

В. В. Трухачёв

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ВЛАСТНЫХ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
СТРУКТУР**

Монография

Министерство сельского хозяйства РФ
ФГБОУ ВПО Ставропольский государственный аграрный университет

В. В. Трухачёв

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

Монография

Ставрополь
«АГРУС»
2012

УДК 331.105.6
ББК 65.9(2Рос)-1
Т80

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор *Э. И. Мантаева*;
доктор экономических наук, профессор *В. Н. Попов*

Трухачёв, В. В.

Т80 Организационно-экономический механизм взаимодействия властных и предпринимательских структур : монография / В. В. Трухачёв. – Ставрополь : АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2012. – 196 с.

ISBN 978-5-9596-0856-9

Излагаются основные направления совершенствования теоретико-методических положений формирования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур и обоснование практических рекомендаций по его организационно-институциональному построению и диагностике функционирования.

Для студентов, слушателей высшей экономической школы, аспирантов, научных работников, преподавателей экономических вузов и широкого круга специалистов, желающих повысить уровень профессиональной подготовки в области экономики предпринимательства. Данная научная работа (монография) также может быть использована в качестве учебного пособия для магистров.

УДК 331.105.6
ББК 65.9(2Рос)-1

ISBN 978-5-9596-0856-9

© Трухачёв В. В., 2012
© ФГБОУ ВПО Ставропольский государственный аграрный университет, 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i>	4
Глава 1	
Теоретические основы взаимодействия властных и предпринимательских структур	
1.1. Сущностные аспекты, роль и значение воздействия предпринимательства на социально-экономическое развитие территории	7
1.2. Концептуальное обоснование базовых элементов механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур	21
1.3. Модели взаимодействия органов власти и бизнеса	32
Глава 2	
Состояние и развитие предпринимательской деятельности региона в системе взаимодействия с властными структурами	
2.1. Анализ тенденций развития предпринимательства в Ставропольском крае	43
2.2. Оценка реализации комплексных целевых программ, направленных на развитие предпринимательства в Ставропольском крае	58
2.3. Аналитическое обеспечение оценки системы взаимодействия властных и предпринимательских структур	73
Глава 3	
Основные направления совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур	
3.1. Организационные аспекты координационного механизма взаимодействия органов власти и субъектов бизнеса	90
3.2. Программно-целевой подход к управлению развитием взаимодействия властных и предпринимательских структур. . .	99
3.3. Методическое обеспечение комплексного аудита системы программно-целевого управления развитием предпринимательства	117
<i>Заключение</i>	144
<i>Библиографический список</i>	147
<i>Приложения</i>	165

Введение

Трансформационные процессы в экономике России актуализировали значимость предпринимательства как источника развития экономической и социальной сферы общества. Данная функция бизнеса предполагает необходимость постоянного совершенствования и адаптации к быстро меняющимся рыночным условиям организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур, стратегической целью которого является как развитие предпринимательской среды, так и обеспечение поступательного роста уровня и качества жизни населения.

Решение полиаспектных проблем совершенствования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур должно быть сосредоточено в плоскости повышения результативности применяемого властными институтами инструментария развития предпринимательства, реализуемого в большинстве случаев программно-целевыми методами, включающими, в том числе, и стимулирование социально-ответственного поведения бизнеса по отношению к местному сообществу.

Существующие особенности исследуемого механизма определяют вариативность моделей партнерства власти и бизнеса, что требует разработки комплекса организационно-методических положений, адаптированных к существующим типам партнерства, обоснования направлений совершенствования исследуемого механизма, способствующих повышению его роли в решении проблем воздействия властных институтов на бизнес и предпринимательских структур на общество. Это определяет актуальность и своевременность данного исследования как с позиций развития теории предпринимательства, так и практики его функционирования.

Существенное влияние на формирование научной позиции автора оказали труды В. Я. Горфинкеля, Д. Е. Давыдянца, М. Л. Еваленко, М. М. Ерошина, В. И. Кушлина, И. И. Кохановской, М. Г. Лапусты, В. Н. Попова, Б. А. Райзберга, А. Ю. Чепуренко, Л. С. Шаховской, В. А. Швандера, посвященные решению общих проблем формирования и развития предпринимательства в трансформирующейся рыночной экономике.

Многообразие научно-методических подходов к исследованию отдельных сторон рассматриваемой в исследовании проблематики взаимодействия властных и предпринимательских структур отражено в работах А. С. Большакова, О. В. Даниловой, Н. В. Зубаревич, И. И. Козловского, В. В. Котилко, Н. Ю. Лапиной, А. И. Нецадина, А. С. Пелеха, К. Стоуна, С. В. Туркина, Ф. И. Шамхалова и др.

Признавая значимость существующих разработок в исследуемой области и не отрицая их достоинств для теории и практики экономики предпринимательства, следует отметить, что многие вопросы формирования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур остаются малоизученными, что определило постановку цели и задач исследования.

Целью исследования явилось развитие теоретико-методических положений формирования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур и обоснования практических рекомендаций по его организационно-институциональному построению и диагностике функционирования.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- развить концептуальные основы формирования организационно-экономического механизма взаимодействия властных и предпринимательских структур;
- обосновать модели взаимодействия властных и предпринимательских структур, складывающиеся на основе имманентных особенностей взаимодействия бизнеса с властью и местным сообществом;
- разработать инструментарий анализа и оценки взаимодействия властных и предпринимательских структур;
- проанализировать состояние и тенденции развития предпринимательства в регионе, а также его встречного стимулирования со стороны государства;
- дать рекомендации по структурно-функциональному построению механизма координации взаимодействия властных и предпринимательских структур на региональном и муниципальном уровнях;
- обосновать систему программных мероприятий по развитию взаимодействия власти и бизнеса в зависимости от сложившейся модели;

- предложить методику аудита комплексных целевых программ, способствующих развитию взаимодействия властных и предпринимательских структур.

Объектом исследования явились предпринимательские и властные структуры, а также элементы организационно-экономического механизма их взаимодействия.

Предметом исследования выступила совокупность организационно-экономических отношений, связанных с взаимодействием властных и предпринимательских структур, направленных на социально-экономическое развитие территории.

Информационной базой исследования явились официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики РФ и её территориального органа по Ставропольскому краю, инструктивные и методические материалы Правительства РФ, Министерства экономического развития РФ и Ставропольского края; данные администраций муниципальных районов и сельских поселений, результаты личных наблюдений и расчетов автора.

Теоретическая значимость заключается в дополнении положений теории предпринимательства в части обоснования различных аспектов его взаимодействия с властными структурами в рамках совершенствования организационно-экономического механизма взаимного партнерства.

Практическая значимость проведенного исследования состоит в том, что оно доведено до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы органами государственной власти и местного самоуправления для оптимизации их взаимодействия с бизнесом. Непосредственно практическое значение имеют: алгоритм анализа и оценки взаимодействия властных и предпринимательских структур; организационно-функциональная архитектура механизма координации взаимодействия властных и предпринимательских структур на региональном и муниципальном уровнях; рекомендации по программно-целевому управлению развитием партнерства; градуалистический порядок комплексного аудита системы программно-целевого управления взаимодействием властных и предпринимательских структур.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

1.1. Сущностные аспекты, роль и значение воздействия предпринимательства на социально-экономическое развитие территории

Становление рыночных отношений в России дало существенный импульс к развитию системы предпринимательских отношений и изменило механизм взаимоотношения власти и бизнеса. В новых условиях ведущим субъектом общественно-экономических отношений стала система предпринимательства, которая стимулирует творческий подход и использование нетрадиционных комбинаций в организации хозяйственных процессов в условиях риска.

Взаимодействие властных и предпринимательских структур как процесс, постоянно эволюционирующий в условиях трансформации экономических отношений, нуждается в постоянном совершенствовании отдельных элементов механизма воздействия властных институтов на систему предпринимательства и бизнес-среды на местное сообщество. При анализе логики его развития в исторической ретроспективе прослеживается плюрализм способов, методов и форм согласования и взаимоувязки интересов и приоритетов бизнеса и власти как субъектов, взаимодействующих в рамках единого организационно-экономического механизма. При этом данная взаимоувязка предполагает формирование партнерских взаимоотношений в различных аспектах социально-экономического развития. То есть бизнес обменивается ресурсами и возможностями с властью, которая в обмен предоставляет преференции в административной плоскости.

В контексте проводимого исследования прежде всего необходимо раскрыть сущностные аспекты взаимодействия системы пред-

принимательства с властью и обществом, которое в большинстве случаев носит социально-ориентированный характер. Бизнес в процессе реализации общественно значимых функций априори взаимодействует с властными институтами, реализуя часть их функций по обустройству территорий и улучшению качества жизни населения.

Как известно, реформы 90-х годов XX века предполагали включение отечественной экономики в мировую систему разделения труда. В этих условиях властные структуры реализовывали либеральный путь реформационных преобразований, в соответствии с которым в системе общественно-экономических отношений главенствует «экономический человек», действующий на принципах удовлетворения личных потребностей в противовес общественным приоритетам. Данный аспект оказал существенное влияние на ценностную базу и поведение как субъектов экономической деятельности, так и потребителей. В начале реформ предпринимательские структуры часто действовали вразрез с существовавшими правилами, общепринятыми этическими нормами ведения бизнеса, а иногда и законами. В итоге сформировалась такая общественно-экономическая конструкция, которая может трактоваться как «экономика физических лиц» [156], сущность которой проявляется в делегировании общественных интересов высшему звену управления крупного и среднего бизнеса как физическим лицам.

Среди ученых и специалистов в качестве принципиальных характеристик предпринимательской деятельности чаще всего выделяется добровольное принятие предпринимателем на себя риска в процессе своего функционирования для извлечения прибыли. В свою очередь, это предполагает несение дополнительной ответственности за реализацию предпринимательских инициатив и ведение дела. Субъект предпринимательства несет непосредственную ответственность за успех производственной деятельности и доведение товаров до конечного потребителя, а также соблюдение действующих правил и норм законодательства.

С философской точки зрения функционирование хозяйствующего субъекта в системе общественных отношений между всеми участниками рынка не предполагает его автономность и отрешенность от проблем местного сообщества. Соответственно в рамках взаимодействия власти, общества и бизнеса субъект предпринимательства ориентирован на соблюдение сбалансированности соб-

ственных интересов, заключающихся в извлечении максимальной прибыли, и общественных интересов, проявляющихся в удовлетворении социальных и потребительских потребностей населения. При этом очевидно, что социальная ответственность бизнеса ориентирована не только на соблюдение интересов и удовлетворение общественно значимых нужд местного сообщества, но и на создание внутренних барьеров осуществления незаконной деятельности даже в условиях ее сверхрентабельности.

Стимулирование социальной ответственности бизнеса, помимо всего прочего, является еще и важным аспектом формирования институтов гражданского общества, поскольку ее проявление на микроуровне является не только фактором высокой культуры ведения бизнеса, но и способствует повышению производительности труда и, в конечном итоге, укреплению финансового состояния субъекта хозяйствования. Выполнение бизнесом общественно значимых функций подразумевает делегирование части функций государства предпринимательским структурам, которые добровольно проявляют решимость и желание решения отдельных социальных проблем территорий.

В контексте данного исследования необходимым представляется анализ теоретических аспектов взаимодействия предпринимательских структур с институтами власти в контексте выполнения бизнесом общественно значимых, социальных функций как фактора дальнейшего саморазвития. С этой целью целесообразно рассмотреть философской трактовки сущностного содержания категории «социальная ответственность» как одной из важнейших сторон взаимодействия власти и бизнеса.

В дальнейших параграфах исследования мы сосредоточим основное внимание на идентификации многомерных взаимно встречных импульсов в системе взаимодействия властных и предпринимательских структур. При этом считаем необходимым отметить, что на мезоуровне экономических взаимоотношений, то есть рассматриваемого в контексте регионального социума, социальная ответственность рассматривается нами не как система корпоративного развития, ориентированного на соблюдение принципов социальной ответственности перед работниками и обществом в целом, а как один из аспектов культуры предпринимательской деятельности в рамках углубления взаимодействия властных и предпринимательских структур. При таком подходе социальную ответствен-

ность можно рассматривать как контракт между предпринимательскими структурами и обществом, в котором он функционирует в условиях перманентного «диалога» с властными институтами. Анализ существующих концептуально-теоретических подходов, описывающих взаимодействие властных и предпринимательских структур, позволяет выделить четыре основных взгляда на определение ответственности предпринимательских структур.

1. Любые действия в случае, если они не противоречат нормам закона, являются социально-ответственными, то есть бизнес не предполагает соблюдения каких-либо этических правил. Данный тезис раскрывается в работе Н. Ренкен «Мораль и бизнес», где автор сформулировал мысль, согласно которой предпринимателя не следует рассматривать как морального субъекта, ведь каждый бизнесмен ориентирован на предотвращение банкротства и успешное ведение бизнеса, то есть он не способен к альтруистическим поступкам, которые могут принести ущерб хозяйственной деятельности [140]. Таким образом, автор отвергает соблюдение «тезиса о гармонии», в соответствии с которым любая деятельность, полезная для бизнеса, априори является корректной с моральной точки зрения. Специалисты, придерживающиеся подобной позиции, сосредоточены на экономической роли предпринимательства в системе общественных отношений, относя к стратегической задаче менеджера обеспечение максимальной доходности акционерам, что зачастую входит в противоречие с выполнением каких-либо этических обязательств.

Таким образом, сущность рассматриваемой позиции сводится к соблюдению юридической ответственности, когда все законные с юридической точки зрения действия считаются социально-ответственными.

2. Существуют сторонники позиции, в соответствии с которой единственной обязанностью менеджера является обеспечение максимальной прибыли, при этом противопоставляя данную цель нормам закона, которые в отдельных случаях могут быть нарушены [103]. В работе М. Фридмана сказано: «В системе частной собственности... менеджер фактически является служащим, работающим по найму у владельцев бизнеса. Он отвечает непосредственно перед своими работодателями (нанимателями), относя к ответственности выполнение их пожеланий, которые в большинстве своем сводятся к требованию максимизации прибыли, за счет

приспособления к существующим законам, этическим традициям, базовым нормам» [156]. То есть менеджеры в процессе своей деятельности полностью соблюдают и обеспечивают интересы собственников бизнеса даже в случаях, когда они противоречат некоторым нормам общества, и видят в этом проявление этической ответственности. Таким образом, данная ответственность относится в большей степени к профессиональной ответственности, продиктованной нормами взаимодействия профессионала и нанимателя, и все действия в рамках подобных норм относятся к социально-ответственным.

3. В соответствии с третьей позицией бизнес должен проявлять социальную ответственность перед обществом в ответ на лояльность власти, создающей эффективные условия для достижения стратегических и тактических целей корпорации в социально-экономической системе. Таким образом, в соответствии с данной позицией социальная ответственность должна стимулировать успех и сохранять его, но, когда она не выдерживает этой проверки, социальная ответственность может быть отброшена по прагматическим соображениям, поскольку она не приводит к успеху. То есть речь в данном контексте ведется о специфической социальной ответственности бизнеса не только в рамках юридической или профессиональной ответственности, но и в более широком аспекте с учетом общественных потребностей, то есть это своего рода экономическая ответственность [89].

4. Четвертая позиция представляет социально-ответственной ту предпринимательскую структуру, которая считает себя морально ответственной как перед людьми, которые в ней работают, так и перед всеми, кто оказывается под воздействием ее деятельности. Ответственность хозяйствующего субъекта регулируется существующими этическими и моральными нормами. Во главу угла ставится проблема совмещения и достижения интересов всех участников «жизнедеятельности» организации и общественно-экономических отношений, то есть данная ответственность может трактоваться как морально-этическая.

Исходя из этого содержание предпринимательства как явления и процесса нами определяется в соответствии с трактовкой в научных теориях и его ролью в базовых моделях строения социально-экономической системы. Создание действенной системы социальной ответственности предпринимательства перед обществом в

системе его взаимодействия с властными институтами изучается на базе использования требований общеполитических законов и основных теоретических конструктов экономики (возрастания потребностей, разделения труда, упущенных выгод), определяющих формирование и развитие исследуемого явления.

В условиях перехода форм трудовой деятельности из товарной в форму капитала и создания необходимых материальных условий сформировались фундаментальные основы трансформации бизнеса в социально-ответственный с высокой долей общественно значимых функций в условиях тесного контакта с властью.

Необходимо отметить, что на рубеже двадцатого века предприниматели были вынуждены учитывать и реагировать на запросы интересов наемных работников, что предполагало выполнение некоторых социально-ответственных мероприятий как непосредственно перед ними, так и перед обществом в целом. Наблюдавшийся в этот период экономический рост в Европе и Северной Америке позволил инвестировать средства на поддержание социальной стабильности в обществе, проявляющееся в улучшении условий функционирования работника как фактора производства. Способность предпринимателей учитывать последствия своих действий для устойчивого развития возникает в условиях совершенствования основного ресурса, каковым является человеческий капитал. В свою очередь человек стремится к реализации своего потенциала и утверждению самооценки личности. При этом наблюдавшийся в данный период экономический рост позволял решить указанную проблему, поскольку были созданы реальные экономические условия для развития всех отраслей социальной сферы (здравоохранение, наука, искусство, образование, культура, спорт).

В мировом производстве за 1945–1973 годы произошел беспрецедентный бум, сопровождавшийся высокими темпами роста. Средний ежегодный темп роста валового национального продукта в развитых странах с 1950 года по 1973 год составлял 4,9 %, что существенно выше уровня 1913–1950 годов, когда темпы роста экономики составляли 1,9 % [183].

В период с 1960 года по 1970 год предпринимательский сегмент в своей социальной направленности уже прошел эволюционный этап использования первых, самых простых в мотивационно-инициирующем и разработочно-реализующем плане форм ответ-

ственности – спонсорство и благотворительность. При этом основные интерпретации содержания социальной ответственности бизнеса в условиях его взаимодействия с властными институтами складывались по мере изменения среды обитания самого бизнеса, «представлений общества и человека о собственной природе и своем предназначении» [71].

К 1970 году сформировалась концепция социальной ответственности бизнеса, согласно которой стратегической целью бизнеса становится получение максимальной прибыли, при этом ответственность бизнеса перед обществом проявляется лишь в ее максимизации для своих акционеров и собственников. В 1970 году данная точка зрения была озвучена М. Фридманом [178] и названа теорией корпоративного эгоизма.

Противоположная точка зрения, получившая название «корпоративный альтруизм», заключалась в реализации посильного вклада корпоративными структурами в улучшение уровня и качества американской жизни [157].

В свою очередь, представители «центристских» теорий, которые в сущности являются менее радикальными, рассуждали в плоскости проявления корпоративной социальной ответственности в рамках теории М. Фридмана.

Социальная ответственность предпринимательства в условиях его тесного взаимодействия с институтами власти – это система встречно-ориентированных отношений, предполагающая максимальное соблюдение экономических и социальных интересов территории, а также обеспечение стабильности функционирования экономической среды обитания и ориентированная на повышение уровня и качества жизни населения как важнейшей стратегической задачи системы регионального и муниципального управления.

Современные теоретические исследования выполнения предпринимательством части функций властных институтов уделяют внимание вопросам идентификации его места и роли организации в системе экономических отношений. При этом за основу берется общая социальная ответственность компании, определяемая в соответствии с четырьмя критериями: экономической, юридической, этической и принятой на себя ответственностью (улучшение уровня и качества жизни населения), положение которых в общей структуре определяется их относительной важностью и частотой, с которой менеджмент сталкивается в каждой из групп. Организа-

ция может размещаться вдоль оси, идущей от низшей до высшей степени социальной ответственности, и использует определенные типы действий [136, 148, 142].

1. Социальная обструкция. Хозяйствующий субъект, находящийся на данном уровне, минимизирует свое участие в общественно значимой деятельности и охране окружающей среды, развитие которых входит в функциональную обязанность властных институтов. При этом в случае превышения границ дозволенного в своей профессиональной деятельности хозяйствующий субъект скрывает свои действия.

2. Социальные обязательства. Такая позиция включает деятельность хозяйствующего субъекта только в рамках норм, требуемых законодательством. При этом главной целью менеджмента остается максимизация прибыли, то есть предпринимательские структуры ориентированы на реализацию тактики защиты. В рамках данной позиции организация берет на себя ответственность за некоторые ошибки и упущения, не препятствуя при этом возможным расследованиям.

3. Социальный отклик. Для предпринимательских структур с подобным типом проявления социальной ответственности характерна реализация как юридических, так и этических требований в совокупности с добровольным выполнением части общественно значимых функций, входящих в полномочия властных институтов. При этом зачастую организации не проявляют самостоятельной инициативы в реализации социальных проектов, ориентированных на развитие территории. Таким образом, данный тип социальной ответственности можно охарактеризовать как «приспособленческий», то есть система управления организацией несет социальную ответственность за деятельность организации, хотя, возможно, делает это, уступая внешнему давлению со стороны власти.

4. Социальный вклад. При таком типе социальной ответственности предпринимательская структура действует в соответствии с правилами ответственного члена общества, инициативно реагируя на запросы общества с целью внесения дополнительного вклада в развитие территории, сближаясь с властными институтами и ожидая ответных сигналов для развития предпринимательства. Действия подобных предпринимательских структур чаще всего проактивны и предполагают высокую заинтересованность в решении социальных вопросов, причем социальная активность не навязыва-

вается со стороны властных структур, а является самостоятельно инициативной, предполагающей идентификацию общественных интересов и их последующее удовлетворение.

Данный тип проявления социальной ответственности согласуется с позицией К. Стоуна, который утверждал, что предпринимательская структура как гражданское лицо обязана соблюдать законодательные акты даже в тех условиях, когда имеется возможность их обойти, а также нормы общественной морали. При этом корпорация, по К. Стоуну, должна содействовать принятию эффективных законов, добровольно предоставляя необходимую имеющуюся информацию о дополнительных мерах, для решения проблем конкретной отрасли [150].

Предпринимательская структура как субъект производственной деятельности должна ориентироваться на производство исключительно безопасных и надежных для общества товаров, а также вести справедливое ценообразование. Кроме того, предпринимательская структура как субъект, предоставляющий рабочие места, должна заботиться об обеспечении безопасных условий для осуществления производственной деятельности, хорошем эмоциональном состоянии и материальном положении работников.

Как субъект распоряжения ресурсами предпринимательская структура должна ориентироваться на их эффективное и рациональное использование, осуществлять мероприятия по охране окружающей среды и благоустройстве территории. Как объект инвестирования предпринимательская структура должна защищать интересы своих инвесторов и предоставлять полную и точную информацию о своем положении. Как конкурент предпринимательская структура не должна предпринимать попыток ведения недобросовестной деятельности и участвовать в нечестной конкуренции, а также в ее ограничении. Как участник социального развития корпорация стимулирует и поддерживает инновации, а также стремится к признанию ответственности за воздействие на уровень и качество жизни населения.

Данные требования являются «идеальными» и приближены к эталонным в части социальной ответственности компаниям, что на практике реализуется далеко не всегда. Такая модель взаимодействия предпринимательских структур с обществом, а также органами власти соответствует высшей степени социальной ответственности хозяйствующего субъекта. Подобный подход означает

Научное издание

Трухачёв Владимир Владимирович

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
МЕХАНИЗМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТНЫХ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

Монография

Главный редактор *И. А. Погорелова*
Заведующий издательским отделом *А. В. Андреев*
Техническое редактирование и верстка *И. Н. Олейникова*
Редактор *О. С. Варганова*

Подписано в печать 18.12.2012. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Гарнитура «Times». Усл. печ. л. 11,4. Тираж 500 экз. Заказ № 67.

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции ОК 005–93–953000.

Издательство СтГАУ «АГРУС», г. Ставрополь, ул. Пушкина, 15.
Тел/факс: (8562) 35-06-94. E-mail: agrus2007@mail.ru.

Отпечатано в типографии издательско-полиграфического комплекса СтГАУ «АГРУС»,
г. Ставрополь, ул. Пушкина, 15.