

Измерение и анализ коррупции по объективным данным¹

Т. Натхов, Л. Полищук

Ввиду того, что коррупция является противозаконной деятельностью, получение объективных подтверждений коррупции затруднительно или вовсе невозможно, и существующие индикаторы коррупции опираются преимущественно на субъективные суждения и оценки, получаемые в ходе опросов. Используемая в настоящем исследовании методика опирается на измерение непосредственно наблюдаемых искажений, имеющих коррупционную природу; размер таких искажений становится тем самым мерой коррупции. В разделе излагается математическая модель, используемая для оценки коррупции на основе распределения номеров государственной регистрации между автомобилями различных марок, и приводятся результаты расчетов, свидетельствующие о значительной коррупции в соответствующей государственной службе.

1. Как измерить коррупцию

Коррупция определяется как использование общественного положения (как правило, государственных постов и должностей) ради личной выгоды. Такого рода злоупотребления как правило чреватые значительным ущербом для экономики и общества ввиду того, что государственные ресурсы не используются должным образом, искажаются стимулы политиков и чиновников, неоправданно завышаются административные барьеры, государственные органы неэффективно исполняют свои основные функции, и подрывается престиж и доверие к государству. Высокий уровень коррупции обычно связывается с бедностью и отсталостью соответствующих стран, однако для того, чтобы количественно оценить наносимый коррупцией урон, необходимо располагать более или менее надежными измерителями коррупции. Такого рода индикаторы необходимы политикам, руководителям государственных служб и ведомств, гражданскому обществу и бизнес-сообществу, а также ученым и экспертам, исследующим предпосылки коррупции и ее влияние на состояние экономики и общества.

Между тем вследствие ряда причин измерение коррупции представляет собой трудную задачу. Основное препятствие состоит в том, что ввиду противозаконности коррупции, которая в большинстве стран рассматривается как серьезное преступление, коррупционные транзакции носят скрытый характер и поэтому как правило не поддаются прямому наблюдению и измерению. В некоторых случаях, когда бюрократ требует

¹ Авторы признательны А. Едачеву за содействие в проведении используемого в работе опроса и сбор данных о порядке выдачи автомобильных номеров в России.

взятку, ее плательщик может быть заинтересован в разоблачении взяточника, но и в этих ситуациях коррупцию можно «спрятать» и сократить риски разоблачения, например, прибегая к содействию посреднических фирм (Полищук и др. 2008). В других ситуациях коррупция предполагает сговор бюрократа и его «клиента» с целью обмана государства, и здесь обе стороны стремятся сохранить такие транзакции в тайне (Shleifer, Vishny, 1993).

К тому же коррупция многообразна и возникает в различных проявлениях и сферах экономической деятельности, а также в политике и при исполнении государством тех или иных функций. Выделяют, в частности, «низовую» коррупцию, возникающую при общении предпринимателей и граждан с рядовыми чиновниками, и крупномасштабную «коррупцию в верхах», затрагивающую политиков и администраторов высокого ранга. Отличаются друг от друга формы коррупции (вымогательство взятки за предоставление государственных услуг, попустительство за взятку противозаконному поведению, обмен привилегиями, проникновение представителей бизнеса в государственные органы для получения незаконных преимуществ, политическая коррупция и пр.). Далек не всех перечисленных случаях удастся найти достаточно надежные и информативные измерители коррупции.

Тем не менее, индексы коррупции активно разрабатываются и применяются на практике. При расчете таких индексов обычно используются – порой в сочетаниях друг с другом – три основных метода. Первый из них заключается в оценке «восприятия коррупции» (*corruption perception*) с использованием опросных данных, в которых респондентов спрашивают о том, в какой степени коррумпирована их сфера деятельности; при этом оценку обычно просят дать в ранговой шкале. Вторая возможность заключается в том, что респондентов просят сообщить о том, насколько часто им самим (или их знакомым, близким и другим лицам из их профессионального, социального и пр. окружения) приходится сталкиваться с коррупционными проявлениями. Наконец, третий способ состоит в том, чтобы использовать доступные наблюдению и измерению характеристики, относительно которых есть основания ожидать тесной связи с коррупцией (например, высоту административных барьеров, волокиту и пр.)

Два первых способа измерения, так или иначе, носят субъективный характер, что дает основания усомниться в их аккуратности. Общие представления о распространенности коррупции могут отражать преобладающие стереотипы, а не объективное положение вещей (Oldenburg, 1987). Опросы, регистрирующие личный коррупционный опыт респондента, могут давать искаженные результаты ввиду

возможного смещения выборки, а также потому, что даже в анонимном опросе респонденты могут искажать фактическое положение дел из чувства стыда и/или страха.

Преимуществом третьего подхода к измерению коррупции – наблюдение за так или иначе связанными с ней индикаторами – является его объективность, однако при этом важно иметь уверенность, что такие индикаторы и в самом деле тесно связаны с коррупцией. Для такой уверенности, в свою очередь, может быть три основания. Во-первых, в некоторых случаях наблюдению доступны *последствия* коррупции и, в частности, вызванные коррупцией искажения экономических решений (Shleifer, Vishny, 1993).² Коррупция заставляет переносить экономическую деятельность в те отрасли и сферы, где возможности для нее более благоприятны – например, потому, что в этих отраслях меньше риски разоблачения. Разумеется, индивидуальные коррупционные транзакции по-прежнему ненаблюдаемы, но агрегированные искажения можно измерить и получить, таким образом, представление о масштабах коррупции.

Во-вторых, можно следить за *факторами и предпосылками* коррупции, которые поддаются наблюдению и измерению. Например, принято считать, что коррупцию порождают избыточные административные барьеры и вообще чрезмерно обременительное регулирование и частые проверки и инспекции. Высота барьеров поддается измерению, и действительно оказывается коррелированной с оценками коррупции (которые, впрочем, сами получены из опросов) (Djankov et al., 2002).

Аналогичным образом недостаточная прозрачность работы правительства, проблемы с доступом к информации, неспособность обеспечить верховенство закона и пр. также создают предпосылки для распространения коррупции. В принципе о коррупции можно было бы судить по наличию формальных мер и процедур недопущения коррупции (специальные агентства по расследованию коррупции, процедуры закупок и пр.), но международный опыт свидетельствует о том, что связь между формальными институтами и уложениями, с одной стороны, и состоянием экономики и государственных служб, которые эти институты должны поддерживать, может отсутствовать (Glaeser et al., 2004; Acemoglu et al., 2008)

Наконец, в-третьих, коррупция и другие формы социально-экономических патологий могут оказаться связанными с *культурными особенностями общества*, в том числе уровнем доверия, честности, гражданской культуры и пр. Можно предположить, что такого рода особенности влияют на (не)терпимость общества к различным формам

² Именно по причине таких искажений несправедливо утверждение о том, что коррупция «нейтральна» к экономическим результатам и сводится к трансфертам – перераспределению богатства – без ущерба для экономической эффективности).

этически сомнительного поведения (Aghion et al., 2010) В таком случае масштабы предосудительного поведения (отличного от коррупции), если его проще измерить, чем собственно коррупцию, можно использовать для оценки коррупции. В частности, число штрафов за неправильную парковку, неоплаченных дипломатами различных стран, аккредитованных при Организации Объединенных Наций в Нью-Йорке, оказывается значимо коррелировано с оценками коррупции в соответствующих странах (Fishman, Miguel, 2007).

Коррупция чаще всего измеряется на уровне стран мира; обзор различных подходов и методик ее измерения на межстрановом уровне дан в (Treisman, 2007). Выясняется, что различные методы измерения коррупции, связанные главным образом с использованием опросных данных, далеко не всегда хорошо согласуются друг с другом. Такие расхождения могут объясняться различными методиками опроса, кругом опрашиваемых (международные эксперты, предприниматели, население), а также терпимостью респондентов к коррупции, отчего зависит оценка ими ее тяжести, и т.п. В частности, меры, основанные на опросах о *восприятии* коррупции, ожидаемо коррелированы с политическими, экономическими и институциональными факторами, с которыми коррупция обычно ассоциируется (дефицит демократии и свободы прессы, избыточное регулирование, наличие значительных природных ресурсов и пр.) Что касается мер, опирающихся на опросы о личном *опыте* коррупции, то они оказываются «зашумленными», и в меньшей степени связаны с перечисленным выше предпосылками коррупции. Вместе с тем было бы преждевременно утверждать, что первая группа мер лучше измеряют коррупцию – названные корреляции могут быть результатом «эффекта гало» (Bardhan, 2004), когда субъективные оценки респондентами уровня коррупции могут подсознательно выводиться из дефицита демократии и пр. Такая «подгонка под ответ» может поставить под сомнение соответствующие индикаторы и их использование для выявления причин и оценки последствий коррупции.

2. Измерение коррупции в российских регионах

Коррупцию можно измерять не только на национальном, но и на региональном уровне в пределах одной страны. Преимущество регионального уровня анализа состоит в большей сопоставимости данных и результатов измерения; кроме того, в таком случае повышается надежность статистических зависимостей между коррупцией и ее предполагаемыми причинами и последствиями, поскольку для регионов одной и той же страны меньше опасность пропуска существенных для анализа переменных.

В Libman, Kozlov (2013) дан обзор известных их разных источников мер коррупции в российских регионах. В числе таковых упоминаются оценки коррупции в регионах, совместно полученные российским отделением Transparency International и фонда ИНДЭМ; оценки по опросам фонда «Общественное мнение», оценки бизнес-ассоциации ОПОРА, а также индексы коррупции, рассчитанные по материалам проекта ВЕЕРS Европейского банка реконструкции и развития, в котором проводился опрос менеджеров российских предприятий. Авторы рассчитывают коэффициенты парной корреляции между различными мерами коррупции, которые в большинстве случаев оказываются положительными, однако лишь в чуть более одной трети случаев величины этих коэффициентов статистически значимы. Такую рассогласованность различных мер коррупции в российских регионах можно рассматривать как несовершенство по крайней мере некоторых из используемых методик измерения.

Еще одно возможное объяснение состоит в том, что коррупция – это «многомерное» явление, и различные меры коррупции фиксируют ее различные аспекты. С одной стороны, можно ожидать, что при наличии упомянутых выше основных предпосылок неподкупности власти – ее демократической подотчетности, прозрачности и пр. – коррупция не должна возникать на сколько-нибудь значимом уровне ни в одной из ее форм. К такому же выводу приводит теория стимулов государственных служащих, согласно которой их добросовестность, усердие и отказ от коррупции во многом зависят от коллективной репутации класса чиновников в глазах общественного мнения (Dewatripont, Jewitt, Tirole, 1999). С другой стороны, при отсутствии указанных предпосылок «все несчастные семьи несчастны по-разному», и в таком случае в силу специфических для данного региона причин отдельные сегменты государственного сектора и виды государственных услуг могут быть подвержены коррупции в большей или меньшей степени. Такая возможность не позволяет отклонить те или иные индикаторы коррупции только потому, что они не согласуются с другими, однако в отсутствие достоверных способов установить, объясняются ли расхождения между индикаторами коррупции ее многомерностью или большими погрешностями измерения, подобные расхождения вызывают некоторые сомнения в качестве имеющихся индикаторов.

В этой связи особенно ценной является возможность использованию объективных индикаторов коррупции, особенно в тех случаях, когда связь этих индикаторов с коррупцией является неопровержимой. В литературе известны примеры такого рода индикаторов, например разность между расходами на инфраструктуру и оценкой построенных инфраструктурных объектов (Golden, Picci, 2005), или несоизмерно

высокие затраты на стройматериалы (ввиду того, что уникальные строительные объекты особенно привлекательны с коррупционной точки зрения) (Rose-Ackerman, 1999). Однако такого рода измерители отсутствуют для разных стран и регионов и не могут поэтому быть использованы в сравнительных исследованиях коррупции.

3. Автомобильные номера как индикатор коррупции

В настоящей работе мы предлагаем оригинальную методику оценки коррупции, основанную на наблюдении за распределением определенного вида автомобильных номеров среди различных марок автомобилей. По действующим в России правилам, регистрационные номера автомобилей выдаются органами ГИБДД по порядку по мере обращения за номерами владельцев автомобилей. При этом определенные номера (именуемые в обиходе «красивыми») ценятся некоторыми владельцами машин больше, чем остальные, особенно если трехзначная цифровая часть номера состоит из одних и тех же цифр, или имеет вид «00х» или «х00».³ Наличие такого номера считается престижным, а вероятность его получения в законном (т.е. по сути случайном) порядке весьма мала, что создает предпосылки для коррупции, когда за дополнительное вознаграждение, «по знакомству» и т.п. владельцы машин могут получить такие номера в обход официально установленной процедуры. Можно ожидать, что при прочих равных условиях «позволить» себе красивый номер, который, как это явствует из дальнейшего, стоит немалых денег, могут более состоятельные автовладельцы, владеющие более дорогими марками автомобилей.⁴

Из сказанного вытекает возможность следующего теста коррумпированности органов ГИБДД, отвечающих за выдачу автомобильных номеров. В отсутствие коррупции распределение «красивых» номеров среди различных марок автомобилей должно быть близко к равномерному (точнее, частота, с которой такие номера встречаются среди автомобилей той или иной марки, не должна обнаруживать статистически значимых различий между марками). Наоборот, при наличии коррупции следует ожидать аномально высокой концентрации «красивых» номеров среди автомобилей дорогих марок, статистически значимо превышающей среднюю частоту, с которой должны встречаться

³ Мы не рассматриваем возможность получения частными автовладельцами особых разновидностей номеров, которые ассоциируются с государственными, в том числе силовыми, ведомствами и могут стать источником различного рода привилегий на дорогах.

⁴ Из представленной далее в работе теории следует, что «полезность» для владельца «красивого» номера на дорогом автомобиле выше, чем на дешевом. Это является еще одной причиной ожидать приобретения «красивых» номеров владельцами дорогих машин.

такие номера, и тем более распространенность этих номеров среди массовых недорогих моделей. Более того, превышение концентрации «красивых» номеров среди дорогих марок над средним уровнем может (с оговорками, речь о которых пойдет далее) считаться индикатором коррупции.⁵

Основания для такой оценки коррупции состоят в следующем. Можно предположить, что чем более коррумпирована соответствующая служба, тем, при прочих равных условиях, большая часть «красивых» номеров распределяется незаконно и оказывается по вышеуказанным причинам среди машин дорогих марок. (При этом некоторая часть «красивых» номеров, тем меньшая, чем выше уровень коррупции), распределяется в установленном порядке и попадает в том числе владельцам массовых марок машин).

Поскольку по действующим в России правилам регистрационные номера указывают помимо прочего регион страны, в котором эти номера были получены, появляется возможность судить по концентрации «красивых» номеров среди дорогих машин о *сравнительной* коррумпированности соответствующих ведомств в разных регионах страны. Разумеется, при этом следует принять поправки на прочие характеристики регионов, в том числе на уровень доходов населения, который способен повлиять на спрос на «красивые» номера, тогда как уровень коррупции оказывает воздействие на их «предложение».

Заручившись полученными указанным образом индексами региональной коррупции, можно выяснить, до какой степени они согласуются с существующими индикаторами коррупции в регионах, упомянутыми выше в этом разделе. Еще одно перспективное направление анализа заключается в выяснении связи коррупции в региональных органах ГИБДД с тем, насколько эффективно эти органы выполняют свои основные обязанности, связанные с обеспечением безопасности на дорогах. Поскольку коррупция сигнализирует о недостатке контроля над работой сотрудников ГИБДД, следует ожидать ее связи с аварийностью на дорогах и другими признаками халатности дорожной полиции.

Анализируемая разновидность коррупции нестандартна в том отношении, что коррупция обычно возникает при распределении государством различного рода материальных благ и услуг. В данном же случае спрос на определенные типы благ возникает по сугубо психологическим причинам, и государство по тем или иным

⁵ Использование данной меры коррупции может быть поставлено под вопрос при наличии вторичного рынка «красивых номеров», когда возможна их перепродажа в частном порядке (подробнее см. следующий раздел). В таком случае повышенная концентрация «красивых» номеров среди дорогих машин может быть отчасти рыночным результатом, а отчасти – последствием коррупции.

причинам не пользуется возможностью соответствующим образом легально дифференцировать цены на свои услуги, эффективно удовлетворяя этот спрос с выгодой для бюджета. Распределение более или менее предпочитаемых номеров на одних и тех же условиях создает предпосылки для коррупции, поскольку рыночный спрос на «красивые номера» значительно выше, чем на все остальные. Возможности измерения данного вида коррупции связана с тем, что номера и марки автомобилей доступны наблюдению, и хотя наличие «красивого» номера на дорогой машине само по себе не является достоверным признаком коррупции, распределение номеров позволяет сделать такой вывод и считать его статистически обоснованным.

4. Как устроено получение «красивых» номеров?

В России до сих пор отсутствует возможность легально приобрести желаемый номер у регистрирующего органа за дополнительную плату (такая практика узаконена во многих странах мира).⁶

В настоящее время «красивый» номер может быть получен в России случайно, о чем свидетельствует их появление в том числе среди недорогих машин. Вторая возможность так или иначе связана с коррупцией (или ее разновидностью – «блатом», когда нужные номера достаются по знакомству). Последние несколько лет существует и относительно легальная рыночная» возможность обзавестись «красивым» номером, состоящая в том, что если такой номер случайно достается владельцу недорогой машины, то более обеспеченный автомобилист официально покупает недорогую марку, на которую выпал «красивый» номер, у ее владельца, причем при такой покупке номер сохраняется. Затем номер переносится на дорогой автомобиль, а купленная машина возвращается («продается обратно») ее прежнему хозяину. Данная опция занимает немало времени и связана с иными транзакционными издержками, ввиду чего она занимает на современном рынке «красивых» номеров сравнительно скромное место по сравнению с получением желаемого номера у «источника», т.е. в ведающем выдачей номеров органе ГИБДД. Следует также подчеркнуть, что до принятия в 2011 г. нормы, позволяющей закрепить

⁶ Во многих странах – США, Канаде, Великобритании, Австралии, Австрии, Бельгии, Швеции, Турции и др. – имеется возможность за дополнительную плату получить в качестве номера для автомобиля любую комбинацию букв и цифр, за исключением тех, что запрещены как непристойные или недопустимые по иным причинам. В Северной Америке такие номера известны как «тщеславные» (vanity plates), в Великобритании – как «престижные», и т.п. Стоимость престижного номера составляет до нескольких сотен долларов, полученные средства, разумеется, поступают в бюджет. По данным статистики, «тщеславными» номерами обычно обзаводятся несколько процентов владельцев автомобилей.

номер за машиной при смене владельца,⁷ такая опция отсутствовала, и «рыночная» компонента не накладывалась на коррупционную.

Следует также отметить присутствие на рынке «красивых» номеров посреднических фирм, предоставляющих такие номера. Очевидно, эти фирмы аффилированы с коррумпированными сотрудниками ГИБДД⁸ и/или используют доступную в последнее время вышеупомянутую «рыночную» опцию.

Отметим, что речь идет о «красивых» номерах, отличающихся привлекательной комбинацией цифр и букв. К таковым, как уже отмечалось, относятся номера с цифровой частью xxx, 00x или x00, номера, в которых цифры так или иначе согласованы с номером региона и пр. В «красивых» номерах, рассчитанных на массового потребителя, цифровая часть симметрична. Особняком стоят так называемые номера «спецсерий» АМР, ЕМР, ООО, ЕКХ, которые указывают на принадлежность к той или иной влиятельной госструктуре. Такие номера в данном исследовании не рассматриваются, поскольку их повышенная концентрация среди дорогих автомобилей скорее всего в первую очередь указывает на массовое использование таких автомобилей государственными органами.

5. Результаты интернет-опроса

Чтобы получить более ясное представление о том, кто, как и почему получает «красивые» номера, мы провели интернет-опрос с помощью сервиса онлайн-опросов SurveyMonkey. Анкета опроса размещена в Приложении 1. Опрос проводился с 29 апреля по 27 июня 2014 года.

Всего в опросе приняли участие 1552 респондента. Основная масса трафика пришла из социальной сети «ВКонтакте». Больше 90% респондентов владеют автомобилем, около 42%, по их мнению, обладают "красивым" номером, более 71% знакомы с владельцами "красивых" номеров. Таким образом, выборка вполне компетентная для вопросов данной анкеты. Распределение респондентов по российским регионам показано в следующей таблице:

Таблица 8.1

Московская область	113	Саратовская область	11	Липецкая область	4
--------------------	-----	---------------------	----	------------------	---

⁷ Приказ МВД России №28 от 20 января 2011 г.

⁸ О роли посреднических фирм в содействии коррупции см. Полищук и др., 2008.

Санкт-Петербург	68	Ярославская область	11	Сахалинская область	4
Иркутская область	69	Амурская область	10	Смоленская область	4
Москва	62	Волгоградская область	10	Республика Карелия	3
Новосибирская область	54	Вологодская область	10	Республика Коми	3
Архангельская область	50	Оренбургская область	10	Республика Марий Эл	3
Республика Башкортостан	49	Чувашская Республика	9	Удмуртская Республика	3
Кемеровская область	35	Кировская область	9	Камчатская область	3
Приморский край	33	Псковская область	9	Ульяновская область	3
Тамбовская область	33	Ханты-Мансийский АО	9	Республика Дагестан	2
Пермский край	27	Республика Бурятия	8	Калининградская область	2
Челябинская область	26	Ставропольский край	8	Костромская область	2
Краснодарский край	27	Читинская область	8	Пензенская область	2
Алтайский край	21	Республика Алтай	7	Еврейская автономная область	2
Ленинградская область	21	Республика Хакасия	7	Ямало-Ненецкий АО	2
Астраханская область	19	Ивановская область	7	Республика Ингушетия	1
Самарская область	19	Мурманская область	7	Республика Кабардино-Балкария	1
Красноярский край	18	Орловская область	7	Республика Тыва (Тува)	1
Республика Татарстан	17	Рязанская область	7	Магаданская область	1
Тюменская область	17	Белгородская область	6	Ненецкий АО	1
Хабаровский край	16	Брянская область	6	Карачаево-Черкесия	0

Воронежская область	17	Калужская область	6	Чеченская Республика	0
Нижегородская область	17	Курганская область	6	Агинский Бурятский АО	0
Свердловская область	16	Тверская область	6	Коми-Пермяцкий АО	0
Ростовская область	14	Тульская область	6	Корякский АО	0
Новгородская область	13	Республика Мордовия	5	Таймырский (Долгано-Ненецкий) АО	0
Республика Адыгея	12	Курская область	5	Усть-Ордынский Бурятский АО	0
Омская область	12	Республика Калмыкия	4	Чукотский АО	0
Томская область	12	Республика Саха(Якутия)	4	Эвенкийский АО	0
Владимирская область	11	Республика Северная Осетия	4		

Более половины среди респондентов-владельцев автомобилей владеют машинами массовых относительно недорогих марок.

Таблица 8.2

Являетесь ли Вы владельцем автомобиля?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Да, ценой до 300 тысяч рублей	28,4%	440
Да, ценой от 300 до 500 тысяч рублей	24,4%	378
Да, ценой от 500 тысяч до 1 млн рублей	25,4%	394
Да, ценой от 1 млн до 2 млн рублей	9,7%	151
Да, ценой от 2 млн рублей	3,9%	60
Нет, не владею автомобилем	6,6%	102
Затрудняюсь ответить	1,7%	27
	answered question	1552
	skipped question	0

«Красивые» номера среди респондентов распределены следующим образом:

Таблица 8. 3

Отметьте, пожалуйста, обладаете ли вы госзнаком со следующими типами номеров:

Answer Options	Response Percent	Response Count
Да, с комбинацией цифр типа 111, 222, 333, 444 и т.д.	8,1%	116
Да, с комбинацией цифр типа 001, 002, 003, 004 и т.д.	4,2%	60
Да, с комбинацией цифр типа 100, 200, 300, 400 и т.д.	4,0%	57
У меня другой «красивый» номер	26,1%	374
У меня нет «красивого» номера	55,8%	799
Затрудняюсь ответить	1,8%	26
<i>answered question</i>		1432
<i>skipped question</i>		120

Число тех, кто знаком лично с обладателем «красивого» номера, составляет 71.5%.

Более половины ответивших считают, что люди стремятся обзавестись «красивым» номером, чтобы выделиться среди остальных, около половины дают сходный ответ, указывая на желание продемонстрировать свой статус (разрешалось выбрать несколько вариантов ответа). Приблизительно двадцать процентов респондентов называли эстетические мотивы.

Таблица 8.4

Отметьте, пожалуйста, обладаете ли вы госзнаком со следующими типами номеров:		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Да, с комбинацией цифр типа 111, 222, 333, 444 и т.д.	8,1%	116
Да, с комбинацией цифр типа 001, 002, 003, 004 и т.д.	4,2%	60
Да, с комбинацией цифр типа 100, 200, 300, 400 и т.д.	4,0%	57
У меня другой «красивый» номер	26,1%	374
У меня нет «красивого» номера	55,8%	799
Затрудняюсь ответить	1,8%	26
<i>answered question</i>		1432
<i>skipped question</i>		120

Отвечая на вопрос о том, как в городе, где живет респондент, можно получить «красивый» номер, более 60% из тех, кто знает ответ на данный вопрос, называют прямое обращение к сотрудникам ГИБДД. Еще четверть упоминают «рыночную» опцию, доступную последние несколько лет, а остальные – обращение к посредникам.

Таблица 8.5

Как обычно можно приобрести «красивый» номер на машину в вашем городе?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Купить «с рук» у другого автовладельца через перерегистрацию	18,0%	261
Обратиться к сотрудникам ГИБДД	44,0%	638
Обратиться к лицам или организациям, оказывающим такие услуги	13,1%	190
Затрудняюсь ответить	22,6%	328
Другое (укажите)	2,3%	34
answered question		1451
skipped question		101

Посредники в подавляющем большинстве случаев находятся «по знакомству» и выступают в качестве посредников между приобретателями «красивых» номеров и органами ГИБДД, а не между частными продавцами и покупателями «красивых» номеров.

Таблица 8.6

Как в вашем городе обычно находят такие лица или организации?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
По знакомству	76,0%	136
В интернете	15,1%	27
По объявлениям в городе	2,8%	5
Затрудняюсь ответить	5,0%	9
Другое (укажите)	1,1%	2
answered question		179
skipped question		1373

Таблица 8.7

Как Вы считаете, каким образом такие лица или организации осуществляют такие услуги?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Они имеют связи в ГИБДД, выдающей автомобильные номера	81,0%	145
Они выступают посредниками между автовладельцами, желающими купить «красивый» номер и автовладельцами, желающими продать свой «красивый» номер	10,1%	18
Затрудняюсь ответить	8,9%	16
Другое (укажите)	0,0%	0
answered question		179
skipped question		1373

Значительный интерес представляют материалы опроса о ценах «красивых» номеров, которые зависят от типа номера и варьируются от региона к региону. Больше

других ценятся номера «xxx» и «00x»; по не до конца понятным психологическим причинам номера «x00» значительно (в два и более раз) дешевле. «Плата за тщеславие» во многих регионах превышает 100000 рублей, и претерпевает значительные вариации от региона к региону. Отметим, что на цену несомненно влияет уровень коррупции (оказывающий воздействие на предложение соответствующего товара желающим приобрести его платежеспособным покупателям), однако цена испытывает и воздействие иных факторов, в том числе доходов жителей региона. Именно этим последним скорее всего объясняется наиболее высокий в выборке уровень цен в Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском округах.

Таблица 8.8

Как вы думаете, за какую сумму денег (в рублях) указанным выше способом в вашем городе можно получить красивый номер следующих типов?(распределение по регионам):

все респонденты	111 222 333	001 002 003	100 200 300	количество респондентов
алтайский край	26917	26917	13750	12
амурская область	104000	114000	54000	5
архангельская	34103	35206	23758	29
астраханская	18636	34636	12416	12
белгородская	45000	29500	17000	4
брянская	35000	45000	17500	2
владимирская	34750	41000	36375	8
волгоградская	35250	33500	10625	8
вологодская	40625	30625	17625	8
воронежская	44321	34000	20115	13
еврейская АО	7500	8000	1750	2
марий эл	15000	20000	15000	1
ивановская	73000	97500	43000	5
иркутская	41403	34714	19535	56

калининградская	30000			1
калужская	26200	42750	16500	4
камчатская	40000	30000	30000	2
кемеровская	39322	41000	19344	29
кировская	51666	51000	33433	3
костромская	20000	32500	25000	2
краснодарский край	62187	67500	27500	14
красноярский	25166	48083	19333	12
курганская	70000	60000	28333	4
курская	146250	120000	46666	4
ленинградская	30166	37181	20583	12
липецкая	25000	30000	15000	3
магаданская	50000	50000	50000	1
москва	116756	115210	58921	38
московская область	62931	61866	37441	86
мурманская обл	106000	85000	73750	4
ненецкий ао		100000		1
нижегородская	47500	47272	20454	11
новгородская	28333	12583	18375	12
новосибирская	47500	45783	18652	36
омская	81777	72600	65222	9
оренбургская	38750	37857	18571	7
орловская	42500	40833	23333	6
пензенская	100000	62500	50000	2
пермский край	53117	69294	59764	17
приморский край	43416	38125	30739	23

псковская	29000	23500	10500	5
адыгея	5000	20000	11000	1
алтай	47500	33750	8125	4
башкортостан	30093	30625	20106	33
бурятия	77857	40714	19333	7
дагестан	70000	90000	9500	2
ингушетия				
кабардино-балкария				
калмыкия	33666	30000	12500	3
карелия	75000	37500	12500	2
коми	110000	50000	15500	2
мордовия	42200	36200	18200	5
саха (якутия)	30000	50000	10000	1
северная осетия	36666	47666	12333	3
татарстан	48538	23923	17384	13
тыва				
хакасия	60000	43666	16500	3
ростовская	42272	50454	27083	12
рязанская	32500	28750	21250	4
самарская	48125	68125	26562	16
санкт-петербург	60188	66673	44250	52
саратовская	32277	35428	28571	7
сахалинская	30000	30000	20000	2
свердловская	23392	35583	20208	12
смоленская	68333	83333	45000	3
ставропольский край	48571	43571	26714	7
тамбовская	22421	24166	14321	19
тверская	57500	30000	12500	2
томская	64375	54375	40625	8
тульская	30000	35000	23333	3

тюменская	44050	60285	20428	7
удмуртская	40000	3000	10000	2
ульяновская	8333	5333	3366	3
хабаровский	66266	80000	48769	13
ханты-мансийский	140000	118571	51428	7
челябинская	40078	49450	45815	19
читинская	91428	94166	52116	7
чувашская	50000	56250	55000	4
ямало-ненецкий	200000	50000	15000	1
ярославская	70555	34444	27333	9

6. Модель рынка «красивых» номеров

Для корректной формулировки подлежащих эмпирической проверке гипотез и лучшего понимания механизмов, формирующих равновесие на рынке «красивых» номеров, полезно располагать моделью данного рынка. В первую очередь необходимо формализовать мотивы стремления получить «красивый» номер. Адекватным описанием этих мотивов является известная из экономической теории концепция *статусного потребления*, развивающая классическую концепцию *потребления напоказ* (conspicuous consumption) Т. Веблена. Согласно этой концепции предметы роскоши могут приобретаться, чтобы публично продемонстрировать богатство их владельца. Обладание такими благами является свидетельством высокого социально-экономического статуса и как таковое может иметь в глазах тщеславных и/или по иным причинам чувствительных к публичной демонстрации своего статуса индивидов значительную самостоятельную ценность.

Понятие статусного потребления близко к первоначальной концепции потребления напоказ и нередко смешивается с последним, по крайней мере в литературе по маркетингу – см., напр., Mason, 1984. Экономическая теория позволяет уточнить это понятие, предполагая, что статус (в определенной референтной группе) зависит от доли членов группы, достигших определенного уровня дохода (или иного статусно важного

показателя) среди всех остальных членов группы. Статусное потребление в таком случае, помимо прямого удовлетворения потребностей потребителя, играет еще и сигнальную функцию, свидетельствуя о статусе индивида. Это создает дополнительные мотивы для приобретения соответствующего товара или услуги, или является единственным мотивом, если товар сам по себе бесполезен. Примером товара статусного потребления являются драгоценности; в эту же категорию входят и «красивые» автомобильные номера.

Моделью статусного потребления является функция полезности вида $U(x, y, S(y))$ (Frank 1985), где y – размер потребления статусного товара, $S(y)$ – доля членов статусной группы с уровнем потребления меньше y , а x – потребление всех остальных благ, измеряемое располагаемым доходом, оставшимся после приобретения статусного блага. Функция полезности предполагается монотонно возрастающей по всем трем переменным. В данном случае предполагается, что статусный товар является «непрерывным» благом, которое может потребляться в различных количествах. Аналогичная модель может быть предложена для случая дискретного статусного блага.

Модель равновесия на коррупционном рынке «красивых» автомобильных номеров в простейшем варианте выглядит следующим образом. Пусть население (численность которого нормализована к единице) состоит из двух групп – обеспеченных индивидов и среднего класса. Численность обеспеченных индивидов составляет σ , а доход этих граждан равен \bar{y} ; численность среднего класса равна $1 - \sigma$, причем каждый представитель среднего класса имеет доход \underline{y} .

Предполагается, что имеется две марки автомобилей – элитная и массовая, причем представители среднего класса покупают массовую марку, а обеспеченные индивиды – элитную. Цена массовой марки машины равна p_1 , а выгода от ее эксплуатации составляет a_1 ; для элитной машины эти величины составляют соответственно p_2 и a_2 .

Функции полезности индивидов в соответствии с упомянутой выше общей моделью статусного потребления имеют вид

$$u = a + \varphi(y) + \alpha s$$

где a – выигрыш от использования автомобиля, y – доход индивида после приобретения автомобиля (и, возможно, «красивого» номера), α – коэффициент тщеславия, s – статус (доля населения со статусом, меньшим, чем у индивида). Функция φ монотонно возрастает и обладает свойством убывающей предельной полезности.

Коэффициенты тщеславия у разных индивидов, вообще говоря, не совпадают; предполагается, что такой коэффициент распределен среди континуума индивидов согласно закону с кумулятивной функцией распределения $F(\alpha)$. Предполагается также, что тщеславие некоррелировано с доходом, так что его распределение среди среднего класса и обеспеченных индивидов одно и то же и также описывается функцией $F(\alpha)$.

Будем предполагать, что некоторая часть «красивых» номеров коррупционным путем достается представителям обеспеченного класса, которые готовы платить за это цену q , составляющую коррупционный доход бюрократов, ведающим распределением номеров. Оставшиеся «красивые» номера распределяются законным, т.е. случайным, образом. Ввиду малочисленности обеспеченного класса пренебрежем ради простоты долей доставшихся ему случайно номеров, и будем считать, таким образом, что все номера на машинах дорогой марки получены коррупционным путем. Наоборот, «красивые» номера на массовых машинах получены по закону – таким образом, предполагается, что массы не покупают «красивые» номера. Последнее предположение выглядит естественным – цена «красивого» номера устанавливается в основном спросом обеспеченного класса и может оказаться не по карману представителю масс. В терминах используемой модели, ввиду убывающей предельной полезности остаточного дохода u , предельные издержки (утраченная полезность) тщеславия для среднего класса оказываются запретительно высокими.⁹

Решение представителя обеспеченного класса о приобретении по цене q «красивого» номера определяется сравнением соответствующих полезностей. Если довольствоваться обычным номером, то полезность составит $a_2 + \varphi(\bar{y} - p_2) + \alpha(1 - \sigma)$, тогда как в случае приобретения «красивого» номера полезность будет равна $a_2 + \varphi(\bar{y} - p_2 - q) + \alpha(1 - \sigma(1 - F(\hat{\alpha})))$, где $\hat{\alpha}$ – пороговое значение коэффициента тщеславия, с которого обеспеченные индивиды начинают приобретать «красивые» номера. Индивид из этой группы с $\alpha = \hat{\alpha}$ безразличен между обеими опциями, вследствие чего

$$\hat{\alpha}\sigma F(\hat{\alpha}) = \varphi(\bar{y} - p_1) - \varphi(\bar{y} - p_1 - q).$$

⁹ В несколько иной версии модели, когда приобретение «красивого» номера должно сигнализировать необычные возможности владельца машины (доход, влияние, способность добиваться особого положения и пр.), нежелание владельца массовой машины приобретать «красивый» номер может объясняться не только высокими издержками, но и низкой ценностью посылаемого сигнала. Точнее говоря, возникает разделяющее равновесие, в котором сигнал о статусе посылают только обеспеченные индивиды. В этом равновесии попытка послать сигнал владельцем массового автомобиля не окажет должного эффекта на окружающих, которые сочтут, что «красивый» номер достался данному индивиду случайно, и не сделают из этого желаемого вывода о личных качествах владельца машины, сочтя, что ему просто повезло. В терминах теории сигнализирования, в данном случае наблюдается неблагоприятное соотношение между сигналом и шумом, вследствие чего издержки сигнализирования не окупаются, и сигнализирования в данной группе не происходит, как это и должно быть в разделяющем равновесии.

Спрос на «красивые» номера равен, очевидно, $D = \sigma(1 - F(\tilde{\alpha}))$, и таким образом возникает следующее уравнение спроса

$$(\sigma - D)F^{-1}(1 - D/\sigma) = \varphi(\bar{y} - p_1) - \varphi(\bar{y} - p_1 - q),$$

позволяющее рассчитать функцию спроса $D(q; \sigma)$, убывающую по q и возрастающую по σ .

Функция предложения «красивых номеров» имеет вид $S(q; \tau)$, где τ – индекс коррупции. Эта функция возрастает по q и τ . Данные свойства отражают тот факт, что чем более коррумпирована служба по выдаче номеров, тем меньше контролируется процедура выдачи номеров, и тем с меньшими издержками такие номера могут быть пущены в коррупционный оборот; при этом, как обычно, чем выше цена, тем сильнее стимулы к вовлечению в этот оборот «красивых» номеров.¹⁰

В модели предполагается, что коррупционный рынок «красивых» номеров является конкурентным. Для справедливости этого предложения достаточно иметь возможность получить номер в одном из нескольких офисов соответствующего ведомства.¹¹

Конкурентное равновесие определяется равенством

$$D(q; \sigma) = S(q; \tau),$$

из которого могут быть найдены равновесный объем рынка и цена:

$$X = X(\sigma, \tau), q = q(\sigma, \tau)$$

Простой анализ сравнительной статики приводит к следующим выводам:

А) Рост доходов населения (увеличение σ) повышает объем продаж «красивых номеров» и их цену;

Б) Рост коррупции (увеличение τ) также повышает продажи и снижает цену.

7. Эмпирический анализ

¹⁰ Функция предложения может иметь нулевую эластичность по цене; в этом случае доля «красивых» номеров, попадающих на коррупционный рынок, сама может служить мерой коррупции.

¹¹ Именно так обстоит дело в России, где владелец автомобиля может зарегистрировать его в любом отделении ГИБДД в данном регионе. Для конкурентности коррупционного рынка необходимо также предположение о том, что коррупция носит децентрализованный характер и не координируется из вышестоящего центра. В случае централизованной коррупции более уместна монопольная модель образования коррупционной цены, но основные выводы анализа сохраняют силу и в этом случае. В частности, объем коррупционного рынка, как и в конкурентной версии модели, растет по мере увеличения коррумпированности соответствующей службы.

Изложенная модель предсказывает перераспределение «красивых» номеров в пользу дорогих автомобилей от массовых марок, ввиду того, что владельцы последних не располагают средствами, подчас немалыми, для приобретения «красивого» номера, и вдобавок рынок не считает такие номера на недорогой машине свидетельством престижа. Эмпирическая проверка предсказаний модели возможна ввиду того, что как марка автомобиля, так и его номер, доступны непосредственному наблюдению.

Нами используются данные о марках и номерах автомобилей, поставленных на государственную регистрацию в г. Москве в период с 2000 по 2007 гг.; число таких автомобилей близко к 4 миллионам. Важно, что период наблюдений заканчивается до вступления в силу в 2011 г. приказа МВД, разрешившего сохранение номера за автомобилем при смене владельца, так что легальное рыночное перераспределение номеров в этот период было невозможно. Таким образом, аномалии в распределении номеров могли возникать только у «источника» их выдачи, и если такие аномалии удастся обнаружить, они могут быть с полным основанием отнесены на счет коррупции.

Нас по-прежнему интересуют главным образом три разновидности номеров вида xxx, 00x и x00. В некоторых случаях также отслеживаются номера с симметричной цифровой частью вида x0x, а также номера, совпадающие с цифровым кодом региона (077, 177).

Если рассмотреть распределения номеров для автомобилей дорогих марок, то в таких распределениях отчетливо видны «пики», соответствующие «красивым» номерам; при этом особенно выделяются номера вида xxx (Рис. 8.1-8.5).¹² В то же время аналогичные «пики» отсутствуют для автомобилей массовых марок (Рис. 8.6-8.9). Обнаруженные различия являются высоко статистически значимыми, и не могут быть отнесены на долю случайных факторов. Таким образом, есть основания говорить об аномально высокой концентрации «красивых» номеров среди дорогих автомобилей, которая иначе как коррупцией в соответствующих службах ГИБДД объяснена быть не может.

¹² Одна и та же «красивая» цифровая комбинация может встречаться в сочетании с различными буквенными частями номера.

Рис. 1 Распределение номеров автомобилей марки Mercedes-Benz

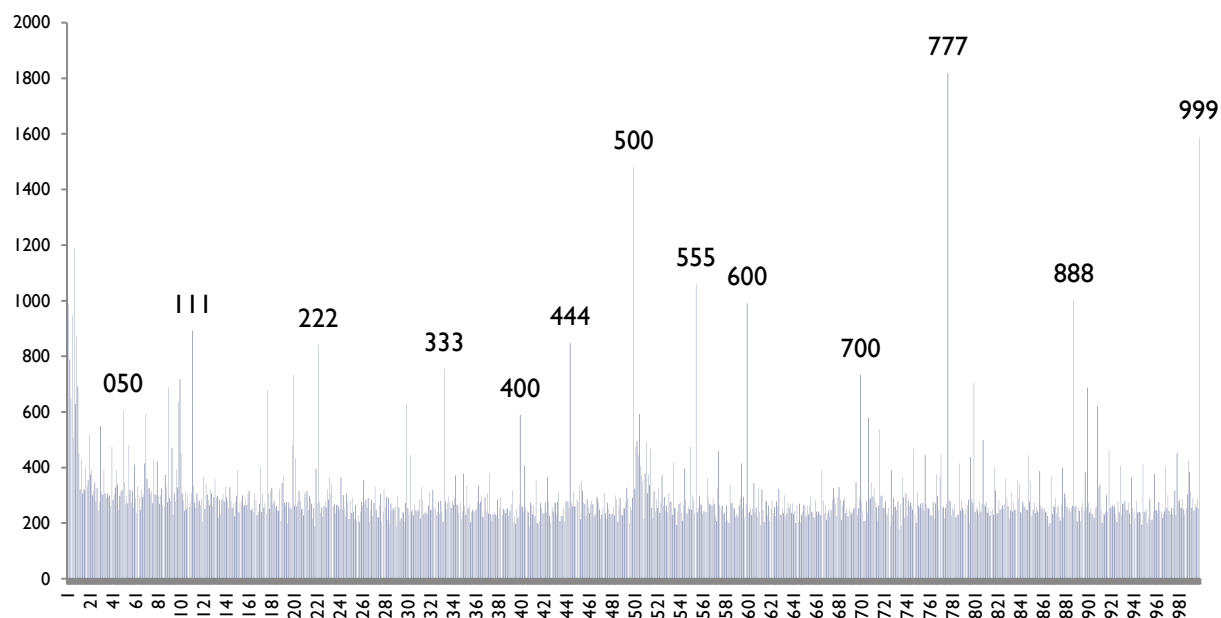


Рис. 2 Распределение номеров автомобилей марки BMW

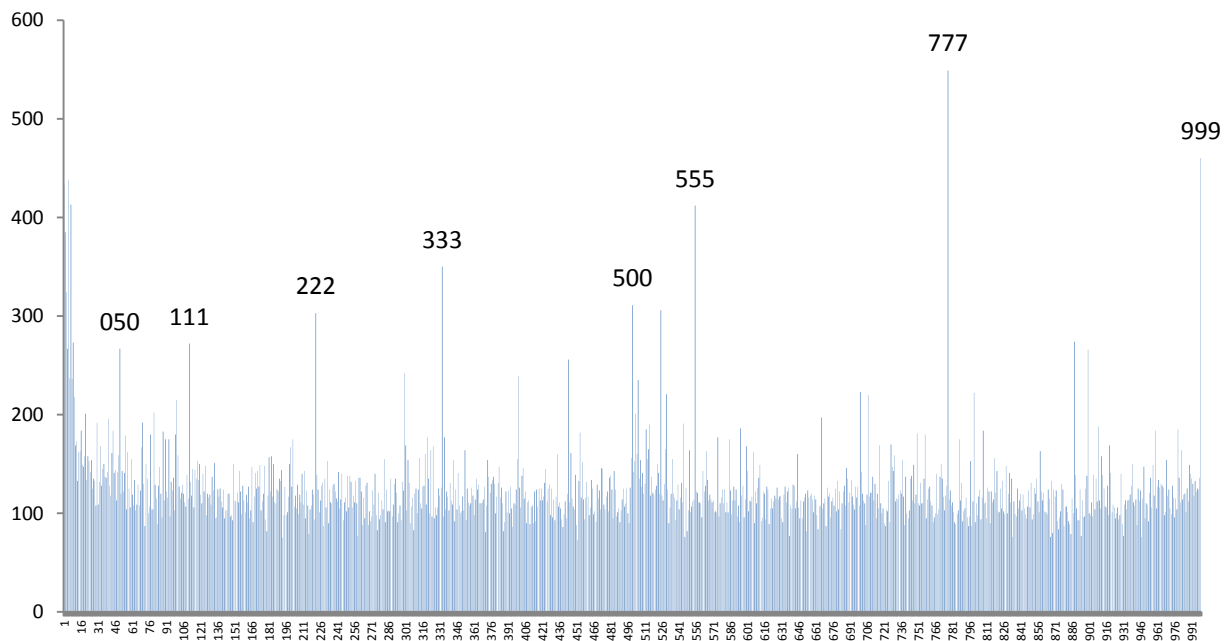


Рис. 3 Распределение номеров автомобилей марки Lexus

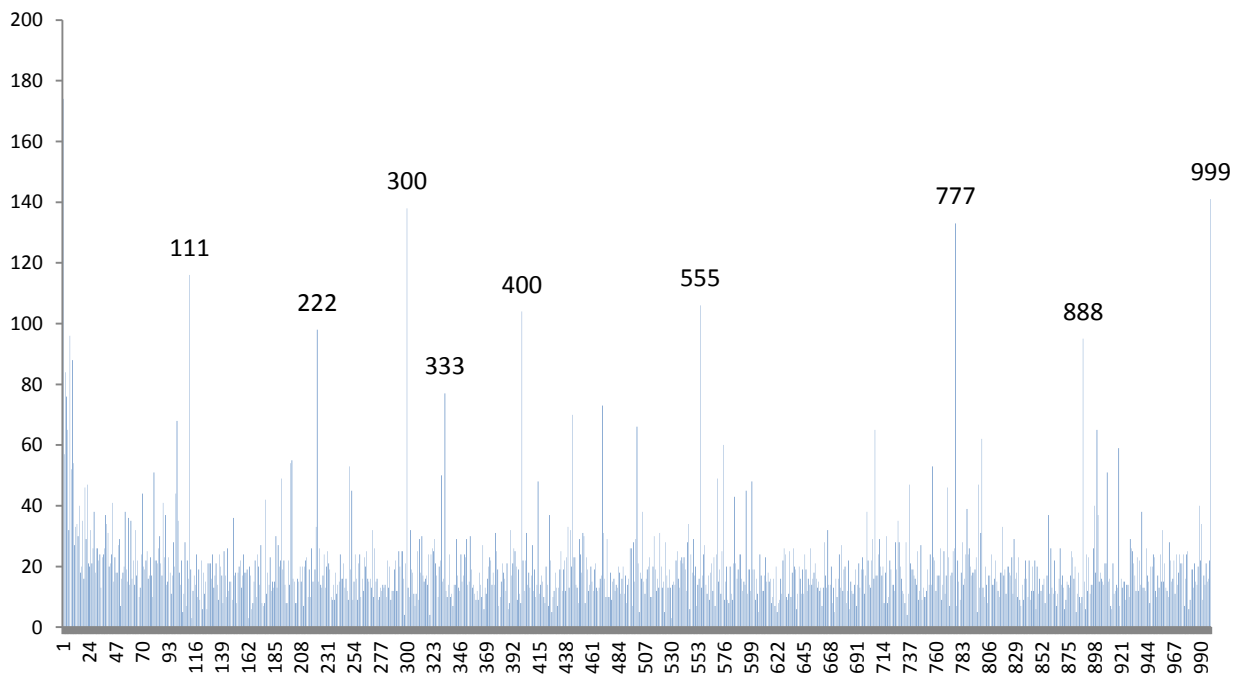


Рис. 4 Распределение номеров автомобилей марки Infiniti

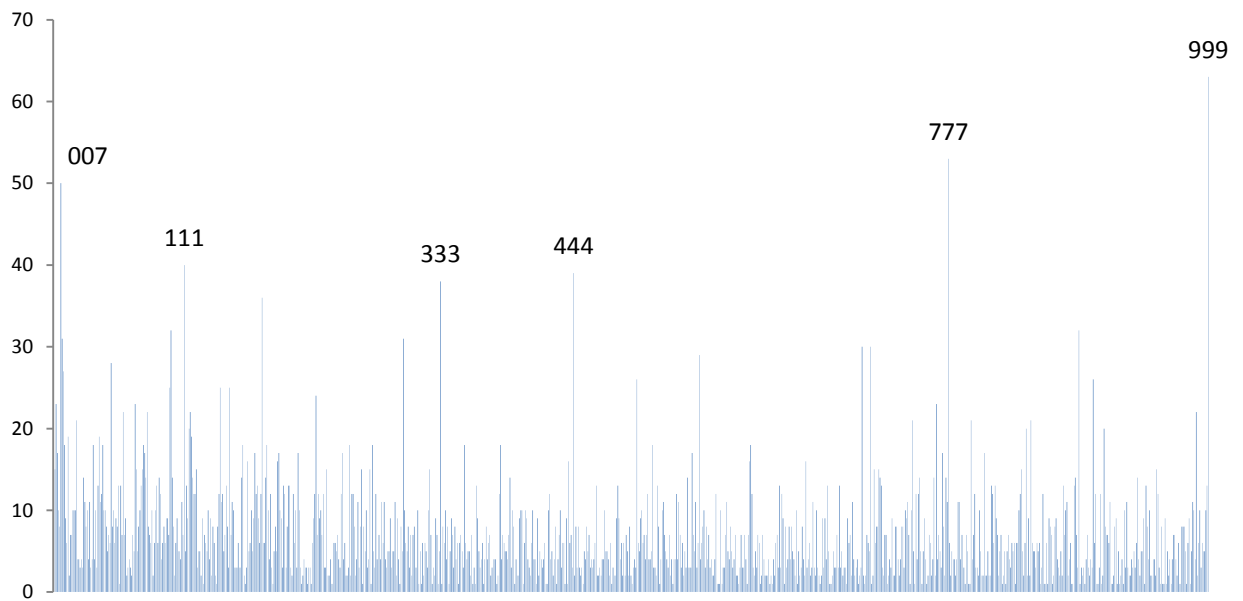


Рис. 5 Распределение номеров автомобилей марки Bentley

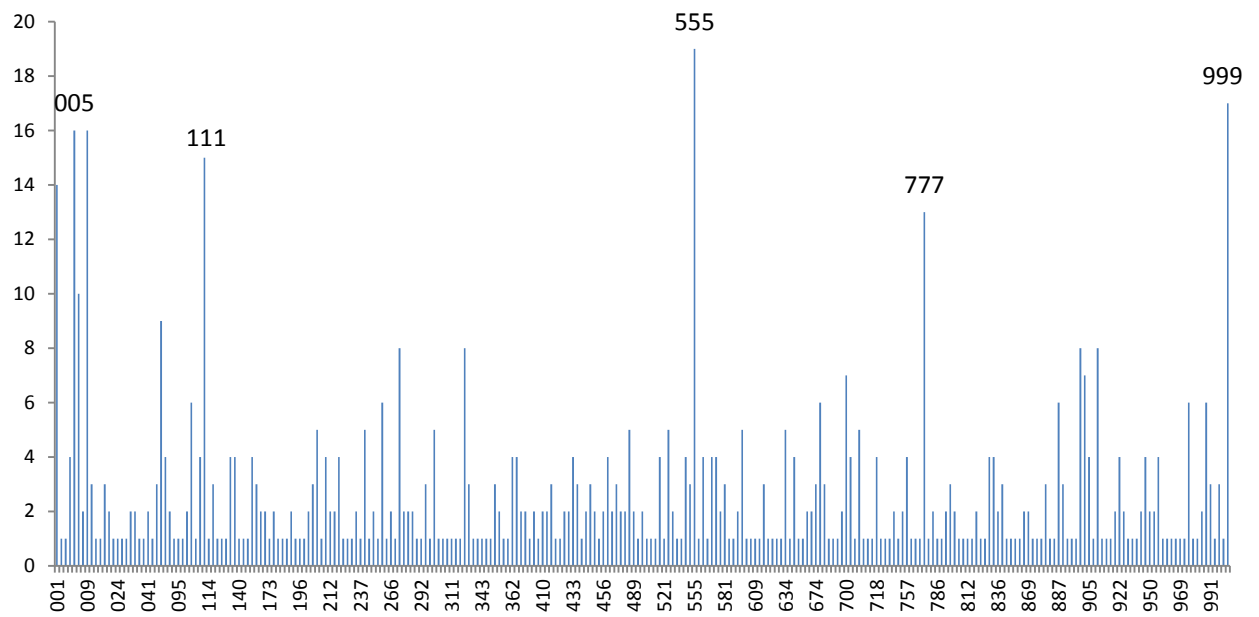


Рис. 6 Распределение номеров автомобилей марки Ford

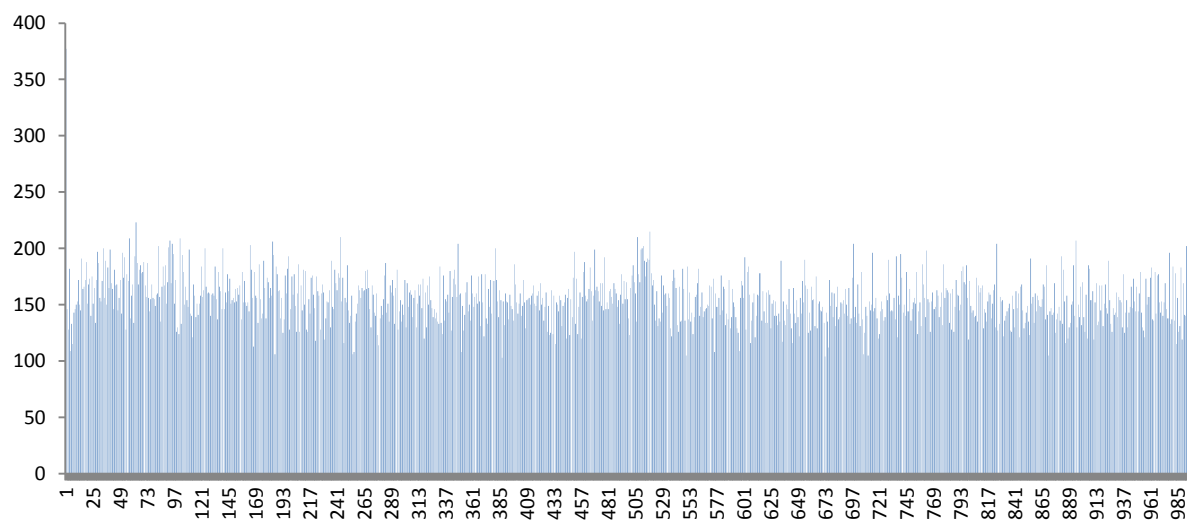


Рис. 7 Распределение номеров автомобилей марки Škoda

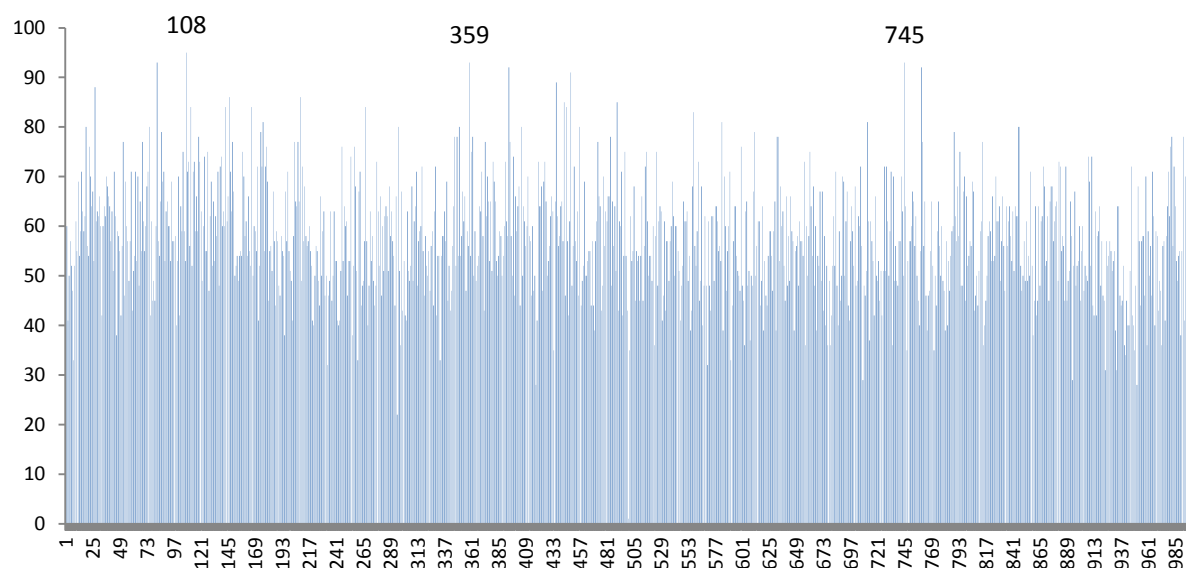


Рис. 8. Распределение номеров автомобилей марки Škoda

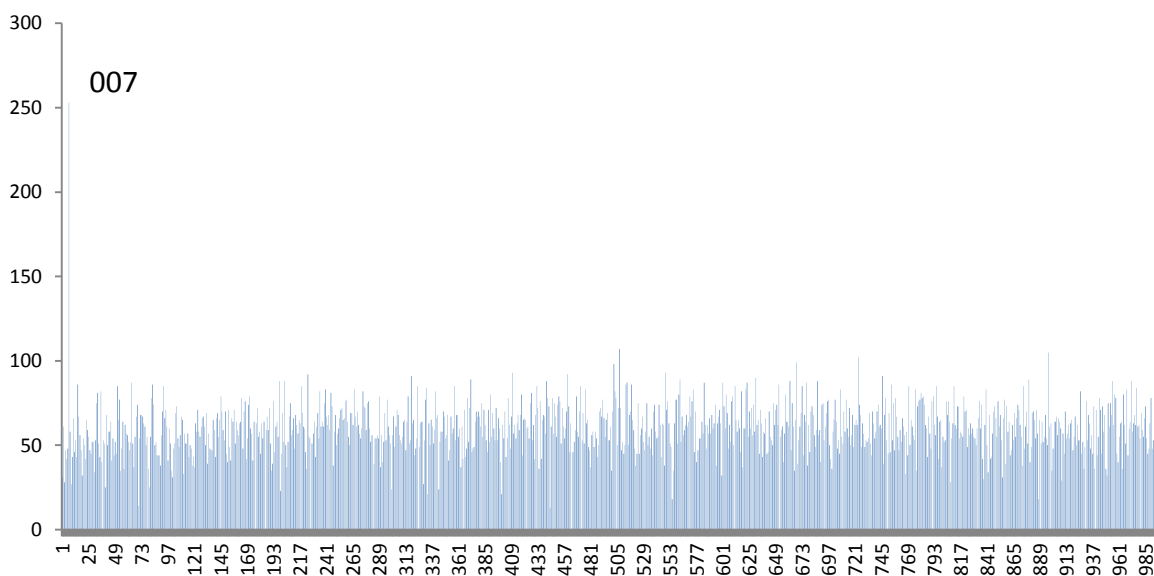
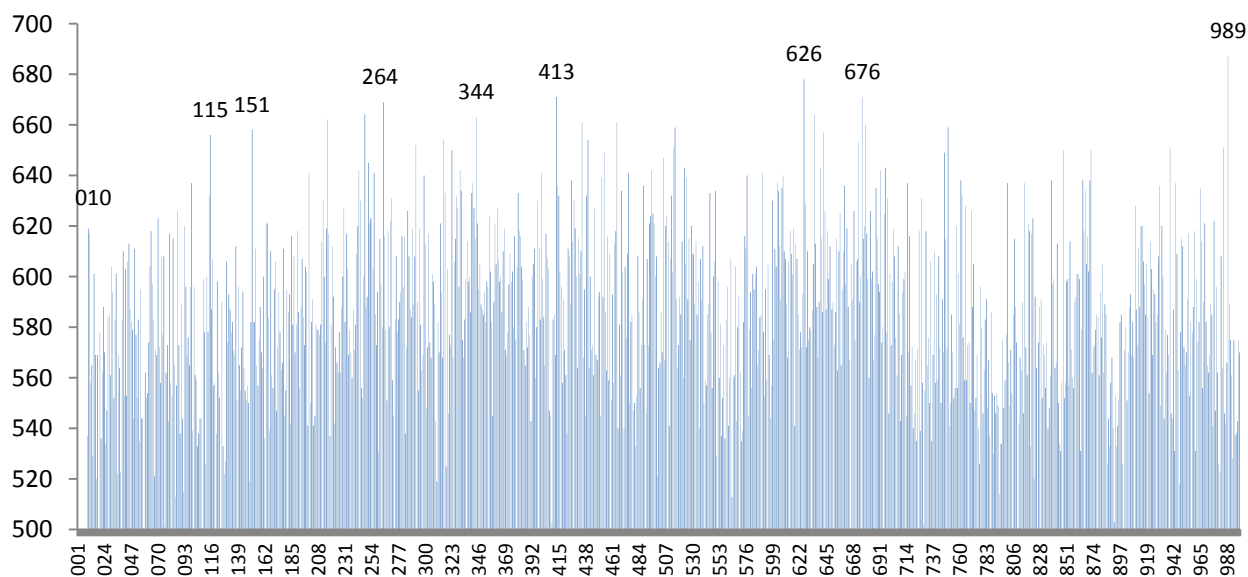


Рис. 9 Распределение номеров автомобилей марки ВАЗ



Ввиду того, что количество «красивых» номеров изначально ограничено, их высокая концентрация среди автомобилей дорогих марок должна сопровождаться особой редкостью таких номеров среди массовых автомобилей. Данные подтверждают наличие

такого «закона сохранения» – «красивые» номера оказываются наиболее популярными среди автомобилей дорогих марок, и *наименее* часто встречающимися среди массовых моделей.

Таблица 9. Рейтинги автомобильных номеров

	Наиболее часто встречающиеся номера среди автомобилей Mercedes Benz	Наименее часто встречающиеся номера среди автомобилей ВАЗ
1	777	001
2	001	005
3	999	003
4	500	007
5	007	666
6	555	005
7	888	008
8	600	002
9	002	555
10	005	006

Численность «красивых» номеров среди автомобилей различных марок – как элитных, так и массовых – приведена в следующей таблице.

Таблица 10. Количество «красивых» номеров

	начинают ся на 00	круглые (100, 200)	одна цифра (555, 777)	симметрич ные (101, 303)	индекс регион а (077, 177)	все остальн ые	ИТОГО
Bentley	64	39	84	99	6	387	679
Rolls- Royce	44	27	97	44	2	416	630
Mersede s-Benz	8360	10535	9194	28174	1968	235911	29414 2
BMW	3006	3405	3073	10971	585	103930	12497 0
Audi	2114	3180	2294	10561	636	118900	13768 5
Ford	1479	2749	1186	9934	587	138664	15459 9
Skoda	453	1026	428	3488	195	51470	57060
ВАЗ	4277	11271	4857	41066	2321	519422	58321 4
ГАЗ	1009	2044	918	7309	454	115362	12709

							6
--	--	--	--	--	--	--	---

Частоту «номеров» можно оценить, сравнив ее с частотой возникновения этих номеров при их случайном распределении между машинами (как это и должно быть по закону). Номера типа xxx или 00x составляют 1% от общей численности номеров для каждого из типов (10 номеров из 1000). Фактические доли номеров этого типа представлены в следующей таблице.

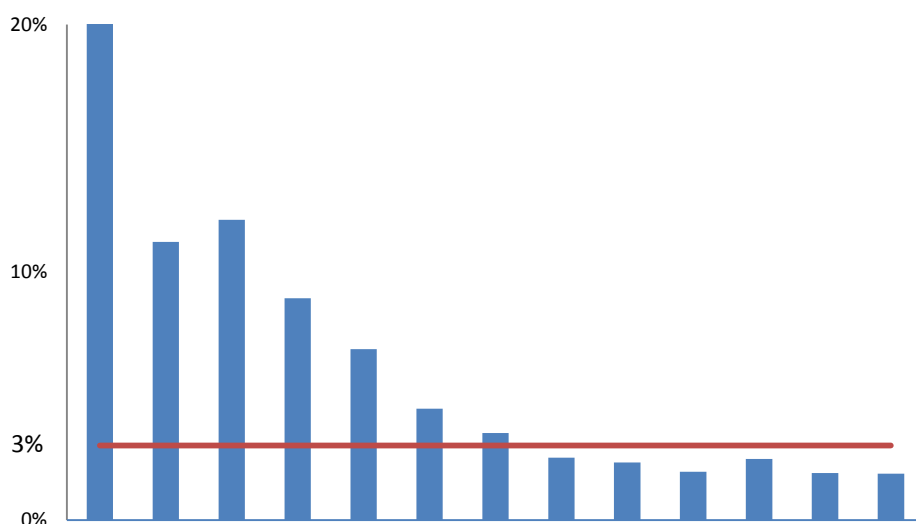
Таблица 11. Доли «красивых» номеров

	00x	xxx
Bentley	94	124
Rolls-Royce	70	154
Mercedes-Benz	28	31
BMW	24	25
Audi	15	17
Ford	10	8
Skoda	8	8
BA3	7	8
ГАЗ	8	7

Нетрудно видеть, что дорогих автомобилей частота появления «красивого» номера превышает «бескоррупционный» уровень в 2-3 раза (это число, несомненно, было бы еще выше, если исключить из числа автомобилей сегмента «премиум» подержанные машины этих марок, которые правомерно отнести к массовым моделям.). Для роскошных автомобилей превышение составляет 7-10 раз. Соответственно среди массовых моделей «красивые» номера встречаются на 20-30% реже, чем это было бы в отсутствие коррупции.

Наглядное представление о перераспределении «красивых» номеров от массовых моделей машин к дорогим маркам дает следующий рисунок. На нем изображена доля «красивых» номеров для различных моделей в зависимости от средней цены автомобиля определенной марки. На рисунке учтены номера 00x, xxx, и x00; доля таких номеров среди всех автомобилей составляет 3%, и значимые отклонения от этого среднего уровня свидетельствуют о коррупции.

Рис. 10. Частота «красивых» номеров для автомобилей различных марок



Часть диаграммы над линией 3% характеризует объем коррупционного рынка «красивых» номеров (при подсчете высоту столбцов следует учитывать с весами, отражающими численность автомобилей соответствующих марок).¹³ Расчеты показывают, что только для пяти наиболее дорогих моделей машин в их пользу в Москве перераспределено около 5000 «красивых» номеров. При оценке стоимости одного номера в 40 тысяч рублей (в настоящее время, как явствует из Таблицы 8, такая оценка может достигать 120-140 тысяч рублей), мы приходим к нижней оценке коррупционного рынка «красивых» автомобильных номеров в Москве в 200 млн. рублей.

8. Направления дальнейших исследований

На дальнейших этапах исследования предстоит включить в анализ данные о распределениях «красивых» номеров среди различных марок автомобилей для других регионов России. Масштабы перераспределения «красивых» номеров от недорогих к дорогим моделям автомобилей позволит судить о коррумпированности соответствующих служб в российских регионах. Это позволит получить объективную меру коррупции, которую предстоит сравнить с существующими индикаторами коррупции и таким образом дать последним объективную верификацию.

Первоначально в качестве «сырой» меры коррупции в соответствующей региональной службе можно будет взять долю «красивых» номеров, перераспределенных в пользу дорогих моделей автомобилей. Такой подход, однако, не является полностью удовлетворительным, поскольку согласно изложенной ранее модели размер

¹³ Емкость рынка можно также оценить «площадью» (с необходимыми весами) диаграммы под трехпроцентной линией; при учете всех марок автомобилей обе величины должны совпасть.

коррупционного рынка «красивых» автомобильных номеров зависит не только от коррумпированности службы регистрации автомобилей (влияющей на предложение «красивых» номеров состоятельным автовладельцам), но и от спроса на такие номера, который в свою очередь определяется доходами населения. Более уместной в такой ситуации окажется эконометрическая модель, в которую уровень коррупции будет включен в виде латентной переменной.

Возможное применение мер коррупции, рассчитанных по изложенной выше методике, не ограничится верификацией известных ранее индексов коррупции. Значительный интерес представит также возможность выяснить, каким образом коррупция отражается на результатах работы соответствующих служб, в данном случае дорожной полиции. Для этого можно будет воспользоваться статистическими данными об аварийности на дорогах и другими индикаторами эффективности работы ГИБДД. Можно ожидать, что уровень коррупции находится в обратной зависимости с результатами работы дорожной полиции, поскольку коррупция и ненадлежащее исполнение должностных обязанностей и неэффективное и/или нецелевое использование соответствующих средств являются различными проявлениями одних и тех же недостатков в организации работы государственных органов, дефицита подотчетности и прозрачности и отсутствия необходимых стимулов среди персонала. Региональные данные о распределении «красивых» номеров позволят проверить такого рода гипотезы.

Литература

- Полищук Л. И., Шестоперов О. М., Щетинин О. А. Посредники между частным сектором и государством: содействие бизнесу или соучастие в коррупции? // Вопросы экономики. 2008. № 3. С. 106-123.
- Acemoglu, D., Querubin, P., Johnson, S., J. Robinson. When Does Policy Reform Work? The Case of Central Bank Independence. *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 39(1), pages 351-429, 2008.
- Aghion, Ph., Algn Y., Cahuc, P., Shleifer, A. Regulation and Distrust *Quarterly Journal of Economics*. 125(3), 1015-1049, 2010.
- Bardhan, P. *Scarcity, Conflict, and Cooperation*. MIT Press, 2004.
- M. Dewatripont, I. Jewitt, J. Tirole. Economics of Career Concerns. Part II: Application to Missions and Accountability of Government Agencies. *Review of Economic Studies*, 66 (1), 1999, 199-217.
- Djankov, S., La Porta. R., Lopez-de-Silanes, F., and A. Shleifer. The Regulation of Entry *Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 1-37, 2002.
- Fishman, R., Miguel, E. Corruption, Norms, and Legal Enforcement: Evidence from Diplomatic Parking Tickets. *Journal of Political Economy*, 2007, 119(6).
- Frank, R.H. (1985) The demand for unobservable and other nonpositional goods. *American Economic Review* 75: 101–116.

- Glaeser, E., La Porta. R., Lopez-de-Silanes, F., and A. Shleifer. Do Institutions Cause Growth? *Journal of Economic Growth*, 2004, Volume 9, Issue 3, pp 271-303
- Golden M, Picci L. 2005. Proposal for a new measure of corruption, illustrated with Italian data. *Econ. Polit.* 17:37–75
- Libman, A., Kozlov. Sub-National Variation of Corruption in Russia: What Do We Know About It? *Region: Regional Studies of Russia, Eastern Europe, and Central Asia*, 2, Number 2, 2013, pp. 153-180.
- Mason, R. (1984), "Conspicuous Consumption: A Literature Review", *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No.3, pp. 26–39.
- Oldenburg, Ph. Middlemen in Third-World Corruption: implications of an Indian case. *World Politics*, Vol. 39, No. 4, Jul., 1987.
- Rose-Ackerman, S. *Corruption and Government: Causes, Consequences, and Reform*. Cambridge University Press, 1999.
- Shleifer A., Vishny R. Corruption. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108, No. 3. (Aug., 1993), pp. 599-617.
- Treisman, D. What Have We Learned About the Causes of Corruption from Ten Years of Cross-National Empirical Research? *Annual Review of Political Science*, 2007, 10, 211-244.