

тельны при опросах студентов. Был проведен опрос сотрудников РАН на тему их отношения к планам реорганизации Академии. В США методологи активно работают над проблемой повышения надежности и репрезентативности интернет-опросов. Подобные исследования необходимы и в России.

Контроллинг персонала

В. Буров. Уважаемый Владимир Александрович. Хотелось бы узнать, известны ли Вам примеры систем управления персоналом, использующие учет социальных параметров. В RP-системах персонал рассматривается как ресурс или даже как статья расходов. Очень много говорится об учете таких факторов, как отношение к труду, об управлении трудовым поведением, но есть ли что-то реализованное на практике?

В.А. Ядов. Такие системы, то есть жесткие программы, мне неизвестны. Однако в современных социологических концепциях относительно трудовых отношений как области социологии труда – и менеджмента в частности – проблема-

тика стимулирования трудового поведения с учетом личностных особенностей работников, особенностей национальной культуры и субкультуры данной организации стала приоритетной. В последние годы руководство ряда крупных фирм и компаний начало заказывать социологам целевые исследования для оптимизации работы с персоналом. Рекомендую обратиться к только что опубликованному изданию «Социология труда: теоретико-прикладной толковый словарь» (СПб.: Наука, 2006).

Благодарность

Р. Расулов. Уважаемый Владимир Александрович, хотелось задать уйму вопросов, но все вопросы – с ответами. Ваши научные труды дают ответы.

Просто от души хотелось пожелать Вам кавказского долголетия и выразить огромную благодарность за Вашу научную деятельность, которая подталкивает к творчеству.

Еще раз от души спасибо Вам, Владимир Александрович, за то, что Вы есть!!! ■

ФАЛЬСИФИЦИРОВАННЫЕ ТОВАРЫ В СЕГОДНЯШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Сегодня нередко приходится слышать о проблеме контрафакта, фальсификатов, подделок – о продукции, про которую сообщают заведомо недостоверные или ложные сведения (о ее качественных характеристиках, составе, производителе и т. д.). Актуальна ли эта проблема для рядовых потребителей?

Подавляющее большинство опрошенных – 84% – считают, что поддельные, фальсифицированные товары продаются у нас часто. Только 4% сказали, что такие товары встречаются редко, и еще 4% – что они вообще не

встречаются. При этом преобладает мнение, что и отечественные, и импортные товары оказываются подделками одинаково часто (54% ответов); 23% опрошенных считают, что подделываются чаще импортные товары, 9% – что отечественные.

Респондентов спросили, среди каких товаров, на их взгляд, особенно много подделок (вопрос задавался в открытой форме). 44% опрошенных сказали, что это продукты питания (в частности, мясные и молочные продукты, консервы и т. д.), 31% – назвали лекарства и медикаменты. 21% – одежду, столько же – спиртные напитки. Реже упоминались бытовая техника и мобильные телефоны (13% ответов), обувь (10%), табачные изделия (9%),

косметика и парфюмерия (5%). Остальные категории товаров – аудио- и видеопродукцию, бытовую химию, автозапчасти, напитки, детские товары и др. – отнесли к числу наиболее часто подделываемых по 1–4% опрошенных.

Примерно половина респондентов – 53% – сообщили, что за последний год им случалось приобретать поддельные товары (продукты питания – 17%, лекарства – 9%, обувь – 7%, одежду – 6% и т. д.). Треть из тех, кому довелось купить подделку (17% от выборки), пытались обменять купленный товар или вернуть назад уплаченные за него деньги. В половине случаев (9%) это им удалось, в половине (8%) – нет.

Е. Вовк

Общероссийский опрос населения от 21–22 октября 2006 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).