

**Ю. Ю. Казанцев**

Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Новосибирск, Россия)

## ТИПОЛОГИЯ РОССИЙСКИХ ИНВЕСТОРОВ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД

Принята к публикации 06.02.2020

Благодаря масштабной кампании по повышению финансовой грамотности российских граждан финансовые пирамиды стали казаться призраками из прошлого, однако в 2019 г. в России зафиксировано значительное число финансовых пирамид. Финансовая грамотность оберегает граждан от так называемых экономических методов вовлечения в сомнительные денежные предприятия. В меньшей степени обыватель защищен от психологических и социологических методов воздействия. Психология подразумевает управление человеком спорными методами. Социология предлагает в качестве объяснения феномена массового помешательства так называемый эффект толпы. Настоящая работа классифицирует типичные приемы привлечения инвесторов в российские финансовые пирамиды, для чего построена комбинированная модель воздействия на граждан, включающая экономические, психологические и социологические методы. На основании данной модели предложена типология инвесторов с учетом методов их вовлечения.

*Ключевые слова:* инвестиции, поведение, типология, финансовая пирамида.

DOI: 10.32324/2412-8945-2020-1-9-12

Российская законодательная инициатива и исполнительная практика ответили на разрушительные действия финансовых пирамид 90-х гг. XX в.: появились законные основания пресекать деятельность и преследовать мошенников. Наказанию подверглись архитекторы таких структур, как «Властелина», «Русский Дом Селенга», «Хопёр-Инвест», «МММ» и др. За 2015—2018 гг. компетентные органы выявили в России более 650 пирамид, по 27 человек в день объявляли себя жертвами финансовых пирамид [1].

Современные финансовые пирамиды в России успешно мимикрируют под безобидные формы финансовых организаций. Известны следующие варианты:

— финансовая пирамида: некоторые основатели организаций не боятся дискредитирующего имиджа. С. Мавроди, например, открывая «МММ-2011», не отрицал ее спорной сущности;

— микрофинансовая структура, потребительский кооператив, ломбард — заимствуют имидж небольших, но в целом привычных участников финансового рынка;

— альтернативные источники ипотечного и потребительского кредитования — привлекают тех, кому отказали банки;

— программы рефинансирования долгов — аналогичны предыдущей форме, только в отношении тех, кто кредитов уже набрал;

— так называемые Forex-клубы, не обеспечивающие реального доступа на международную валютную биржу.

Статус легального рыночного агента способен усыпить бдительность потенциальных инвесторов, однако обратим внимание на настоящие и вымышленные организации. Занятые микро-, со-, рефинансированием, получают высокий встречный спрос со стороны беднеющего российского общества. В то же время желающие получить кредит не всегда готовы рискнуть и вложить средства в пирамиду. Рассмотрим вовлечение граждан в финансовую пирамиду с трех точек зрения: экономической, психологической, социологической.

В науке, публичной политике и правоприменительной практике утвердился следующий подход к раскрытию феномена массовой вовлеченности в финансовые пирамиды: среднестатистический вкладчик финансово безграмотен, термин «обыватель» применим к нему в гораздо большей степени, чем «инвестор». Это экономический концепт, он справедлив, когда речь идет об оценке рисков или о вовсе специфических аспектах деятельности инвестора. В таком случае убедительными выглядят рекомендации довести до населения экономически не обоснованные механизмы генерации прибыли финансовой пирамиды через раскрытие ее ключевых особенностей:

— отсутствие лицензий на совершенно конкретную деятельность по привлечению денежных средств граждан — в таком случае организация

может демонстрировать сертификаты и разрешения разной степени убедительности;

- обещание высокой доходности, заметно превышающей рыночный уровень, что и привлекает граждан;

- гарантию заявленной доходности (существует только в воображении менеджеров финансовых пирамид);

- агрессивную рекламу. Следует отметить, что кроме традиционных средств и способов освоены такие каналы, как «сарафанное радио», интернет-реклама (включая рекламу в социальных сетях), нативная реклама и т. д.;

- закрытость информации о реальном финансовом положении организации. Долгое время остаются скрытыми или фальсифицируются такие данные, как реальное финансовое положение организации, наличие собственных средств и резервов для погашения обязательств, источники получения фантастических доходов; эта информация не предоставляется участникам и потенциальным инвесторам;

- конфиденциальность ключевой информации об источнике высокой доходности, которая также не подлежит разглашению, — хотя теперь уже широко известно, что выплаты действующим инвесторам производятся из денег, вкладываемых новыми участниками [2].

Противостояние финансовому мошенничеству кажется вопросом решенным, если действительно ознакомить широкие массы с базовыми принципами инвестирования, однако этот подход срабатывает в условиях преимущественно рационального поведения инвестора. В реальности следует сомневаться в рациональном экономическом поведении неопытного гражданина, особенно на фоне систематического обмана, в том числе осведомленных инвесторов. Так, жертвами крупнейшей в США пирамиды Б. Мейдоффа стали условно богатые, т. е. финансово грамотные, держатели активов, имеющие представление о биржевой игре, рисках, прибыли и прочем [6].

Психологи в целом поддерживают тезис о безоружности инвесторов перед разыгранной мошенниками комбинацией. Содержательно эта теория отличается от экономической, но принципиально опирается на идентичный тезис: вкладчик не осведомлен о методах психологической обработки со стороны мошенников. Безусловно, это новая грань проблемы: финансово грамотный инвестор может подпасть под влияние недобросовестных махинаторов.

Способы психологического воздействия группируют следующим образом:

- подавление самоконтроля — человек подпадает под внешнее влияние, оказывается запертым в условиях цейтнота или иных отвлекающих факторов;

- подавление индивидуальности — подверженность мнимым или действительным массовым стереотипам;

- легальные манипулятивные техники — приемы из арсенала экспертов по личным продажам, в том числе, например, нейролингвистическое программирование (НЛП);

- спорные манипулятивные техники — эриксоновский гипноз и иные формы введения человека в состояние измененного сознания [5].

Среди психологов нет единства по поводу эффективности таких школ, как НЛП и эриксоновский гипноз; некоторые открыто отрицают научную составляющую таких «психологических сект» и, следовательно, скептически относятся к их манипулятивным возможностям. Но наличие жертв подобных методов и техник отрицать сложно. Для защиты от мошенников-«психологов» просветительская деятельность может быть эффективна ровно в той же степени, что и финансовая грамотность в экономической концепции.

Попадание инвесторов в финансовые пирамиды социология объясняет эффектом толпы, раскладывая его еще на несколько эффектов:

- эффект подражания — люди копируют успешное, как им кажется, поведение других;

- коммуникационный эффект — тематические новости разлетаются с высокой скоростью;

- мультипликационный эффект — ажиотаж, многократное нарастание информационного и поведенческого содержания;

- эффект раскачивающейся лодки — метания, быстрые переходы от позитивных оценок ситуации к негативным и обратно;

- эффект единения — стирание социальных границ;

- эффект возвращения — распад системы (или симулякра) по окончании ее (его) жизненного цикла [3].

В отличие от экономической и психологической концепций, социологическая на первый взгляд не кажется удобной с точки зрения просвещения: человек, как существо социальное, подвержен влиянию окружающих и в конце концов сам является частью толпы. В то же время некоторые маркеры опасной социальной солидарности могут быть раскрыты аналогично экономическим и психологическим сигналам, т. е. могут преподаваться наряду с финансовой грамотной и психологической безопасностью.

Таким образом, выстраивается типология инвесторов в финансовые пирамиды (рисунок). Точкой отсчета является степень осведомленности инвестора о трех основных путях вовлечения его в финансовую аферу: экономическом, психологическом, социологическом. Предположительно инвесторы представляют собой неоднородные и разновеликие группы; ключевая характеристика этих групп — способность сопротивляться действиям мошенников. В той или иной мере человек может испытать действие двух из трех сил: экономической (бизнес-мышление), психологической (принятие решения под давлением), социологической (ориентир на действия общества).



Типология российских инвесторов финансовых пирамид

Азартный тип подвергнут психологическому давлению, но уверен, что действует самостоятельно и сможет заранее распознать угрожающие сигналы и выйти из игры с прибылью, в то время как большинство продолжит финансировать пирамиду.

Дружелюбный тип придерживается принципа, что большинство ошибаться не может; предположительно, это вторая по величине группа, теряющая сбережения при обрушении пирамиды.

Расчетливый тип нацелен на обогащение, вероятно, осведомлен или интуитивно распознает всю гамму рисков; в отличие от азартного, не доверяет авторитетам (или кураторам), пытается ориентироваться на действия толпы, в условиях недостаточной подготовленности в области социологии сохраняет иллюзию контроля над ситуацией.

Несознательный тип — внушаемый, ведомый, наименее осведомленный о тонкостях инвестиционной деятельности; большинство разорившихся инвесторов, вероятно, даже толком не поняли, как именно улетучились их сбережения.

Сознательный тип ознакомлен с основными способами обогащения; в финансовой пирамиде видит просто финансовый инструмент; вступает в пирамиду осознанно, возможно, получает (или получал ранее) прибыль от подобных схем.

Недоверчивый номинальный тип — среди инвесторов может оказаться случайно и при первых негативных впечатлениях может покинуть пирамиду.

Приведенная типология в некоторой степени соответствует устоявшейся в отечественной науке классификации вкладчиков в сомнительные финансовые проекты:

— азартный игрок — склонный к риску по своей природе;

— расчетливый игрок — по меньшей мере, старается постичь алгоритм выигрыша, склонен плыть против течения;

— имитатор — следует за большинством; парадокс в том, что имитаторы и составляют большинство, усиливая эффект толпы [3].

Фактически предложенная типология расширяет понятие «имитатора» до нескольких подтипов, однако присутствуют некоторые принципиальные различия.

Во-первых, большинство неоднородно, именно в его диалектичности скрывается амплитуда настроения инвесторов. В конце концов и на вполне легальных рынках действуют люди с их особенностями характеров. В таком случае «дружелюбные», «несознательные» и «недоверчивые» инвесторы могут действовать разнонаправленно. Например, при первых устрашающих новостях «недоверчивые» покидают пирамиду, а «дружелюбные» сохраняют позитивный настрой, особенно если они сами находятся под влиянием «расчетливых»; в таком случае «несознательные» разделятся на два потока: первый будет паниковать и продавать свои обесценившиеся активы, а второй — покупать в надежде на то, что умные люди не ошибаются и скоро прибыль компенсирует потери с лихвой. Этим можно объяснить разнонаправленное поведение одной и той же толпы, состоящей преимущественно из «имитаторов», а фактически раздробленной на несколько менее массивных сообществ.

Во-вторых, подчеркивается особый статус «сознательных» инвесторов: они трезво оценивают риски (по крайней мере, уверены в этом), их нельзя назвать обманутыми, поскольку действуют они целенаправленно; в отечественной науке их иногда называют профессионалами, имея в виду их основной способ заработка: считается, что основной доход они получают от биржевой и подобной ей игры.

В-третьих, предлагается рассматривать методику привлечения инвесторов в финансовые

пирамиды как совокупность по меньшей мере трех основных методов убеждения: при помощи экономических аргументов, психологического давления и закономерностей поведения социума. С этой точки зрения повышение финансовой грамотности населения оберегает «азартных» и «расчетливых», но по-прежнему не дает шансов «дружелюбным» и «несознательным» — напомним, предположительно на две последние группы приходится основная масса обманутых инвесторов (впрочем, этот тезис требует подтверждения путем проведения полевых исследований).

Между тем до сих пор не уделяется должного внимания психологической и общественной стороне проблемы; например, издание «Дружи с финансами» перечисляет те признаки пирамид, которые обывателю проверить затруднительно — информацию о лицензировании и реальном финансовом состоянии организации [4]. Очевидно, такие данные обычно фальсифицированы. Другой пример: рекомендации правительства Великобритании предупреждают граждан о финансовых пирамидах, но ориентированы на трезво мыслящих индивидов [7], т. е. вряд ли помогут человеку, охваченному эйфорией, паникой, азартом или ведомому внешними силами.

Таким образом, инвесторы в финансовые пирамиды в России (и, вероятно, за рубежом) представляют собой несколько характерных групп. Несмотря на тот факт, что большинство из них втянуты в финансовые аферы вопреки собственной воле, способы воздействия на них со стороны мошенников разнообразны и в комбинации могут образовывать эффективные инструменты продвижения и агитации. Для противостояния махинациям с денежными средствами граждан следует разнообразить просветительскую работу за счет включения в нее основ психологической и социологической грамотности.

Настоящая работа оставила неосвещенной важную тему поведения инвестора на разных стадиях жизненного цикла пирамиды. Тому причины: во-первых, разработанная типология нуждается в проверке, только затем возможно модели-

ровать поведенческие алгоритмы для каждой отдельной группы; во-вторых, до сих пор не ясны основные мотивы «сознательных» инвесторов — эта группа достойна либо собственной поведенческой модели, либо исключения из числа специфических инвесторов, тогда они могут приравниваться к типичным игрокам на различных платформах.

### Список литературы

1. *Борисяк Д.* Почему финансовые пирамиды в России не теряют популярности // *Ведомости*. 2018. 13 нояб. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2018/11/13/786337-pochemu-finansovie-piramidi-teryayut-populyarnosti> (дата обращения: 14.01.2020).
2. *Пшеничников В. В., Анжу А. А.* Параметры идентификации типичных признаков финансовых пирамид на основе инструментов фрактальной геометрии // *Науч.-технич. ведомости СПбГПУ. Эконом. науки*. 2018. Т. 11, № 1. С. 154—167. DOI: 10.18721/Е.11114.
3. *Радаев В. В.* Уроки «финансовых пирамид», или Что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении // *Мир России*. 2002. № 2. С. 39—69.
4. *Югринова Н.* Строители пирамид // *Дружи с финансами*. 2019. № 1. С. 31—37.
5. *Яницкий М. С.* Приемы и методы психологического воздействия на потенциальных участников финансовых пирамид // *Сиб. психолог. журн.* 2007. № 25. С. 151—155.
6. *Leonard T.* Bernard Madoff: Wall Street's Wizard of Oz // *The Telegraph*. URL: <https://www.telegraph.co.uk/finance/3759702/Bernard-Madoff-Wall-Streets-Wizard-of-Oz.html> (дата обращения: 14.01.2020).
7. *Pyramid selling: advice for the public and communities*. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/368150/Pyramid\\_selling\\_advice\\_for\\_the\\_public\\_and\\_communities.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/368150/Pyramid_selling_advice_for_the_public_and_communities.pdf) (дата обращения: 14.01.2020).

Y. Y. Kazantsev

### TYPOLOGY OF RUSSIAN INVESTORS OF FINANCIAL PYRAMIDS

Thanks to a large-scale campaign to increase the financial literacy of Russian citizens, financial pyramids began to seem like ghosts from the past, but in 2019 in Russia a significant number of financial pyramids were recorded. Financial literacy protects citizens from the so-called economic methods of involvement in dubious money enterprises. To a lesser extent, the layman is protected from psychological and sociological methods of influence. Psychology implies managing a person with controversial methods. Sociology offers the so-called crowd effect as an explanation of the phenomenon of mass insanity. This work classifies typical methods of attracting investors to the Russian financial pyramids, for which purpose a combined model of influence on citizens, including economic, psychological and sociological methods, is constructed. Based on this model, a typology of investors is proposed taking into account the methods of their involvement.

*Keywords:* investment, behavior, typology, financial pyramid.