

*А.А. ЗАДОЯ, доктор экономических наук, профессор,
первый проректор Днепропетровского университета экономики и права*

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

В статті обґрунтована необхідність використання ціннісних орієнтирів населення при розробці стратегічних планів розвитку території. Досліджено співвідношення категорій «інтереси» та «цінності». На прикладі дослідження цінностей жителів міст Дніпропетровська та Львова продемонстровані відмінності самоусвідомлення (ціннісні аспекти минулого), оцінки існуючих проблем (ціннісні аспекти сучасного) та перспективних шляхів розвитку (ціннісні аспекти майбутнього).

В статье обоснована необходимость использования ценностных ориентиров населения при разработке стратегических планов развития территории. Исследовано соотношение категорий «интересы» и «ценности». На примере исследования ценностей жителей городов Днепропетровска и Львова продемонстрированы различия самоидентификации (ценностные аспекты прошлого), оценки существующих проблем (ценностные аспекты настоящего) и перспективных путей развития (ценностные аспекты будущего).

VALUE BENCH-MARKS AS THE BASIS OF STRATEGIC PLANNING OF TERRITORY DEVELOPMENT

In article the necessity of using population value bench-mark for making strategic plan developments of the territory is grounded. The correlation categories "interests" and "value" is investigated. Differences in self-identification (the value aspects of the past), estimation of existing problems (the value aspects of the present) and perspective ways of region development (the value aspects of the future) is demonstrated on the example of the study of values of Dnipropetrovs'k and L'viv citizens.

ценности, интересы, самоидентификация, стратегическое планирование развития территории

Стремление человека заглянуть в будущее вполне понятно. Каждому хотелось бы знать, что будет завтра, через несколько дней, месяцев, лет, а может и столетий. Библейские пророчества, предсказания Нострадамуса, литературные произведения Ж. Верна - все это примеры попыток предсказать будущее, хотя и имеющие разные формы проявления.

За последние 100 лет отмечено стремление придать предсказанию будущего научную основу. Это нашло отражение в разработке методов

научного прогнозирования (например, методы экстраполяции, экспертных оценок, моделирования и т.п.) и подготовке на их основе соответствующих прогнозов. Еще в начале прошлого века Н.Д. Кондратьев подчеркивал огромное значение долгосрочного прогноза для практической деятельности на миро-, мезо- и макроуровнях [1]. В свое время одним из наиболее известных прогнозов подобного типа стал прогноз развития мировой экономики до 2000 г., разработанные группой ученых под руководством лауреата Нобелевской премии В.В. Леонтьева [2]. И хотя фактические показатели состояния мировой экономики в 2000 г. существенно отличались от прогнозных, ее конфигурация была предсказана правильно.

Сегодня в России сформировалась достаточно авторитетная школа, которая занимается разработкой прогнозов, как долгосрочных, так и среднесрочных. Широкую известность получило шеститомное издание «Цивилизации: теории, история, диалог, будущее» [3]. Прделана большая работа по формированию прогноза развития России до 2050 г. [4]. Уже несколько изданий выдержал учебник «Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование» [5].

Существует немалый опыт долгосрочного планирования и в Украине. За последние 10 лет было разработано порядка 10 различных стратегий развития (к сожалению, ни одной из них не суждено было реализоваться в полном объеме). На мой взгляд, наиболее проработанной и обоснованной была стратегия экономического и социального развития Украины на 2004-2015 гг. [6]. Но даже в ней очень сильно просматривается политический компонент и недостаточный учет цикличности экономического развития.

Хорошо известна также практика прогнозирования и долгосрочного планирования на уровне региона. В начале XXI века практически каждый мало-мальски значимый город считал своим долгом составить стратегию развития на 10-15 лет. В качестве примера можно привести размещенные на сайтах соответствующих городов следующие документы:

- «Общая стратегия развития города до 2020 г.» (г. Киев);
- «Стратегия развития города Донецка до 2020 г.» (г. Донецк);

- «Стратегия развития Ленинградской области до 2025 года» (г. Санкт-Петербург);
- «Regional policy for the period 2010-2030 «Metropoolregio Amsterdam» (г. Амстердам);
- «Operational Program 'Brussels Capital Region' (2007-2013)» (г. Брюссель).

На нескольких городских сайтах размещены материалы для обсуждения стратегии развития г. Днепропетровска до 2025 г. [7].

Практически все региональные стратегии имеют одну и ту же структуру: общая характеристика региона, основные тенденции развития и функционирования региона, SWOT-анализ, определение миссии и видения развития, ожидаемые результаты и набор программ, реализация которых позволит достичь целей стратегии. Однако сегодня такого сугубо экономического подхода для построения долгосрочных стратегий недостаточно. Необходим новый подход, учитывающий одну из важнейших институциональных составляющих региона – жизненные ценности его населения.

Большинство исследователей усматривают в ценностях удивительное переплетение ожидаемого будущего, оцениваемого настоящего и традиционного прошлого. По мнению авторов одной из энциклопедий, ценности определяются как «невербализуемые «атомарные» составляющие наиболее глубинного слоя интенциональной структуры личности – в единстве предметов ее устремлений (аспект будущего), особого переживания-обладания (аспект настоящего) и хранения своего «достояния» в тайниках сердца (аспект прошедшего), – которые конституируют ее внутренний мир как «уникально-субъективное бытие» [8]. Это еще раз подтверждает мысль о важности опоры на ценности при разработке прогнозов и долгосрочных планов.

Экономическая наука более склонна оперировать понятием «интересы», чем «ценности». Последние чаще изучают философия, психология, религия и даже специальная наука – аксиология. Пришло время и экономике воспользоваться наработками других наук.

При всей близости категорий «интересы» и «ценности», они имеют ряд принципиальных отличий:

- основу интереса составляет потребность. Осознанный интерес приобретает форму мотива или стимула. Интерес становится фактором, влияющим на поведение человека, только после его осознания. Неосознанный интерес (отсутствие видения, как удовлетворить потребность) остается «вещью в себе», лишь потенциалом возможных действий. Поэтому в основе интереса лежат знания. Поскольку потребности человека (группы лиц) достаточно подвижны, меняющиеся под воздействием экономического развития, моды, потребительских предпочтений и т.п., то и интересы очень динамичны;

- ценности имеют другую генетическую основу. Их корни не в рациональном расчете (знании), а в вере (не обязательно религиозной), системе традиций, табу, морали, внутренних самоограничениях. По мнению некоторых исследователей, ценности – это смыслообразующие основания человеческого бытия, задающие направленность и мотивированность человеческой жизни, деятельности и конкретным деяниям и поступкам [9]. Если интересы очень индивидуализированы, то ценности имеют более массовый, стандартизированный для данного общества (страны, региона, семьи) характер. Если возникает противоречие (конфликт) интересов и ценностей, люди отдают предпочтение ценностям (если наблюдается противоположное, то это означает, что какая-то норма ошибочно была выделена как ценность). Конечно, ценности тоже изменяются, но эти изменения происходят значительно медленнее изменений интересов. Как подчеркивает известный украинский историк Я. Грицак, в XXI веке «традиции и старые ценности повсюду проявляют достойную удивления живучесть» [10].

Конечно, ценности структурированы, и в них можно выделять отдельные группы. Подобно пирамиде потребностей Маслоу можно говорить о пирамиде ценностей человека. Однако, на наш взгляд, в реальной действительности пирамида потребностей Маслоу очень часто не находит подтверждения именно потому, что наблюдается противоречие между интересами (осознанными потребностями) и ценностями человека. Например, пирамиду потребностей

венчает потребность в самовыражении. Это подразумевает, что основным мотивом поведения данная потребность становится тогда, когда остальные потребности человека более-менее удовлетворены. Однако очень часто можно наблюдать, что человек пренебрегает материальным благополучием, руководствуясь ценностью самореализации (доктор наук переезжает из Днепропетровска в Киев на зарплату в два раза меньше без жилья только потому, что ему предложили заведовать кафедрой по профилю научной специализации). То же самое относится к потребности в признании и даже безопасности. С позиций рационального поведения и стремления избежать риска никак нельзя объяснить средневековые дуэли. Однако все становится на свои места, если учесть, что для того времени ценность доброго имени была для многих важнее ценности жизни.

В последние годы вопросы ценностей все чаще используются в управлении на корпоративном уровне. Если ценности самореализации человека подталкивают его к определенной сфере (виду) деятельности, который наиболее соответствует его внутренним ценностям, то ценности общения порождают стремление найти соответствующее поле взаимодействия с другими людьми. Рассмотрим возможные варианты соотношения интересов (целей) деятельности коллектива и ценностей его участников на очень простом примере. Предположим, что два человека создали предприятие с целью получения прибыли, поэтому интересы их совпадают. А вот ценности могут быть разными. В табл. 1 представлены три варианта возможного соотношения ценностей.

Таблица 1.

Соотношение ценностей и интересов экономических субъектов

<i>Варианты</i>	<i>Интересы и ценности</i>	<i>Субъекты</i>	
		<i>А</i>	<i>Б</i>
I	Интересы	+	+
	Ценности	+	+
II	Интересы	+	+
	Ценности	+	0

III	Интересы	+	+
	Ценности	+	-

Если ценности совпадают, в таком коллективе царит доверие и срабатывает синергетический эффект, позволяющий в более полном объеме реализовать интересы. Коллектив может также существовать и достаточно эффективно работать, когда ценности не совпадают, но и не вступают в противоречие (вариант II). Например, они имеют разную степень терпимости по отношению к сексуальным меньшинствам. В этом случае трудно добиться полного взаимопонимания и доверия, но это не окажет разрушительного воздействия на коллектив. Вариант III предполагает, что ценности субъектов конфликтуют в пределах реализации их общего экономического интереса. Например, субъект А является законопослушным гражданином и для него абсолютно неприемлемым является укрытие доходов от налогов, а субъект Б считает, что он уже слишком много уплатил государству и готов использовать всякую возможность, лишь бы платить налоги меньше. Такой конфликт ценностей, несомненно, нарушит нормальное функционирование коллектива и может привести к его разрушению.

Современный менеджмент как раз и ориентирует кадровые службы на такое формирование коллектива, которое бы исключало не столько конфликт интересов (этого избежать практически никогда не удастся), сколько конфликт ценностей. Появился даже специальный термин – «ценностно-ориентированное управления», который отражает такое стремление.

Возрастающее значение ценностей на всех уровнях управления (макро-, мезо- и микро-) требует постоянного внимания к их познанию. Конечно, понять ценности можно на основе анализа поведения субъекта. Однако такой путь достаточно длинный и не всегда даст желаемый результат. Ведь для проявления в поведении какой-то ценности необходимо, чтобы сложились соответствующие обстоятельства выбора. Многие же ценности человека не выходят наружу и многие годы не проявляются в поведении. Поэтому

социологи и экономисты пытаются понять ценности людей через проведение опросов.

В последние годы, реализуя свою функцию социальной ответственности, представители бизнеса выступили заказчиками проведения исследований по изучению ценностей жителей отдельных городов Украины. Такие исследования проведены во Львове, в Одессе, в Донецке. По заказу Украинского бизнес-клуба «Develop your business» в конце 2009-начале 2010 г. подобное исследование было проведено в Днепропетровске [11]. На наш взгляд, оно дало очень интересные результаты, которые обязательно необходимо использовать при разработке стратегии развития города на ближайшую перспективу. Хотим обратить внимание не некоторые из них, на наш взгляд, наиболее важные.

1. Самоидентификация жителей региона – аспект прошлого. Для стратегического планирования особую важность имеет знание ответа на вопрос, кем считают себя жители региона. От этого зависят главные акценты, как при разработке стратегии, так и при организации ее реализации. Результаты опроса опровергают известное мнение, что в Приднепровском регионе преобладает население с подавленным чувством патриотизма, ориентированным преимущественно на Россию. В табл. 2 приведены ответы на вопрос анкеты «Кем Вы себя видите?». Следует подчеркнуть, что для респондентов приоритеты имеют возрастающую направленность движения от макросообществ к микросообществам. Так, 42% опрошенных включили в три первых позиции ответ «мать/отец». Если учесть, что только 65% респондентов имеют детей, то это означает, что ценности семьи являются предпочтительными для 65% родителей. Вторую позицию по частоте занимает ответ «Днепропетровец» - 64% опрошенных. Это свидетельствует о достаточно высоком уровне регионального патриотизма и определяет направленность приоритетных задач стратегии: они должны решать, прежде всего, городские проблемы, соответствующие ценностным приоритетам населения.

Практически половина опрошенных включила в первую тройку ответ «Украинец» и только 6,9% «Русский». Этот ответ встречается даже реже, чем «Европеец» (11,9%) и «Гражданин мира» (14,1%). И это при том, что для 69,7%

основным языком общения является русский, для 25,9% - русский и украинский и только для 3,8% - украинский. Вероятнее всего политики несколько преувеличивают роль языка общения для национальной самоидентификации граждан. Обращает на себя внимание и ничтожно малый удельный вес ответа «Восточный украинец». Думается, что прилагательное в этом словосочетании не имеет решающего значения для исследуемого региона Украины.

Таблица 2.

Самоидентификация жителей г. Днепропетровска

<i>Ответ</i>	<i>Частота ответа на вопрос «Кем вы видите себя ...?» (в процентах от опрошенных)</i>			
	<i>В 1-ю очередь</i>	<i>Во 2-ю очередь</i>	<i>В 3-ю очередь</i>	<i>Сумма</i>
Мать/отец	28,6	6,6	6,8	42,0
Рожденный в СССР	7,3	10,2	5,0	22,5
Русский	2,8	2,3	1,8	6,9
Восточный украинец	0,7	0,6	0,8	2,1
Православный	3,8	4,9	9,0	17,7
Христианин	6,3	8,1	6,3	20,7
Днепропетровец	13,8	20,9	29,3	64,0
Украинец	15,4	22,4	11,5	49,3
Гражданин Украины	22,5	11,8	11,0	45,3
Европеец	3,4	2,6	5,9	11,9
Гражданин мира	7,0	2,6	4,5	14,1

Еще один очень важный вывод для разработчиков стратегии развития города Днепропетровска, который вытекает из самоидентификации его жителей: вряд ли привлекательной для них будет постановка стратегической цели об ускоренной интеграции в европейское сообщество, превращение Днепропетровска в один из европейских центров. Дело в том, что большинство днепропетровцев или насторожено или скептически относятся к возможностям вступления Украины в ЕС. 37,3% опрошенных считают, что такое вступление связано с риском и неопределенностью, а 34,7% вообще не верят в

возможности вступления в ЕС. И только каждый пятый из опрошенных верит, что это приведет к улучшению благосостояния населения.

Таким образом, из изложенного выше вытекает, что самоидентификации жителей г. Днепропетровска будут соответствовать стратегические целевые установки, ориентированные на выделение города среди других населенных пунктов, что давало бы основание его жителям с гордостью называть себя днепропетровцем. Именно региональный патриотизм может стать той ценностью, которая объединит различные категории населения по реализации стратегии.

2. Ценностный взгляд на существующие проблемы – аспект настоящего. Стратегия развития региона должна решать именно те проблемы, которые по оценкам его жителей являются наиболее актуальными. В противном случае политической силе, выдвигающей соответствующую стратегию, очень трудно рассчитывать на поддержку избирателей. Здесь проявляется одно из правил территориального маркетинга: разработчик стратегии должен уметь «продать» ее за голоса избирателей.

Анализируемый опрос дает интересную информацию для оценки ситуации в городе. Если говорить об общей оценке жителями условий жизни в городе, то они оказались несколько неожиданными. Вопреки заявлениям политиков, борющихся за власть в городе (которые особо активизируются во время избирательных компаний), 4,3% опрошенных считают, что условия жизни в городе хорошие, 52,5% что они нормальные и 40% считают их плохими. Как свидетельствуют данные табл. 3, людей, прежде всего, волнуют условия их жизни.

Таблица 3.

Самые острые проблемы г. Днепропетровска

№п/п	Проблема	Частота упоминанию в ответах (в процентах)
1.	Плохие дороги	59,1
2.	Высокие цены и низкие зарплаты	58,8
3.	Проблемы с экологией	34,8
4.	Плохое состояние коммунальных предприятий	30,1

5.	Отсутствие хороших бытовых условий	23,3
6.	Сложность успешного трудоустройства	21,5
7.	Сращивание местной власти и большого бизнеса	17,5
8.	Недостаточное внимание уделяется детям и молодежи	13,0
9.	Заккрытие и простой больших предприятий	9,8
10.	Утрата регионального лидерства	8,7
11.	Упадок оборонной промышленности	7,5

Первую позицию среди городских проблем занимают плохие дороги. Следует отметить, что в этом отношении Днепропетровск не является каким-то исключением. Можно было бы предположить, что неудовлетворенность состоянием дорог коррелирует с плотностью автомобильного транспорта в регионе. Однако это предположение не подтверждается сопоставлением исследований, проведенных в различных регионах. Так, по данным Государственного комитета статистики Украины Львовская область занимает последнее место в стране по количеству автомобилей на 10 000 населения, однако на вопрос «Что самое плохое в Львове?» абсолютное большинство жителей ответило: «Дороги». Поэтому решение проблем дорог должно быть неотъемлемым компонентом стратегии развития любого региона.

Вторая проблем, на которую обращают внимание опрошенные, - высокие цены и низкие зарплаты. Поскольку особой дифференциации цен по территории Украины не наблюдается, обратимся к анализу уровня заработной платы. Надо сказать, что Днепропетровская область вообще и Днепропетровск, в частности, относится к лидерам как по производству валового регионального продукта на душу населения, так и по уровню среднемесячной заработной платы (табл. 4, 5).

Таблица 4

Валовой региональный продукт в расчете на душу населения в отдельных регионах Украины [13]

Регион	2004		2008	
	грн.	рейтинг	грн.	рейтинг
Киев	23 130	1	61 592	1

Днепропетровская область	8 609	4	30 918	2
Донецкая область	9 713	2	26 028	3
Запорожская область	8 093	5	23 232	4
Полтавская область	8 841	3	22 476	5
По Украине	6 383	-	17 580	-

В результате довольно динамичного предкризисного развития Днепропетровская область по показателю валового регионального продукта на душу населения переместилась с 4 места в 2004 г. на 2 место в 2008 г. Если в 2004 г. этот региональный показатель превышал средний по Украине в 1,35 раза, то в 2008 г. – в 1,76 раза. Пересчитанный в доллары США по паритету покупательной способности этот показатель по Днепропетровской области примерно соответствует среднему показателю по стран Центральной и Восточной Европы.

Таблица 5

Среднемесячная заработная плата в отдельных регионах Украины [13]

Регион	2004		2008		Июня 2010	
	грн.	рейтинг	грн.	рейтинг	грн.	рейтинг
Киев	967	1	3 074	1	3 591	1
Донецкая область	712	2	2 015	2	2 618	2
Днепропетровская область	667	4	1 876	3	2 432	3
Киевская область	599	7	1 852	4	2 414	4
Луганская область	596	5	1 769	6	2 360	5
По Украине	534	-	1624	-	2 373	-

Естественно, такая дифференциация регионов по показателю валового регионального продукта на душу населения может служить основанием для дифференциации доходов населения. Однако в реальности корреляция этих показателей не наблюдается, что, собственно говоря, и вызывает недовольство опрашиваемых. Неудовлетворение вызвано не столько абсолютными показателями уровня доходов, сколько отсутствием справедливой *(справедливость, как ценность, определяющая отношение к событию!)*

дифференциации. Хотя Днепропетровская область и занимает третью позицию по уровню номинальной заработной платы, но по всей Украине наблюдается устойчивая тенденция к нивелировке региональной дифференциации средней заработной платы. Если в 2004 г. средняя заработная плата по Днепропетровской области была в 1,24 раза больше, чем в среднем по Украине, то в 2008 г. это соотношение было 1,15, а в июне 2010 г – 1,02. Поэтому поддержку населения может получить такая стратегия, которая не только позволит увеличить абсолютный уровень доходов жителей региона, но и установит более тесную его связь с вкладом региона в общегосударственные показатели.

Особо следует сказать о проблеме экологии. В этом вопросе наблюдается некоторое несоответствие оценки остроты проблемы населением и ее реальной угрозы. Не вдаваясь в подробности, приведем только один показатель: вредные выбросы в атмосферу по некоторым регионам Украины (табл. 6).

Таблица 6

Вредные выбросы в атмосферу в отдельных регионах

Регион	2004		2008		2009	
	тыс.т	рейтинг	тыс.т	рейтинг	тыс.т	рейтинг
Донецкая область	1 835	1	1 767	1	1 513	1
Днепропетровская область	1 044	2	1 164	2	989	2
Луганская область	573	3	662	3	592	3
Запорожская область	352	4	331	4	280	4
Харьковская область	294	5	310	5	260	8

Днепропетровская область устойчиво занимает второе место в Украине по объему выброса вредных веществ в атмосферу. Некоторое сокращение выбросов в 2009 г. связанное с кризисом и сокращением объемов производства, не меняет существа дела. Давление уже существующей промышленности на окружающую среду столь велико, что ее дальнейшее расширение на прежней технологической основе будет не только вредным, но и губительным для

населения. Почему же только 1/3 часть опрошенных жителей Днепропетровска акцентируют на этом внимание? Объяснений этому может быть несколько:

1. Известная фраза «все познается в сравнении» находит здесь прямое подтверждение. Буквально в нескольких десятках километров от Днепропетровска находится город Днепродзержинск – одно из самых экологически загрязненных мест Украины (а может и всей Восточной Европы). Поэтому, делая оценки экологической ситуации в Днепропетровске, многие сопоставляют ее с ближайшими соседями, и тогда своя ситуация выглядит не такой уже и страшной.

2. Многие жители Днепропетровска просто недостаточно информированы о ситуации. Простое же наблюдение не дает достаточно оснований для обобщений: ведь деревья растут, трава зеленеет, Днепр течет... И далеко не все при этом знают об уровне заболеваемости, продолжительности жизни и других последствиях экологической ситуации. Но если ничего не исправлять, проблема станет очевидной даже для обывателя.

Следовательно, экономическую стратегию региона нельзя строить на дальнейшем наращивании промышленности, основанной на существующей технологии. Конечно, будет противоестественным стремление убрать из города промышленность вообще (ее надо развивать, используя инновационный подход), однако акценты могут быть смещены. Сегодня жители города не связывают достаточно жестко перспективы развития города с каким-то видом деятельности или группой предприятий. Если в 70-е – 80-е годы существовал стереотип «Днепропетровск – это город металлургов, город ракетостроителей», то сегодня такая жесткая связь в ценностях жителей отсутствует. Так, закрытие и простой крупных предприятий считают проблемой только 9,8% опрошенных, а упадок оборонной промышленности заботит только 7,5% жителей Днепропетровска.

3. *Предпринимательство – аспект будущего.* Результаты опроса показывают достаточно четкую ориентацию жителей Днепропетровска на предпринимательство. Именно в нем они видят и потенциальный источник своего дохода, и потенциального субъекта ответственности за состояние дел в

городе. Хотя традиционно принято считать, что жители западных областей Украины более готовы к предпринимательству, чем восточных (они ведь меньше времени находились в составе СССР и там еще живы традиции предпринимательства), но результаты исследования не подтверждают этот факт. Так, во Львове 3/5 опрошенных отдают предпочтение работе со стабильным доходом, а 2/5 – собственному делу и работе на себя. В Днепропетровске же наблюдается практически противоположная картина (табл. 7).

Таблица 7.

Хорошая работа или собственный бизнес

Рейтинг ответа	Удельный вес соответствующих ответов (в процентах)
1. Я скорее хотел бы иметь собственный бизнес	27,3
2.	15,2
3.	20,1
4.	12,0
5. Я скорее хотел бы иметь хорошую работу	21,8
Сложно сказать	3,6

Аналогичная ситуация складывается и в отношении оценки жителями самой предпринимательской деятельности. Так, 57% жителей Львова считают, что богатые предприниматели – это чаще всего люди, которые нажили капитал нечестным путем, и 43%, что они заработали капитал благодаря своему уму, таланту и труду. Жители же Днепропетровска более положительно настроены в отношении предпринимательства (табл.8): только 8,4% опрошенных склонны однозначно считать, что богатство предприниматели нажили нечестно.

Таблица 8.

Оценка предпринимателей

Рейтинг ответа	Удельный вес соответствующих ответов (в процентах)
1. Предприниматели – это люди, которые заработали деньги упорным трудом	21,4
2.	17,9

3.	37,0
4.	11,2
5. Предприниматели – это люди, которые заработали свое состояние нечестным путем	8,4
Сложно сказать	4,1

Исследование ценностей жителей г. Днепропетровска позволяет предположить, что перспектива развития акционерных форм бизнеса с большим количеством миноритарных акционеров мало вероятна. Почти 88% опрошенных соглашались с утверждением, что начать общий бизнес можно только с людьми, которых хорошо знаешь. Наибольшее же доверие участники опроса продемонстрировали только к ближайшим родственникам. Вместе с тем, очень низкая степень доверия к землякам и сотрудникам. Поэтому в стратегию развития города целесообразно закладывать развитие именно семейного бизнеса (как малого, так и среднего).

Интересным является также отношение жителей Днепропетровска в роли образования в достижении жизненного успеха: 26,6% бескомпромиссно считают, что достичь чего-то в жизни можно только получив хорошее образование и много работая, тогда как сторонников хороших связей как залога успеха только 8,3%. Это дает основание предположить, что в городе будет спрос на качественное образование (пусть даже дорогое), а не просто на получение диплома. Данное обстоятельство обязательно надо учитывать при разработке стратегии развития города.

Важным моментом для позиционирования города в будущем является отношение его жителей к иностранцам, людям другой веры, расы и т.п., т.е. толерантность к людям, которые возможно исповедуют другие жизненные ценности. Сопоставление исследования по Львову и Днепропетровску позволяют утверждать, что последний город более готов к статусу международного центра. Так, если во Львове 49% опрошенных ответили, что им не нравится проживание в городе людей других национальностей, которые устанавливают здесь свои порядки, то в Днепропетровске таких почти на порядок меньше. Следует подчеркнуть, что опрошенные продемонстрировали

практически одинаковую толерантность к жителям Донбасса и Западной Украины, полякам, евреям и американцам. Единственная категория, которая выпадает из общего толерантного климата Днепропетровск – представители сексуальных меньшинств: почти половина опрошенных считает, что их нельзя пускать в страну.

Такая обстановка терпимости создает благоприятную ситуацию для развития международного бизнеса: приехавшие в город представители других регионов не будут ощущать атмосферы неприятия со стороны жителей, что будет способствовать притоку как предпринимателей, так и наемных работников из других областей Украины и из-за границы.

Таким образом, на наш взгляд, в наибольшей степени ценностям жителей соответствует видение будущего Днепропетровска как значимого финансово-делового сервисного центра в сфере бизнеса, высоких технологий, науки и образования. Конечно, это видение требует дальнейшей конкретизации в виде генеральных целевых установок, программ решения отдельных задач и т.п. Однако в любом случае, каждая из них должна проходить проверку на совместимость с ценностями жителей региона. Только в этом случае есть надежда на ее успешную реализацию.

Список использованной литературы

1. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – С.511.
2. Леонтьев В.В. Будущие мировой экономики. – М., Экономика, 1979.
3. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Цивилизации: теория, история, диалог, будущее. Т. 1-6. – М.: ИНЭС, 2006-2009.
4. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия-2050: стратегия инновационного прорыва. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. – 624 с.
5. Кузык Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: Учебник / Б.Н. Кузык, В.И. Кушлин, Ю.В. Яковец. – 3-е изд. Доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 591 с.

6. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. кол. А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
7. Стратегія розвитку міста Дніпропетровська до 2025 року: матеріали для громадського обговорення. – Режим доступа: <http://duep.edu/section/science/misto/uk.html>.
8. Шохин В.К. Ценности // Этика: Энциклопедический словарь. – М.: Гардарики, 2001. – С. 535-536.
9. НПСИ/ ценности. – Режим доступа: <http://values.zpsy.ru>.
10. Грицак Я. Життя, смерть та інші неприємності. – К.: Грані-Т, 2008. – С.27.
11. Инновационная программа «Исследование ценностей жителей города Днепропетровска и области». - Режим доступа: <http://www.dyb.org.ua/regional.php>
12. Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу. - Режим доступа: http://ukrstat.gov.ua/SIMap/map.html?m=0000000000&t=6_2.