

3. Ряховская А.Н. Международные организации и их влияние на численность бедного населения планеты // Проблемы оздоровления экономики государства и предприятий в условиях мирового финансового кризиса: матер. ежегодной межвузовской научно-практической конференции преподавателей, студентов и аспирантов 06–07 мая 2009 г. Ч. 1. / Под ред. А.Н. Ряховской. – М.: ИЭАУ, 2009.

4. Проблемы оздоровления экономики государства и предприятий в условиях мирового финансового кризиса: Матер. ежегодной межвузовской научно-практической конференции преподавателей студентов и аспирантов 06–07 мая 2009 г. / Ин-т экономики и антикризисного управления; ред. кол. А.Н. Ряховская и др. – М.: Ин-т экономики и антикризисного упр., 2009. – Ч.1. – 235 с.

5. Ряховская А.Н. Социальная поддержка населения в условиях кризиса // Бедность в российском обществе: монография. – Владимирский Собор, 2011. – 192 с.

6. www.cdep.ru (Дата обращения: 04.06.2017)

7. www.cbr.ru (Дата обращения: 12.06.2017)

8. www.lanta.ru (Дата обращения: 14.06.2017)

9. www.bki-okb.ru (Дата обращения: 16.07.2017)

10. www.economy.gov.ru (Дата обращения: 18.06.2017)

МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ АСПЕКТОВ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ НА РЫНКЕ КАПИТАЛА*

Л.А. Миэринь,

*зав. кафедрой национальной экономики Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук
mierinla@rambler.ru*

С.С. Винокуров,

*доцент кафедры национальной экономики Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук
stepan_vinikurov@mail.ru*

А.А. Медведь,

*доцент кафедры национальной экономики Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук
annmedved@mail.ru*

В статье дан анализ основных концепций в экономической теории, учитывающих несовершенство информации, доступной экономическим субъектам при принятии решений. Рассматриваются концепции «рационального невнимания», «липкой» информации, взаимоотношений «агента-принципала», социальных каналов распространения. Обзор концепций позволяет сделать вывод о необходимости учета информационного фактора при макроэкономическом моделировании, составлении прогнозов и формулировании государственной экономической политики.

Ключевые слова: рынок капитала, несовершенство информации, принятие решений на рынке капитала, экономическая политика

УДК 330.16 ББК 65.012.3

Информационный фактор рынка капитала играет ключевую роль при принятии решений. И именно асимметрия информации является одной из главных причин дисбалансов и финансовых кризисов. Рынок капитала имеет ярко выраженную информационную природу, причем необходимо достоверно знать не только текущую ситуацию, но и иметь максимально точный прогноз будущего, поскольку инвестиционный процесс основан на ожидаемых денежных потоках. Рынок с совершенной и равнодоступной информацией на практике невозможен, поэтому можно говорить о рынках с разной степенью неопределенности. Данную ситуацию относительно финансового рынка интересно описывает В.Д. Миловидов: «Устойчивое состояние асимметрии информации на финансовом рынке побуждает его участников к безудержной гонке за знаниями и информированностью, преодолению риска и неопределенности инвестиционных трансакций. Как в сказочном Зазеркалье здесь нужно бежать, чтобы хотя бы оставаться на месте, то есть, говоря образно, асимметрия информации держит финансовый рынок в тонусе. Асимметрия информации побуждает думать, анализировать, защищаться, создавать и развивать финансовые институты и инструменты. Это мощный импульс возникновения и эволюции финансового посредничества. Куда хуже обстоит дело с состояниями иллюзорной осведомленности — то всеобщей эйфорией роста, то массовой паникой продаж, которые время от времени охватывают участников рынка и вводят их в оцепене-

ние. Решения, принятые в таком состоянии, чреваты роковыми ошибками. Если в нем оказываются многие, то оно способно существенно исказить ориентиры ожидаемых доходов по всему рынку и деформировать функции финансового посредничества, превратив его из амортизатора неопределенности в катализатор системных рисков» [1]. Асимметрия информации воздействует, прежде всего, на цены и объемы контракций. На рынке капитала, вследствие асимметрии, объем сделок сокращается, а процентная ставка растет, что может приводить к его неэффективности и даже разрушению, при этом степень неопределенности зависит от институциональной структуры рынка. При большой неопределенности средства предоставляются либо проверенным реципиентам, что снижает предложение, либо с требованием покрытия издержек контроля, что приводит к удорожанию стоимости капитала (рис.1).

Предпосылки о доступности (недоступности) информации играют ключевую роль в построении современных макроэкономических моделей, авторы которых стремятся включить в них поведенческие факторы принятия решений. Учет несовершенства информационной среды, в которой экономические субъекты принимают свои решения, позволяет увязать микроэкономические основания хозяйства с макроэкономическими обобщениями. Данное направление экономического моделирования является перспективным, хотя существуют определенные проблемы с выявлением и моделированием обратных связей.

* Публикация подготовлена в рамках научно-исследовательской работы, выполненной при финансовой поддержке СПбГЭУ.

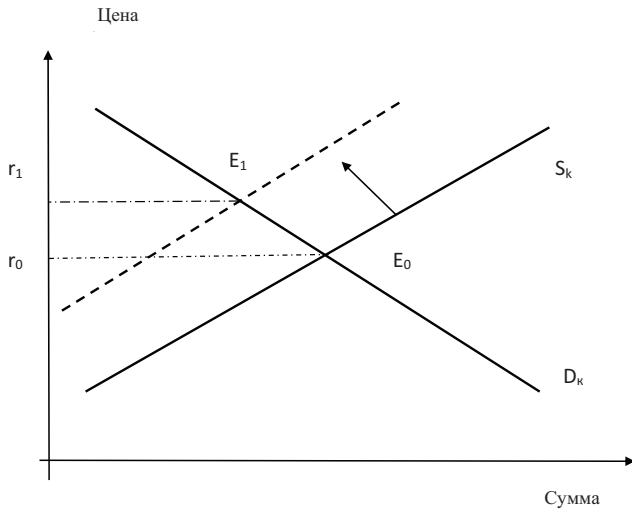


Рис. 1. Рынок капитала с низкой и высокой неопределенностью [2]

где r_0 — уровень процентной ставки рынка с низкой неопределенностью; r_1 — уровень процентной ставки с высокой неопределенностью; E_0 — точка рыночного равновесия рынка с низкой неопределенностью; E_1 — точка равновесия рынка с высокой неопределенностью.

Один из подходов этого направления представлен группой моделей «рационального невнимания». Он предполагает, что информация обновляется лишь периодически, в результате чего реакция субъектов принятия решений на изменения в экономической конъюнктуре оказывается в краткосрочной перспективе неэластичной. И даже если вся необходимая информация могла бы быть использована, ее обработка потребовала бы огромных усилий и затрат. Выбор индивида в таких условиях представлен моделями рационального невнимания. Один из основоположников современной институциональной теории Герберг Саймон одним из первых предложил подобную концепцию [3], которая в дальнейшем была формализована К. Симсом [4, 5]. Основные черты модели выглядят следующим образом. Рассмотрим, для определенности, решения репрезентативного индивида о распределении дохода w , между двумя периодами. Допустим, в целях упрощения, что доходность сбережений равна нулю, а ставка дисконтирования — единице. Пусть полезность потребления задана как натуральный логарифм от величины потребления: c — в первом периоде и $(w - c)$ — во втором.

Тогда задача выглядит следующим образом:

$$\max_f \int_{0 < c < w} \ln(c \cdot (w - c)) f(c, w) dc dw \quad (1)$$

при ограничениях

$$f(c, w) \geq 0 \quad (2)$$

$$\int_{0 < c < w} f(w, c) dc = g(w) \quad (3)$$

$$\int_{0 < c < w} \ln(f(c, w)) \cdot f(c, w) dc dw - \int_0^{\infty} \left(\ln \left(\int_c^{\infty} f(c, w) dw \right) \cdot \int_c^{\infty} f(c, w) dw \right) dc - \int_0^{\infty} \ln(g(w)) \cdot g(w) dw \leq \kappa \quad (4)$$

где $f(c, w)$, $g(w)$ — соответствующие функции плотности распределения вероятностей.

Ограничение (2) естественно и требует неотрицательности функции плотности распределения вероятностей. Ограничение (3) подразумевает равенство единице интеграла услов-

ной вероятности с по w для всех допустимых c при каждом фиксированном w .

Наконец, ограничение (4) представляет основную смысловую черту модели. По существу, выражение в его левой части — взаимная информация о величинах c и w в определении К. Шеннона. Применительно к рассматриваемой проблеме, эту величину можно интерпретировать как количество информации, проанализированное индивидом в процессе принятия решения о распределении своего дохода между двумя периодами.

Решение модели, дает следующее выражение для условной вероятности w по c :

$$p(w | c) = e^{-\mu(w)/\lambda} \cdot (c \cdot (w - c))^{1/\lambda} \quad (5)$$

где λ , $\mu(w)$ — множители Лагранжа, при ограничениях, соответственно, (4), (3).

Данная модель может быть интерпретирована следующим образом: индивид выбирает вероятности, с которыми его потребление будет принимать ту или иную величину при каждой данной величине дохода. Распределение этих вероятностей характеризует неопределенность, выражаемую показателем энтропии по Шеннону. Снижение энтропии, достигаемое путем снижения вероятности отклонения от уровня потребления, максимизирующего двухпериодную полезность, требует обработки соответствующего количества информации, которое связано с соответствующими затратами времени, усилий, средств и т.п. Чем больше информации будет обработано, тем вероятнее будет выбор оптимального уровня потребления, и наоборот. Модель рационального невнимания позволяет вывести «липкость» цен из ограничений, накладываемых на потоки информации [6], показать реальные эффекты, которые может производить монетарная политика [7], а также связать деловые циклы с объемами обрабатываемой хозяйствующими субъектами информации [8]. Если в представленной модели, индивид невнимателен непосредственно к выигрышам, получаемым в результате тех или иных решений, то в последние годы все больше получают распространение модели, использующие концепцию рационального невнимания, для определения «пропускной способности» канала, по которому индивид получает информацию. Это позволяет описать взаимодействие в процессе принятия решений частной и общей информации, получаемой в виде новостей [9] или представить решения, принимаемые взаимными фондами на основе информации о макроэкономической конъюнктуре [10].

Авторами настоящей статьи в рамках научно-исследовательской работы кафедры национальной экономики СПбГЭУ было проведено исследование воздействия экономических новостей в РФ на решения, принимаемые домохозяйствами в пользу потребления или сбережений (как базы для инвестиций). В качестве информационной основы были использованы экономические новости, которые передают ведущие российские телевизионные средства массовой информации (СМИ). Вариант использования для анализа новостей именно телевизионных СМИ весьма удобен, поскольку они имеют значительное доверие и большую аудиторию по сравнению с новостями в Интернете, по радио или из газет. Более того, три федеральных телеканала охватывают значительно большую аудиторию, чем все другие каналы, которые предлагают экономические новости. Например, по данным Российского центра изучения общественного мнения ВЦИОМ (www.wciom.ru), рейтинг доверия к ТВ-новостям на протяжении изучаемого периода был не меньше 50%, по сравнению с менее чем 20% доверия к интернет-новостям, в то время как абсолютный аутсайдер — это зарубежные ТВ-новости, газеты, журналы и т.д.: их индекс доверия лежит глубоко в области отрицательных значений. В 2017 г., по данным исследовательского агентства Mediascope (mediascope.net), аудитория основных каналов составляет более 90% населения России и более 50 миллионов зрителей в странах СНГ и Балтии. Следует отметить, что в настоящее время основные российские телекомпании либо посредством их «национализации», либо путем передачи права собственности на аффилированные финансовые и промышленные группы контролируются государством.

Исследованием были охвачены экономические новости трех федеральных телеканалов: «Первый канал», «Россия» и «НТВ». За период с 2006 по 2016 гг. были проанализированы ежемесячные экономические сообщения: для каждого канала в каждом месяце случайным образом (с помощью генератора случайных чисел) были выбраны три дня, затем были взяты тексты всех сообщений за эти даты, помеченные тегом «Экономика», с веб-сайтов каналов. Таким образом, большой охват аудитории и высокая степень доверия позволяют ожидать, что большинство домашних хозяйств используют именно информацию федеральных телеканалов при формировании экономических решений. Авторы исходили из того, что, как правило, реакция на новости происходит скорее на эмоциональном уровне, чем на уровне осознания экономического смысла. Чтобы оценить эмоциональную реакцию на новостное сообщение, был применен так называемый «эмоциональный анализ» текста. Чтобы его реализовать, был использован анализатор, предоставленный Eureka Engine (<http://eurekaengine.ru>). Данный анализатор измеряет положительные и отрицательные эмоциональные реакции на текст. Разница была использована как реакция в целом. В результате было проанализировано 6071 сообщение (1132 «Первого канала», 2860 «России» и 2089 НТВ). Для каждого месяца оценивались «средняя» реакция и дисперсия. Затем результаты сравнивались с нормальным распределением с нулевой средней и дисперсией, равной 0,35 (оценки реакций для конкретных сообщений не превышали 1,75 по абсолютной величине, а 0,35 — примерно дисперсия нормального распределения в интервале [-1,75; 1,75]. Смысл такого сравнения состоит в том, чтобы убедиться, что наблюдаемые отношения на самом деле не являются «шумом».

Результатом расчетов явился тот факт, что «средняя реакция» только через 55 месяцев (42,6% месяцев в выборке) значительно отличалась от нуля. Но за 122 месяца (94,6%) дисперсия значительно отличалась от дисперсии нормального распределения. Можно сделать вывод о том, что, если экономические новости влияют на решения домохозяйств, то это связано не с преимущественно позитивной или негативной реакцией на них, а с большей или меньшей дисперсией. Следует отметить, что полученные результаты отчасти подтверждают макроэкономическую политику, предлагаемую «новой классикой», хотя, с другой стороны, и представляют ей определенную альтернативу. Часть объема информации, которая не ограничена условиями, определяемыми ВВП и M2, влияет (с лагом) на решения домохозяйства о потреблении и сбережениях.

Таким образом, макроэкономическая политика должна учитывать такое влияние, поскольку это может привести к чрезмерному или недостаточному инвестированию в национальной экономике. Когда эта часть информации растет, ее можно нейтрализовать за счет увеличения другой части цикла роста информации посредством текущего снижения роста M2 или увеличения роста ВВП (если это возможно через бюджет и фискальную политику). Если темпы роста ВВП снижаются, темпы роста M2 также должны быть уменьшены, и наоборот. Напротив, манипуляции с ростом M2 могут повлиять на сбережения и тем самым снизить процентную ставку, что, в свою очередь, стимулирует экономический рост. Но увеличение роста ВВП при прочих равных обстоятельствах может привести к вытеснению «дополнительной» информации данными, определяемыми динамикой ВВП и M2. Тогда домашние хозяйства сократят свои сбережения в будущих периодах, что спровоцирует рост процентных ставок и будет сдерживать дальнейший экономический рост и так далее. Так возникает циклическая динамика.

Другая модель, рассматривающая несовершенство информации, получила наименование «модель «липкой» информации». Если для традиционных неокейнсианских моделей жесткость цен задается априори, то в моделях «липкой» информации она является следствием того, что хозяйствующие субъекты не обновляют свои планы немедленно и изменением имеющейся информации.

Основная концепция, предложенная Г. Мэнкью и Р. Реисом [11], состоит в следующем: в периоде t оптимальная для репре-

зентативной фирмы цена (p_t^*) определяется как функция текущего уровня цен в экономике (p_t) и выпуска (y_t):

$$p_t^* = p_t + \alpha y_t \quad (6)$$

В каждом периоде только доля λ от общего числа фирм получает новую информацию и обновляет свои планы. Поэтому, если фирма последний раз обновляла свои планы в периоде $t - j$, ее текущая оптимальная цена равна математическому ожиданию этой цены, сформированному j периодов назад ($p_{t,j}^* = E_{t-j} p_t^*$).

Уровень цен в экономике определится как:

$$p_t = \lambda \sum_{j=0}^{\infty} (1-\lambda)^j E_{t-j} (p_t + \alpha y_t) \quad (7)$$

С помощью модели «липкой» информации можно объяснить наблюдающиеся в экономике взаимосвязи. Например, можно заметить, что, согласно формуле (1.2) уровень цен в экономике соответствует ожиданиям фирм только при нулевом выпуске. Любое ожидаемое изменение цен не может повлиять на величину выпуска. В то же время, величина выпуска и уровень цен положительно коррелированы, а «шоковое», непредвиденное замедление инфляции будет связано с замедлением экономической активности. В связи с этим такое снижение инфляции не будет следствием решений самих хозяйствующих субъектов, а будет скорее результатом политики, проводимой монетарными властями. В силу постепенного включения этой новой информации в планы субъектов воздействие «шокового» изменения цен на экономику проявится спустя некоторое количество времени [12]. Такие модели могут объяснять, так называемый, «парадокс опережающего регулирования» — ситуации, когда монетарное стимулирование экономики не оказывает сильного воздействия. Анонсирование количественного смягчения со стороны ЦБ ЕС и ФРС США после финансовых кризисов не привело к резкому улучшению ситуации, что и может быть объяснено, помимо ловушки ликвидности, «липкостью» информации [13].

Ряд моделей, посвященных этой тематике, поднимают проблему «агента-принципала» в инвестиционных отношениях. Необходимо учитывать взаимодействие между субъектами, следующим определенным социально-экономическим ролям, несовершенство информационной среды, таким образом, определяется асимметрией в распределении информации. Интерес к подобному рода моделям начал расти в связи с мировыми финансовыми кризисами, причины которого можно увидеть в моральном риске во взаимоотношениях между агентами (финансовыми институтами) и принципалами (участниками рынка — вкладчиками) [14]. Про взаимоотношения принципала-агента и их влияние на деловую активность писали еще Б. Бернанке, М. Гертлер, Н. Кийотаки [15], [16]. Моральный риск, возникающий в таких отношениях, рассматривается как фактор, влияющий на стадии экономических циклов. В работах Дж. Фавары и Р. Майерсона был показан механизм возникновения кризиса в результате информационной асимметрии между принципалом и агентом [17, 18, 19].

В модели Майерсона рассматривается возможность заключить долгосрочный контракт с агентом, условия которого могли бы делать невыгодным для агента вести себя оппортунистически. Обеспечивается это перемещением основной суммы платежей агенту на конец срока действия контракта.

Пусть M — ожидаемая рента, которую может извлечь агент из недостаточной информированности принципала, в расчете на рубль инвестиций;

h — объем инвестиций, контролируемый данным агентом;

α — вероятность получения агентом требуемых инвестором результатов при добросовестном поведении агента.

Тогда система оплаты усилий агента, стимулирующая добросовестное поведение, выглядит следующим образом: в случае неудачи агент не получает ничего, в случае успеха Mh/α .

В динамической модели предполагается, что агент может работать не более p периодов. Агент работает до первой неудачи. Плата, получаемая агентами, которые продолжают работать, стимулирующая их добросовестное поведение, назначается в соответствии со ставкой межвременных пред-

почтений ρ , так, что агент, проработавший s периодов, получает $Mh_0(1+\rho)^{s-1}/\alpha^s$. В частности, это означает, что объем инвестиций, контролируемых агентом, должен возрастать.

Пусть ожидаемая рентабельность инвестиций, скорректированная на ставку межвременных предпочтений, в период t равна r_t . Тогда требование нулевой экономической прибыли

означает, что $\sum_{t=t_0}^{t_0+n} r_t = M$. Но постепенно старые агенты замещаются новыми. Это означает, что, например, для вышедших на рынок с разницей в один период должно выполняться: $r_0 + r_1 + \dots + r_n = r_1 + r_2 + \dots + r_n + 1$, следовательно, $r_0 = r_n + 1$. Таким образом, возникает цикл. Рентабельность обратно связана с величиной инвестиций, которая возрастает в течение функционирования «старого поколения» агентов. Его уход с рынка приведет к оттоку инвестиций и рецессии.

В модели Майерсона моральный риск приводит к циклическим колебаниям экономической конъюнктуры за счет своей собственной логики, а не за счет нарастания системных рисков. Кризисы и их глубина, таким образом, зависят от организации экономики (в данном случае — разрешения принципал-агентских проблем), а не только от внешних непредвиденных событий, как это утверждает теория реальных бизнес-циклов. Таким образом, можно констатировать, что асимметрия информации на капитальном рынке является условием до конца непреодолимым, однако есть варианты действий по ее снижению. Согласно причин возникновения, информационную асимметрию можно поделить на объективную и субъективную. Эффекты асимметрии информации порождаются непосредственно субъектами сделок, соответственно, рынок не может их преодолеть и решающую роль здесь играют институты (рис. 2).



Рис. 2. Асимметрия информации в зависимости от причин возникновения [20]

Государственная политика в этой области должна быть направлена на максимально возможно равноправный доступ экономических субъектов к информации и создание и развитие институтов, противодействующих возможному оппортунизму в данной сфере [21]. Следует также уделять внимание развитию социальных контактов среди производителей, поскольку, если информация об экономической конъюнктуре и о проводимой экономической политике поступает субъекту из общедоступных источников, то информацию о перспективных направлениях капитальных вложений инвесторы, как правило, получают внутри социальных групп. Фундаментальный вклад в развитие моделей экономического роста с учетом социальных связей между производителями был сделан Р. Лукасом [22, 23]. Данная модель не представляет социальные сети в виде графа, демонстрирующего связи между отдельными субъектами, она описывает социальные взаимодействия как вероятность встречи контрагентов. Если такая встреча происходит, субъек-

ты сравнивают свои уровни производительности (Z) и, если они не одинаковы, то менее производительный из них инвестирует в производство, копируя технологию более производительного. Каждый производитель обладает единичным количеством труда (единственного фактора производства в модели), который распределяет между производством и социальным взаимодействием с другими производителями, так что в момент времени t производство описывается функцией:

$$Y(t) = \int_0^{\infty} [1 - s(z, t)] z f(z, t) dz \quad (8)$$

где $Y(t)$ — валовой выпуск на душу населения (на одного производителя) в период t , $s(z, t)$ — доля труда, потраченного на социальное взаимодействие с другими производителями (таким образом, $1 - s(z, t)$ — доля труда, задействованного непосредственно в производстве), z — уровень производительности, $f(z, t)$ — функция плотности распределения уровня производительности по производителям в периоде t . Частота контактов производителей друг с другом определяет распределение производительности в каждый период времени. Пусть $\alpha[s(z, t)]$ — вероятность, с которой один производитель встречает другого в течение некоторого промежутка времени, или — доля от общего числа производителей, с которой ожидаемо встретится производитель, если нормировать общее число производителей к единице. После каждой встречи производительность менее производительного из встретившихся производителей становится равной производительности более производительного, в то время как производительность последнего остается неизменной. Можно показать, что в этих условиях:

$$\frac{\partial f(z, t)}{\partial t} = -\alpha[s(z, t)] f(z, t) \int_z^{\infty} f(y, t) dy + f(z, t) \int_0^z \alpha[s(y, t)] f(y, t) dy \quad (9)$$

Первый член в правой части (9) представляет собой количество производителей, которые в момент времени t обладали производительностью z и встретили более производительных субъектов. В результате они поменяли свой уровень производительности на более высокий, и частота производительности уровня z в экономике уменьшилась. Второй же член представляет собой количество производителей, которые, напротив, имели производительность ниже z и в результате социального взаимодействия повысили ее до этого уровня. Чем выше частота встреч $\alpha[s(z, t)]$, тем более производительной будет становиться экономика. Для повышения этой производительности, согласно формуле (8) придется жертвовать текущим производством. Следовательно, существует некоторая оптимальная величина $\alpha[s(z, t)]$. Однако действительная частота встреч между производителями едва ли придет к оптимуму естественным образом. Социальная активность каждого производителя создает положительный внешний эффект для остальных, поскольку увеличивает вероятность, что он встретится с более производительными субъектами и «передает» затем более высокую производительность менее успешным. Индивидуальные же решения, принимаемые производителями, не будут учитывать этот эффект и значит интенсивность социального взаимодействия окажется ниже оптимальной.

Модель Лукаса обнаруживает существенную роль организаций и институтов, облегчающих социальное взаимодействие между индивидами, которую они играют в обеспечении экономического роста. Здесь следует подумать не только об организации всевозможных инвестиционных форумов, но и о таких исторических процессах как формирование образованного класса, развитие университетов, образование научных и культурных центров.

Литература

1. Миловидов Д.В. Асимметрия информации или «симметрия заблуждений» // МЭиМО. — 2013. — №3. — С. 45.
2. Тихонов А.О., Ясинский Ю.М. Асимметрия информации: смещенные рынки и типы макроэкономической динамики // Экономика и математические методы. — Т. 45. — № 3. — 2009. — С. 114–116.
3. Simon H. Designing organizations for an information-rich world // Computers, communication, and the public interest. — 1971. — № 37. — Р. 40–41.

4. Sims C. A. Implications of rational inattention // Journal of monetary Economics. — 2003. — Vol. 50. — №. 3. — P. 665–690.
5. Sims C. A. Rational inattention: Beyond the linear-quadratic case // The American economic review. — 2006. — Vol. 96. — №. 2. — P. 158–163.
6. Maćkowiak B., Wiederholt M. Optimal sticky prices under rational inattention // The American Economic Review. — 2009. — Vol. 99. — №. 3. — P. 769–803.
7. Alvarez F. E., Lippi F., Paciello L. Monetary shocks in models with inattentive producers // The Review of economic studies. — 2015. — Vol. 83. — №. 2. — P. 421–459.
8. Maćkowiak B., Wiederholt M. Business cycle dynamics under rational inattention // The Review of Economic Studies. — 2015. — Vol. 82. — №. 4. — P. 1502–1532.
9. Galballo G. Rational inattention to news: the perils of forward guidance // American Economic Journal: Macroeconomics. — 2016. — Vol. 8. — №. 1. — P. 42–97.
10. Kacperczyk M., Van Nieuwerburgh S., Veldkamp L. A rational theory of mutual funds' attention allocation // Econometrica. — 2016. — Vol. 84. — №. 2. — P. 571–626.
11. Mankiw N. G., Reis R. Sticky information versus sticky prices: a proposal to replace the New Keynesian Phillips curve // The Quarterly Journal of Economics. — 2002. — Vol. 117. — №. 4. — P. 1295–1328.
12. Khan H., Zu Z. Estimates of the Sticky-Information Phillips Curve for the United States // Journal of Money, Credit, and Banking. — 2006. — Vol. 38. — №. 1. — P. 195–207.
13. Kiley M. T. Policy paradoxes in the New Keynesian model // Review of Economic Dynamics. — 2016. — Vol. 21. — P. 1–15.
14. Стиглиц Дж. Крутое пики: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса. — М.: Эксмо, 2011.
15. Bernanke B., Gertler M. Agency costs, net worth, and business fluctuations // The American Economic Review. — 1989. — P. 14–31.
16. Kiyotaki N., Moore J. Credit Cycles // Journal of Political Economy. — 1997. — №. 105. — P. 211–248.
17. Favara G. Agency Problems and Endogenous Economic Fluctuations // Review of Financial Studies. — 2012. — No. 25 (7). — P. 2301–2342.
18. Myerson R. B. A model of moral-hazard credit cycles // Journal of Political Economy. — 2012. — Vol. 120. — №. 5. — P. 847–878.
19. Myerson R. B. Moral-hazard credit cycles with risk-averse agents // Journal of Economic Theory. — 2014. — Vol. 153. — P. 74–102.
20. Лебедева Ю.Н. Теоретические подходы к классификации асимметрии информации / Ю.Н. Лебедева // Вестник Волгоградского гос. ун-та. — 2011. — Сер. 3, № 1 (18). — С. 28–29.
21. Медведь А.А. Институты как факторы инвестиционного процесса в национальной экономике. — СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — 126 с.
22. Lucas R. E. Ideas and growth // Economica. — 2009. — Vol. 76. — №. 301. — P. 1–19.
23. Lucas Jr R. E., Moll B. Knowledge growth and the allocation of time // Journal of Political Economy. — 2014. — Vol. 122. — №. 1. — P. 1–51.

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ СЛОЕВ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПОСТМОДЕРНА

А.А. Урунов,

*профессор кафедры экономической теории Государственного университета управления (г. Москва),
доктор экономических наук,
urunov@rambler.ru*

В статье исследованы вопросы деления общества на классы и разработаны методологические положения социальной стратификации современного общества, включающие новые ее принципы, критерии и показатели, исходя из авторской трактовки класса, его сущности и видов.

Ключевые слова: социальная стратификация, класс, собственность, доход, критерии классификации общества

УДК 316.443:330.117 ББК 60.5

В современном постиндустриальном обществе, оцениваемом наукой как постмодерн (в отличие от модерна — индустриального этапа развития общества) человек является массовой личностью, которая обладает больше свободой в приятии и неприятии задаваемой культуры, творческим потенциалом для освоения всех достижений глобализации и инновационной экономики. Высокая степень сложности экономических связей, иерархичности социальной структуры общества обуславливают необходимость идентификации его членов и выбора соответствующих признаков классификации, что актуально с позиций управления социально-экономическим развитием общества на основе роста потенциала активных слоев и классов общества.

В теории и практике до настоящего времени отсутствуют единые подходы к выявлению основных классов, слоев общества, являющихся опорой его социальной стабильности и развития. Полемика разворачивается вокруг таких классов, как средний и высший, обеспечивающих основную долю приращения национального богатства, и насколько они монолитны и однородны в своем составе, а также по поводу формирования четких критериев социальной стратификации общества с

учетом её материального уровня и качества жизни. Проблему усугубляет отсутствие должного изучения данных аспектов и с позиций теологии, институционализма и неоклассики. Как следствие, во многих публикациях исследователи оценивают по-разному представителей среднего класса в количественном выражении. Так, в России и в других странах СНГ, по мнению ученых, это примерно от 4 до 40% [2], т.е. ошибки расчетов составляют все 100%. И насколько их численность (30–50%) влияет на социальную стабильность в обществе и экономический прогресс, является важнейшим вопросом экономической политики и стратегии развивающихся стран.

При исследовании социальной стратификации необходимо осуществить краткий исторический экскурс и уточнить применяемый тогда и ныне терминологический аппарат.

В дореволюционной России жили богатые, средние и бедные люди. Изредка были бездомные нищие. В состав среднего класса (скорее — «среднего сословия») по социально-профессиональному статусу входили купцы, учителя и врачи, инженеры, представители свободных профессий. Однако, между средним сословием России и средним классом на Западе были значительные различия. Главная российская особенность