Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Бизнес-школа

И. И. ПИЧУРИН

НОВЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сборник авторских статей

Министерство образования и науки Российской Федерации
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

И. И. Пичурин

Новые закономерности в современной экономике

Сборник авторских статей

Екатеринбург
УрФУ
2013

УДК 330.113 (06)
ББК 65.011.Я.431
П36

Рецензент: кафедра экономической теории Российского профессионально-педагогического университета (зав. кафедрой – проф., д-р экон. наук А.Г. Мокроносов); проф., д-р экон. наук В. А. Антропов (главный научный сотрудник Института экономики УрО РАН)

Научный редактор – О. В. Обухов, к.э.н., доцент ,заместитель директора по науке института ВШЭМ , заведующий кафедрой экономики и управления качеством продукции ВШЭМ.

Пичурин И.И.

П36 Новые закономерности в современной экономике: сборник авторских статей / И. И. Пичурин. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – 317 с.

В сборнике собраны статьи автора, опубликованные им в двухтысячных годах, посвященные изучению новых явлений в экономике развитых странах, а также оценке степени целесообразной экономической интеграции России в мировую экономику.

УДК 330.113 (06)
ББК 65.011.Я.431

ISBN 978-5-8295-0271-3

© Уральский федеральный университет, 2013

© Пичурин И. И., 2013

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ 5
1. ПРЕКРАЩЕНИЕ РОСТА МАТЕРИАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ 11
Необходим ли неограниченный рост потребления? 11
Прогноз тенденций в динамике материальных потребностей в развитых странах 17
Разумное потребление в условиях глобализации экономики – предпосылка устойчивого развития мирового рынка 29
Государственное воздействие на уровень социально-экономических потребностей человека 37
Перспективы динамики потребностей российского рынка металлургической продукции 39
Прекращение роста ВВП в развитых странах будет благом для мировой экономики 48
2. НОВАЯ РОЛЬ ЭКОНОМИИ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА 56
Закон стоимости в условиях глобализации экономики 56
Учет экономии внепроизводственного рабочего времени при оценке инноваций в сфере потребления 70
Анализ динамики отношения душевого дохода ВВП США и России 78
3. РАЗУМНЫЙ УРОВЕНЬ ИНТЕГРАЦИИ СТРАНЫ 90
В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ 90
Общие принципы корпоративной стратегии российских компаний обрабатывающей промышленности 99
Ошибки во внешнеэкономической деятельности, которые нельзя повторять 106
Преимущественная ориентация металлургических предприятий Урала на внутренний рынок – одно из важнейших условий экономической безопасности 120
4. РОСТ ВЛИЯНИЯ ОБЩЕСТВА НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 126
Уроки российской приватизации 126
О роли государственной собственности в развитых странах 128
Роль государства в формировании маркетинговой инфраструктуры региона 132

О некоторых методах государственного регулирования
экономики региона 138
Особенности государственного воздействия на экономику
в условиях современного рынка 144
Об эффективности приватизации крупных промышленных предприятий
в России 153
Основные недостатки управления социалистической экономикой
не должны быть повторены 161
Малый бизнес – составляющая планирующей системы
в постиндустриальной экономике 165
Социальная ответственность российских металлургических компаний 174
Причины кризиса социалистической экономики СССР
в 1989-1991 годах 184
Изменение классификации форм собственности 205
5. ИЗМЕНИВШАЯСЯ РОЛЬ НАУКИ В РАЗВИТИИ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ СИЛ 215
Роль науки в социализации экономики 215
Сопоставление роли инноваций и непрерывного совершенствования в развитии
российской экономики 218
Высокоорганизованная продажа научных разработок – перспективное развитие
экспорта для России 225
6. СТРАТЕГИЯ, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА УСТОЙЧИВОЕ
РАЗВИТИЕ 229
Шесть принципов рациональных корпоративных стратегий российских
промышленных компаний 229
Коллективизм как предпосылка производственных отношений,
соответствующих глобализации экономики 240
Новая роль распределения и послепродажного обслуживания
в постиндустриальной экономике 252
Формирование рациональных корпоративных стратегий российских
промышленных компаний 262
Вычисление эффекта от повышения качества как инструмент
в промышленном маркетинге 280
Рациональная маркетинговая стратегия российских металлургических
компаний 295
Ощущаемая потребителем ценность и лимитная цена 305
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 315