

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ОЦЕНКИ

УДК 330.567.2

Игорь Константинович Беляевский,
д.э.н., профессор кафедры маркетинга
Московский государственный универ-
ситет экономики, статистики и инфор-
матики (МЭСИ)
Тел. 8 (917) 521-63-80
Эл. почта: bellrita@mail.ru

В статье рассматривается проблема изучения и оценки социальной эффективности потребления – результатов удовлетворения потребностей, как через посредство рынка, так и через нерыночные каналы. В ней раскрываются понятие и содержание этих явлений и процессов, выявляются особенности формирования их результатов и результативности. Для целей исследования были использованы материалы государственной статистики, обработанные автором.

Ключевые слова: потребление, потребности, потребительский рынок, социальный институт, социальная политика, социальный эффект, социальная эффективность, социальный маркетинг, некоммерческие структуры.

Igor K. Beliaevskiy,
Doctorate of Economics, Professor, the
Department of Marketing,
Moscow State University of Economics,
Statistics and Informatics,
Tel.: 8-917-521-63-80
E-mail: bellrita@mail.ru

THE SOCIAL EFFICIENCY OF CONSUMPTION: PROBLEMS AND EVALUATION

The problem of study and estimation of social efficiency of consumption, namely, the results of satisfaction of needs through both the mediation of market and non-market channels is considered in this article. The concept and content of these phenomena and processes are unveiled, the specific features of formation of their results and effectiveness are revealed. The materials of state statistics treated by the author were used for the purposes of this study.

Keywords: consumption, needs, consumer market, social institute, social politics, social effect, social efficiency, social marketing, nonprofit structures.

1. Введение

Эффективность потребления жизненных благ – важное понятие результатов процесса удовлетворения **потребностей** населения. Изучение данного явления имеет важное теоретическое и практическое значение, поскольку процесс удовлетворения потребительского спроса связан с благосостоянием населения и поддается воздействию и регулированию с помощью маркетинговых рычагов. В то же время следует различать и соответственно исследовать экономическую и социальную эффективность потребительского рынка. Формирование и реализация потребностей происходит как в некоммерческой, так и в рыночной сфере. Потребность, – по определению *Ф.Котлера*, – это нужда (т.е. недостаток в чем-то необходимом), принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека. При этом *Котлер* добавляет, что потребности человека практически не ограничены, чего не скажешь о ресурсах для их удовлетворения [5, С. 23]. Существуют различные определения этой важной категории, широкую известность, например, приобрели взгляды *А.Маслоу* и его теория мотивации потребностей.

Напомним, что **потребительским рынком** является сфера (социально-экономическое пространство), где происходит формирование и реализация жизненных благ, предназначенных для удовлетворения потребностей населения, в виде купли-продажи товаров и услуг населению. К **некоммерческой, или внерыночной сфере потребления** жизненных благ относится процесс удовлетворения таких бесплатных социальных услуг как пенсионное, медицинское, спортивное и культурно-просветительское обслуживание. Некоммерческая сфера занимает важное место в рыночной экономике и финансовой деятельности, но если на рынке за товары и услуги платит непосредственно потребитель, то в некоммерческой сфере платит общество в целом.

Само по себе понятие эффективности характеризуется отдачей (эффектом) от рыночной и внерыночной деятельности, соотносящейся с затратами или ресурсами. Сущность эффективности заключается в получении максимума возможных благ от осуществленных затрат и располагаемых ресурсов. Естественно, это требует рационального ведения хозяйства, максимизации доходов и минимизации затрат.

2. Экономический эффект и эффективность: понятия и сущность

В основе понятия **экономической эффективности рынка** лежит определение **экономического эффекта**, или результата рыночной деятельности. Экономическим эффектом рыночной деятельности является как сам процесс продажи товаров и услуг, так и потенциальная возможность потребления, созданных и реализуемых на потребительском рынке конкретных благ. Данная величина измеряется несколькими статистическими показателями: 1) объемом/количеством проданных/поставленных товаров и услуг; 2) стоимостью проданных товаров (величиной товарооборота – валового, оптового, розничного) или же денежной выручкой за проданные товары и услуги; 3) размером дохода и прибыли торговых организаций и предприятий (валовой, чистой и т.д.) или сальдированным финансовым результатом продажи товаров и услуг.

Продажа товаров и услуг на потребительском рынке зависит от комплекса факторов, в частности, от уровня доходов покупателей, от складывающейся на рынке ценовой ситуации, демографического состава покупателей т.д. Так, например, кризис 2008 г. и его последствия привел к сокращению, а затем и к замедлению роста продаж. Чисто экономического эффекта рынка практически не существует – все экономические процессы в той или

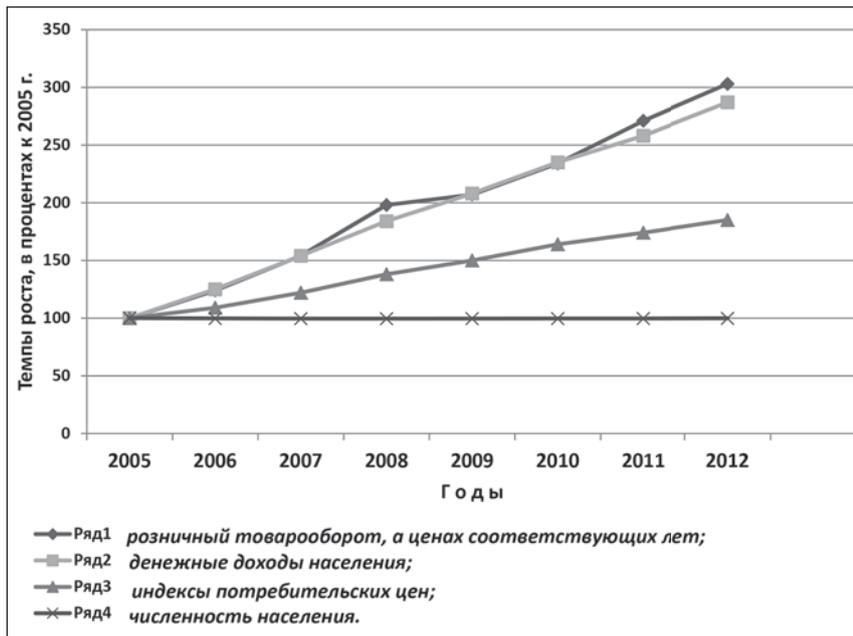


Рис. 1. Факторы развития розничного товарооборота в 2005–2012 гг.

[Источник: 14, С. 352; 13, С. 75, 169, 523, 669 и собственные расчеты автора; Сайт gks.ru]

иной степени связаны с социальными процессами.

На следующей диаграмме (см. рис. 1) рассматривается динамика продажи товаров в фактических ценах (как проявление финансово-экономического эффекта развития рынка) и производятся сопоставления с тенденциями цен и численности населения.

Экономическим эффектом потребительского рынка явился рост продажи товаров (как положительный, так и отрицательный, со знаком «минус», как это и произошло в 2009 г. в результате кризисного процесса). Рыночный эффект проявился на фоне роста цен и увеличения денежных доходов населения. Сокращение численности населения мало повлияло на динамику товарооборота. Диаграмма (рис. 1) представляет собой графическую модель конечного эффекта коммерческой деятельности в 2005–2012 гг. Следует обратить внимание на эконометрическую характеристику действия факторов на результат торговой деятельности. Если модель товарооборота отражает колебания, обусловленные кризисными явлениями (y_{t1}), то модель численности населения (y_{t2}) обнаруживает слабую тенденцию к сокращению,

а модели денежных доходов (y_{t3}) и потребительских цен (y_{t4}) показывают рост изучаемых показателей с последующим замедлением:

$$y_{t1} = 60,78 + 40,06t - 3,214t^2 + 0,25t^3;$$

$$y_{t2} = 99,72 - 0,02t;$$

$$y_{t3} = 91,78 + 5,863t - 0,208t^2;$$

$$Y_{t4} = 70,69 + 28,55t - 0,119t^2.$$

Среднеквадратические отклонения от тренда (коэффициент аппроксимации) минимальны, не превышая 0,997.

Исследователь потребительского рынка вправе, с некоторой степенью условности, рассматривать фактически сложившиеся на рынке темпы роста розничной продажи товаров как *экономический эффект* развития торговли, а темпы роста товарооборота на душу населения в сопоставимых ценах – как показатель динамики *уровня социальной эффективности*.

Конечным экономическим эффектом в результате продажи товаров явилась **чистая прибыль** торговли (валовая прибыль минус коммерческие и управленческие расходы). Так, в 2011 г. чистая прибыль оптовых организаций торговли 1831 млрд. руб. В организациях розничной торговли (включая организации, торгующие автотранс-

портными средствами и т.п.) чистая прибыль равнялась 177,7 млрд. руб.

Экономическая эффективность, сложившаяся на потребительском рынке, характеризуется отношением экономического эффекта к ресурсам или затратам. Существуют различные методы оценки **экономической эффективности**, но она всегда характеризуется каким-нибудь относительным показателем: прибыльотдачи, фондоотдачи, отдачи трудовых затрат, чаще всего – уровнем рентабельности.

Уровень экономической эффективности организаций оптовой торговли, исчисленный как отношение ее эффекта к товарообороту (ресурсный метод), составил в 2011 г. 6,29% (часть показателей приводится за 2011 г., так как на момент подготовки статьи не имелось более свежих данных), в розничной торговле – 0,79%, в организациях, осуществлявших торговлю автотранспортными средствами – 2,26%. Может быть также использован несколько упрощенный способ оценки затратоотдачи (отношение прибыли к затратам). В оптовой торговле он выражен коэффициентом рентабельности, который в 2011 г. составлял 178,3%. В розничной торговле – 107,5% и в организациях, торгующих автотранспортными средствами – 149,9%. [13, С. 522 и собственные расчеты автора].

Более точными считаются оценки уровня экономической эффективности (рентабельности), исчисленные по показателю отношения оборота к сальдированному финансовому результату. По обновленным данным 2014 г. в оптовой торговле он был равен 4,6%, а в розничной торговле (без продажи автотранспортных средств) – 2,1%, т.е. в основном подтверждаются ранее выявленные закономерности. [14, С. 350, 352, 421 и собственные расчеты автора]. Объективно говоря, наиболее эффективной можно считать оптовую торговлю. Однако, необходимо учитывать, что именно в розничной торговле велика доля малых предприятий и что розничная торговля занимается обслуживанием индивидуальных потребителей, не корпоративных покупателей, как

оптовая торговля. Следовательно, можно сделать важный вывод, что в розничной торговле проходит водораздел, который отделяет экономический маркетинг и экономическую эффективность от социального маркетинга и социальной эффективности.

3. Социальный эффект и социальная эффективность: понятие и сущность

В принципе понятие социальной эффективности представляет собой результат (отдачу) деятельности некоммерческой сферы или от ресурсов, которые, например, представлены финансовыми вложениями (затратами общества) в соответствующую область деятельности. **Социальная эффективность** определяется как удовлетворенность индивидуума или какой-либо общности результатами деятельности субъекта.

Конечно, экономические и социальные явления достаточно тесно между собой связаны и часто взаимно переплетаются, однако, самостоятельное изучение социального эффекта и социальной эффективности оправдано с позиций маркетинговой целесообразности и необходимости оценки взаимовлияния экономики и социологии. Следует только иметь в виду, что экономическая и социальная эффективность могут как дополнять и усиливать друг друга, так и противоречить друг другу [17]. В последнее время была разработана и активно продвигается концепция **философии бизнеса**, которая ориентирована на обеспечение согласованности и увязки интересов производителей и потребителей, т.е. исходит из того, что интересы бизнеса и потребителя совпадают, что увязывает экономическую эффективность рынка с социальной эффективностью.

Если экономическая деятельность имеет своим результатом создание продукта и его куплю-продажу, то социальная деятельность – представляет собой форму воздействия на сложившуюся в социуме ситуацию, имеющую основной целью удовлетворение определенных потребностей. **Социальный институт**

можно рассматривать как исторически сложившуюся устойчивую форму организации совместной деятельности людей, которая образуется на основе социальных связей, взаимодействия и отношений конкретных индивидов, социальных групп и общностей.

Трендом современной экономики и социальной жизни является рыночная модель развития. В то же время, необходимо принимать во внимание определенное противоречие между понятиями *рыночный* и *социальный*. Рыночные отношения базируются на купле-продаже товаров и услуги и ориентируются на получение прибыли, а социальные явления – это действие общественных взаимоотношений и структур, которые, в конечном счете, направлены на удовлетворение потребностей, как материальных, так и духовных.

В социальной жизни проявляются достаточно устойчивые формы и структуры организации совместной деятельности людей, возникают достаточно устойчивые социальные связи, взаимодействия и отношения, как отдельных конкретных индивидов, так и социальных групп. Следовательно, в обществе складываются определенные **социальные отношения** между различными социальными и половозрастными группами, которые, в конечном счете, определяют эффективность социальных процессов и явлений.

Если результаты экономической деятельности связаны со сферой производства и товарного обращения, то результаты социальной деятельности проявляются в потреблении жизненных благ. Социальные результаты имеют своей целью удовлетворение потребностей, поэтому **социальным эффектом** деятельности организаций, предприятий и учреждений всех форм собственности можно считать, прежде всего, характеристику сложившегося уровня благосостояния и здоровья лиц, которые обслуживаются данными структурами. В понятие социального эффекта (результата) входит оценка материального и культурного уровня жизни людей, более полное удовлетворение их

потребностей в товарах и услугах, улучшение условий жизни и здоровья людей, мероприятия по охране природных ресурсов и др. Социальный эффект проявляется еще и в виде финансовых расходов, направленных на социальные нужды.

Социальная эффективность оценивается в форме социального эффекта, соотносимого с экономическими ресурсами или затратами (как финансовыми, направленными на социальные нужды, так и трудовыми), а также с проявлением человеческого фактора, измеряемого, в частности, демографическими характеристиками (например, численностью всех жителей или некоторых категорий населения). При этом она имеет две основные характеристики: ориентацию на трудовую деятельность и ориентацию на отношения с другими людьми. Социальный эффект проявляется еще в виде финансовых расходов, направленных на социальные нужды. Иногда социальный эффект и его эффективность измеряются условно или приближенно, в виде определенной тенденции, приближительной характеристики, экспертной оценки и т.п.

В основе измерений уровня социальной эффективности проявляются два основных направления, одно из которых базируется на некоммерческом подходе, а другое – на коммерческом. Второе основывается на рыночном принципе платности оказываемых социальных услуг. Некоммерческий подход характерен для таких учреждений и структур как система государственного здравоохранения и образования, а также различного рода социально-культурных затрат.

4. Некоммерческие структуры: их социальный эффект и социальная эффективность

Проблема характеристики уровня эффективности некоммерческих (нерыночных) социальных явлений и процессов) отличается сложностью. Многие из показателей трудно поддаются агрегации, а, следовательно, в расчетах затруднительно использовать метод относительных величин, наиболее подходящий для

Таблица 1.

Расходы консолидированного бюджета РФ и государственных внебюджетных фондов на социально-культурные мероприятия в 2012 г.*

	Млрд. руб.	В % к итогу
Всего на социально-культурные цели в том числе:	13515,2	100,0
на образование	2558,4	19,4
на культуру, кинематографию	340,2	2,6
на здравоохранение	2283,3	17,3
на социальную политику	7730,0	58,5
на физическую культуру и спорт	186,7	1,4
на средства массовой информации	115,7	0,9

[14, С. 406, 407; 15, С. 121].

* По оперативным данным казначейства.

измерений уровня эффективности социального явления. Часто в роли социального эффекта выступает величина бюджетных затрат на социальное потребление (денежный расход на социальные услуги). В этих условиях адекватной характеристикой социальной эффективности некоммерческого потребления (использования) благ может явиться величина денежных расходов на душу населения (или на 10 тыс. жителей). Например, при расчете заболеваемости (уровня здравоохранения) расходы больниц по регионам можно сравнить с численностью жителей. Более корректно ввести возрастные ограничения и типы больниц (детские) и т.п.

Социальный эффект некоммерческих структур включает в первую очередь бюджетные расходы на социальную сферу деятельности, в частности, на социально-культурные мероприятия. К ним относятся такие виды затрат: содержание учреждений социального обеспечения и службы занятости, в т.ч. содержание домов-интернатов для престарелых и инвалидов, детских домов и т.д.; социальная помощь; выплаты субсидий, пособий и пенсий различным категориям граждан; прочие расходы социального характера. В целом на эти цели в государственном бюджете России в 2013 г. было выделено 13,5 трлн. руб. (57,0% общей суммы расходов), что составляет более 1/5 ВВП страны [14, С. 406; 15, С.121 и собственные расчеты автора]. В следующей таблице (см. табл. 1) приведено распределение этих расходов по целевому назначению в 2012 г.

4.1. Проявления социальной политики в некоммерческой сфере

Таким образом, более половины расходов на социальные нужды связано с осуществлением социальной политики государства, на цели образования, культуры и информации расходуется немногим менее четвертой части общей суммы затрат (23%). На здравоохранение и спортивно-оздоровительные мероприятия направлено немногим менее пятой части социальных затрат (19%).

Одной из важнейших форм осуществления социальной политики является социальное страхование и пенсионное обеспечение населения, которое призвано застраховать людей от социального риска и обеспечить при необходимости их материальную защиту. В ее основе лежит система социального страхования и пенсионная система и, в частности, Федеральные законы о социальном страховании и о государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации» [10]. Общий объем социальных выплат с 2005 по 2011 г. увеличился в 3,7 раза и составляет 6,5 трлн. руб. Эта величина эквивалентна почти 12% ВВП, а в общем объеме денежных доходов населения занимает более 18% (показательно, что в 2005 г. они соответственно были меньше на 4 процентных пункта и на 5 пунктов) [15, С. 121 и собственные расчеты автора].

Социальная политика российского государства предусматривает расходование средств из фондов социального страхования и пенсионного фонда, которые могут быть

направлены на пенсионное обслуживание населения, социальную помощь и т.д. Обязательное социальное страхование представляет собой систему защиты работающих граждан и находящихся на их иждивении членов семей от потери трудового дохода при наступлении нетрудоспособности вследствие старости, инвалидности, болезни, безработицы, материнства, смерти кормильца. Оно состоит из четырех элементов, куда входят выплаты: на случай временной нетрудоспособности (болезни) или материнства; от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний; медицинское страхование; обязательное пенсионное страхование [18]. Так, в 2011 г. из средств Фонда социального страхования было выплачено 497 млрд. руб., в т.ч. на социальную помощь – 78,6% [15, С. 117].

Основной формой социального страхования является пенсионное обеспечение. В соответствии с уже упомянутым Законом о пенсионном обеспечении существует три вида трудовых пенсий, а также пенсии военнослужащим и государственным служащим за выслугу лет. Кроме того, существует вид социальных пенсий нетрудоспособным гражданам, не имеющим права на другой вид пенсии. Выплаты денежных средств пенсионерам также являются видом социального эффекта.

Так, в 2012 г. численность пенсионеров составляла 40,6 тыс. чел., т.е. почти третью часть жителей России. Число пенсионеров увеличилось с 2012 г. по сравнению с 2005 г. на 5,9%. Средний размер пенсии составлял в 2012 г. 9041 руб. (в месяц), что равно примерно 40% среднедушевого дохода населения [14, С. 33 и собственные расчеты автора].

4.2. Социальный эффект и эффективность системы здравоохранения

Важнейшим направлением социальной политики и самостоятельным социальным институтом является организация системы охраны здоровья населения и медицинского

обслуживания населения. В сфере здравоохранения социальным эффектом его деятельности является число и структура работников, обеспечивающих охрану здоровья населения, а эффективностью – отношение к средней численности обслуженных в данной сфере пациентов с поправками на научно-обоснованные нормативы. Уровнем социальной эффективности считается отношение числа медицинских работников к расходам на содержание пациентов. Вариантом расчета может быть средняя стоимость расходов на одного пациента. Все эти показатели должны быть дифференцированы, во-первых, по типам обслуживания: стационарных больных и амбулаторных пациентов, и, во-вторых, результатам лечения. Косвенным и долгосрочным эффектом можно считать уровень заболеваемости населения и увеличение продолжительности жизни, снижение уровня показателей смертности и инвалидности, удовлетворенность общества в целом системой оказания медицинской помощи. Естественно, такие характеристики требуют использования социологических исследований и опросов. Определенным индикатором здоровья иногда называют показатели обращаемости к врачам. В следующей таблице (см. табл. 2) приводятся данные, характеризующие уровень медицинского обслуживания.

Рассмотренные данные оставляют двойственное впечатление. Рост мощности амбулаторно-поликлинических организаций, безусловно, явление положительное, но, во-первых, рост крайне незначителен: всего на 3 процентных пункта, а, во-вторых, вряд ли он компенсиру-

ет уменьшение числа больничных учреждений на 1/3.

Сокращение численности больничных учреждений не может не сказаться негативно на медицинском обслуживании населения, особенно в малых городах и сельской местности. Целесообразность их укрупнения вызывает сомнения, поскольку связано с необходимостью дополнительного передвижения больных и т.д. Правда, на 6,2 процентных пункта увеличилось число врачей на 10 тыс. жителей, а численность среднего медицинского персонала осталась без изменения. Кроме того, почти на 15% уменьшилось число фельдшерско-акушерских пунктов, которые, по идее, должны быть максимально приближены к малым населенным пунктам [14, С. 164 и собственные расчеты автора].

Результаты деятельности органов здравоохранения проявляются в некоторых экономических характеристиках, в частности, экономические затраты, связанные с временной нетрудоспособностью (выплаты из фонда социального страхования по больничным листам), получение пенсий и других выплат по инвалидности, преждевременной смертности, затраты на медицинскую помощь и т.п. Снижение уровня этих показателей представляет собой экономическую выгоду общества, а рост – экономические потери.

Следует учитывать, что неизбежный рост расходов, обусловленный с инновациями в медицинских технологиях, появлением и использованием новых лекарств, изменениями в структуре заболеваемости может рассматриваться как фактор

роста уровня социальной эффективности, а не наоборот. Известно, что Всемирная организация здравоохранения рекомендует тратить на охрану здоровья населения не менее 6–6,5% от валового внутреннего продукта. Страны Западной Европы расходуют на эти цели 8–10%, а США – свыше 13%, в то время как Россия расходует на цели здравоохранения менее 5% от валового внутреннего продукта [20].

Особой и быстро развивающейся формой социального страхования является создание и функционирование системы медицинских страховых полисов. Существует обязательное медицинское страхование и добровольное медицинское страхование. Все эти выплаты по медицинскому страхованию представляют собой составную часть прямого социального эффекта.

Однако, в сфере здравоохранения ряд учреждений и предприятий работает на коммерческой основе и, естественно, приносит прибыль. В последние годы в сфере здравоохранения получила довольно широкое распространение платная медицина. Так, в 2012 г. учреждения/предприятия здравоохранения получили прибыль в сумме 4270 млн. руб., что составило 24,1% к общему объему валового дохода отрасли [16, С. 125]. Эти показатели относятся уже к характеристикам экономической эффективности.

4.3. Социальный эффект и эффективность системы образования населения

Наряду со здравоохранением крайне важным фактором социального здоровья общества является разветвленная образовательная сис-

Таблица 2.

Численность и мощность медицинских учреждений в 2005 и 2012 гг. (на конец года)

Годы	Число больничных учреждений, тыс.	Число больничных коек		Число амбулаторно-поликлинических учреждений, тыс.	Мощность амбулаторно-поликлинических учреждений, в смену	
		всего, тыс.	на 10000 чел. населения		всего, тыс.	на 10000 чел. населения
2005	9,5	1575	110,9	21,8	3637,9	255,2
2012	6,3	1332	92,9	16,5	3780,4	256,0
Темпы роста, %	66,3	84,6	83,8	75,7	103,9	103,0

[19; 14, С. 164 и собственные расчеты автора].

тема, представляющая собой второй, постоянно функционирующий социальный институт, который обеспечивает соответствующий уровень подготовки и вовлечения человека «в различные сферы жизнедеятельности общества, приобщения его к культуре данного общества» [21].

Система образования представляет собой совокупность функционирующих образовательных и воспитательных учреждений [12]. Образование – это деятельность людей по получению и закреплению полученных в процессе обучения повсеместно применяемых знаний. Они должны соответствовать принятыми государственными нормами и правилам (образовательным цензам). Уровень получаемых знаний должен отвечать требованиям современного состояния науки и техники, а также сложившимся в обществе социальным и культурным отношениям. Полученный объем и качество знаний подтверждается государственным документом (аттестатом, дипломом, сертификатом установленного образца).

Таким образом, **социальным эффектом** образования в системе соответствующих учебных и воспитательных заведений и учреждений, являются знания, полученные в процессе обучения и воспитания. Обобщающей, стоимостной оценкой этого общественного эффекта могут служить государственные затраты на учебу и воспитание в учебных заведениях различного типа.

Показателем эффекта образования может служить численность общеобразовательных учреждений и численность обучающихся (без коммерческих учреждений). Так, в 2012/13 г. насчитывалось 47,7 тыс. таких учреждений (включая вечерние), где обучалось 14,6 млн. чел. В расчете на одно учебное заведения приходится 305 обучающихся в общеобразовательных учреждениях. Результат обучения определяется численностью обучающихся, получивших аттестат об образовании (основном и полном образовании. В 2011/12 г. такой документ получили 2012 тыс. чел., или 23 чел. на 1000 жителей трудоспособного возраста.

Кроме того получили диплом о высшем образовании и получили статус специалиста 1157 тыс. чел. или на 1000 жителей 810 специалистов. [15, С. 39, 226, 236 и собственные расчеты автора].

В 2012 г. в дошкольных образовательных учреждениях число детей (на конец года) составляло 6,0 млн. чел. (здесь и далее приводятся данные, уточненные по сравнению с кратким статистическим сборником «Россия в цифрах. 2013»). На 100 мест в дошкольных образовательных учреждениях в 2012 г. приходилось 105 чел. [24 и собственные расчеты автора].

Особое значение в образовательной системе имеют профессиональные образовательные программы, которые ориентированы на формирование и развитие корпуса специалистов соответствующей квалификации, в которых современная экономика испытывает острую потребность [25]. Подготовка квалифицированных рабочих кадров это не только производственно-техническая, но и важная социальная проблема формирования современного рабочего класса, ориентированного на цели научно-технического прогресса и инновационный климат. Из общего числа занятых в экономике в 2012 г. примерно пятая часть имела начальное профессиональное образование [13, С. 137]. В 2013 г. разработана стратегия развития системы подготовки рабочих кадров и формирования прикладных квалификаций в Российской Федерации на период до 2020 г., которая является неотъемлемой частью сферы образования и одним из важных компонентов обеспечения устойчивого и эффективного развития человеческого капитала и социально-экономического развития [22].

Однако, численность обучающихся в сфере начального профессионального образования и выпуск квалифицированных рабочих и служащих начального профессионального образования постоянно уменьшается: так, она сократилась с 2005 по 2012 г. со 105 чел. на 10 тыс. обучающихся до 58 чел. – более чем вдвое. В 2012 г. было принято в учебные заведения этого

типа 499 тыс. чел., а выпущено квалифицированных рабочих и служащих – 484 тыс. чел. Выпуск подготовленных специалистов постоянно уменьшался: за 8 лет – на 31%, или на 5% ежегодно. Число выпускников в расчете на 10 тыс. занятых в экономике, снизилось почти на 32%, что подтверждает тенденцию снижения уровня эффективности подготовки учебных заведениях начального профессионального типа [24 и собственные расчеты автора].

Не менее важную роль в формировании образовательного потенциала страны играет среднее профессиональное образование, главная цель которого – подготовка компетентных и грамотных специалистов-практиков, востребованных на современном рынке труда, своего рода «технической элиты», имеющей рабочие навыки.

В России в 2012 г. насчитывалось 2725 государственных и муниципальных образовательных учреждений среднего профессионального образования (колледжей и т.п.), где обучалось 1984 тыс. чел. Эффективность подготовки специалистов характеризуется, в числе других показателей коэффициентами приема и выпуска учащихся. Коэффициент приема в образовательные учреждения среднего профессионального образования определяется как отношение численности принятых на обучение в образовательные учреждения среднего профессионального образования к численности населения в возрасте 15 лет, а коэффициент выпуска этих учреждений – как отношение численности выпускников к численности населения в возрасте 18 лет [13, С. 262–263 (Табл. 7.1)]. В 2012 г. он составлял 50,8 на 10 тыс. чел. населения (т.е. примерно в 1,3 раза больше, чем в 2005 г.) [24 и собственные расчеты автора].

Целью среднего профессионального образования, по мнению многих специалистов, является создание условий для формирования творчески активной, социально адаптированной, конкурентоспособной личности. Это подтверждается результатами некоторых исследований. В частности, высказывается мнение, что у большинства уча-

щихся колледжа есть уверенность в возможности трудоустройства после окончания учебного заведения. Однако, в то же время пятая часть учащихся не надеются найти работу по специальности. Хотя работодатели предпочитают принимать на работу выпускников колледжей (74% респондентов), однако часть руководителей предпочитают готовить кадры на производстве (36%) [27].

Получение высшего профессионального образования – важная ступень в формировании интеллектуального капитала, которая, во-первых, обеспечивает получение комплекса знаний, необходимых для высококвалифицированной деятельности, как в экономике, так и в технике, а также в гуманитарной сфере, а во-вторых, обеспечивает возможность всестороннего социально-культурного развития. Уже в этом проявляется социальный эффект высшего образования. Высшее образование открывает потенциальную возможность инновационного развития. Получение соответствующего статуса элитного специалиста, возможность работать в учреждении/предприятии, как правило обеспечивающем возможность более высокого заработка является эффектом получения высшего образования.

Коэффициент приема в образовательные учреждения высшего профессионального образования определяется как отношение численности принятых на обучение в образовательные учреждения высшего профессионального образования к численности населения в возрасте 17 лет. В 2012 г. в 609 государственных и муниципальных вузах обучалось 5,1 млн. студентов или 424 на 10 тыс. чел. населения. Коэффициент приема вырос с 68% в 2005 г. до 90% в 2012 г. – на 32 процентных пункта [24 и собственные расчеты автора]. Это говорит о повышении эффективности приема в высшие учебные заведения.

Однако более надежный показатель эффективности связан с получением результата обучения, т.е. выпуском специалистов. В 2012 г. из образовательных учреждений высшего профессионального об-

разования было выпущено 1125 специалистов. Среднегодовой темп прироста за 7 лет составил 2%. В расчете на 10 тыс. специалистов, занятых в экономике, их выпуск из учреждений высшей школы увеличился почти на 20%. Это важный результат обучения. Эффективность подготовки специалистов более обоснованно определяется путем расчета коэффициента выпуска из образовательных учреждений высшего профессионального образования, который представляет собой отношение численности выпускников образовательных учреждений высшего профессионального образования к численности населения в возрасте 22 лет. В 2012 г. он увеличился почти на 16 процентных пунктов (примерно на треть) [24; 13, С. 262].

Проблема оценки эффективности вузовского обучения представляется неоднозначной и дискуссионной. Ее не следует смешивать с самостоятельной проблемой качества образования, хотя они в известной степени связаны. Эффективность обучения может быть оценена уровнем востребованности завершивших обучение, в частности, долей принятых на работу по специальности. Однако, получение подобной информации проблематично и требует проведения специальных исследований.

В России особое значение придается подготовке специалистов высшего профессионального образования, поскольку здесь формируется научная элита страны. Решаются две важные проблемы: подготовка высококвалифицированных специалистов для экономики и социальной деятельности, и удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии.

Высшее образование играет ведущую роль в формировании человеческого и особенно интеллектуального капитала, что в свою очередь на несколько лет вперед определяет научно-производственный потенциал и, как следствие, инновационную политику страны. Следует ясно понимать, что от темпов и характера его развития в зна-

чительной мере зависят перспективы роста национального богатства России и возможности движения по пути прогресса. Поэтому затраты на высшее образование, их эффективность – это перспективные и в конечном счете многократно окупающиеся (как экономически, так и социально) вложения в будущее страны.

Общая оценка социальной эффективности обучения может быть также представлена коэффициентом охвата молодежи программами начального, среднего, высшего и послевузовского профессионального образования определяется как отношение численности студентов (обучающихся) образовательных учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования, аспирантов и докторантов к численности населения в возрасте 15–34 года. В 2012 г. он составлял более пятой части общего числа [13, С. 216–217, 262–263 и собственные расчеты автора; 24].

Последние годы получило новый импульс развитие коммерческих, или платных форм учебно-педагогической деятельности, что предусмотрено Федеральным Законом об образовании [12]. Государственные и негосударственные учебные заведения профессионального образования (начального, среднего и высшего), а также детские дошкольные образовательные учреждения получили возможность предоставлять дополнительные платные образовательные услуги, в том числе за счет добровольных пожертвований. Все образовательные услуги в соответствии с Федеральным Законом об образовании делятся на два основных вида: *платные* и *бесплатные* [12]. К первым относятся услуги, финансируемые за счет бюджета (в рамках государственных образовательных стандартов), и оказываемые государственными и муниципальными образовательными учреждениями. *Платными* являются дополнительные образовательные услуги, оказываемые лицами, занимающимися индивидуальной трудовой педагогической деятельностью, за соответствующую плату, а также образовательные ус-

луги, не предусмотренные образовательными программами и стандартами.

В 2012 г. доля обучающихся в негосударственных общеобразовательных учреждениях составляла: в среднем профессиональном образовании – 4,9%; в высшем профессиональном образовании – 15,3% [24 и собственные расчеты автора]. Деятельность такого рода образовательных учреждений является рыночной и их результаты должны рассматриваться как проявление рыночной эффективности.

5. Удовлетворение покупательского спроса как социальная форма эффективного функционирования потребительского рынка

Ранее было сказано, что *экономический эффект* рыночной деятельности проявляется, прежде всего, в форме получения **прибыли** (прибылеотдача и т.п.) и **использования ресурсов** (фондоотдача и т.п.), а *социальный эффект* проявляется прежде всего в форме **удовлетворения покупательского спроса**. Безусловно, формирование и развитие спроса является важнейшим механизмом рынка. В конечном счете, покупательский спрос – это количество товаров, которое хотят и могут приобрести покупатели. При этом ограничителем развития спроса выступает предложение, устанавливающие количественные рамки расширения спроса во времени и в пространстве. Важную роль в этом взаимосвязанном процессе играют цены, которые могут явиться и стимулятором спроса и инструментом его сдерживания, тем более, что на рынке предъявляется именно **платежеспособный спрос**, т.е. спрос, подкрепленный деньгами.

Удовлетворение спроса – безусловно, не только и не столько экономический процесс, а важнейшее социальное явление. В рыночной экономике он происходит в форме продажи товаров населению по сложившимся на данный момент ценам, в обмен на денежные средства покупателей (доходы, сбережения и кредиты). Надо только иметь

в виду, что неудовлетворенный спрос должен обязательно быть платежеспособным. Важно различать категории **потребительского спроса** (чего хотят потребители) и **покупательского спроса** (что они могут реально купить). Конечно, следует учитывать возможность образования неудовлетворенного спроса, торговля должна быть заинтересована в его выявлении и оценке, поскольку он составляет резерв увеличения продаж. В современных условиях дефицит (невозможность удовлетворить спрос) образуется, главным образом, из-за неумелых или ошибочных действий торговли.

Процесс удовлетворения спроса может носить как позитивный, так и негативный характер. Позитивный социальный эффект развития потребительского спроса выражается: а) в виде прироста объема покупок (увеличения продаж); б) в форме качественного улучшения потребления; в) высокого уровня торгового обслуживания. Негативный результат – а) сокращение потребления; б) ухудшение качества обслуживания потребления. Кроме того к негативным последствиям следует отнести рост цен, как следствие дисбаланса спроса и предложения.

Часто спрос понимают как отражение потребностей или желаний потребителей. Однако не все потребности принимают рыночную форму, определенная часть продуктов потребляется в натурально-вещественной форме. Так, в 2011 г. в среднем из общего объема располагаемых ресурсов домашних хозяйств 3,5% приходилось на долю натуральных поступлений. При этом существует обратная зависимость доли натурального потребления и размеров покупательского спроса «Бедные потребители» потребляют больше продуктов собственного производства и, наоборот «богатые потребители» сводят долю натурального потребления к минимуму. В расчете на одного члена домашнего хозяйства (в среднем за месяц) стоимость натурального потребления составила 457 руб. [13, С. 198 и собственные расчеты автора]. На практике размер поку-

пательского спроса в конкретных условиях времени и места характеризуется величиной розничного товарооборота (продажи).

Денежные ресурсы, т.е. сумма денежных средств, которыми располагает домашнее хозяйство (данные 2011 г.), складываются из денежных расходов (почти 87% всех ресурсов, в среднем на одного члена домохозяйства), прироста сбережений (9,5%; данная величина особо подвержена конъюнктурным колебаниям) и нерыночных поступлений. Дифференциация натурального потребления продуктов питания характеризуется коэффициентом фондов, равным 2 (в разах), а дифференциация натурального потребления непродовольственных товаров – 18 (в разах) [15, С. 150, 155 и собственные расчеты автора].

Изучение эффекта и эффективности потребительского рынка предполагает дифференцированный подход к их оценке, потому что у различных социальных групп результаты степени и характера удовлетворенности спроса неодинаковы. Если обобщающие показатели эффекта и эффективности покупки товаров базируются на интегрированных показателях объема товарооборота (стоимости проданных товаров), то выявление закономерностей социальной неоднородности рынка требует иного подхода, который исходит из разной покупательной способности различных слоев населения. Они обусловлены не только и не столько разницей во вкусах и предпочтениях людей (хотя их тоже не стоит сбрасывать со счетов), сколько дифференциацией доходов и сбережений, которая в современных условиях приобрела крайне серьезные масштабы и в значительной мере определяет сложившийся уровень и образ жизни российского населения. Так, коэффициент концентрации доходов населения (коэффициент фондов), который отражает степень социального расслоения (в разах) в 2012 г. составил 16,4 раза (рост на 1,2 пункта против 2005 г.), что свидетельствует о тенденциях увеличении разрыва между минимальным и максималь-

Таблица 3.

Распределение расходов на потребление основных видов товаров и услуг по 20-процентным группам населения в 2011 г. (на одного члена домашнего хозяйства)

						В процентах к итогу:				
	расходы по каждой процентной группе	в том числе расходы на:				расходы на конечное потребление – всего	питание	непродовольственные товары	алкогольные напитки	оплату услуг
		питание	непродовольственные товары	алкогольные напитки	оплату услуг					
Все домашние хозяйства в т.ч. по: 20-% группам	100	34,8	37,9	1,7	25,5	100	100	100	100	100
первая (с наименьшими ресурсами)	100	48,3	23,4	1,2	27,0	7,9	11,0	7,9	6,0	8,4
Вторая	100	45,3	26,5	1,5	26,4	12,0	15,7	12,0	11,0	12,4
Третья	100	41,4	30,8	1,7	26,1	16,1	19,2	16,1	16,7	16,5
четвертая	100	34,7	36,7	1,8	27,1	23,0	23,0	23,0	25,1	25,0
пятая (с наибольшими ресурсами)	100	26,5	48,2	1,7	23,5	41,0	31,1	41,0	41,2	37,7
Коэффициент фондов, в разах						7	4	7	10	6

[15, С.154–155]

ным уровнями благосостояния [14, С. 130].

Потребительский спрос в значительной степени отражается показателем фактического потребления домашних хозяйств на душу населения, который был равен в 2012 г. 253,4 руб./чел. (в 2011 г. – 225,1 руб./чел.). Структура располагаемых ресурсов в значительной мере зависит от социального состава домашних хозяйств, в частности от того, какими доходами и сбережениями они располагают. В следующей таблице (см. табл. 3.) были приведены характеристики распределения ресурсов домашних хозяйств по 20-процентным (квintильным) группам населения (по данным выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств).

Итоги расчета свидетельствуют о значительном уровне дифференциации потребительского рынка по величине располагаемых ресурсов, что является негативным результатом его социальной эффективности. Отмечаются значительные колебания, как в разрезе каждой группы, так и по всей совокупности. С позиции социальной однородности распределение потребительских расходов может считаться недостаточно эффективным. По официальным данным в 2012 г. 11,0%

населения находилось за чертой бедности (в 2011 г. – 12,7%). В 2012 г. величина прожиточного минимума составляла (на душу населения, в месяц) 6510 руб. чел., а в 2011 г. – 6369 руб./чел. Среднедушевые располагаемые ресурсы малоимущих домашних хозяйств 2011 г. оценивались суммой 4666 руб./чел. и ресурсы крайне бедных хозяйств – 2452 руб./чел. Следует признать, что в подобных условиях уровень социальной эффективности следует признать крайне низким. [14, С.140; 15, С. 101, 110, 111].

Об этом также свидетельствуют выводы аналитического доклада Института социологии РАН «Бедность и неравенство в современной России: 10 лет спустя». Причины бедности кроются как в экономических обстоятельствах (в частности, длительная безработица – рейтинг 41), так и в социальных условиях – (болезни, алкоголизм и наркомания (рейтинг 40 – 39). Однако, в перечне причин бедности респонденты выделяли недостаточность государственных пособий по социальному обеспечению (рейтинг – 32). Нельзя обойти и психологические факторы, включая различного рода семейные неурядицы и обычную лень, нежелание менять образ жизни и т.п. [28].

В следующей таблице (см. табл. 3) приводится характеристика дифференциации потребительских расходов по основным группам товаров и услуг.

Распределение расходов по квинтильным процентным группам по товарному признаку позволяет выявить две основные закономерности: горизонтального распределения: а) тенденция роста потребления по мере увеличения доходов; б) перекрестные тенденции в структуре потребления продуктов питания (сокращение) и непродовольственных товаров и алкогольных напитков (увеличение). Это означает, что увеличение доходов дает коммерческий эффект в виде роста спроса на продукты питания и алкоголя, но относительно снижает спрос на продукты питания.

Показательно, что доля расходов на услуги практически остается индифферентной. Такое явление можно рассматривать как пример недостаточно эффективной социальной политики. Вероятно, это следствие часто критикуемой плоской шкалы налогов.

Коммерческий эффект и коммерческая эффективность потребительского рынка отражены в виде модели динамики (темпов роста) продажи товаров на душу населения (см. рис. 2).

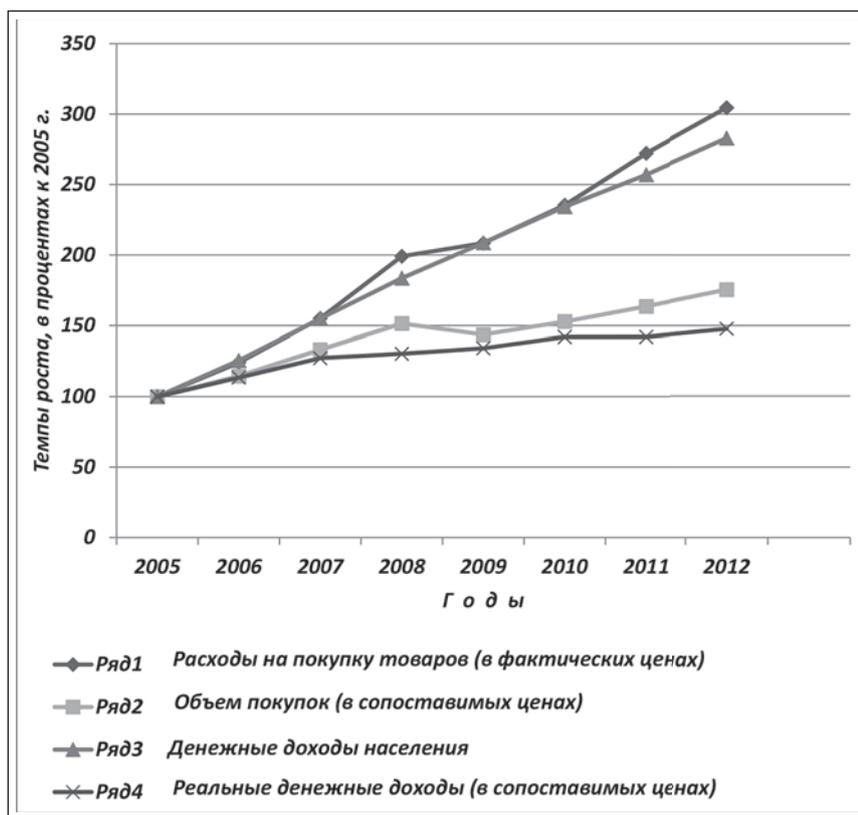


Рис. 2. Динамика доходов, расходов на покупку товаров и объема покупок в 2005–2012 гг.

[Источник: 13, С. 167, 523; 26 (уровень жизни) и собственные расчеты автора].

На диаграмме (см. рис. 2) достаточно четко проявляется результативность процесса удовлетворения спроса, когда в модель вводятся показатели темпов роста, характеризующие результаты изменений спроса и колебания, отражающие конъюнктуру потребительского рынка. Выявились не только «провалы», связанные с кризисной ситуацией в 2008–2009 гг., но и общая тенденция к уменьшению размера приростов. Видно, как фактические денежные доходы воздействуют на расходы, предназначенные для приобретения товаров и каким образом динамика реальных доходов обуславливает изменения реальных покупок. Рост реальных доходов в посткризисный период замедлился, что неизбежно сказывается на потребительских расходах. При этом темпы доходов растут медленнее темпов покупки товаров. Обнаруженные отклонения от общей тенденции объясняются как случайными отклонениями, так и влияниями факторов покупки в кредит, использованием денежных накоплений и т.п.

6. Заключение

Изучение социальной эффективности рыночной деятельности является составным элементом общей проблемы исследования социального маркетинга. Социальная эффективность потребительского рынка связывает социологию и результаты рыночной и внерыночной деятельности по удовлетворению потребностей. Выделяются два важных направления: социальные результаты и результативность, как некоммерческой сферы, так и социальный эффект и результативность рыночной деятельности, в той или иной степени связанные социальной жизнью. В целях их исследования были использованы статистические и графические модели, отражающие процессы социального эффекта и эффективности. Конечно, размеры статьи не позволяют охватить все вопросы анализа социальной эффективности, многие из них остались за ее пределами. Автор в своей работе стремился не избегать спорных моментов и методик.

Литература

1. Беляевский И.К. Социальный маркетинг: проблемы формирования и анализа. – Экономическая теория, Анализ, Практика (ЭТАП), 2011, №6 – С. 90–108
2. Беляевский И.К. Социология в маркетинге: взгляд статистика. – Вопросы статистики, 2009, №5. – С. 20–31.
3. Беляевский И.К. Экономический эффект и экономическая эффективность торговли: статистические оценки и анализ развития. – Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО, 2012, № 3 (1). – С. 109–117.
4. Беляевский И.К. Экономическое и социальное развитие торговли: статистические характеристики рынка товаров потребительского значения. – Экономическая Теория, Анализ, Практика (ЭТАП), 2013, № 2. – С. 125–145.
5. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга/Пер. с англ. – 2-е европейское изд. – СПб.: Изд. дом «Вильямс», 1998. – 1086 с.
6. Романов А.А. Реклама: между социумом и маркетингом: Монография. – М.: Маркет ДС, 2002. – 300 с.
7. Социальная статистика: Учебник./Под ред. И.И.Елисеевой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 480 с.
8. Статистика рынка товаров и услуг: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Под ред. И.К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 656 с.
9. Федеральный закон «О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов» № 122-ФЗ (с изменениями и дополнениями) (опубл. в изд. Ось-89, 2008. – 64 с.).
10. Федеральный закон от 24.07.1998 № 125-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» (с изм. и доп., вступил в силу 03.01.14). (Опубл. 31 января 2012 г. в «РГ» – Федеральный выпуск № 5976).
11. Федеральный закон от 15.12.2001 № 166-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О государственном

пенсионном обеспечении в Российской Федерации» (опубл. 10 апреля 2013 г. в «РГ» – Федеральный выпуск № 6053).

12. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 25.11.2013) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп.) (Опубликован 4 января 2013 г., вступил в силу с 01.01.2014).

13. Российский статистический ежегодник. 2012. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2012. – 786 с.

14. Россия в цифрах. 2013. Крат. стат. сб. / Росстат. – М.: 2013. – 573 с.

15. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2012. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2012. – 319 с.

16. Финансы России. 2012. Стат. сб. / Росстат. – М.: 2012. – 462 с.

17. www.nanocorp.info/hr/management/2/1/2/ – Понятие экономической и социальной эффективности.

18. www.ru.wikipedia.org/.../-Обязательное_социальное_страхование_в_России/

19. Сайт gks.ru. Здравоохранение. Табл. 1.

20. www.rae.ru/fs/?article_id=7782355&op=sh – медицинские исследования.

21. www.termin.bposd.ru › Словарь терминов.

22. www.минобрнауки.рф/media/events/files/41d4701a6bfda8ac356e.pdf – Стратегия развития системы подготовки рабочих кадров.

23. www.science-education.ru/9-102/ – Подготовка выпускников среднего специального образования.

24. Сайт gks.ru. Образование. Основные показатели.

25. www.pedlib.ru/Books/1/0444/1_0444-145.shtml – Профессиональное образование.

26. Сайт gks.ru. Уровень жизни.

27. www.science-education.ru/9-102 – Подготовка выпускников среднего специального образования.

28. www.poisknews.ru/phpp/files/core/contentfile/contentfile/02/.../full.pdf – Бедность и неравенство в современной России

References

1. Belyaevskiy I.K. Socio-ethical issues of marketing. // *Ekonomicheskaja Teoria, Analis, Praktika ETAP*, 2011, no. 2, p. 133–147.

2. Belyaevskiy I.K. Sociology in marketing: view statistics. // “Voprosi Statistiki”, 2009, no. 5, p. 20–31.

3. Belyaevskiy I.K. Trade economic and social development: the statistical characteristics of the consumer goods market. // *Ekonomicheskaja Teoria, Analis? Praktika ETAP*, 2013, no. 2, p. 125–145.

4. Belyaevskiy I.K. Economic effect and economic efficiency: statistical assessment and analysis of the development. – *Economics, statistics and informatics. Journal of ULV*, 2012, no. 3 (1). – P. 109–117.

5. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V. *Principles of marketing*. / Lane. from English. – Second European ed. – S.-Peterburg: Williams Publishing, 1998. – 1086 p.

6. Romanov A.A. *Advertising: between society and the marketing of Books*. Monografy. – Moscow: Market-DS, 2002. – 300 p.

7. *Social statistics: Tutorial*. / Edited by I. Eliseeva. Ed. 3-th and extras. Ed. N.g. Ėriašvili. – Moscow: Finansi i statistika, 2002. – 480 p.

8. *Market goods and services statistics: textbook*. Ed. 2-e, revised and expanded. / Ed. I.k. Beljaevsky. – The finance and statistics, 2002. – 656 p.

9. The Federal law on social services, elderly and disabled citizens, no. 122-FZ (with amendments and additions) (published in IZD. axle-89, 2008-64 p.).

10. Federal law dated July 24 № 125-FZ (ed. by 28.12.2013) “compulsory social insurance against industrial accidents and occupational diseases” (as amended and additional charge, entered into force on 03.01.14). (Published in the “WP” January 31, 2012-federal issue # 5976).

11. Federal law dated 15.12.2001 No. 166-FZ (ed. by 02.07.2013) “on State pensions in the Russian Federa-

tion” (published in the “WP” April 10, 2013-federal issue No. 6053).

12. The Federal law from 2012 No. 273-FZ (ed. by 25.11.2013) on education in the Russian Federation “(as amended and additional charge.) (Published January 4, 2013 entered into force on 01.01.2014).

13. The Russian statistical yearbook. 2012. Stat. coll. / Rosstat. – Moscow: 2012. – 786.

14. The Russia in figures. 2013. A short stat.coll. / Rosstat. – Moscow: 2013. – 573 p.

15. Social status and standard of living of the population of Russia. 2011. Stat. coll. / Rosstat. – Moscow: 2011. – 527 p.

16. Social status and standard of living of the population of Russia. 2012. Stat. coll. / Rosstat. – Moscow: 2012. – 319 p.

17. www.nanocorp.info/hr/management/2/1/2/ – The concept of economic and social efficiency.

18. www.ru.wikipedia.org/.../-compulsory_medical_insurance_in_Russia..

19. Site gks.ru. Health care. Table. 1.

20. www.rae.ru/fs/?article_id=7782355&op=sh – Medical research.

21. www.termin.bposd.ru › Dictionary of term.

22. www.minobrнауки.рф/media/events/files/41d4701a6bfda8ac356e.pdf – Strategy for the development of training systems.

23. www.science-education.ru/9-102 – Graduates of specialized secondary education.

24. Cite gks.ru. Education. Main indicators.

25. www.pedlib.ru/Books/1/0444/1_0444-145.shtml – Professional education.

26. Cite gks.ru. Standard of Life.

27. www.science-education.ru/9-102 – Graduates of specialized secondary education.

28. www.poisknews.ru/phpp/files/core/contentfile/contentfile/02/.../full.pdf – Poverty and inequality in contemporary Russia.