

ЛЕКЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Эмпирические обследования предприятий: методы и практика

Долгопятова Т.Г.

Данный выпуск журнала содержит четвертую, заключительную тему курса «Эмпирические обследования предприятий: методы и практика». Она включает две лекции, характеризующие становление и развитие прикладных эмпирических исследований поведения российских предприятий в 1990–2000-е гг., а также направления совершенствования методологии сбора и анализа данных. Рассматриваются примеры реальных проектов, иллюстрирующие историю развития обследований предприятий. В заключение курса вновь обсуждается ключевая проблема достоверности эмпирической информации и пути ее повышения. Кроме того, приводятся методические рекомендации по контролю усвоения лекционных материалов слушателями и проведению семинаров.

Тема 4. Эмпирические исследования поведения российских предприятий: проблематика и методы¹⁾

Лекция 7. Основные направления эмпирических исследований предприятий в 1990–2000-е гг.

7.1. Введение

В предшествующих темах мы представили разнообразные источники и методы получения эмпирических данных о поведении предприятий, уделив особое внимание сбору информации с помощью опросных методов и техник. В данной теме мы хотели бы вернуться «к истокам», а именно – оттолкнувшись от лекции 1, – к истории развития эмпирических исследований российских предприятий, начавшейся в 1991 г., с тем чтобы более подробно описать проблематику проведенных за прошед-

¹⁾ Автор еще раз хотела бы выразить признательность за замечания к курсу лекций, высказанные ординарными профессорами ГУ ВШЭ С.Б. Авдашевой и Э.Б. Ершовым и другими членами редколлегии, а также поблагодарить профессоров А.В. Верникова и Е.В. Серову за ценные дополнения к данной теме. Большинство из замечаний нашло отражение в тексте, другие мы учтем при совершенствовании курса. Однако ответственность за его содержание, возможные неточности, ошибки и пробелы целиком лежат на авторе.

Долгопятова Т.Г. – д.э.н., главный научный сотрудник ГУ ВШЭ, ординарный профессор ГУ ВШЭ.

шие годы обследований и проиллюстрировать их отдельными примерами²⁾. Наряду с содержательной стороной эмпирических обследований мы обсудим развитие их методологии, пути совершенствования методов сбора и анализа полученных данных.

Предварим последующее изложение несколькими замечаниями.

- В данной теме мы, так или иначе, выходим за рамки организационно-технологической схемы обследования и рассматриваем его шире, с точки зрения проблемной области. В этом контексте нас будут интересовать содержательные аспекты исследования, предпринятого учеными-экономистами, его потребители и сферы возможного использования его результатов (т.е. круг вопросов, затронутых в общем виде в [2]).

- Практически мы вернемся к постановке проблемы исследования – первому этапу работы, предшествующему организации и проведению специального эмпирического обследования. Применительно к некоторым примерам мы по возможности опишем цели и задачи, а также (при наличии таковых) базовые гипотезы анализа.

- Особое внимание – исходя из целей курса – будет уделено методологическим предпосылкам и тем методам и инструментарию сбора информации, которые использованы в исследовании. На примерах мы проиллюстрируем развитие методологии эмпирического анализа предприятий в России.

В первой лекции данной темы вниманию читателя предлагается краткая характеристика сделанных эмпирических исследований с точки зрения их проблемных областей и объектов анализа. Мы построим изложение на базовом разделении опросных методов в эмпирических обследованиях российских предприятий, возникшем еще в начале 1990-х гг., на две ветви: *конъюнктурные (деловые) опросы* и *опросы по анализу экономического поведения*. Это разделение имеет под собой не только содержательные основания в различных целях эмпирической работы, но и существенные расхождения в техниках использования опросных методов и процедур обработки данных. Мы представим основные достижения и организации, работающие в этих областях, а также примеры по исследованию адаптации предприятий в переходной экономике.

Во второй лекции будет приведен еще ряд примеров изучения экономического поведения предприятий, которые рассматриваются, прежде всего, с позиций совершенствования методов и инструментария эмпирических обследований в целях обеспечения достоверности получаемой информации и сделанных на основе ее анализа выводов, повышения обоснованности результатов исследований.

7.2. Конъюнктурные опросы в России: история и возможности использования

В теме 1 (раздел 1.1.2) мы кратко описали историю становления и развития конъюнктурных (деловых) опросов за рубежом и их методические особенности: регулярность, частая повторяемость на панельной выборке, использование простых и неизменных анкет, а потому – и дистанционных техник анкетирования. Добавим, что

²⁾ В рамках ограниченного объема журнальной публикации речь пойдет о краткой характеристике исследований и небольшом числе примеров, по которым мы располагали информацией о методике работы.

бизнес-опросам, как правило, присуще обязательное представление их сводных результатов не только предпринимателям и топ-менеджерам – респондентам, но и деловому и экспертному сообществам, широкой общественности (через различные специальные бюллетени, публикации в средствах массовой информации, Интернете и т.п.). Содержательно подобные опросы регулярно доставляют информацию о состоянии и предполагаемых изменениях рыночной конъюнктуры по оценкам основных игроков рынка, принимающих решения, эту информацию часто называют «субъективной статистикой». Здесь возникают длинные ряды данных, которые можно анализировать так же, как и ряды статистических показателей. Именно динамические сопоставления, поиск циклов конъюнктуры представляют интерес как основные области приложения. Рассчитываются различные индексы деловой или предпринимательской уверенности (оптимизма, активности). Очевидно, что разовые ответы на основные вопросы об изменении или состоянии тех или иных показателей в этом контексте малосодержательны.

В России с начала 1990-х гг. целый ряд организаций наладили проведение конъюнктурных опросов. Среди этих организаций есть государственные структуры, которым эта деятельность вменена в обязанность, и независимые аналитические центры, по своей инициативе взявшие за столь трудоемкую работу. Прежде чем мы охарактеризуем основные области приложения деловых обследований в России, напомним два ранее названных факта, свидетельствующих о тесной взаимосвязи между двумя ветвями опросов – конъюнктурными и поведенческими.

- Во-первых, как отмечено в лекции 1, опрос руководителей, предназначенный для анализа экономического поведения предприятий, зачастую целесообразно дополнять оценками реального и ожидаемого состояния предприятия (в целом, в обобщенном виде и/или в разрезе основных показателей их деятельности), сделанными респондентами, по аналогии с бизнес-опросами. Обычно при прогнозе речь идет не о кратких периодах в один месяц или квартал, а как минимум об 1–2 годах, причем субъективные ожидания косвенно характеризуют и текущее состояние бизнеса, его уверенность в перспективах развития. Подобные оценки могут дополнять имеющиеся данные отчетности предприятий на момент обследования и другие суждения респондентов.

- Во-вторых, конъюнктурные опросы, опирающиеся на стандартизированные техники сбора данных, могут использоваться и практически используются в изучении экономического поведения предприятий. В стандартные анкеты вводят специальные вопросы, задаваемые разово или периодически (в любом случае существенно реже, нежели постоянные вопросы), быстро и с минимальными затратами могут быть получены ответы, которые можно анализировать на панельных выборках. Очевидно, что в данном случае речь идет о небольшом количестве дополнительных вопросов, сформулированных в простом виде, и где ответы, как правило, предполагаются в порядковых или интервальных шкалах небольшой размерности.

7.2.1. Конъюнктурные обследования государственных организаций

В этой области среди государственных организаций представлены статистические службы и аналитические центры. В 1992 г. проведение опросов начал Центр экономической конъюнктуры при Правительстве России (ЦЭК) совместно с центральным статистическим органом (Госкомстат, позднее Росстат). Сначала делались полугодовые замеры, с 1994 г. периодичность опросов стала ежеквартальной. Раз-

работка анкет для обследований деловой активности и последующий анализ данных выполняли специалисты ЦЭК, а организацию полевых работ (формирование выборки, рассылку и сбор анкет) делали региональные статистические управления. В 1990-е гг. в обследованиях фигурировали промышленность, оптовая и розничная торговля, строительство, страхование, коммерческие банки. Тогда же Госкомстат начал ежемесячные обследования деловой активности промышленных предприятий для оценки индекса их деловой уверенности.

Например, в промышленности ЦЭК ежеквартально получал данные примерно с 800 предприятий, стандартная часть анкеты для оценки деловой активности практически в каждом квартале дополнялась вопросами, которые были актуальными на тот момент, представляли интерес для экономической политики, но не входили в сферу регулярного статистического наблюдения. Так, регулярно – дважды в год – ЦЭК проводил анализ инновационной активности предприятий, периодически в анкеты включались вопросы о реструктуризации, структуре собственности, системе платежей и расчетов, доле бартера, остроте конкуренции и др.

В середине 2000-х гг. началась реорганизация ЦЭК, он был объединен с Рабочим центром экономических реформ при Правительстве РФ и преобразован в Аналитический центр при Правительстве РФ. Сейчас этот центр и Росстат совместно выполняют обследования деловой активности организаций разных видов деятельности. Ежемесячные обследования охватывают примерно 600–700 предприятий обрабатывающих и добывающих производств и энергетики, а ежеквартальные – более 6 тыс. организаций строительства, около 3 тыс. фирм оптовой и 4–5 тыс. объектов розничной торговли, примерно 3 тыс. предприятий грузового автотранспорта.

Постепенно в статистические издания вошли разделы, подготовленные на основе конъюнктурных опросов. Так, сводные результаты, включая специальные индексы деловой уверенности по промышленности, строительству, торговле, а также в малом предпринимательстве, публикуются в официальных сборниках Росстата [24, 37, 41] (в ежегодниках приведены данные по годам, в отраслевых сборниках – по кварталам)³⁾.

К несомненным преимуществам деятельности государственных организаций стоит отнести широкий охват секторов (видов деятельности), наличие конъюнктурных стандартных вопросов и актуальных тем для прикладного экономического анализа, обеспечение крупных выборок на основе имеющихся в органах статистики сведений о генеральной совокупности и наличия соответствующих квалифицированных специалистов. В то же время официальный характер обследования (бланк поступает на предприятие из статистического ведомства, его заполнение подтверждается подписью уполномоченного лица и печатью организации) может способствовать сознательному искажению информации респондентами.

Полученная в обследованиях государственных организаций субъективная статистика дополняет статистику экономических показателей и позволяет судить о состоянии бизнеса на основе оценок его руководителей. К сожалению, в доступных аналитических докладах редко представлена продолжительная динамика, обычно

³⁾ Подробные аналитические материалы по строительству можно найти в Статистическом бюллетене Федеральной службы государственной статистики (например, см. [27]). Доклады по материалам различных ежемесячных и квартальных обследований регулярно готовит Аналитический центр при Правительстве России (сайт центра: www.ceagov.ru), они доступны за умеренную плату.

сопоставляются данные за две последние отчетные даты. Также принято представление данных в процентах от общего количества всех обследованных предприятий, что затрудняет интерпретацию результатов.

Особое место среди регулярных работ занимает мониторинг предприятий, который около 10 лет проводит Банк России⁴). В настоящее время обследуется более 15 тыс. нефинансовых предприятий разных секторов, форм собственности и размеров, ежемесячно собираются сведения об экономической конъюнктуре, и ежеквартально они дополняются информацией о финансовом положении и инвестиционной активности, спросе на банковские услуги. Анкеты объединяют технику конъюнктурных опросов и задачи маркетингового исследования, позволяют анализировать характеристики заемщиков. Сводные данные помогают прогнозировать состояние банковского сектора, анализировать тенденции в кредитной политике и положение нефинансовых предприятий в регионах (например, результаты мониторинга в Белгородской области представлены в [7]).

7.2.2. Деятельность независимых организаций

Известные негосударственные аналитические центры, проводящие конъюнктурные опросы российских предприятий, созданы в рамках научно-исследовательских институтов и тесно с ними сотрудничают. С одной стороны, это дало значимую свободу в выборе формы организации обследований и содержания анкет, но, с другой, поставило работу в зависимость от субъективных обстоятельств, в том числе и финансовых возможностей.

Исторически первенство принадлежит группе «Российский экономический барометр» (РЭБ) или «Russian Economic Barometer», образованной сотрудниками Института мировой экономики и международных отношений (ИМЭМО) РАН под руководством к.э.н. С.П. Аукуционека. Группа впервые сделала в декабре 1991 г. опрос руководителей промышленных предприятий. РЭБ проводит регулярные ежемесячные опросы промышленных и сельскохозяйственных предприятий, а также банков, используя почтовую рассылку. Выборка в промышленности охватывает примерно 900 предприятий по всей территории России (первоначально – 500 объектов), и уровень отклика составляет до 20% (около 180 респондентов). В аграрном секторе анкета рассылается на 300 объектов в 30 регионах страны, но отвечают всего 40–50 предприятий. Обследуется около 100 банков, здесь отклик варьируется от 15 до 30%.

С момента своего создания РЭБ сразу был ориентирован на широкое представление материалов опросов. В 1992 г. организован выпуск ежеквартального бюллетеня «Russian Economic Barometer» на английском языке с возможностью подписки и наличием бесплатной рассылки российским экспертам. В 2000-е гг. этот бюллетень стал выходить и на русском. Каждый выпуск содержит описание выборок и методов расчета результатов (не только привычных долей ответивших или средних значений, но и сальдовых оценок, диффузных индексов и т.п.). Публикуется постоянно пролонгируемая опросная статистика – ряды основных показателей в табличной и/или графической формах [38]⁵). Используемые вопросы разработаны уча-

⁴) Принципы организации мониторинга Департаментом по работе с территориальными учреждениями совместно с их отделами анализа и мониторинга предприятий и бланки анкет изложены в [29].

⁵) Бюллетень включает также короткие статьи с анализом опросных данных РЭБ (представление группировок, углубленное изучение отдельных вопросов и тем), публикуются работы приглашенных авторов, сделанные на материалах других эмпирических обследований.

стниками коллектива, опиравшимися и на известные стандартные анкеты. К сожалению, текст анкеты не раскрывается, однако бюллетень РЭБ содержит подробный круг результатов, дающий представление о регулярно задаваемых в ежемесячном или ежеквартальном режиме вопросах.

Специфика работ РЭБ состоит не столько в глубоком анализе конъюнктурных аспектов, сколько в исследовательской направленности. В анкеты часто добавляют специальные тематические вопросы, отражающие разные стороны деятельности предприятий и представляющие академический интерес. Участники РЭБ опубликовали несколько работ, характеризующих деятельность российских предприятий за ряд лет, обобщая результаты опросов (например, [6]). Также хорошо известны специальные исследования по рынку труда [22], собственности и корпоративному управлению [23]. В последнем случае, начиная с 1995 г., раз в два года в анкету включается специальный блок вопросов, характеризующий структуру собственности, совета директоров и другие аспекты корпоративных отношений в компаниях, и, судя по публикациям коллег из РЭБ, постепенно возникают все новые вопросы.

Тем не менее небольшие фактические выборки в отличие от других известных бизнес-опросов не всегда позволяют получить обоснованные выводы о состоянии конъюнктуры, особенно при обращении к отдельным отраслям. Потому к преимуществам РЭБ стоит отнести наличие признанных исследований по промышленным предприятиям, в том числе проводимых и на панельных выборках, а также попытки наладить обследования в таких редко изучаемых секторах, как аграрный и банковский.

Почти в это же время – первый опрос промышленных предприятий Москвы и Московской области был сделан в марте 1992 г. – начала свою работу группа (лаборатория) конъюнктурных опросов Института экономической политики (с 1993 г. – Института экономики переходного периода (ИЭПП)), возглавляемая к.э.н. С.В. Цухло. Эта группа также была ориентирована на ежемесячные почтовые опросы, но в их основу положила стандартную короткую анкету конъюнктурного опроса, разработанную и рекомендуемую Евростатом для национальных статистических служб.

Лаборатория конъюнктурных опросов ИЭПП сосредоточила свою работу на промышленных предприятиях⁶⁾. Ее обследования отличает существенное внимание к организации полевых работ. Начав рассылку с территории Москвы и Московской области на 500 предприятиях с уровнем отклика 150–200 анкет, постепенно группа распространила выборку на всю территорию России, были расширены ее размеры, обеспечен рост уровня отклика. Отвечают обычно более 700 предприятий. Материалы опросов в виде кратких результатов публикуются в ежемесячном обзоре ИЭПП (последний на момент написания лекции обзор [45] содержал итоги по 702 предприятиям), а в развернутом виде – в ежегодных обзорах института [36]. В основном эта работа и аналитические выходы сфокусированы на конъюнктурных вопросах, ее преимуществом является крупная поддерживаемая панельная выборка. Недаром ее часто используют для выполнения исследовательских проектов и сама лаборатория, и другие организации с включением в стандартную анкету вопросов по определенной проблематике (в частности, проводились исследования роли конкуренции [42], корпоративного управления [14]).

⁶⁾ В 1993 г. группа начинала обследования предприятий строительства Москвы и Московской области, которые проводились в течение 2–3-х лет, но были прерваны по причинам организационного характера.

В 1992 г. Институт исследования организованных рынков (ИНИОР) начал ежемесячные опросы предприятий оптовой торговли с использованием телефона и факса (с 1993 г. работа велась совместно с ГУ ВШЭ). К середине 1990-х гг. обследование охватило более 160 фирм города Москвы (часть их активности осуществлялась в других регионах России). Наряду со стандартными вопросами для торговли, разработанными в ИФО-институте (Германия), в анкету входили специальные вопросы, характеризующие условия деятельности торговых фирм. Публиковались результаты в ежемесячном издании ГУ ВШЭ «Российская экономика: прогнозы и тенденции», в выпусках бюллетеня РЭБ в 2000-е гг. К сожалению, в 2005 г. по организационно-финансовым причинам работа была прекращена.

Направление конъюнктурных опросов в целом заняло прочное место среди постоянных источников информации о деятельности предприятий, зарекомендовало себя и в статистическом наблюдении деловой активности, и в приложении к исследованию поведения предприятий. Несомненно, что лидером по масштабам выборки, охвату секторов экономики и видов деятельности, оценкам конъюнктуры являются статистические органы. Вместе с тем официальный характер предоставляемой информации может повлиять на ее получение и достоверность. В этом контексте, безусловно, положительно наличие независимых аналитических организаций. Сопоставление их деятельности по организационно-технологической процедуре и анализу конъюнктуры говорит в пользу ИЭПП, некоторые содержательные подходы (наличие аналитических группировок, адаптация инструментария к реалиям российской переходной экономики) и признанные достижения в анализе ряда аспектов поведения предприятий – в пользу РЭБ. Однако, при наличии уже многолетнего опыта деятельности независимых центров, они в основном смогли представить обследования промышленного сектора.

Завершая характеристику конъюнктурных опросов в России, подчеркнем, что создание панели обследуемых предприятий создает возможности не только для соответствующего анализа данных, но и – что немаловажно – формирует и поддерживает устоявшиеся отношения исследователя с респондентами, способствует росту их доверия и позволяет обращаться к более сложным вопросам, а также проверять устойчивость результатов. Вместе с тем поддержание панели становится нетривиальной задачей: отразить и учесть реорганизации бизнеса, провести реконструкцию панели при ликвидации предприятия – эти проблемы требуют особого внимания. К сожалению, методические вопросы в публикациях и государственных, и независимых организаций почти не обсуждаются. При случайном характере выборки остается также проблема уровня и характера отклика (для независимых центров и для имеющих административный ресурс статистических служб она может проявляться по-разному). Необходима оценка случайности фактической выборки и возможных смещений, что также пока не нашло отражения в публикациях этих организаций.

7.3. Опросы в исследовании экономического поведения российских предприятий

Содержание данной ветви приложения опросов представить существенно сложнее, потому что исследований поведения предприятий сделано довольно много (в том числе в рамках сравнительного межстранового анализа), но большей частью

они носят разовый характер, весьма разнородны по проблематике и методам. Не ставя пока задачи перечисления и классификации всех работ, мы решили охарактеризовать исследовательские «кластеры», основанные на разнообразии объектов и предмета исследования. Мы также приведем примеры, иллюстрирующие постановки разных целей и задач исследования⁷⁾.

7.3.1. Предприятия и отрасли как объект эмпирических исследований

С точки зрения охвата секторов (видов деятельности) в лидерах сразу же оказался такой объект, как промышленность. Государственные предприятия этого сектора были ведущими в советское время, на них обычно обкатывали все эксперименты и реформы, а вузы и университеты готовили специалистов по экономике промышленности. С промышленности началось первое применение опросов в экономико-институциональных исследованиях в середине 1991 г. [8, 9], и поныне обрабатывающие производства остаются излюбленным их объектом.

Надо сказать, что по другим составляющим реального сектора работ было сделано намного меньше, отчасти за исключением торговли. Так, еще в начале 1990-х гг. ИНИОР выполнил исследование трансформации предприятий оптовой торговли из системы бывшего Госснаба СССР [47], в основу которого были положены показатели их деятельности в 1991–1992 гг. и интервью с руководителями предприятий, проведенные в начале 1993 г. В последние годы широко известны работы социологов ГУ ВШЭ по анализу розничной торговли, в частности – становлению розничных сетей, основанные на углубленных интервью и дополнительной открытой информации [30]. Несколько проектов, объединивших глубокое интервьюирование более 100 торговцев и анкетное обследование около 1500 продавцов на рынках пяти регионов в середине 2000-х гг., позволили глубже изучить феномен челночной торговли и особенности ее развития [46].

Сельское хозяйство, безусловно, труднее исследовать по причине территориальной недоступности. Однако и в аграрной сфере сделан ряд эмпирических работ. Так, в работе [40] изучено мнение экспертного сообщества о перспективах аграрной реформы. В этом случае экспертами выступили менеджеры сельскохозяйственных предприятий, представители органов власти разных уровней, науки – всего 500 респондентов в 8 регионах страны. Это пример экспертного опроса. Образцом крупного исследования поведения сельскохозяйственных предприятий стал опрос 600 сельскохозяйственных производителей, выполненный при поддержке Агентства по международному развитию США в трех областях России. В этом проекте затронут широкий круг вопросов обеспеченности ресурсами, развития рынка земли, эффективности производства⁸⁾.

В то же время постепенно появились работы, включающие в область анализа несколько видов экономической деятельности. Такие комплексные исследования

⁷⁾ Мы сосредоточим внимание на работах, выполненных российскими экспертами и организациями (в том числе в кооперации с зарубежными коллегами), хотя наши примеры далеко не исчерпывают всех подобных исследований.

⁸⁾ Несколько статей по материалам опроса были опубликованы в журнале «Вопросы экономики» (2005, № 6), см., например, статью о проблемах сельскохозяйственного кредитования [48]. Результаты проекта в полном виде нашли отражение в монографии [52].

обычно нацелены на тематику институционального характера, не связанную тесно с производственно-технологическими характеристиками бизнеса.

Вставка 7.1.

Например, в исследовании формирования российских рынков и их институциональных особенностей эмпирической основой стало обследование в 1997 г. 227 руководителей предприятий и около 90 углубленных интервью с представителями разных отраслей экономики [31]. Изучение спроса на право в области корпоративного управления опиралось на опрос более 300 руководителей открытых АО, представляющих не только промышленность, но и транспорт и связь, торговлю и услуги, финансово-банковский сектор [11]. В совместном российско-японском проекте по корпоративному управлению опрос охватил акционерные общества не только в промышленности, но и в секторе связи, известном развитием корпоративной интеграции и деятельностью на фондовом рынке [49]. Обычно обследования малого бизнеса, на специфике которых мы остановимся ниже, покрывали разные виды деятельности.

Серьезные проблемы характерны для финансово-банковской сферы, закрытой для исследователей. В отличие от реального сектора опросы банков весьма редки, более того, они касаются обычно не внутренней организации банков, а их деятельности на рынках, взаимоотношений с кредитуемыми организациями – рыночной политики. Однако существует развитая и доступная банковская статистика (отчетность банков), дающая широкие возможности. Жаль, что за пределами науки осталось крайне интересное время конца 1980-х – начала 1990-х гг. – период становления коммерческих банков, хотя некоторые косвенные сведения о нем могут дать обследования промышленных предприятий [1].

С точки зрения типа предприятия исторически первыми стали государственные предприятия и процессы их преобразования, в том числе перехода в частный сектор. На этом объекте были сделаны первые работы, упомянутые выше [8]. В дальнейшем в обследования активно стал вовлекаться не только приватизированный, но и новый бизнес, возникший с нуля. В последние годы выборки формируются с включением разных типов предприятий, и их история создания обычно служит не параметром выборки, а ее следствием. Понятно, что во многих обследованиях, особенно крупных и средних предприятий промышленности, до сих пор преобладают приватизированные фирмы (они составили около 70% выборки в опросе [49]). Аналогично, могут входить в обследование разные по организационно-правовой форме предприятия, в зависимости от специфики проекта это могут быть акционерные общества или заведомо негосударственные формы бизнеса.

Первые исследования поведения предприятий с применением интервьюирования и формализованных опросов начались в середине 1991 г. в Институте экономической политики, среди первопроходцев были также Рабочий центр экономических реформ при Правительстве России, Экспертный институт Российского союза промышленников и предпринимателей. Многие исследования затем были выполнены Бюро экономического анализа, ГУ ВШЭ, Межведомственным аналитическим центром (МАЦ), Институтом стратегического анализа и развития предпринимательства (ИСАРП), коллективами в институтах РАН (Институт экономики, ИМЭМО, Институт народнохозяйственного прогнозирования, Институт социологии), Институтом сравнительного исследования трудовых отношений (ИСИТО), Центром экономических и финансовых исследований и разработок (ЦЭФИР) и другими.

Особое место в эмпирических исследованиях занял такой объект, как малые предприятия (субъекты малого предпринимательства). В данном случае, как правило, речь не идет о вычленении определенных видов экономической деятельности, выбирается сектор малого бизнеса вне зависимости от отраслевой специфики предприятий. Однако их деятельность регулируется особыми критериями, они отличны и по порядку образования, бухгалтерской и статистической отчетности, налоговым правилам и взаимоотношениями с государством, по возможностям доступа к государственной поддержке и донорской помощи, что выделяет эти предприятия в особую категорию. Причем уже первые исследования показали, что малые предприятия часто привержены идее диверсификации деятельности в нестабильных переходных условиях, сочетают производство, услуги и торговлю [5].

Обследования малого бизнеса стали очень популярной сферой эмпирических работ с начала 1990-х гг. и до последнего времени. В ряду объективных причин повышенного внимания к этому объекту – его пример как растущего нового бизнеса, возникающего с нуля, а не только в результате приватизации или выделения из государственных или приватизированных предприятий. Еще одно преимущество малых предприятий – их многочисленность, что делает задачу формирования выборки не столь сложной и облегчает доступ. Часто такие предприятия можно найти «прямо на улице», предприниматели не столь заняты и закрыты как топ-менеджеры крупных компаний, обычно готовы поделиться проблемами и трудностями своей деятельности. Субъективно сказалась поддержка многочисленных донорских организаций – обычно международных, инициировавших и финансировавших работу. Многие проекты технической помощи часто начинались именно с опроса, с зондирования почвы. Впрочем не только особые проблемы малого бизнеса, но и ряд иных, более широких постановок (например, теневая экономика, дерегулирование, отношения бизнеса и государства) нередко изучались на примере малых предприятий.

Интерес к результатам в течение многих лет всегда проявляли государственные организации (Комитет по поддержке малого предпринимательства, департаменты Министерства экономики, антимонопольные органы, региональные администрации) и предпринимательские объединения. Весомый вклад в эмпирические обследования малых предприятий в разные годы внесли ИСАРП, МАЦ, Независимый институт системных исследований проблем предпринимательства, Рабочий центр экономических реформ при Правительстве России, Ресурсный центр малого предпринимательства, Российский независимый институт социальных и национальных проблем, ЦЭФИР. Некоторые исследования предпринимались разными подразделениями ГУ ВШЭ. Работы прикладного и информационного характера часто делаются в регионах, не только по заказу донорских организаций, но и предпринимательских объединений (ОПОРА).

В качестве методов обычно опираются на дистанционное анкетирование, формализованные и углубленные интервью. Отчетность малых предприятий специфична и недоступна, ее качество вызывает вопросы, ее использование в эмпирическом анализе затруднительно.

7.3.2. Развитие предмета исследований

В исследовании крупных и средних предприятий (с преобладанием промышленности) *основные проблемные области* поначалу были связаны с процессами их адаптации к сложным переходным условиям при отсутствии развитых институтов

рынка [1]. В этом направлении постепенно развивались работы по трансформации поведения от старых плановых стереотипов к новым образцам и освоению рыночных стандартов поведения [43], исследовались вопросы реструктуризации предприятий и их модернизационной политики [3, 34], проблемы становления конкурентоспособного бизнеса [35]. В отдельные области уже во второй половине 1990-х гг. выделились актуальные специальные исследования: теневая деятельность, бартер и неплатежи, политика труда и заработной платы, включая реструктуризацию социальных активов, отношения собственности и механизмы корпоративного управления, инвестиционная активность и инвестиционный климат, развитие конкуренции, ее роль в деятельности предприятий и др. Особой областью стали трудоемкие эмпирические исследования практики менеджмента, его стратегий и качества принимаемых решений [15].

Вставка 7.2.

Рассмотрим кратко итоги исследования [17], нацеленного на выявление переходной модели (или классификации наблюдаемых моделей) поведения предприятий в переходных условиях и факторов ее формирования. Были обобщены результаты многолетнего анализа российских промышленных предприятий (семь серий интервью, в общей сложности до 100 интервью, и 6 формализованных опросов, сделанных как в режиме интервьюирования, так и дистанционного анкетирования).

Априори предполагалась следующая логика формирования микромоделей поведения [1]. Экономическая среда, формируемая под воздействием и макроэкономической политики, и структурной (промышленной) политики предопределяет условия деятельности предприятий, а значит, и стоящие перед ними проблемы. В свою очередь, менеджмент предприятий реагирует на эти условия и наиболее острые проблемы, формулируя цели деятельности и способы их достижения (способы решения проблем, стоящих перед предприятиями), т.е. следует определенной модели поведения. В итоге фактическое поведение отражается на экономической политике и общих условиях, типичные стратегии становятся распространенными институтами, укореняются в хозяйственной практике.

Анализ показал, что к середине 1990-х гг. сложилась специфическая переходная модель поведения, основанная на использовании новых, развивающихся рыночных отношений и части традиционных, эволюционирующих в новые формы. Доминирует в этой модели установка на выживание – сохранение предприятия как целостности, включая трудовой коллектив, контроль руководства, сложившиеся хозяйственные связи и отношения, производственный потенциал, традиционные источники финансирования и виды деятельности. Способы поведения выступали как стратегии выживания. Наиболее типичными стратегиями на фоне институциональных изменений стали: участие в приватизации с упором на упрочение положения менеджмента и недопущение внешних собственников; паразитирование на государственной собственности (выделение из государственного предприятия частных фирм, использование активов предприятия для создания частного бизнеса); стратегии вхождения в интегрированные объединения и независимое существование. В отношениях с властями активно лоббировались субсидии, льготные кредиты. На товарных рынках использовались многообразные стратегии адаптации, в том числе наряду с ориентацией на поддержание сложившихся хозяйственных связей шел поиск новых рынков и потребителей, реструктуризация ассортимента и номенклатуры выпуска, налаживание системы реализации, а к середине 1990-х гг. – постепенное сдерживание цен, поиск новых поставщиков. В сфере труда превалировала ориентация на сохранение костя-

ка трудового коллектива и соответственно – занижение заработной платы и отсутствие сокращений, хотя часто практиковалось «выдавливание» ненужного персонала. Ужесточение финансовых ограничений породило рентоориентированное поведение (поиск субсидий, льгот и лоббирование протекционистских барьеров в регионах), уход из контролируемого оборота (неплатежи и бартер), участие в учреждении банков и поддержание с ними «особых» отношений, но налицо были и попытки несколько снизить производственные издержки.

В целом эта модель оказалась противоречива, потому что изменения в основных сферах деятельности предприятия шли разными темпами и иногда в различных направлениях. Наиболее радикальными они стали в сбытовой (рыночной) политике, наиболее консервативной оказалась политика занятости. Именно из-за этой противоречивости не удалось классифицировать предприятия и выделить типы моделей. Правда, при доминировании одной модели выживания наблюдалась определенная дифференциация в поведении предприятий, причем вне зависимости от отраслевой принадлежности. Здесь ярко проявился субъективный фактор. Именно личность директора предприятия – его квалификация, опыт, стереотипы поведения и мотивации предопределили во многом характер изменений поведения предприятий.

Модель сформировалась под воздействием причин институционального характера, включая социально-политические условия переходного периода, испытывав влияние макроэкономической политики. Данное поведение не свелось к стандартной реакции рыночного агента на меры макроэкономической политики и существенно отличалось от прежних социалистических предприятий. Поведение российских предприятий при наличии общих черт не совпало с образцами, наблюдаемыми в других европейских постсоциалистических странах. В итоге в ходе реформирования проявилось противоречие между постепенным становлением нового экономического поведения и резкими сдвигами в макроэкономической политике, которое привело к существенным коррекциям в темпах и характере реформ, к эволюционным преобразованиям.

В малом бизнесе выделяются следующие наиболее популярные области исследования: становление и проблемы малого бизнеса как сектора экономики; преграды и трудности развития малых предприятий; административные барьеры; оказание и эффективность государственной поддержки; исследование отдельных важных групп предприятий (инновационные предприятия, начинающие свой бизнес фирмы – start-ups), а также отдельные частные вопросы (проблемы контроля деятельности, лицензирование, сертификация и др.).

Вставка 7.3.

Рассмотрим пример крупного обследования малого предпринимательства России [5]. Работа была выполнена ИСАРИ при финансовой поддержке Агентства США по международному развитию. Основное обследование состояло из всероссийского опроса 1628 предпринимателей из всех регионов России (за исключением Чечни), проведенного в 1994 г. Ему предшествовала серия из 20 углубленных интервью с предпринимателями в 4 городах России (Москве, двух областных центрах – Владимире и Нижнем Новгороде, и малом городе Солигаличе Костромской области). Именно на основе интервьюирования была разработана анкета формализованного опроса, который был организован Рабочим центром экономических реформ при Правительстве России с помощью региональных администраций в технике дистанционного анкетирования. На тот момент это было самое крупное эмпирическое обследование малого бизнеса, охватившее предприятия

разных отраслей, форм собственности, организационно-правовых форм, размеров.

Целью работы стало изучение адаптации предприятий к сложным экономическим и институциональным переходным условиям. Задачи исследования включали: описание состояния среды малого предпринимательства, основных проблем малых предприятий, выявление стратегий их адаптации и факторов, предопределяющих успех или неудачу в приспособлении. Эти факторы включали: размеры бизнеса (менее 15 человек, от 16 до 50, от 51 до 100 человек и свыше 100 человек), его отраслевую принадлежность (промышленность и строительство, торговля и общественное питание, услуги), историю создания (новое или «старое»). Также был выявлен субъективный фактор, характеризующий предпринимателя: целевые установки, которые поставлены им относительно своего предприятия. В состав целей вошли две цели стратегического плана – освоение новых направлений деятельности и наращивание потенциала в избранной области и две тактические установки: выживание предприятия и максимизация текущих прибылей. Выживание характеризовало адаптивно-пассивную линию поведения, а максимизация прибылей – адаптивно-агрессивную.

Основная гипотеза исследования: наиболее значимым фактором, предопределившим успех в адаптации предприятия, станет история его создания. Вся выборка распалась на две подгруппы: новые частные фирмы (возникшие с нуля или преобразованные из кооперативов) и предприятия, созданные на базе государственного сектора (приватизированные, оставшиеся государственными или выделенные из государственных/приватизированных предприятий). Эти две группы различались по условиям становления, доступу к ресурсам, наследию советского периода, предпринимательской активности и потому по поведению.

Как показал статистический анализ, наличие высокого адаптационного потенциала было характерно для большинства малых предприятий. Были выявлены типичные и выигрышные стратегии поведения в малом бизнесе⁹⁾: а) диверсификация деятельности в нестабильной среде; б) гибкая и активная рыночная политика, поиск ниш на фоне унаследованных диспропорций планового хозяйства; в) нелегитимная деятельность, уход в теневую экономику; г) формирование сетевых отношений (использование неформальных связей с чиновниками, другими предпринимателями, руководством государственных предприятий), облегчающих доступ к ресурсам, информации, государственной поддержке предприятий и т.п.

Гипотеза о ведущей роли истории создания предприятия подтвердилась: новый бизнес продемонстрировал более высокий адаптационный потенциал, гибкость и наличие предпринимательских способностей у владельцев фирм. Дополнительным фактором оказалась благоприятная отраслевая среда. Новый бизнес чаще ориентировался на непроизводственные ниши в торговле и услугах, активней и быстрее действовал на рынках, был готов опереться на собственные силы, не ожидая поддержки от государства. Позиция руководителей старых предприятий была пассивной, они ориентировались на выживание и ждали поддержки. В целом экономическое положение новых малых предприятий оказалось лучше, устойчивей.

Существенные изменения за прошедшие годы претерпела *проблематика исследований и методы анализа данных*. Применительно к проблематике можно говорить о широких (и неизбежно неглубоких) исследованиях и узких, частных вопро-

⁹⁾ Комплексный анализ этих стратегий с привлечением различных эмпирических данных был сделан в [25].

сах. Исторически в большинстве случаев исследования начинались с широких работ, что было характерно для первой половины 1990-х гг., но затем стали возникать проекты, направленные на углубленное изучение той или иной области, проблемы. Развитие исследований в основном идет от общего к частному. Более того, сегодня многие проекты – это, по сути, совокупность отдельных исследовательских задач, в каждой из которых формируются свои подзадачи и гипотезы (например, [33]).

Подобное движение было связано не только с развитием экономической науки, но и объективными причинами – трансформацией объекта и задач исследований. В начале 1990-х гг. чрезвычайно быстро происходили изменения в среде функционирования предприятий, трудно было приложить к столь нестабильной ситуации стандартные объясняющие гипотезы и теоретические положения, тогда как практика нуждалась в информации, которая очень быстро устаревала. В начале переходного периода опросные методы продемонстрировали свою плодотворность в экономическом исследовании микроэкономических процессов, позволили сделать интересные качественные выводы, которые не могли быть получены иным путем.

В 2000-е гг. предприятия функционируют в более стабильной среде, основные трансформационные шоки преодолены. Основные качественные сдвиги позади, теперь изменения не носят кардинального характера и идут существенно более медленными темпами. Возникла возможность не просто наблюдать процессы и явления, но и объяснять их, и здесь более глубокие и строгие подходы неизбежны. Помогло этому овладение российскими экономистами современным инструментарием эконометрики и положениями экономической теории. Кроме того, проявилась необходимость в понимании внутренних процессов в бизнесе, поскольку после приватизации пошло быстрое размывание некогда целостного объекта – предприятия и кристаллизация интересов участников управления ими. Соответственно сегодня исследование может быть сделано более тщательно, необходимо применение методов статистического и эконометрического анализа, с разведением во времени постановки и проверки гипотез, зачастую с вторичным анализом данных.

Наряду с отдельными новыми проектами накопленный массив обследований позволил создавать обобщающие работы, в которые вовлечены данные многих обследований за ряд лет (примером было исследование [17] из вставки 7.2, а в малом предпринимательстве это книги [25, 44]) вплоть до обзоров доступного комплекса исследований разных коллективов. Здесь примером может служить аналитический обзор [34], соединивший под одной обложкой целый ряд опросных и статистических данных конца 1990-х – начала 2000-х гг.

Таким образом, эмпирические исследования с охватом и периода распада советских предприятий, и постепенной адаптации к новым условиям, и перехода к рыночному поведению и модернизации характерны в основном для промышленности. Весомое место в эмпирических обследованиях заняло малое предпринимательство, процессы его становления и развития также относительно глубоко и комплексно изучены. История исследований свидетельствует, что в содержательном плане их цели стали более разнообразными, возникли два полюса: узкие и глубокие работы с четкими гипотезами и строгими методами их проверки, а также сопоставление и обзор накопленной информации для получения обобщенного описания состояния и поведения предприятий.

Лекция 8. Развитие методологии эмпирических обследований предприятий и анализа данных: подходы и примеры

Высказанный в лекции 1 тезис о невозможности получения внешним наблюдателем полного и на 100% достоверного знания о предмете – поведении предприятия – был ранее подкреплен рассмотрением отдельных методов обследования и их ограничений. Основной итог нашего изложения – искажения присущи разным методам и собранной с их помощью информации, как количественной, так и качественной. Оставим за бортом субъективные ошибки исследователей, связанные с особенностями выборок и некорректной работой с данными, неправильным составлением инструментария и трактовкой результатов – все это, так или иначе, проблемы квалификации, преодолеваемые обучением, опытом работы и строгостью (непредвзятостью) анализа. Однако опросам объективно присущи методические сложности интерпретации результатов, полученных на основе субъективных суждений респондентов, а потому зависимость от ситуации и инструментария.

В течение более 17 лет, расширяя область приложения опросных методов и углубляя анализ поведения российских предприятий, исследователи серьезное внимание уделяли уточнению границ объекта наблюдения, а также совершенствованию методологии и инструментария обследований. Эта деятельность способствовала повышению достоверности получаемой информации и обоснованности выводов из ее анализа. Далее мы обсудим и проиллюстрируем на примерах, какие методические приемы были предложены и апробированы в эмпирических обследованиях.

8.1. Объект исследования: предприятие как юридическое лицо или фирма как бизнес

В начале курса – применительно к обсуждению отчетности предприятий как источника информации в разделе 2.4 [2] – был поднят вопрос об определении объекта эмпирического обследования, его границах. Этот вопрос непосредственно сопрягается с проблемой выявления группы связанных лиц, что очень трудно сделать и в статистическом наблюдении, и в хозяйственной практике (в том числе при квалификации сделок компании с аффилированными лицами). Затем, в лекции 4, мы упомянули, что, используя опросные методы, можно хотя бы приблизительно провести различие между фактически доступным и общепринятым объектом обследования, т.е. предприятием – юридическим лицом, и функционирующей фирмой как действительно необходимым объектом экономического исследования. Специальные процедуры, направленные вопросы, в принципе, позволяют: а) определить границы фирмы как бизнеса, который может существовать в виде группы юридических лиц, принадлежащих и контролируемых одним владельцем или коалицией собственников; б) понять, каков статус обследуемого юридического лица, является ли оно самостоятельным предприятием (в этом смысле фирмой) или составной частью некоего бизнеса. В этой возможности заключается одно из неоспоримых преимуществ гибких опросных методов, повышающее достоверность выводов исследования.

Очевидно, что стратегии поведения и степень свободы в принятии решений на предприятии будут существенно различаться при его независимом существовании или вхождении в группу лиц, а также зависеть от его статуса в этой группе. Особенно ярко это может проявляться в организации системы менеджмента и корпора-

тивного управления, в особенностях структур собственности. Любопытно, что несмотря на бурное развитие интеграционных процессов после завершения массовой приватизации, приведших к формированию многочисленных групп компаний (или бизнес-групп, как их часто называют в литературе [34, глава 4]), понадобилось почти 10 лет, чтобы не только они стали предметом изучения (самые первые работы по бизнес-группам, финансово-промышленным группам сделаны еще в конце 1990-х гг. [4, 51], они опирались на доступные статистические данные из отчетов эмитентов и структурного обследования Госкомстата), но и выявлялись последствия для состояния и поведения предприятий, входящих в эти группы. К середине 2000-х гг. появились эмпирические работы, непосредственно ориентированные на определение границы фирмы (бизнеса), выявление роли интеграции, различий в поведении и внутренней организации между независимыми предприятиями и членами бизнес-групп.

Вставка 8.1.

Осознание проблемы границы фирмы в первую очередь было присуще качественным исследованиям крупнейшего, так называемого «олигархического» российского бизнеса, процессов его становления и моделей организации. На примерах крупнейших групп были охарактеризованы их границы в описательных работах [28]. Используя разнообразные подходы и источники информации, также были определены границы восьми крупнейших бизнес-групп (включившие более 700 предприятий), оценены их экономические показатели и показаны место и роль в экономике [20]. В начале 2000-х роль интеграции – на отдельных примерах из средств массовой информации – обсуждалась применительно к процессам перераспределения собственности и формирования структуры рынков [16, 32].

Впервые в эмпирическом исследовании вопрос об уточнении границ объекта наблюдения был поставлен в качественном исследовании – серии из 20 интервью, проведенных в 2003 г. в рамках проекта «Инсайдеры, аутсайдеры и хорошее корпоративное управление в переходных экономиках: Россия и Болгария», выполненного ГУ ВШЭ совместно с коллегами из Центра сравнительных исследований (Болгария) и Университета Огайо (США). В анализе материалов интервью было, в частности, показано [18], что для предприятий, входящих в бизнес-группы или холдинги, характерны специфические формы организации контроля собственников над менеджментом и их прямое участие в процессах принятия решений. Тогда же среди результатов проекта был предложен методический вывод о необходимости четкого определения статуса предприятия в опросах руководителей [12], который удалось реализовать лишь через два года в крупном исследовании акционерных обществ.

В середине 2000-х гг. были сделаны две крупные эмпирические работы, в которых методически по-разному решена задача определения границ бизнеса. Первый проект ставил своей целью оценить масштабы интеграции и ее влияние на формирование частного сектора [10]. Его эмпирической основой стало исследование Всемирного банка, сделанное в 2003 г., создавшее специальную базу данных о собственности и контроле по 1700 крупнейшим российским компаниям. Чтобы выявить их владельцев, исследователи прибегли к косвенному методу: были проинтервьюированы журналисты, консультанты, представители информационных и аналитических агентств, инвестиционных банков. В ходе проекта также были собраны данные о продажах, активах и численности занятых, что позволило не только очертить границы крупнейших бизнес-групп, но и проанализировать эффективность их деятельности с использованием методов регрессионного анализа. Входящие в «олигархические» группы предприятия луч-

ше использовали ресурсы в период экономического подъема, что выразилось в ускоренном росте совокупной факторной производительности по сравнению с другими предприятиями [50].

Впервые формализованный опрос руководителей предприятий разных размеров, посвященный вопросам корпоративной интеграции, был сделан в 2005 г. в рамках проекта Московского общественного научного фонда (МОНФ) «Интеграционные процессы в корпоративном секторе: стимулы, формы и экономические последствия» [21]. Программа обследования была подготовлена экспертами ГУ ВШЭ и Университета Хитоцубаши (Япония) [49]. Опрос охватил 822 акционерных общества с численностью занятых свыше 100 человек в промышленности и связи и вышел за рамки изучения крупнейшего бизнеса. Одной из предпосылок исследования стало наличие такого ключевого внутреннего фактора развития российских предприятий, основанного на мотивациях экономических агентов, как стремление к интеграции, базирующейся на отношениях собственности. Деятельность предприятий на фоне интеграции сопровождалась существенными изменениями в организации производства и менеджмента, реструктуризации бизнеса, практике корпоративного управления и экономическом поведении на рынках.

Методически анализ роли интеграции был основан на усовершенствованном инструментарии обследования. В вопросник в общее описание компании были добавлены два вопроса о ее статусе. Первый вопрос звучал следующим образом: «Является ли ваше предприятие независимым (автономным) или частью холдинга (группы компаний), основанной на взаимном владении акциями и/или паями?». Развивая этот вопрос, выявлявший дихотомию между автономными, независимыми предприятиями и предприятиями, вовлеченными в интеграцию, только для предприятий, входящих в группы компаний, формулировался второй вопрос: «В составе холдинга (группы компаний) ваше предприятие является управляющей (головной) компанией холдинга (группы компаний) или предприятием – членом холдинга (группы компаний)?». Это методически простое решение сразу позволило выделить кластер интегрированных предприятий (по результатам ответа на первый вопрос). Именно для этого кластера был разработан специальный блок вопросов, в которых исследовалась собственно корпоративная интеграция – ее масштабы, формы, динамика, эффективность, выгоды для предприятий. Кроме того, это разбиение позволяло подойти к изучению поведения предприятий, входящих в группы компаний, а также сопоставить его с поведением независимых предприятий. Также совместное использование двух вопросов позволило выделить бизнес, к которому мы отнесли независимые предприятия и – как представителей бизнес-группы – ее головные и управляющие компании. В качестве зависимых лиц, т.е. части бизнеса, рассматривались предприятия, которые входили в бизнес-группу на правах их рядовых членов. Именно эта группировка позволила затем более глубоко изучить отношения собственности и внутрикорпоративного контроля, процессы принятия решений [33].

Аналогичный вопрос (является ли предприятие независимым (автономным) или частью холдинга (группы компаний), построенного на отношениях владения) был задан в опросе более 1000 предприятий в рамках совместного проекта ГУ ВШЭ и Всемирного банка по изучению конкурентоспособности российских предприятий. В данном случае для членов групп компаний также исследовались основные характеристики интеграции, ее роль в развитии предприятий, при этом интеграция выступила значимым фактором поддержки инноваций, совершенствования менеджмента [35].

В другом проекте МОНФ, основанном на эмпирическом исследовании более 100 компаний Уральского региона в 2006 г. [39], также выявлялось, стали ли предприятия членами финансово-промышленных групп или холдингов или не являются

ся членами групп компаний. Входящие в холдинги или группы предприятия были затем разделены на материнские, дочерние и зависимые общества.

Очевидно, что возможны и другие способы выявления взаимозависимости предприятий, в том числе и на иных, нежели владение, основаниях. Гибкость опроса позволяет предложить разные способы, адаптированные к потребностям исследования. Так, попыткой уточнить границы и оценить степень независимости фирмы стал подход, который ориентировался на степень самостоятельности принятия решений и был использован для анализа стратегий менеджмента компаний [15]. Анкета включала оригинальный вопрос, насколько фирма независима в своих действиях (с выделением четырех возможных вариантов: абсолютная автономность, участие в неформальной группе предприятий, координирующих некоторые действия, вхождение в состав крупной хозяйственной структуры, определяющей перспективное развитие или перспективное развитие и текущую деятельность). Другая попытка отследить интеграцию [3] опиралась на вопрос об участии (неучастии) обследуемых юридических лиц в формальных (юридически оформленное объединение, холдинг, финансово-промышленная группа) или неформальных объединениях (альянсы, ассоциации и т.п.).

Таким образом, формализованные опросы и углубленные интервью позволяют уточнить границы изучаемых объектов, оперировать не понятием юридического лица, а представлением о фирме (бизнесе), тем самым повысить достоверность получаемой информации и интерпретации результатов, в том числе проверять гипотезы о роли интеграции. Для уточнения объекта могут быть предложены различные способы, по-разному измеряющие степень и характер интеграции между предприятиями в зависимости от задач анализа. Сегодня уже затруднительно исследовать предприятие, не определив четко его статус, поскольку координация решений и имущественная интеграция присущи бизнесу разных размеров практически во всех секторах экономики.

8.2. Комбинирование методов сбора информации о предприятии

Для обоснованной постановки целей и задач эмпирического обследования, а также улучшения интерпретации полученных результатов еще в начале 1990-х гг. исследователи осознали желательность расширения спектра используемых данных. Как отмечено в предшествующей теме, начало комбинированию источников информации было положено в эмпирических работах первой половины 1990-х гг. Особая роль отводилась сочетанию количественной и качественной информации [8], которое продемонстрировало свои возможности в переходных условиях, хотя и было непривычным для экономистов¹⁰. В период кардинальной ломки старой системы государственного и отраслевого управления, необходимости быстро приспосабливаться к изменениям во внешней среде сочетание формализованных опросов и углубленных интервью в рамках одного и взаимосвязанных цепочек исследований позволило понять механизмы и мотивы адапционного поведения и затем оценить степень распространения разных его стратегий [1].

¹⁰ Экономисты обычно работают с отчетностью предприятия или с данными формализованных опросов, отдавая углубленные интервью на откуп социологам. Однако роль интервью трудно переоценить, поскольку именно они дали новое представление о сдвигах во внутренней организации предприятий, об интересах их руководства [9].

Отчетность предприятий, особенно в условиях высокой инфляции, отличалась существенными искажениями. Однако постепенно, по мере ее улучшения и приспособления к рыночным условиям, расширения видов отчетности, возрос интерес и к этому источнику. Возможности его использования существенно возросли с появлением баз данных и систем раскрытия информации, доставляющих доступ, минуя предприятие. Это способствовало возвращению количественных данных отчетности в арсенал анализируемой информации и ее комбинированию с материалами опросов.

Сегодня наиболее часто применяемые сочетания источников пообъектной информации представляют: формализованный опрос и углубленное интервьюирование; формализованный опрос и объективную статистику (отчетность); формализованный опрос, углубленное интервью и объективную статистику. Это позволяет комплексно описать каждое предприятие, сопоставить пообъектные данные и отчасти преодолеть субъективизм опросных методов.

Вставка 8.2.

Приведем примеры сочетания разнообразных методов получения информации от предприятий. Так, еще в 1998 г. ИСАРИП выполнил академический проект «Неформальный сектор в российской экономике: формы существования, роль и масштабы», который опирался на инструментарий микроэкономических обследований [26]. Задачами исследования стали: описание теневого поведения предприятий и его влияния на общие стандарты поведения, а также оценка масштабов неформальной деятельности. Эмпирической основой проекта послужили три основных вида данных, как специально собранных, так и имевшихся в органах статистики:

- материалы проведенных углубленных интервью с предпринимателями и менеджерами предприятий разных секторов, а также с экспертами (бухгалтерами-консультантами, аудиторами, юристами). Учитывая сложность темы, для интервью приглашались знакомые исследователям предприниматели и специалисты, которые были готовы поделиться «секретами»;
- объективная статистика (данные бухгалтерской и статистической отчетности предприятий), содержащая пообъектную базу данных по 258 промышленным предприятиям 6 регионов Европейской части России по 13 основным показателям деятельности предприятий за 1995–1997 гг.;
- субъективная статистика (сводные результаты дистанционного анкетирования представителей предприятий по обширным выборкам). Она основана на вопросах, включенных в IV квартале 1997 г. в анкету конъюнктурного обследования по выборкам ЦЭК (1100 промышленных предприятий и 2500 предприятий розничной торговли). При этом часть из охваченных опросом промышленных предприятий (203 объекта) также была представлена в базе данных объективной статистики. Дополнительно в анкету конъюнктурного опроса ИЭПП (около 500 ответов) добавлены вопросы, характеризующие институциональные особенности теневого поведения.

Для изучения моделей теневой активности и поддерживающих ее механизмов и интересов экономических агентов основным источником стали качественные и экспертные интервью, для оценки влияния теневой составляющей на общие стандарты поведения – качественная информация и результаты дистанционных опросов. Измерение масштабов теневой деятельности было основано на объективной статистике, дополнительно использованы опросы по выборкам ЦЭК, в которых обобщались субъективные оценки уровня теневого оборота респондентами.

Еще один яркий пример комбинирования источников информации представляет многократно упоминавшийся проект ГУ ВШЭ [3], в котором сочеталось три

источника информации. Первый и основной – официальные данные о хозяйственной деятельности предприятий, взятые из форм статистической (структурное обследование и ряд иных форм) и бухгалтерской (баланс, приложение к балансу) отчетности за 1997–2002 гг. В базу вошли данные по представительной выборке 1288 предприятий (12 регионов России), сформированной Росстатом по средним и крупным промышленным предприятиям, участвовавшим в структурном обследовании. Вторым источником стало дистанционное анкетное обследование, проведенное осенью 2002 г. по кругу этих же предприятий, где получено 473 анкеты (анкета распространялась через региональные статистические управления, поэтому уровень отклика столь велик, он составил почти 37%). К ним присоединены еще 50 анкет по успешным предприятиям Москвы и Московской области, заполненные в ходе бесед интервьюера с респондентами. Третьим источником информации стали 37 интервью с руководителями предприятий, сделанные в 2003 г. Интервью были ориентированы на изучение процессов модернизации и более глубокий анализ факторов, которые способствовали или препятствовали повышению конкурентоспособности бизнеса.

Здесь уместно выполнить обещание, данное в теме 3, и пояснить, каким образом отбирались предприятия для интервью. Для сопоставимости результатов и получения относительно большого числа объектов взяты три наиболее распространенные отрасли промышленности: машиностроение, пищевая и легкая промышленность (в итоге по 11 предприятий в каждой отрасли). Пищевая промышленность представляла пример относительно успешного вида деятельности, ориентированного на внутренний рынок, но в то же время испытывающего конкуренцию с импортом. Что касается легкой промышленности и машиностроения, то эти отрасли пережили самый серьезный спад производства вследствие падения спроса (машиностроение), а также жесткой конкуренции с импортом, проблем со снабжением сырьем (легкая). Кроме того, в выборку были включены четыре предприятия металлургии как успешного сектора, ориентированного на экспорт. При отборе учитывались дополнительные признаки: обязательное наличие историй успеха и провала, включая и прохождение через процедуру банкротства (6 компаний), наличие не только приватизированных, но и вновь созданных фирм.

Комбинирование источников информации позволило провести комплексное исследование поведения предприятий и определяющих его факторов. Были применены разные методы анализа количественных данных (описательная статистика, группировки, кластерный и регрессионный анализ), аналитические таблицы и группировки для качественных материалов интервью. Отдельные исследовательские сюжеты строились или на одном, или на сочетании источников. Так, например, анализ эффективности использования ресурсов на микроуровне сделан исключительно на статистических данных. Выявление факторов реформирования предприятий (конкуренция, взаимоотношения с органами власти, корпоративная собственность и контроль) и их возможного влияния на модернизацию и эффективность бизнеса основывались в основном на результатах опроса и отчасти на материалах интервью, при этом индикаторы эффективности были взяты из данных отчетности. Адаптация менеджмента компаний к становлению рынка и роль качества менеджмента в реструктуризации в основном анализировалась по интервью и с небольшим использованием итогов опроса. В то же время данные структурного обследования позволили провести регрессионный анализ зависимости уровня и динамики эффективности предприятий от характеристик собственности и инвестиционной активности. Тем самым были продемонстрированы возможности использования исключительно данных отчетности без обращения к трудоемким процедурам сбора дополнительной информации [19].

Из более поздних работ еще раз назовем проект ГУ ВШЭ и Всемирного банка по исследованию конкурентоспособности российского бизнеса [35]. Эмпирическое обследование было основано на крупной анкете, фактически состоявшей из трех частей. Большая часть, касающаяся внутренних проблем предприятия и отношений с внешними институтами среды, предназначена для директора компании или представителя высшего руководства, вторая часть, посвященная анализу труда и заработной платы, – для директора по персоналу, а третья часть, охватывающая основные показатели деятельности, заполнялась на предприятии по данным его отчетности уполномоченным работником. Затем в базы были включены пообъектные данные по обследованным предприятиям за ряд лет с использованием доступа к системе информации СПАРК.

Как мы уже отмечали ранее, комбинирование источников информации позволяет не только провести отдельное исследование, но и продолжать анализ с уточнением его гипотез. Этот подход был реализован в работе [1] при последовательном обобщении результатов ряда исследований. Во вставке 8.1 мы продемонстрировали, как анализ 20 интервью не только подтолкнул развитие методического инструментария формализованного опроса, но и позволил сформулировать гипотезы о роли интеграционных процессов в организации менеджмента и корпоративных отношений, которые затем были проверены на обследовании более 800 акционерных обществ.

В итоге многие современные эмпирические обследования построены на сочетании разнообразных источников: отчетности, формализованного опроса и углубленного интервьюирования, привлечении иной доступной информации. Зачастую в формализованном опросе участвуют разные по своей ролевой позиции респонденты, заполняющие соответствующие части вопросника, что ведет к увеличению его объема и усложнению. В таком случае обследование каждого предприятия приближается к мини-кейсу и весьма трудоемко. Вместе с тем наличие альтернативных источников расширяет возможности анализа, позволяя выработать более обоснованные гипотезы, проверять их на количественных данных, в том числе панельных данных отчетности, тем самым помогает в понимании интракорпоративных процессов и интерпретации количественных результатов.

8.3. Комбинирование источников информации о проблемной области

Еще одна возможность повышения обоснованности выводов исследования и преодоления субъективности опросов коренится в привлечении дополнительной информации об изучаемой проблемной области. Более критическому восприятию оценок и суждений руководителей предприятий может помочь «перекрестная» проверка, а именно сочетание данных, полученных от предприятий и иных объектов. Как техника сбора информации (речь идет о формализованных опросах или углубленных интервью), так и состав этих объектов (обычно институты внешней среды) определяется проблемной областью исследования. Подобные работы ведут свое начало с середины 1990-х гг.

Вставка 8.3.

Одной из работ в России, построенных на комбинировании информации о разных объектах, был проект «Региональные исследования по формированию частного сектора», выполненный за счет средств Займа содействия осуществ-

лению приватизации Всемирного банка [43]. В течение двух с половиной лет МАЦ при методической помощи ИСАПП реализовывал мониторинг состояния предприятий и среды их функционирования в трех регионах: Тульской и Иркутской областях и Республике Удмуртия. Было проведено четыре опроса руководителей предприятий с интервалом 5–6 месяцев в технике формализованного интервьюирования по панельной выборке из более 200 объектов. В эти циклы вошли и углубленные интервью с ограниченным числом предприятий из той же выборки (всего удалось сделать более 100 интервью). По результатам обследования предприятий выделялись наиболее проблемные области деловой региональной среды. Всего было проведено три обследования институтов и инфраструктуры среды в технике углубленного интервью: представителей законодательной и исполнительной власти, банков, страховых компаний, институтов фондового рынка, предпринимательских ассоциаций и т.п. (в общей сложности примерно по 60 интервью в каждом регионе). Для каждого элемента среды составлялся свой сценарий интервьюирования, а отдельные вопросы «зеркально» отражались и в вопросниках для руководителей предприятий.

Другой пример. Неоднократно упомянутый проект по сравнительному анализу корпоративного управления в России и Болгарии был основан не только на интервьюировании руководителей предприятий, но и представителей бизнес-ассоциаций и саморегулируемых организаций, чья деятельность связана с развитием корпоративного управления и фондового рынка [12]. Включение этого объекта было целесообразно для понимания коллективных действий бизнес-сообщества, его роли в установлении отношений между государством и предпринимателями. Поэтому особое внимание в инструментарии было уделено контактам объединений с властями по вопросам законодательства и правоприменения. Обследование объединений и ассоциаций давало также информацию о позиции их участников, а не только небольшого числа компаний. Проиллюстрируем работу принципами отбора объектов для интервью в России (в Болгарии они были схожими).

Что касается предприятий, то в выборку были включены только открытые акционерные общества с числом занятых свыше 200 человек, для которых вопросы корпоративного управления должны иметь значение. При этом присутствовало не менее 5 публичных компаний, чьи акции и облигации торгуются на российских или зарубежных биржах. В опрос вошли приватизированные и вновь созданные частные предприятия (участие государства не должно было превышать 25% акций) разных секторов, хотя преимущество отдано было промышленности. Был наложен запрет на включение предприятий естественных монополий, финансово-банковского сектора и сельского хозяйства вследствие их специфики. Обеспечено наличие не менее чем по 5 предприятий, которые имеют иностранных инвесторов (более 20% акционерного капитала), экспортируют не менее 15–20% выпуска. Респондентами могли быть председатель совета директоров компании или члены совета, занимающие позицию генерального директора либо его заместителя по вопросам экономики, финансов, корпоративных отношений, а также основные владельцы общества.

Более сложной задачей был отбор ассоциаций, потому что размеры финансирования позволяли обследовать (провести интервью и собрать дополнительную информацию, в том числе по интернет-сайтам) только пять объектов. В каждой стране выбирались наиболее влиятельные игроки в регулировании корпоративного управления, защите интересов инвесторов, крупных и мелких акционеров, эмитентов. В России были привлечены Российский союз промышленников и предпринимателей и Российский институт директоров как представители интересов ключевых собственников и менеджеров, Ассоциация по защите прав инвесторов и Ассоциация независимых директоров, отражающие интересы мелких акционеров, инвесторов, а также наиболее крупная организация профессиональ-

ных участников (и инвесторов) – Национальная ассоциация участников фондового рынка. Выбор респондента в каждом объединении осуществлялся с учетом его функций и компетенции. Респондентом мог стать представитель руководства, который непосредственно занимается вопросами корпоративных отношений и обязательно вовлечен в общение с членами объединений. Как правило, в крупных общенациональных ассоциациях это не был их высший руководитель.

Приведем еще один пример совместного проекта ГУ ВШЭ и Хельсинской школы экономики и делового администрирования «Новые бизнес-стратегии финских и российских компаний: взаимодействие с влиятельными участниками рынка», который реализуется в 2007–2009 гг. в двух регионах России: Республике Карелия и Московской области. В основу обследования положен метод углубленного интервью с руководителями предприятий (крупных предприятий-инвесторов, мелких и средних предприятий, выступающих поставщиками по отношению к крупным предприятиям-инвесторам), представителей органов власти и предпринимательских союзов и ассоциаций. Будет проинтервьюировано по одной финской и российской компании, пришедших в данный регион, по 2–3 малых и средних предприятия и сделано по одному интервью с представителями органов власти и деловых ассоциаций в каждом регионе. Методика сбора информации – это разные для каждого объекта сценарии с наличием одинаковых вопросов, позволяющих сопоставить точки зрения разных сторон (в [13, Приложение] опубликованы проекты сценариев).

Завершая сюжет о комбинировании объектов в эмпирическом обследовании, подчеркнем, что подобная методология работы часто предполагает более широкий круг задач, нежели проверка сведений от руководителей предприятий и их уточнение. Ряд исследовательских проблем с самого начала стоит изучать именно путем формирования особой методологии обследования, его временной последовательности и разветвленного инструментария, особенно если речь идет о взаимоотношениях предприятий с элементами деловой среды, региональных исследованиях. Безусловно, это трудоемкий метод, но он дает более глубокий и комплексный взгляд на проблемную область, нежели опрос руководителей предприятий. Подобный всесторонний анализ особенно важен для прикладных работ, выходом которых становятся рекомендации по совершенствованию законодательства и экономической политики.

8.4. Заключение:

еще раз об опросах как методе сбора информации на предприятиях

Подведем итоги нашего курса, обратив внимание на опросы руководителей предприятий как на источник информации об их поведении и его месте среди других источников. Статистическое наблюдение доставляет сводные данные о ресурсной базе и результатах деятельности в экономике, ее секторах и видах деятельности, используемые в прикладном макроэкономическом анализе. Для характеристики отдельного предприятия существуют данные их разнообразной отчетности. Они содержат массив количественных показателей, которые отражают итоги его деятельности, однако не представляют его поведенческих и институциональных особенностей. Ограниченность данных отчетности для анализа поведения предприятия и сопутствующие им искажения привлекли внимание исследователей к иным источникам информации. Поэтому с начала 1990-х гг. стали использоваться разнообразные эмпирические обследования: качественные (монографические обследования, глубокие ин-

тервью) и количественные (опросы в виде формализованного интервьюирования или дистанционного анкетирования). Выработанные эмпирической социологией методы нашли свое место в экономико-институциональных исследованиях и стали неотъемлемой частью прикладных экономических работ на микроуровне.

Вместе с тем за прошедшие годы методология и практика составления отчетности предприятий претерпела существенные позитивные изменения по составу собираемых данных и способам их обработки, хранения и предоставления, в ней появились формы и показатели, характеризующие (пусть и формальными индикаторами) внутреннюю организацию предприятий, систему корпоративного управления. Созданы и доступны пользователям различные электронные системы и базы данных по большему совокупностям предприятий, хотя не всегда в удобных интерфейсах и по умеренным ценам.

Многолетний опыт применения эмпирических обследований российских предприятий в академических и прикладных целях показал широкие возможности опросных методов. Главное, что они дают уникальную количественную и качественную информацию, которая не может быть получена иными путями. *Опросы действительно позволяют исследователям:*

- изучать поведение предприятий, выявляя типичные модели поведения или классифицируя наблюдаемые на практике модели (разновидности), понять качественные сдвиги в состоянии и поведенческих стратегиях и тактиках бизнеса;
- ввести в экономический анализ интересы основных участников управления предприятием, прежде всего владельцев и топ-менеджеров, понять механизмы согласования этих интересов и их роль в процессе принятия решений;
- проникнуть «внутрь» предприятия, изучать стиль и качество менеджмента, механизмы и организацию управления, процессы производственно-технологической и управленческой модернизации;
- использовать мнения, экспертные оценки и ожидания респондентов – представителей руководящего состава предприятий, в том числе комплексные оценки состояния, целей и перспектив бизнеса;
- выявить проблемы и ограничения в деятельности предприятий, в их взаимодействиях с бизнес-средой, включая органы власти;
- оценить явления, которые находятся вне сферы регулярного статистического наблюдения (например, бартерные отношения, проведение мероприятий по реструктуризации бизнеса, развитие систем управления);
- выявить факторы (и тем самым последствия для экономики в целом), формальные и неформальные институты становления стратегий или моделей поведения предприятий.

Вместе с тем, раскрывая особенности опросных методов, мы старались не только показать плодотворность их применения в эмпирическом исследовании, но и предостеречь от переоценки их возможностей, забывчивости по отношению к их ограничениям и присутствующим им искажениям результатов.

Рассматривая разнообразные источники пообъектных данных и методы их получения, мы продемонстрировали, что каждый метод имеет свои достоинства и недостатки, присущие ему искажения реальности, объективные и субъективные. В этом контексте ответ на вопрос о возможности полного и истинного знания, полученного при внешнем наблюдении за предприятием, отрицателен, информация всегда будет в той или иной степени недостоверна при любых формах наблюдения.

Мы показали также, что методически искажения, обусловленные преобладанием «социологического» – субъективного инструментария в опросах, могут быть отчасти нивелированы. Очевидно, что будут способствовать смягчению искажений опросы на панельных выборках предприятий, когда руководители уже вовлечены в долгосрочное обследование, хорошо понимают суть вопросов и доверяют исследователям.

Для повышения качества информации эмпирические исследования могут и должны опираться на сочетание различных источников микроэкономических данных. Однако здесь исследователя подстерегает опасность несоответствий и даже противоречий между результатами, полученными разными методами и/или на разных источниках информации, что требует особого внимания к интерпретациям и выводам. Эти противоречия необходимо фиксировать, причем оценка достоверности тех или иных выводов может быть отдана на откуп экспертному сообществу в целом.

В итоге стоит посоветовать исследователям, стремящимся опереться на данные формализованных опросов в своей работе:

- учитывать границы фирмы при построении выборок и инструментария сбора информации;
- стремиться комбинировать методы анализа и источники информации, сравнивать возможные выводы, идти к комплексному использованию разнородных данных о предприятиях или о проблемной области;
- стараться понять источники искажения данных и смещения выборок, в том числе обусловленных поведенческими особенностями объектов и респондентов, делать на них поправку в анализе и объяснении результатов, прибегая и к другим источникам информации;
- расширять практику использования кейс-стади и углубленных интервью, особенно для исследований интракорпоративных процессов и интересов их участников, что в последние годы становится основным фокусом исследований. Шире применять эти методы для обоснования исследовательских гипотез;
- не забывать, что представительные и обоснованные выводы могут быть получены только на широких совокупностях предприятий. Именно техники формализованного опроса позволяют прибегать к современным методам статистического и эконометрического анализа, проверять гипотезы, заранее выдвинутые исследователями на основе научной литературы, теоретических положений или предшествующих работ.

8.5. Дополнение:

как помочь слушателям в освоении курса

Завершив изложение установочных лекций по курсу, мы хотели бы еще обсудить вопросы *усвоения материала слушателями* и контроля их знаний. Проблема в том, что один короткий курс по определению не сможет научить работе с опросными методами, он дает лишь представление об их важности, незаменимости в ряде случаев, уникальности доставляемой информации, о процессе организации и возникающих проблемах и «подводных камнях». Роль данного курса информационно-ознакомительная, но не инструментальная. Для разработки и проведения эмпирических обследований на практике потребуются приобретение навыков, накопление опыта участия в подобных работах. Поэтому для проверки, насколько усвоен курс, бессодержа-

тельно ограничиться только контролем изучения материала, стоит ориентироваться на «обучение действием» с моделированием исследовательских ситуаций и форм работы. Какие в данном случае можно использовать приемы?

Прежде всего, для лекции или занятия семинарского типа можно предложить *изучение отдельных примеров исследований*, их подробный разбор, начиная с составленного инструментария и до выводов из работы. В данном случае особое внимание нужно уделить не столько исследовательским гипотезам, сколько методикам, которые использовали их разработчики в полевых работах, специально обратить внимание на инструментарий и переменные для измерения тех или иных событий, явлений, процессов. Понятно, что при этом необходимо располагать текстами реальных (адаптированных) вопросников.

Последующая более самостоятельная работа может ориентироваться на *составление и развитие примеров (методик) обследований* силами слушателей при участии преподавателя. В данном случае возможны два вида работ в аудитории.

- Совместная разработка методологии и методики сбора информации под сформулированную заранее исследовательскую проблему, при необходимости адаптированную к уровню слушателей. Фактически можно пройти некоторые методические стадии и задачи обследования: структурировать проблему, выдвинуть гипотезы, найти примерные индикаторы (разные варианты) для их проверки, выработать структуру и логику исследования, подойти к составлению инструментария. Сделать полный вопросник в аудитории маловероятно. Но, например, речь может идти о том, что на жаргоне разработчиков часто называют уровнем «идеи вопроса», т.е. некоторой нечеткой и неполной его формулировки, часто в нескольких версиях.

- Применяя доступный инструментарий, созданный и использованный в ранее сделанных проектах, сформулировать на его основе новые темы для изучения и соответствующие гипотезы, описать предлагаемые методы анализа информации и набор соответствующих переменных, группировок, вплоть до моделей для проверки гипотез. В данном случае речь фактически идет об имитации вторичного использования данных – процедуры, которая часто встречается в социальных исследованиях. Думается, что слушателям, которым потом предстоит делать выпускные работы или диссертации, навыки свежего взгляда на существующие данные особенно полезны¹¹⁾.

Для итогового контроля рекомендуется *выполнение коллективных домашних работ (мини-проектов)*. Слушателям предлагается заранее сформировать несколько исследовательских команд, в каждую из которых входило бы по 3–4 участника. Этим командам ставится задача создания методики эмпирического обследования на заданную тему. Возможна разная степень разработанности методики. Обычно может идти речь о двухшаговой работе. На первом обязательном шаге команда описывает цели, задачи и организацию исследования, которое она предлагает для реализации поставленной проблемы (темы), проводит ее содержательную структуризацию, включая четкое описание объекта исследования, в том числе выборки, формулирует основные гипотезы и предложения по методам сбора необходимой информации. Вторая часть работы предлагает инструментарий (небольшую анкету, вопросник, сцена-

¹¹⁾ Безусловно, дальнейшим развитием обучения стала бы отработка примеров на реальных данных (впрочем, здесь встает вопрос о доступности этих данных), но это предмет другого курса, задачи которого шире, со специальными тьюторскими занятиями в малых группах.

рий интервью, данные отчетности и т.п.), при этом его можно ограничить упрощенными формулировками, для закрытых вопросов – без полноты вариантов ответов.

Результаты домашней работы представляются как в виде текста, так и в устной презентации каждой исследовательской команды. Целесообразно до завершения текста провести презентацию в форме небольшого научного семинара (в целом примерно до 30–40 минут): авторы описывают результаты, отвечают на вопросы аудитории, слушатели также высказывают свои комментарии и замечания, затем подводятся итоги. В некоторых случаях в более старшей аудитории можно назначить официального комментатора из числа слушателей, который познакомится с презентацией заранее. Такая работа вовлекает коллектив в активное обсуждение, развивает навыки дискуссии. В итоге плюсы и минусы предложенной программы формулируют сами слушатели, а авторы видят возможности для доработки письменного текста.

Содержательно следует предлагать несколько тем на выбор самих исследовательских групп (естественно, с консультациями преподавателя по возможным дополнительным источникам для чтения). Эти темы могут различаться по широте или глубине поставленной проблемы, предметным областям. Важно, чтобы тема в целом соответствовала уровню экономических знаний слушателей и отражала реалии российских предприятий.

В итоговом контроле знаний также может использоваться упрощенный аналог подобной домашней работы – во время устного ответа студенту может быть предложена узкая проблема с тем, чтобы он кратко описал возможную программу сбора эмпирических данных для ее анализа.

Вставка 8.4.

Приведем несколько условных тем для подготовки домашних работ и презентаций.

Тема 1. В условиях открытой глобальной экономики и обостряющейся конкуренции за рынки сбыта важным фактором развития предприятий становится экспорт их продукции за пределы России. Министерство экономического развития поставило перед экспертами ГУ ВШЭ задачу изучить экспортную деятельность российских промышленных предприятий, определить ее масштабы и направления, а также проблемы, с которыми они сталкиваются при экспорте своей продукции. Результаты анализа должны дать информацию для совершенствования экономической политики.

Тема 2. Известно, что в России малое предпринимательство развито меньше, чем в странах Евросоюза, других странах Восточной Европы. В связи с этим организация предпринимателей ОПОРА ставит целью изучение предпринимательского климата для малого бизнеса в нескольких регионах России. Задача этой работы – представить описание проблем и ограничений, с которыми сталкиваются малые предприятия в повседневной деятельности, какие способы преодоления этих проблем могли бы предлагаться со стороны органов власти в российских регионах.

Тема 3. Московская межбанковская валютная биржа (ММВБ), на фондовой секции которой проходят торги ценными бумагами российских компаний, решила провести «маркетинговое исследование» своих услуг. Она поставила задачу определить спрос на размещение ценных бумаг со стороны российских компаний на биржах в ближайшие три года, чтобы разработать план своего развития.

Опыт апробации подобных домашних заданий показал интерес слушателей к их выполнению в малых группах и проведению научных мини-семинаров, где студенты активно включались в дискуссии. Мы предлагали как реальные (адаптированные) примеры, так и некоторые постановки, которые не были проверены практикой, но имели под собой реальные основания. Многие слушатели продемонстрировали понимание материала, умение применить его для собственной разработки, часто предлагали оригинальные идеи для составления инструментария обследования.

* *
*

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Долгопятова Т.Г. Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение. М.: ДЕЛО Лтд., 1995.
2. Долгопятова Т.Г. Эмпирические обследования предприятий: методы и практика. Тема 1. Эмпирические обследования предприятий: основные задачи и источники информации // Экономический журнал ВШЭ. 2008. Т. 12. № 1.
3. Структурные изменения в российской промышленности / Под ред. Е.Г. Ясина. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

4. Авдашева С.Б., Балюкевич В.П., Горбачев А.В., Дементьев В.Е., Паппэ Я.Ш. Анализ роли интегрированных структур на российских товарных рынках. М.: ТЕИС, 2000.
5. Алимова Т., Буев В., Голикова В., Долгопятова Т. Малый бизнес России: адаптация к переходным условиям // Вопросы статистики. 1995. № 9.
6. Аукуционек С., Батяева А. Российские предприятия в рыночной экономике: ожидания и действительность. М.: Наука, 2000.
7. Барыбин В.В., Крыксин Г.В. О тенденциях кредитования и развития производственной сферы региона // Деньги и кредит. 2007. № 9.
8. Боева И., Долгопятова Т., Широкин В. Государственные предприятия в 1991–1992 гг.: экономические проблемы и поведение. М.: Институт экономической политики, 1992.
9. Боева И., Долгопятова Т., Широкин В. Использование опросов руководителей для изучения экономического поведения предприятий // Социологические исследования. 1993. № 1.
10. Всемирный банк. Собственность и контроль предприятий // Вопросы экономики. 2004. № 8.
11. Голикова В.В., Долгопятова Т.Г., Кузнецов Б.В., Симачев Ю.В. Спрос на право в области корпоративного управления: эмпирические свидетельства // Развитие спроса на правовое регулирование корпоративного управления в частном секторе. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ». № 148. М.: МОНФ: АНО «Проекты для будущего», 2003.
12. Голикова В.В., Долгопятова Т.Г., Симачев Ю.В., Яковлев А.А. Инсайдеры, аутсайдеры и хорошее корпоративное управление: российский опыт. Материалы Международной конференции «Конкурентоспособность и модернизация экономики». Книга 1 / Под ред. Е.Г. Ясина. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
13. Голикова В.В., Яковлев А.А. Анализ моделей взаимодействия крупных и средних компаний с местными и региональными органами власти и негосударственными предпринимательскими объединениями: Препринт WP1/2007/06. М.: ГУ ВШЭ, 2007.

14. *Гуриев С., Лазарева О., Рачинский А., Цухло С.* Корпоративное управление в российской промышленности. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 149. М.: МОНФ: ЦЭФИР, 2003.
15. *Гурков И.Б.* Стратегии и структура корпорации. М.: ДЕЛО Лтд, 2006.
16. *Дерябина М.* Реструктуризация российской экономики через передел собственности и контроля // Вопросы экономики. 2001. № 10.
17. *Долгопятова Т.* Переходная модель поведения российских промышленных предприятий (по данным эмпирического обследования 1991–1995 гг.) // Вопросы экономики. 1996. № 11.
18. *Долгопятова Т.Г.* Собственность и корпоративный контроль в российских компаниях в условиях активизации интеграционных процессов // Российский журнал менеджмента. 2004. Т. 2. № 2.
19. *Долгопятова Т.Г., Уварова О.М.* Эмпирический анализ трансформации собственности, эффективности и инвестиционной деятельности промышленных предприятий // Экономическая наука современной России. 2006. № 1.
20. *Дынкин А.А., Соколов А.А.* Интегрированные бизнес-группы в российской экономике // Вопросы экономики. 2002. № 4.
21. Интеграционные процессы, корпоративное управление и менеджмент в российских компаниях / Под ред. Т.Г. Долгопятовой. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ». № 180. М.: МОНФ: АНО «Проекты для будущего», 2006.
22. *Капелюшников Р.И.* Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2001.
23. *Капелюшников Р.И., Демина Н.В.* Обновление высшего менеджмента российских промышленных предприятий: свидетельства Российского экономического барометра // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 3.
24. Малое предпринимательство в России. 2007: Стат. сб. М.: Росстат, 2007.
25. Малый бизнес в России / Под ред. Т.Г. Долгопятовой. М.: КОНСЭКО, 1998.
26. Неформальный сектор в российской экономике / Под ред. Т.Г. Долгопятовой. М.: ИСАРП, 1998.
27. О деловой активности в строительстве во II квартале 2008 года // Статистический бюллетень. 2008. № 6 (146).
28. *Пантэ Я.Ш.* Олигархи: экономическая хроника 1992–2000. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
29. Положение о проведении мониторинга предприятий Банком России. Центральный банк РФ. 19 марта 2002 г. № 186 – П (доступно по адресу: http://www.businsspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_30926.html).
30. *Радаев В.В.* Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
31. *Радаев В.В.* Формирование новых российских рынков: трансакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М.: Центр политических технологий, 1998.
32. *Радыгин А.* Собственность и интеграционные процессы в корпоративном секторе // Вопросы экономики. 2001. № 5.
33. Российская корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития / Под ред. Т.Г. Долгопятовой, И. Ивасаки, А.А. Яковлева. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
34. Российская промышленность: институциональное развитие / Под ред. Т.Г. Долгопятовой. М.: ТЕИС, 2002.
35. Российская промышленность на перепутье: что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. Доклад ГУ ВШЭ о конкурентоспособности обрабатывающей промышленности в России. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
36. Российская экономика в 2007 году: тенденции и перспективы. Ежегодный обзор Института экономики переходного периода. М.: ИЭПП, 2008.
37. Российский статистический ежегодник. 2007: Стат. сб. М.: Росстат, 2007.

38. Российский экономический барометр. Ежеквартальный бюллетень. Раздел «Опросная статистика».

39. *Ружанская Л., Крутиков Д.* Факторы повышения рыночной стоимости уральских компаний: проблемы практики и политики. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ». № 183. М.: МОНФ, 2006.

40. *Серова Е.* Общественное мнение о российской аграрной реформе // Вопросы экономики. 2000. № 7.

41. Строительство в России. 2006: Стат. сб. М.: Росстат, 2006.

42. *Цухло С.В.* Конкуренция в российской промышленности. Научные труды ИЭПП № 57. М.: ИЭПП, 2003.

43. Частный бизнес: становление и развитие в регионах России / Под ред. Б.П. Сапсаля. М.: ИСАРИ: МАЦ, 1998.

44. *Чепуренко А.Ю.* Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004.

45. Экономико-политическая ситуация в России в сентябре 2008 г. Ежемесячный обзор. М.: ИЭПП, 2008.

46. *Яковлев А.А., Голикова В.В., Капралова Н.Л.* Российские «челноки» – от предпринимателей поневоле к интеграции в рыночное хозяйство // Мир России. 2007. Т. XVI. № 2.

47. *Яковлев А.А., Кокорев Р.А.* Госнаб в условиях реформ: место на рынке и изменения в поведении // ЭКО. 1993. № 11.

48. *Ястребова О., Эпштейн Д., Субботин А.* Рынок сельскохозяйственного кредита: ограничения и финансовая деятельность сельскохозяйственных предприятий // Вопросы экономики. 2005. № 6.

49. *Dolgopyatova T., Iwasaki I.* Exploring Russian Corporations: Interim Report on the Japan-Russia Joint Research Project on Corporate Governance and Integration Processes in the Russian Economy»: IER Discussion Paper Series B. № 35. Tokyo: Hitotsubashi University, Institute of Economic Research, February, 2006 (доступна на: <http://www.ier.hit-u.ac.jp/English>)

50. *Guriev S., Rachinsky A.* Oligarchs: the Past or the Future of Russian Capitalism?: Centre for Economic and Financial Research Working Paper Series. WP 45. (<http://www.cefir.org/Papers/OwnershipConcentration Aug2004.pdf>)

51. *Perotti E. C., Gelfer S.* Red Barons or Robber Barons? Governance and Financing in Russian FIG: CEPR Discussion Paper Series, DP 2204, 1999.

52. Russia's Agriculture in Transition. Factor Markets and Constraints on Growth / Ed. by Z. Lerman. Lanham: Lexington Books, 2007.