономистов, история экономики занимает особое место. Именно она учит видеть развитие общества, то есть смену качественных его состояний. Вполне справедливо, что основное внимание в современном экономическом образовании уделяется изучению системы рыночной экономики и ее внутренних функциональных закономерностей. Однако знание иных, в основе своей нерыночных, докапиталистических, экономических систем способствует лучшему пониманию специфики рыночной экономики, путей ее становления и возможных вариантов развития.

Особый интерес в этом плане представляет европейский феодализм, поскольку именно в его недрах созрели предпосылки, условия для возникновения рыночной в своей основе экономической системы, которую мы, по традиции, именуем капитализмом.

Традиционно, эпохе феодализма в учебниках по экономической истории уделяется достаточно много внимания. И тем не менее вопрос о том, каковы определяющие черты феодализма (далее везде под термином «феодализм» мы будем иметь в виду исключительно европейскую версию этого общественного строя), остается не до конца ясным. Чаще всего предлагается некий набор признаков: натуральное хозяйство, внеэкономическое принуждение, лестница вассальных отношений и т.д. Однако все это (будучи верным само по себе) не создает полной, живой картины рассматриваемого способа производства. Хотя бы потому, что первые два атрибута присущи *множеству иных* экономических систем. А последний — феодальная лестница — во-первых, не является непосредственно хозяйственным явлением, а во-вторых, очень сильно варьируется от страны к стране.

В этой действительно сложной дидактической, а отчасти и теоретической ситуации выручает старый (но не устаревший) методологический принцип: специфика любого экономического строя, любого способа производства, концентрированно выражается в *отношениях собственности* — особенно на средства производства; особенно на *основное средство производства*, если таковое имеется. Для феодальной аграрной экономики таким средством производства, несомненно, является земля. Поэтому целесообразным представляется объяснение главных признаков феодализма через раскрытие феодального типа земельной собственности.

Вполне естественно, что студент (да в принципе и любой интересующийся историей человек) изначально, интуитивно пытается прикладывать к явлениям прошлого современные, окружающие его

представления. Особенно если эти явления — а именно к таким относится собственность — продолжают существовать, воспринимаются как что-то естественное, вечное и совершенно понятное.

Однако к феодальной собственности представления собственности частно-буржуазной (при которой сегодня живет подавляющее большинство человечества) оказываются малоприменимы. Как показал выдающийся ученый-медиевист академик С. Д. Сказкин [Сказкин, 1968, с. 115–130], феодальная собственность (речь далее будет идти о собственности на землю) характеризуется двумя уникальными особенностями:

- она «разделенная», или «расщепленная» (как называли ее еще средневековые юристы), то есть права собственника распределены между многочисленными уровнями иерархии. Продолжением, раскрытием этой ее особенности является такая ее характеристика, как «условная». Читатель (студент) легко проглатывает это слово, не задумываясь, что «условность» и есть иное выражение «расщепленности»: феодальный собственник (точнее — сособственник) имеет право на определенные доходы от территории, на определенные повинности в зависимости от занимаемого уровня лестницы-иерархии;
- феодальная собственность сочетает в себе не только хозяйственные (частноправовые) полномочия, но и административно-политические (публично-правовые) в рамках территории, подвластной данному владельцу. Причем эти административно-политические полномочия тоже расщеплены по многим уровням иерархии.

Ничего подобного в привычной нам «нормальной» (читай — частно-буржуазной) собственности нет.

Изучающим историю важно понять, что нижним звеном этой иерархии, **ПЕРВИЧНЫМ СОБСТВЕННИКОМ** земли, остается **КРЕСТЬЯНИН**. Этот факт весьма афористично констатировал Карл Маркс, заявив, что в XVI в. в Англии крупные феодалы сгоняли крестьян с земли, «на которую последние имели такое же феодальное право собственности, как и сами феодалы» [Маркс К., с. 730]. Выражение «прикрепление крестьянина к земле» мы привыкли понимать из *нашего отечественного* исторического опыта, когда крестьян насильно удерживали на земле, вместе с которой они принадлежали помещику. Однако в Западной Европе, где свободные земли рано закончились, «прикрепление» означает скорее ПРАВО крестьянина оставаться на своей земле («своей» — в смысле охраняемой обычаем, памятью поколений, а иногда и документами).

Отсюда понятно, кстати, что крестьянский надел ни в коем случае нельзя воспринимать как своего рода натуральную заработную плату за работу крестьянина на феодала (помещика). Такая трактовка отражает как раз полное непонимание природы феодальных отношений и является недопустимой модернизацией.

В свою очередь, высшим уровнем феодального собственника всегда является король (монарх). Таким образом, число участников «расщепленности» может колебаться от двух (в случае королевского домена, царских угодий) и до весьма значительного.

Не развивая в подробностях приведенных выше определений, здесь хотелось бы показать по крайней мере два приложения указанного понимания феодальной собственности к другим важным вопросам экономической истории:

- 1) об аграрном перевороте в Англии;
- 2) о том, был ли в России феодализм и до какого времени он продолжался.

Об аграрном перевороте

Материал (лекция, глава в учебнике, тема семинара) об аграрном перевороте (аграрной революции) в Англии является неотъемлемой частью курса экономической истории, открывая раздел по эпохе становления капитализма. Этот материал легко усваивается, поражая читателя (студента) страшными картинами бедствий, постигших английских крестьян на закате Средневековья.

Однако пытливый студент, отталкиваясь от полученной информации, может и должен, на наш взгляд, задать два вопроса: а) в чем, собственно, состоял переворот, революция и б) был ли аграрный переворот только в Англии? И если да, то почему так вышло. А если нет, то почему он не обозначен в структуре учебников применительно к другим странам.

Внятный ответ на первый из этих вопросов невозможно дать без правильных представлений о феодальной собственности. Действительно, если собственность феодалов — это привычная нам частная собственность, то ЧТО «революционного», радикального в изгнании крестьян с земель лордами? Если хозяин земли — лорд, то любые его действия — в том числе освобождение земли от иных пользователей — его законное право, а никакой не переворот.

Совершенно иначе все выглядит, если мы понимаем, ЧТО есть феодальная собственность. Крестьянин, который раньше был соучастником в собственности на свой надел, вдруг свою часть прав

теряет. А земля превращается из объекта феодальной по природе, «разделенной» собственности в собственность единоличную — на буржуазном праве.

Таким образом, можно дать и типологическое, обобщающее определение буржуазного аграрного переворота — **это переход от феодального (со всеми его признаками) типа собственности на землю к частно-буржуазной собственности.**

Если мы принимаем такое определение, то становится ясно, что этот процесс должен происходить в любой стране, которая переходит от феодального строя к капиталистическому. Нам представляется, что в учебниках по экономической истории следует говорить о буржуазном аграрном перевороте как об *универсальном* процессе. И соответственно говорить о нем в вышеизложенном *общем* понимании надо в главе об общих путях генезиса капитализма (первоначальном накоплении).

Переход от феодализма к капитализму — это в том числе и переход от преимущественно аграрной экономики к преимущественно индустриальной. И процессы, происходящие в доминировавшем до сих пор аграрном секторе, не могут не отразиться на всем последующем — уже индустриальном — капиталистическом развитии.

Из общего понимания буржуазного аграрного переворота уже на уровне логики (до знания конкретной истории) вырисовываются различные его типы. Если «размазанные» по многим уровням права собственника должны собраться в одном месте (лице), то здесь видятся три варианта:

- 1) все права переходят «наверх», к представителям бывшего класса феодалов, а крестьяне (бывшие первичные владельцы) полностью прав на землю лишаются. Примером такого типа аграрного переворота является как раз Англия XV—XVII вв.;
- 2) все права переходят «вниз» — тем, кто землю всегда обрабатывал. Так происходит обычно в связи с почти полной ликвидацией бывших феодальных собственников в ходе революции (пример — Франция конца XVIII в.) или в связи с тем, что феодальная собственность в стране просто не успела оформиться (например, в США благодаря войне штатов за независимость, которую справедливо называют американской буржуазной революцией);
- 3) 3-й путь — промежуточный. Когда взамен бывшего иерархического *разделения прав* на землю теперь между различными «ступенями лестницы» (к моменту раздела обычно остается только две ступени — дворянство и крестьяне) *делят саму*

землю. Именно такая идея закладывалась ее творцами в основу реформы 1861 г. в России: сохраняя дворянское землевладение, не ликвидировать и крестьянское, дабы не повторить опыт Англии (на который авторы проектов непосредственно ссылались). Подобный путь был избран еще раньше — в начале XIX в. — при проведении аграрных реформ в Германии (известных как реформы Штейна—Гарденберга). Кстати, нетрудно заметить, что второй и третий варианты аграрного переворота соответствуют с некоторыми уточнениями «американскому» и «прусскому» путям развития капитализма в земледелии, которые выделял В. И. Ленин [Ленин, с. 215—216].

Таким образом, с дидактической и методологической точек зрения следует говорить, с одной стороны, об универсальности буржуазного аграрного переворота, а с другой — о его различных типах. И уже в этой канве рассматривать аграрный переворот в Англии как самый ранний, самый радикальный и проч.

О феодализме в России

Спор о том, можно ли говорить о феодализме в России, имеет весьма давнюю историю. Пересказывать его здесь нет смысла. Сторонники отсутствия феодализма в русской истории чаще всего ссылаются на отсутствие у нас системы вассалитета. А для более позднего времени (XVIII — начала XIX в.) — на сходство русского крепостничества с американским плантационным рабством (месячина, продажа крестьян без земли, перевод в дворовые или в работники на вотчинных фабриках).

Однако, если подойти к отношениям в русской деревне с позиций предлагаемого понимания феодальной собственности, то даже в 1800—1861 гг. мы можем увидеть признаки именно этого явления.

Мы наблюдаем лестницу сособственников, правда сократившаяся до трех этажей: крестьянин — помещик — монарх. В крестьянине так или иначе еще видели первичного собственника земли. Хотя вопиющим нарушением этого была продажа крестьян без земли, такая практика все-таки не считалась нормальной, и ее неоднократно пытались ограничить и ограничивали.

Земля в России вместе с крестьянскими наделами, лесами, пастбищами и т.д. считалась собственностью помещиков *как будто бы* уже на частном праве. Но, например, в случае пожара, уничтожившего дом крестьянина, помещик ОБЯЗАН был снабдить того лесом

для возобновления постройки. Как мы знаем, из *настоящей частной собственности* никто не может обязать чем-либо делиться.

Верховным собственником земель при феодализме, как мы уже писали, является монарх. Эта норма *кажется* неприменимой к России начала XIX в. Но с другой стороны, можно вспомнить отдельные случаи, когда имение изымалось государством (то есть по указу государя) у дворянина за чрезмерно жестокое обращение с крестьянами. Случаи такие исключительны, но их принципиальная возможность, по сути, подтверждает статус монарха в России как верховного собственника земель.

Наконец, важнейшим признаком феодальной собственности является сочетание в ней, как мы уже писали, хозяйственных и административно-судебных полномочий. В этом смысле российские порядки остаются в рамках феодальной системы аж до самого 1861 г., а в чем-то и позднее. Помещик просто обязывался государством исполнять полицейские функции на территории своего имения, по отношению к своим крестьянам.

Таким образом, даже в первой половине XIX в. мы находим в российской деревне, пусть в рудиментарном состоянии, подлинные черты (по С. Д. Сказкину) феодальной собственности. Что позволяет, с одной стороны, констатировать наличие в России феодальных экономических отношений, а с другой — показать, ЧТО именно от них к данному времени РЕАЛЬНО осталось. А не ссылаться на примеры чудовищной эксплуатации, которые скорее роднят отечественную практику с плантационным рабством.

* * *

Мы показали лишь некоторые грани важности понимания особых исторических типов собственности. Необходимо, чтобы рассмотрение как феодальной, так и других ее разновидностей стало неотъемлемой частью университетского курса истории экономики.

Список литературы

1. Ленин В. И. Аграрная программа социал-демократии в первой русской революции 1905–1907 годов / Ленин В. И. Полное собрание сочинений. Т. 16. С. 193–413.
2. Маркс К. Капитал. Т. 1. / Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинения. Т. 23.
3. Сказкин С. Д. Очерки по истории западноевропейского крестьянства в Средние века. Издательство Моск. ун-та, 1968.

The list of references in Cyrillic transliterated into Latin alphabet

1. *Lenin V. I.* Agrarnaja programma social-demokratii v pervoj russoj revoljucii 1905-1907 godov / Lenin V. I. Polnoe sobranie sochinenij. T. 16. S. 193–413.
2. *Marx K.* Kapital. Tom 1 / Marx K. i Engels F. Sochinenija. T. 23.
3. *Skazkin S. D.* Očerki po istorii zapadno-evropejskogo krest'janstva v srednie veka. Izdatel'stvo Mosk. un-ta, 1968.

Требования к статьям, принимаемым к публикации в журнале «Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика»

Материал, предлагаемый для публикации, должен являться оригинальным, не публиковавшимся ранее в других научных изданиях, соответствовать профилю и научному уровню журнала. Решение о тематическом несоответствии может быть принято редколлегией без специального рецензирования и обоснования причин.

Подача статьи осуществляется в электронном виде на адрес электронной почты редакции: econeditor@econ.msu.ru.

Оформление статьи

Статья должна быть представлена на русском языке в виде файла в формате MS Word (.doc или .docx) стандартным шрифтом Times New Roman (12 пт.) с полуторным межстрочным интервалом.

Файл с текстом статьи *не должен* содержать сведений об авторе или элементов текста, позволяющих идентифицировать авторство. Сведения об авторах отправляются отдельным файлом (см. ниже).

Объем статьи

Рекомендуемый объем статьи — от 30 тыс. до 45 тыс. знаков (с пробелами).

Структура статьи

Статья должна начинаться с названия (не более 10 слов), аннотации (100–150 слов) и ключевых слов (не более 8) на русском и английском языках. В аннотации должны быть указаны предмет и цель работы, методология, основные результаты исследования, область их применения, выводы. Несоответствие между русскоязычной и англоязычной аннотациями не допускается.

Структура основной части статьи должна строиться по принятым в международном сообществе стандартам: введение (постановка проблемы по актуальной теме, цели и задачи, четкое описание структуры статьи), основная часть (обзор релевантных научных источников, описание методологии, результаты исследования и их анализ), заключение (выводы, направления дальнейших исследований), список литературы.

Сведения об авторах

К статье необходимо *отдельным файлом* приложить сведения об авторе (авторах):

- полные фамилия, имя и отчество, основное место работы (учебы), занимаемая должность;
- полный почтовый адрес основного места работы (учебы);
- ученая степень, звание;
- контактный телефон и адрес электронной почты.

Все указанные сведения об авторе (авторах) должны быть представлены на русском и английском языках.

Список литературы

Список литературы должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминаемых в статье, и не содержать указаний на работы, на которые в тексте нет ссылок. В списке литературы помещаются сначала публикации на русском языке (в алфавитном порядке), затем публикации на языках, основанных на латинском алфавите (также в алфавитном порядке). Дополнительно должен прилагаться список русскоязычных источников в романском алфавите (транслитерация). Программой транслитерации русского текста в латиницу можно воспользоваться на сайте <http://www.translit.ru>

Оформление ссылок

Ссылки на список литературы даются в тексте в следующем виде: [Oliver, 1980], [Porter, 1994, p. 45], [Иванов, 2001, с. 20], [Porter, 1994; Иванов, 2001], [Porter, Yansen, 1991b; Иванов, 1991]. Ссылки на работы трех и более авторов даются в сокращенном виде: [Гуриев и др., 2002] или [Bevan et al., 2001]. Ссылки на статистические сборники, отчеты, сборники сведений и т.п. даются в виде: [Статистика акционерного дела..., 1898, с. 20], [Статистические сведения..., 1963], [Устав..., 1992, с. 30].

Все данные должны иметь сноски на источник их получения, таблицы должны быть озаглавлены. Ответственность за использование данных, не предназначенных для открытых публикаций, несут в соответствии с законодательством РФ авторы статей.

Статьи, соответствующие указанным требованиям, регистрируются, им присваивается регистрационный номер (сообщается по электронной почте). Все статьи проходят процедуру двойного «слепого» рецензирования.

Отклоненные статьи не возвращаются авторам. В случае отказа в публикации автору статьи направляется мотивированный отказ, основанный на результатах рецензирования. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии на статью без указания имен рецензентов.

Автор дает согласие на воспроизведение статьи на безвозмездной основе в Интернете.

Журнал является открытым — любой автор, независимо от гражданства, места работы и наличия ученой степени, имеет возможность опубликовать статью при соблюдении требований редакции.

Выплата гонорара за публикации не предусматривается. Плата за публикацию рукописей не взимается.

Адрес редколлегии: Москва, Ленинские горы, МГУ, 3-й учебный корпус, экономический факультет, ком. 326. **Электронная почта:** econeditor@econ.msu.ru

ДЛЯ ЗАМЕТОК