

Трусевич Н. Э., ст. преподаватель; Барушко О. В., инженер;
Поддубная Л. А., студентка

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПОДОТРАСЛИ ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА БЕЛАРУСИ

The article is devoted to the analysis of basic economic parameters of work of the print-and-publishing complex of Belarus and printing enterprises with a state property. The article shows tendencies of the development of printing subindustry of the print-and-publishing complex of Belarus and represents the enterprises classification on the basis of stability degree of the basic economic parameters.

Издательско-полиграфический комплекс Беларуси (ИПК) в его нынешнем виде сложился в 90-е годы. Для него, как и для многих других отраслей и межотраслевых комплексов, характерна многоукладность: в комплексе функционируют предприятия государственной, частной и смешанной форм собственности [1–3]. Сегодня ИПК удовлетворяет разнообразные потребности предприятий и организаций народного хозяйства, населения страны в целом ряде услуг и продукции в виде книг, журналов, газет, бланочной продукции и т. п.

Прошедшие 15 лет самостоятельного развития дают повод для того, чтобы подвести некоторые итоги, определить тенденции, построить прогноз. Поэтому целью работы является рассмотрение динамики хозяйственно-экономических показателей на двух уровнях — комплекса в целом и полиграфических предприятий республиканской формы собственности. Задача, которая решается при этом, — проанализировать динамику основных показателей, выявить тенденции их изменения, классифицировать предприятия по степени устойчивости поведения показателей.

Анализ хозяйственно-экономических показателей работы ИПК Беларуси. Полиграфическая деятельность в Республике Беларусь осуществляется государственными предприятиями и предприятиями других форм собственности. Их производственную деятельность можно охарактеризовать, анализируя такие показатели, как объем производства в листо-оттисках, краско-оттисках, печатных листах, а также тираж и количество наименований продукции [4–6]. Уравнения для трендов данных показателей приведены в табл. 1.

Динамика выпуска продукции предприятиями ИПК Беларуси за период 1995–2006 гг. и прогноз до 2010 г. приведены на рис. 1.

Выпуск продукции в целом в 1995–2006 гг. неравномерен. Общий объем полиграфической продукции (без учета газет) постоянно рос до 1999 г., после чего сократился в 2000 г. на 12,8%. Вероятно (отсутствуют данные за 2001–2002 гг.), в последующие годы происходит дальнейшее снижение выпуска продукции, и в 2003 г. падение составляет 40% по отношению к 1999 г. Начиная с 2004 г. наблюдается, хотя и незначительный, рост объемов выпуска продукции.

Уравнение для тренда представлено в табл. 1. Оно позволяет заключить, что в ближайшие годы может ожидать определенный рост выпуска продукции.

Далее рассмотрим выпуск отдельных видов продукции, в частности газет.

Динамика выпуска газет за 1995–2006 гг., а также прогноз до 2010 г. приведены на рис. 2. Согласно рисунку, в 1999–2000 гг. отмечается снижение объемов выпуска газет на 10,7% по сравнению с 1998 г. В 2004 г. объем выпускаемых газет по отношению к 2000 г. возрос на 96,7%.

Таблица 1

Уравнения трендов хозяйственно-экономических показателей работы ИПК Беларуси

№	Наименование показателя	Уравнение тренда
1	Выпуск продукции, млн. лист.-отт.	$y = 254,8\sin(0,62x + 5,18) + 1168$
2	Выпуск газет, млн. экз.	$y = 0,074x^3 + 0,381x^2 + 1,164x + 124,030$
3	Выпуск книг и журналов, млн. кр.-отт.	$y = 18,446x^2 - 142,740x + 11290$
4	Тиражи книг и брошюр, млн. экз.	$y = 15,83\sin(0,33x + 0,23) + 60,4$
5	Выпуск книг и брошюр, млн. печ. л.	$y = 254,49\sin(0,32x - 0,07) + 906,4$
6	Количество наименований книг и брошюр	$y = -0,877x^3 + 35,785x^2 + 227,330x + 1900,200$

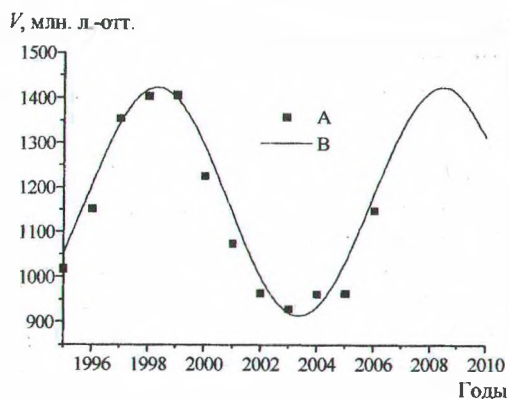


Рис. 1. Динамика выпуска продукции ИПК: А — фактические значения; В — тренд

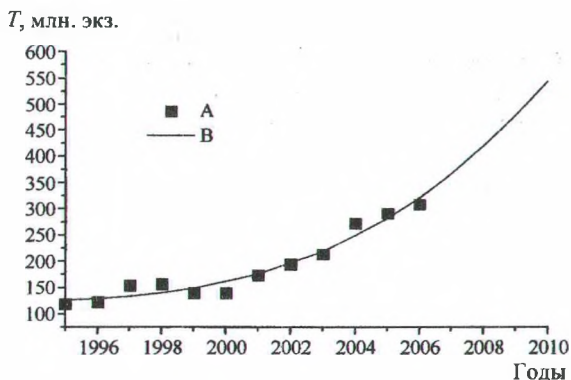


Рис. 2. Выпуск газет: А — фактические значения; В — тренд

В соответствии с этим можно говорить о намечающейся тенденции роста выпуска газет. Уравнение для тренда, представленное в табл. 1, позволяет заключить, что в ближайшие годы рост выпуска газет продолжится.

На рис. 3 приведена динамика выпуска книг и журналов за 2001–2006 гг. и прогноз данного показателя до 2010 г. Выпуск книг и журналов с 2001 по 2005 г. снижается, за исключением незначительного увеличения его в 2004 г. В 2006 г. наметилась тенденция роста этого показателя. Уравнение для тренда представлено в табл. 1. Оно показывает, что в ближайшие годы тенденция роста выпуска книжно-журнальной продукции может продолжиться.

Рассмотрим, какие тенденции наблюдаются в изменении тиражей книг и брошюр. Динамика тиражей представлена на рис. 4.

С 1991 по 1993 г. наблюдается увеличение тиражей, в 1994 г. произошел резкий спад на 18% и тенденция уменьшения тиражей продолжилась до 2004 г. при незначительном увеличении в 1997, 1999, 2003 гг. В 2005 г. происходит новый подъем тиражей, прирост по отношению к 2004 г. составил 21,5%. Уравнение для тренда представлено в табл. 1. Оно демонстрирует, что в ближайшие годы может произойти изменение наблюдавшейся многие годы тенденции и начнется рост выпуска тиражей печатной продукции.

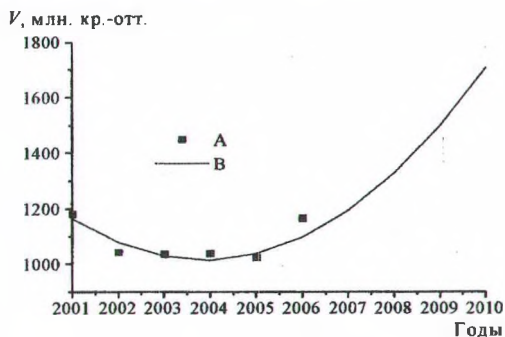


Рис. 3. Выпуск книг и журналов: А — фактические значения; В — тренд

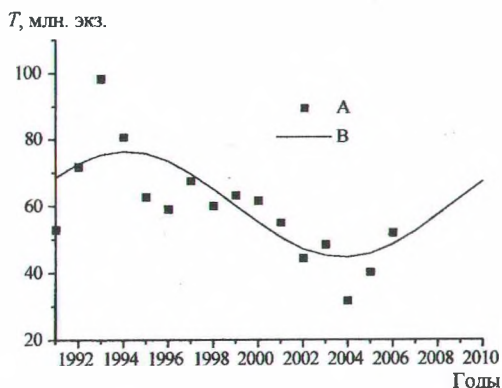


Рис. 4. Тиражи книг и брошюр: А — фактические значения; В — тренд

Динамика выпуска книг и брошюр в печатных листах представлена на рис. 5. По характеру зависимости она близка к показателям тиражей книг и брошюр на рис. 4. Объем книг и брошюр в печатных листах значительно снизился в 2004 г. по отношению к 2003 г. (в два раза), но уже в 2005 г. снова возрос, составив 78% от объема 2003 г. С 1994 по 2004 г. данный показатель падает при незначительном увеличении его в 1997 г.

Уравнение для тренда представлено в табл. 1. Оно показывает, что в ближайшие годы можно ожидать рост выпуска книг и брошюр в печатных листах.

При сложившейся тенденции уменьшения объемов выпуска книг и брошюр в печатных листах и общем уменьшении тиражей наблюдается монотонный рост количества наименований книг и брошюр с 1991 по 2003 г., со скачками в сторону уменьшения (не более 4%) в 1995, 1999, 2002 гг.

Об этом же свидетельствует и динамика количества наименований, представленная на рис. 6. В 2004 г. снижение было более значительным и составило 10,4%. В общем случае количество наименований за последние пять лет возросло на 28,7% к показателю 2000 г. Следует отметить, что прирост за 2005 г. составил 24%, с учетом спада количества наименований в 2004 г.

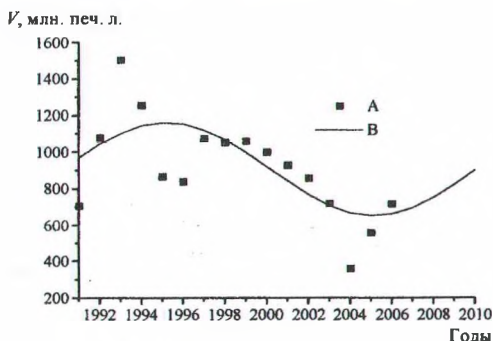


Рис. 5. Выпуск книг и брошюр в печатных листах: А — фактические значения; В — тренд

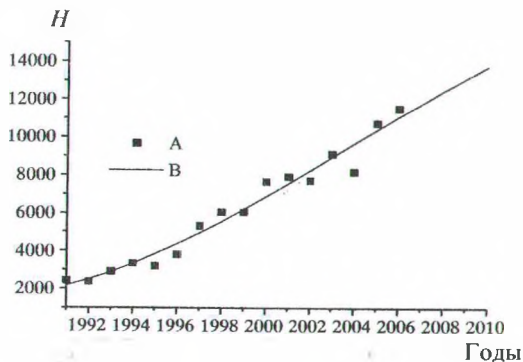


Рис. 6. Динамика количества наименований книг и брошюр: А — фактические значения; В — тренд

Уравнение тренда динамики количества наименований книг и брошюр показано в табл. 1. Оно позволяет заключить, что в ближайшие годы рост выпуска книг и брошюр в печатных листах продолжится.

На рис. 7 представлена динамика удельного количества наименований книг и брошюр, приходящихся на 1 млн жителей для трех стран: Беларуси, России и Украины. Сведения по России и Украине взяты из источников [7, 8]. На рисунке видно, что по данному показателю ИПК Беларуси лидирует.

Таким образом, динамика рассмотренных показателей демонстрирует довольно пеструю картину. Естественно, что на уровне ИПК проявляются основные, доминирующие тенденции, которые формируются в результате интегрирования динамики аналогичных показателей на уровне отдельных предприятий. Поэтому далее рассмотрим изменение показателей хозяйственно-экономической деятельности основных полиграфических предприятий.

Анализ хозяйственно-экономических показателей работы полиграфических предприятий. Основу полиграфической подотрасли ИПК Беларуси составляют государственные предприятия. Среди них выделяются наиболее крупные и значимые — полиграфические предприятия республиканской формы собственности (РФС).

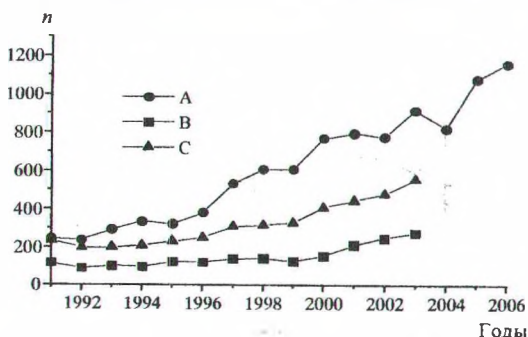


Рис. 7. Динамика удельного количества наименований книг и брошюр для: А — Беларуси; В — Украины; С — России

Данные предприятия находятся в прямом подчинении Министерства информации. К ним относятся: ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа», УП «Минская фабрика цветной печати», ОАО «Красная звезда», РУП «Типография «Победа»» в г. Молодечно, ОАО «Барановичская укрупненная типография», ОАО «Полеспечать» в г. Гомеле, РУП «Бобруйская укрупненная типография им. А. Т. Непогодина», Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины».

Рассмотрим основные показатели хозяйственно-экономической деятельности предприятий: выпуск продукции, прибыль от реализации, рентабельность реализованной продукции. Показатели анализируются за 2002–2006 гг. Уравнения для трендов приведены в табл. 2.

С точки зрения устойчивости динамики основных хозяйственно-экономических показателей предприятия РФС можно разделить на 3 группы.

Первая группа — предприятия с благополучной динамикой. К ним относятся: РУП «Минская фабрика цветной печати», ОАО «Красная звезда», РУП «Типография «Победа»».

Вторая группа — предприятия, у которых неравномерные темпы роста показателей. Сюда относятся: РУП «Бобруйская укрупненная типография им. А. Т. Непогодина», Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины».

Третья группа — проблемные предприятия. К ним относятся: ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа», ОАО «Полеспечать», ОАО «Барановичская укрупненная типография».

Рассмотрение начнем с предприятий *первой группы*.

УП «Минская фабрика цветной печати». Динамика выпуска продукции представлена на рис. 8. Выпуск книжной продукции за 2002–2006 гг. возрос, прирост в 2006 г. составил по отношению к 2002 г. 40%.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 9.

Увеличение прибыли произошло на 55,8%, при наибольшем скачке в 2004 г. — 38,7%.

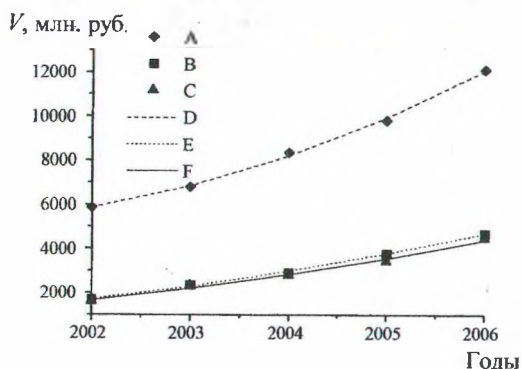


Рис. 8. Динамика выпуска продукции, фактические значения и тренды для: А, D — УП «Минская фабрика цветной печати»; В, Е — ОАО «Красная звезда»; С, F — РУП «Типография «Победа»»

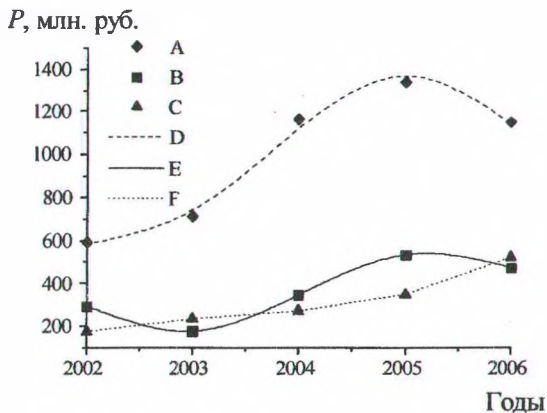


Рис. 9. Динамика прибыли от реализации продукции, фактические значения и тренды для: А, D — УП «Минская фабрика цветной печати»; В, Е — ОАО «Красная звезда»; С, F — РУП «Типография «Победа»»

Как статистические данные, так и тренд (п. 2, табл. 2) показывают, что рост прибыли замедляется. Об этом свидетельствует и снижение рентабельности продукции.

Динамика рентабельности продукции показана на рис. 10. Рентабельность выпускаемой продукции в 2005 г. составляла 16,7%.

В соответствии с уравнением тренда для рентабельности (п. 3, табл. 2), если не предпринять необходимые меры, то неблагоприятная тенденция в динамике рентабельности может продолжиться.

ОАО «Красная звезда». На рис. 8 представлена динамика выпуска продукции. Из рисунка следует, что для предприятия характерно планомерное увеличение выпуска продукции.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 9. В 2003 г. наблюдалось снижение прибыли на 41,6%, а в последующие два года — рост. К 2005 г. выпуск продукции увеличился на 55,6%, а прибыль на 44,5% по отношению к 2002 г.

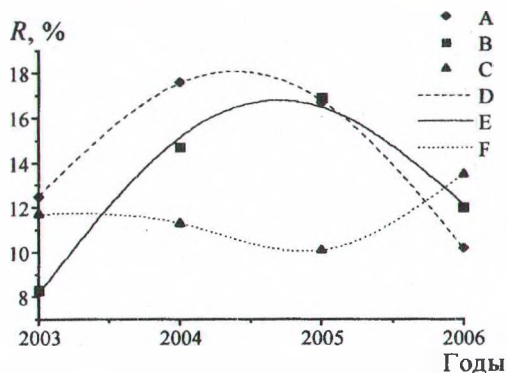


Рис. 10. Динамика рентабельности продукции, фактические значения и тренды для: А, D — УП «Минская фабрика цветной печати»; В, Е — ОАО «Красная звезда»; С, F — РУП «Типография «Победа»»

Тенденция изменения рентабельности продукции видна на рис. 10. В 2006 г. рост рентабельности прекратился, что можно объяснить изменениями в структуре номенклатуры выпускаемой продукции.

РУП «Типография «Победа»». Динамика выпуска продукции представлена на рис. 8. Зависимость на рисунке демонстрирует равномерное увеличение выпуска продукции. За 3 года данный показатель увеличился на 53,6%. При этом равнозначно увеличилась и прибыль, динамика которой показана на рис. 9.

На рис. 10 представлена динамика рентабельности продукции. Рентабельность увеличивалась незначительно и составила в 2006 г. 13,5%.

Далее рассмотрим предприятия *второй группы*.

РУП «Бобруйская укрупненная типография им. А. Т. Непогодина». Динамика выпуска продукции показана на рис. 11. На предприятии наблюдается рост выпуска продукции в 2002–2006 гг. Однако в последние годы темпы роста объемов продукции замедлились.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 12. Видно, что прибыль с 2003 по 2004 г. возросла с резким скачком на 52,4%. Но поскольку далее замедлились темпы роста продукции, то и объем ежегодной прибыли также стабилизировался.

Динамика рентабельности продукции представлена на рис. 13. Значения рентабельности достаточно высокие, и даже при снижении в 2005 г. на 16% она составляет 46,6%.

Совместное рассмотрение данных на рис. 11–13, показывает, что предприятие подошло к очень важному рубежу в своем развитии. Формально происходит увеличение объемов выпуска продукции. Однако новая продукция уже не является высокорентабельной. Поэтому ее освоение не сопровождается существенным увеличением прибыли и рентабельности. В таких условиях, если не предпринять специальные меры, накопленный за последние 5 лет потенциал может быстро иссякнуть.

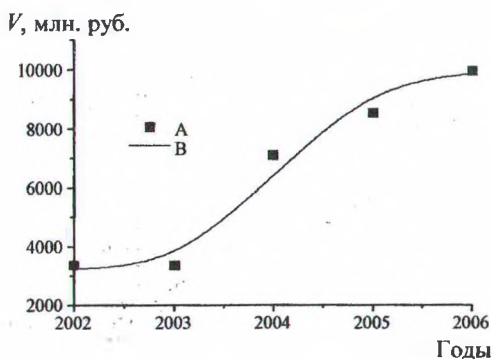


Рис. 11. Выпуск продукции на РУП «Бобруйская укрупненная типография»: А — фактические значения; В — тренд

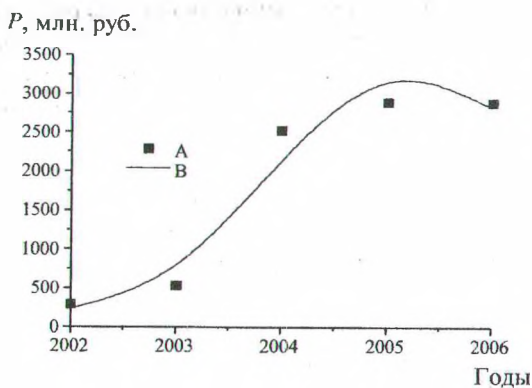


Рис. 12. Прибыль от реализации продукции на РУП «Бобруйская укрупненная типография»: А — фактические значения; В — тренд

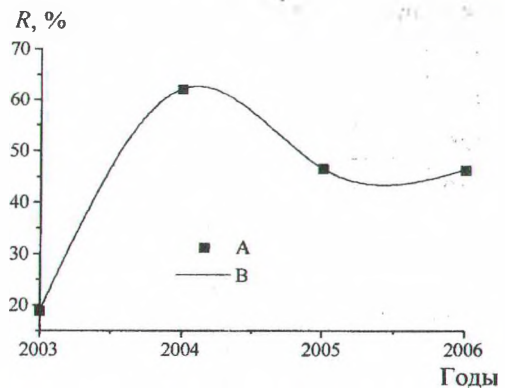


Рис. 13. Динамика рентабельности продукции на РУП «Бобруйская укрупненная типография»: А — фактические значения; В — тренд

Таблица 2

Уравнения трендов хозяйственно-экономических показателей работы полиграфических предприятий ИПК Беларуси

№	Наименование показателя	Уравнение для тренда
УП «Минская фабрика цветной печати»		
1	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = 196,03x^2 + 374,71x + 5295,40$
2	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -58,15x^3 + 459,20x^2 - 813,05x + 996,72$
3	Рентабельность продукции, %	$y = -2,90x^2 + 13,72x + 1,70$
ОАО «Красная звезда»		
4	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = 53,593x^2 + 423,290x + 1226,900$
5	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -44,567x^3 + 410,700x^2 - 1037,100x + 963,920$
6	Рентабельность продукции, %	$y = -2,825x^2 + 15,455x - 4,475$
РУП «Типография «Победа»»		
7	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = 51,836x^2 + 371,260x + 1238$
8	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = 9,866x^3 - 69,550x^2 + 198,680x + 35,100$
9	Рентабельность продукции, %	$y = 0,90x^3 - 5,80x^2 + 10,70x + 5,90$
РУП «Бобруйская укрупненная типография им. А. Т. Непогодина»		
10	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = -309,17x^3 + 2818,80x^2 - 5681,50x + 6426,40$
11	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -176,72x^3 + 1439,50x^2 - 2511,60x + 1478,40$
12	Рентабельность продукции, %	$y = 12,40x^3 - 103,90x^2 + 268,30x - 158$
Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины»		
13	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = -70,283x^3 + 644,460x^2 - 1459,800x + 1543,200$
14	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -9,258x^4 + 94,233x^3 - 314,240x^2 + 400,270x - 63$
15	Рентабельность продукции, %	$y = -2,283x^3 + 16,450x^2 - 37,667x + 38,900$
ОАО «Барановичская укрупненная типография»		
16	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = -31,65x^3 + 236,32x^2 - 337,53x + 1038,60$
17	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -16,067x^3 + 98,879x^2 - 153,950x + 47,320$
18	Рентабельность продукции, %	$y = -2,366x^3 + 13,950x^2 - 26,083x + 16,800$
ОАО «Полеспечать»		
19	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = -25,683x^3 + 180,240x^2 - 202,480x + 1606,100$
20	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = -8,558x^3 + 58,789x^2 - 147,250x + 154,040$
21	Рентабельность продукции, %	$y = 1,116x^3 - 10,050x^2 + 24,033x - 14,700$
ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа»		
22	Выпуск продукции, млн. руб.	$y = 35,443x^2 + 950,960x + 4325,400$
23	Прибыль от реализации продукции, млн. руб.	$y = 169,94x^4 - 2193,90x^3 + 9828,20x^2 - 17462x + 9639,30$
24	Рентабельность продукции, %	$y = -4,025x^2 + 23,455x - 30,125$

Типография Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины». Динамика выпуска продукции представлена на рис. 14. Как видим, произошло увеличение выпуска продукции на 57,3% в сравнении с 2002 г.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 15. В 2003 г. наблюдалось снижение прибыли от реализации, затем до 2005 г. происходил ее рост.

Динамика рентабельности продукции представлена на рис. 16. Рентабельность реализованной продукции снижается в 2004 г. на 4,3%, возрастает в 2005 г. на 1,2% и далее опять снижается.

Как видим, для данной типографии также характерна неустойчивость в развитии. Увеличение выпуска продукции происходит на фоне снижения рентабельности, поэтому наблюдаются скачки в поведении прибыли. Предприятие должно внимательно изучить номенклатуру выпускаемой продукции, более точно определить свою нишу на рынке, провести ряд мероприятий по повышению эффективности производства.

Рассмотрим предприятия *третьей группы*.

ОАО «Барановичская укрупненная типография». До 2005 г. на предприятии также происходило планомерное увеличение выпуска продукции. Динамика выпуска продукции показана на рис. 14.

Прибыль от реализации продукции представлена на рис. 15. Зависимость отражает резкое увеличение прибыли от реализации в 2003 г. и снижение в последующие 2 года, причем за последний год произошло снижение прибыли в 8 раз.

На рис. 16 показана динамика рентабельности продукции. Рентабельность в 2005 г. составляла 0,2%.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что ОАО «Барановичская укрупненная типография» относится к предприятиям, которые нуждаются в коренной перестройке механизма хозяйствования.

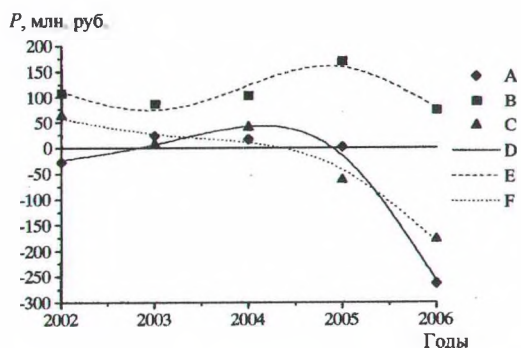


Рис. 15. Прибыль от реализации продукции, фактические значения и тренды для: А, D — ОАО «Барановичская укрупненная типография»; В, Е — Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины»; С, F — ОАО «Полеспечать»

ОАО «Полеспечать». Динамика выпуска продукции показана на рис. 14. Можно отметить увеличение выпуска продукции в период с 2002 по 2004 г., а в 2005 г. он снизился по отношению к 2004 г. на 3,8%.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 15. Можно отметить резкое снижение прибыли в 2003 г. в 9,8 раза (при росте выпуска) и резкое увеличение в последующий год (в 6,4 раза). В 2005 г. данный показатель имеет отрицательное значение.

Что касается рентабельности продукции, то, как показано на рис. 16, начиная с 2004 г. она линейным образом снижается.

ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа». На данном предприятии также наблюдается рост выпуска продукции за 2002–2005 гг., ее увеличение на 2005 г. составляет 37,4% по отношению к 2002 г. Динамика выпуска продукции представлена на рис. 17. В соответствии с трендом (п. 22, табл. 2) темпы прироста продукции в ближайшие годы могут снизиться.

Динамика прибыли от реализации продукции представлена на рис. 18.

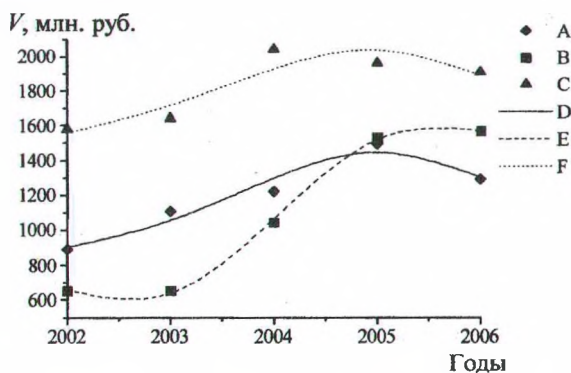


Рис. 14. Выпуск продукции, фактические значения и тренды для: А, D — ОАО «Барановичская укрупненная типография»; В, Е — Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины»; С, F — ОАО «Полеспечать»

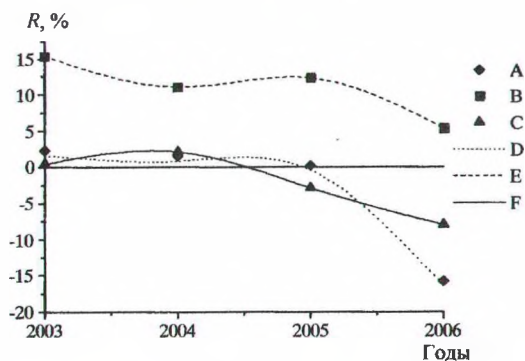


Рис. 16. Динамика рентабельности продукции, фактические значения и тренды для: А, D — ОАО «Барановичская укрупненная типография»; В, Е — Полоцкое РУПП «Наследие Ф. Скорины»; С, F — ОАО «Полеспечать»

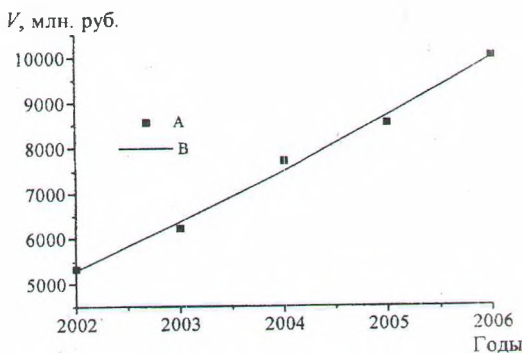


Рис. 17. Выпуск продукции на ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа»: А — фактические значения; В — тренд

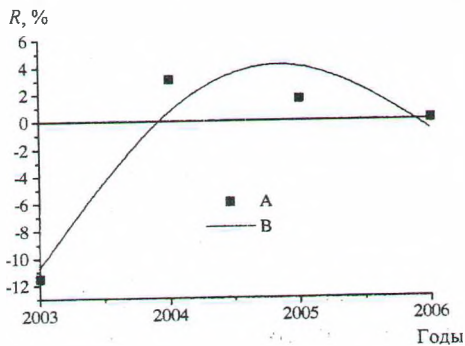


Рис. 19. Рентабельность продукции на ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа»: А — фактические значения; В — тренд

Прибыль от реализации составляла положительную величину только в 2004 и 2005 гг., а в 2006 г. данный показатель равен нулю.

Характер изменения рентабельности продукции предприятия показан на рис. 19.

Зависимости на рис. 17–19 свидетельствуют о том, что предприятие нуждается в проведении системы экономических и организационных мероприятий для стабилизации основных хозяйственно-экономических показателей.

Таким образом, тенденция увеличения выпуска продукции наблюдается для всех типографий. Прибыль также уменьшается для всех типографий, за исключением РУП «Типография «Победа»». Рентабельность возрастает лишь на типографии РУП «Типография «Победа»».

Обобщение результатов анализа. Экономические показатели изменяются под воздействием внешних и внутренних факторов. За рассматриваемый период они менялись в разных направлениях, однако в целом для динамики этих показателей характерна неустойчивость и цикличность.

В динамике основного показателя — выпуск продукции ИПК наблюдается цикличность с периодом, примерно равным 10 лет. Данное значение соответствует сложившимся представлениям о макро- и мезоэкономических циклах и может быть признано удовлетворительным [9].

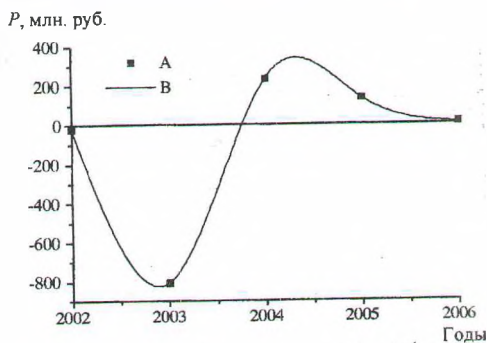


Рис. 18. Прибыль от реализации продукции на ОАО «Полиграфический комбинат им. Я. Коласа»: А — фактические значения; В — тренд

Основная направленность системных преобразований на современном этапе — повышение адаптационных возможностей предприятий, обеспечение их функционирования как самоорганизующейся системы [2]. Для того чтобы этого добиться, необходимо иметь программу действий и преобразований на каждом предприятии. Как и в любой сложной системе, изменения в экономическом механизме хозяйствования на полиграфических предприятиях должны проводиться эволюционным путем. Этот путь предполагает накопление практического опыта, проведение исследований, систематизацию их результатов.

Литература

1. Ничипорович, С. А. Управление издательско-полиграфическим комплексом: организационно-экономические аспекты / С. А. Ничипорович, М. И. Кулак, А. В. Неверов. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 304 с.
2. Ничипорович, С. А. Организационное управление в полиграфической промышленности / С. А. Ничипорович, М. И. Кулак, Н. Э. Трусевич. — Смоленск: Русич, 2004. — 336 с.
3. Ничипорович, С. А. Развитие издательско-полиграфического комплекса Беларуси в условиях становления рыночных отношений / С. А. Ничипорович. — Минск: Харвест, 2001. — 175 с.
4. Материалы коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2004 году. — Минск.: М-во информации, 2005. — 136 с.
5. Материалы коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2005 году. — Минск.: М-во информации, 2006. — 136 с.
6. Материалы коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2006 году. — Минск.: М-во информации, 2007. — 144 с.
7. Есенькин, Б. С. Книжное дело: Взгляд журналиста и специалиста / Б. С. Есенькин, Ю. Ф. Майсурадзе. — М.: МГУП, 2001. — 588 с.
8. Сенченко, М. І. Випуск друкованої продукції в Україні / М. І. Сенченко // Business print. — 2004. — № 4(34). — С. 12–24.
9. Плотинский, Ю. М. Модели социальных процессов / Ю. М. Плотинский. — М.: Логос, 2001. — 296 с.