

**ИНДЕКС ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ШИРОТЫ
КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ
РЕЗУЛЬТАТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В.Л. ШАПОШНИКОВ¹, Д.А. РОМАНОВ²

¹*Краснодарский кооперативный институт,
350015, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Седина, 176.*
²*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2.*

Цель исследования – обоснование нового универсального индекса востребованности результатов человеческой деятельности. Известно, что мониторинг – информационный механизм социально-экономического управления, немислимый без наличия адекватного критериально-диагностического аппарата. Ранее авторами статьи предлагались и обосновывались универсальные, инвариантные по отношению к сфере человеческой деятельности, способы формирования мониторинговых показателей, основанные на методе каменистой осыпи и методе теории пределов. В настоящей статье показано, что предложенный авторами мониторинговый показатель – индекс географической востребованности продукции (результатов деятельности) – является универсальным, т.е. инвариантным по отношению к сфере человеческой деятельности. Авторами также обосновано, что данный показатель обладает огромной дифференцирующей способностью, следовательно, огромным гностическим и эвристическим потенциалом для выявления наиболее успешно функционирующих социальных систем (фирм, предприятий, организаций, творческих коллективов и т.д.). Ведущими методами настоящего исследования служили методы теории множеств и графов, научными основами – современные концепции мониторинга как информационного механизма социально-экономического управления.

Ключевые слова: социально-экономическое управление, географическая широта, востребованность, индекс, мониторинг, модели, диагностика, продукция.

Постановка и анализ состояния проблемы. В настоящее время ни у кого не вызывает сомнений, что мониторинг – эффективный механизм социального управления в любой сфере человеческой деятельности [1–15]. Но, в то же время известно, что система мониторинга (в любой сфере) немислима без адекватного критериально-диагностического аппарата – совокупности адекватных критериев оценки (объекта управления и факторов его функционирования), а также методов (способов, алгоритмов, правил) их интерпретации (классический и наиболее простой пример: диагностика состояния здоровья человека по известным параметрам, основанная на их научно обоснованной их градации).

У современных специалистов также не вызывает сомнений, что диагностика, как обязательная составляющая мониторинга, должна быть многопараметрической, в противном случае неизбежны односторонность, “процентомания” (возведение “в абсолют” одного показателя и “гонка” за ним), недобросовестность деятельности, заключающаяся, прежде всего, в поиске попыток (“любой ценой”) искусственного улучшения показателей. Печальных примеров – более чем достаточно (это и искусственное “повышение” раскрываемости уголовных дел в девяностых годах, и добавление опасных веществ в молоко с целью “повышения” пищевой ценности, и искусственное дробление изобретений, и необоснованные цитирования для искусственного “улучшения” наукометрических показателей, и повышение доходов фирм за счет “устранения” конкурентов в девяностых годах и т.д.). Отдельно следует выделить такой печальный пример, как гонку (“любой ценой”) за прибылью недобросовестно работающих фирм (предприятий); при этом игнорируются ожидания потребителя, не соблюдаются общеизвестные принципы менеджмента качества и т.д. Вместе с тем, сформировать показатели, применение которых ориентирует управление на истинное (а не мнимое) повышение эффективности функционирования социально-экономической системы, достаточно непросто.

Можно без преувеличения сказать, что история концепций мониторинга как информационного механизма управления – это история поиска адекватных показателей для различных сфер человеческой деятельности, а также методов и подходов к их формированию. Нельзя забывать о гуманистическом аспекте управления: мониторинговые показатели не должны “стимулировать” руководство к наказанию или увольнению отстающих работников (хотя, безусловно, чистка рядов тоже должна иметь место). Давно известно, что характеристические параметры, предполагающие наличие числителя и знаменателя, способствуют дегуманизации управления, а именно – “стимулируют” сокращение неэффективных “единиц” (составляющих социальной системы). Например, такой показатель, как средний доход, который

приносит работник предприятию, “стимулирует” руководство к увольнению менее эффективных работников. Или, например, такой показатель, как средняя цитируемость публикаций, ставит научного работника в положение, в котором он боится издать очередную публикацию (вдруг число цитат на неё окажется меньше, чем средняя цитируемость уже изданных научных работ?). Иначе говоря, применение показателей, включающих числитель и знаменатель, стимулирует к сокращению знаменателя для “повышения” эффективности функционирования социальной системы. Поэтому на смену традиционному методу эмпирического усреднения пришел метод каменистой осыпи, заключающийся в отборе N наиболее доброкачественных (по избранному критерию) объектов [11]. Наиболее яркий пример его применения – общеизвестный индекс Хирша в наукометрии [7, 8].

Вместе с тем, метод каменистой осыпи, способствуя гуманизации управления, не лишен главного недостатка (который присущ и традиционному методу усреднения) – возможности недобросовестного (искусственного) повышения мониторинговых показателей. Относительно недавно появился метод формирования мониторинговых показателей, основанный на теории пределов [11]. Суть метода в том, что входные мониторинговые показатели, которые легко поддаются искусственному “улучшению”, теряют (с ростом) свою значимость для вычисления интегративного параметра. Например, индекс цитируемости публикации $C = N_1 + \sum_{j=1}^{N_2} 0,75^j + \sum_{j=1}^{N_3} 0,5^j$, где N_1 , N_2 и N_3 – соответственно число “сторонних” цитирований на анализируемую публикацию, цитирований соавторами (по наукометрической базе) и самоцитирований (“сторонние” цитирования невозможно искусственно “накрутить”).

Известен и такой метод, как вычисление коэффициента монополизации (индекса Херфендаля). Впервые примененный в экономике для оценки степени монополизации отраслей, данный показатель с успехом стал применяться и в

других сферах, например, в наукометрии для оценки степени неравномерности цитирований статей журнала или публикаций научного коллектива [8].

Однако по-прежнему отсутствуют универсальные (инвариантные по отношению к сфере человеческой деятельности) показатели, которые одновременно не способствовали бы дегуманизации социально-экономического управления, трудно поддавались искусственному “улучшению”, а также комплексно отражали бы эффективность функционирования социально-экономических систем, учитывая различные аспекты (например, экономические и не экономические).

Таким образом, теория, методика и практика социального (социально-экономического) управления остро нуждается в универсальных (инвариантных по отношению к сфере деятельности) мониторинговых показателях, слабо поддающихся искусственному “улучшению”. Проблема исследования состоит в вопросе, возможно ли подобрать универсальный (инвариантный по отношению к сфере человеческой деятельности) параметр, объективно отражающий успешность функционирования социальной (социально-экономической) системы и слабо поддающийся искусственному “улучшению”? Цель исследования – обоснование нового универсального индекса востребованности результатов человеческой деятельности.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы и передового практического опыта управления (бенчмаркинг), моделирование, методы теории множеств, отношений и графов, методы квалиметрии (теории латентных переменных). Методологические основы исследования: системный, метасистемный, социологический и квалиметрический подходы.

Результаты исследования. С точки зрения авторов, универсальным (инвариантным по отношению к сфере человеческой деятельности) мониторинговым показателем может служить индекс географической широты востребованности продукции (результатов деятельности социально-экономической системы). В контексте статьи “продукцию” и “востребованность” будем понимать в широком смысле, т.е. как любые

результаты человеческой деятельности (товары, услуги, объекты интеллектуальной собственности и т.д.), получающие в той или иной форме социальное признание (например, доход от реализации товаров, цитируемость публикаций научного работника или коллектива, популярность учебного заведения у абитуриентов и т.д.). По упрощенной схеме данный индекс можно определить следующим образом: $G = P(W) \cdot S$. Здесь: P – мощность множества, W – множество населенных пунктов, в которых пользуются спросом результаты деятельности (“продукция”) социальной системы (фирмы, предприятия, творческого коллектива и т.д.), S – площадь (в км²) воображаемого выпуклого многоугольника, соединяющего населенные пункты множества W . Воображаемый многоугольник формируют таким образом, чтобы, с одной стороны, ни одна точка (населенный пункт) не находился вне его, с другой стороны, чтобы получившийся многоугольник был выпуклым (если по точкам множества W невозможно построить выпуклый многоугольник, то часть точек находятся внутри выпуклого многоугольника). Если имеет место один населенный пункт, то за площадь воображаемого многоугольника принимают его площадь. Если речь идет о двух населенных пунктах (т.е. невозможно построить замкнутую фигуру), то площадь воображаемого многоугольника считают численно равной расстоянию (в километрах) между пунктами.

Приведем простой пример. Предприятие производит некоторую продукцию (или ассортимент видов продукции). Безусловно, важнейшим критерием эффективности считают прибыль предприятия. Но представляется очевидным, что огромная прибыль еще не означает, что предприятие является успешным. Например, “успеха” (если об “успехе” судить по размеру прибыли) можно достичь аморальными и даже противозаконными способами, путем “устранения” более добросовестных конкурентов, необъективной рекламы и т.д. А ведь предприятие (фирма, организация) должна работать на общество, но огромные прибыли еще не означают, что предприятие работает добросовестно (нельзя исключать и возможность монополизации), что оно соблюдает законы и

стандарты, руководствуется общеизвестными принципами менеджмента качества, в целом – что производит высококачественную продукцию или оказывает доброкачественные услуги. Например, предприятие является в регионе единственным производителем некоторой продукции. Безусловно, оно всегда будет иметь огромные прибыли, но это не означает, что оно работает эффективно (т.е. производит большие объемы продукции на должном уровне качества).

Приведем другой пример. Публикации научного работника – интеллектуальная “продукция”, цитируемость его публикаций – признание его интеллектуальной “продукции” научным сообществом. Научный работник имеет высокий индекс Хирша. Однако это не “гарантирует” высокого качества его научных публикаций. Существует множество путей искусственного улучшения наукометрических показателей [7, 8]. По сути, индекс Хирша – индекс “оцененной плодовитости” научного работника научным сообществом (включая и самого научного работника, и его ближайшее социальное окружение, т.е. соавторов).

Предложенный упрощенный индекс географической широты востребованности продукции (результатов деятельности) универсален, т.е. инвариантен по отношению к предметной области, сфере человеческой деятельности. Приведем пример. Пусть в некий вуз поступают абитуриенты из 30 населенных пунктов, охватывающих площадь четыре миллиона квадратных километров (рисунок 1). Тогда индекс географической широты популярности вуза среди абитуриентов составляет $G_{\text{вуз}} = (4 \cdot 10^6) \cdot 30 = 1,2 \cdot 10^8$.

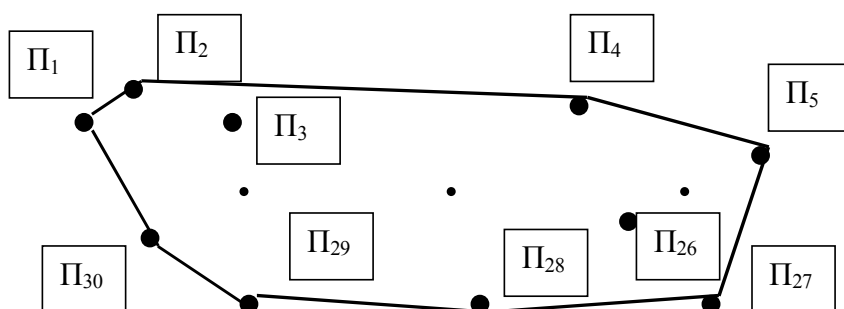


Рисунок 1. Графическое представление географической широты популярности вуза

Вместе с тем, ориентируясь на географическую широту востребованности продукции, нельзя забывать и о “традиционных” показателях (например, для фирмы или предприятия – прибыль, для научного коллектива – основанные на цитируемости наукометрические показатели, для социально-педагогической системы – поток абитуриентов [2, 8, 13] и т.д.). Поэтому уточненный индекс географической широты востребованности должен учитывать “традиционные” параметры, а также степень неравномерности их достижения (по населенным пунктам), т.е. коэффициент монополизации (неравномерности), или индекс Херфендаля: $G = P(W) \cdot S \cdot \frac{C}{H}$. Здесь: H – индекс Херфендаля (коэффициент монополизации, или неравномерности), C – традиционный показатель эффективности, соответствующий специфике проблемы (например, прибыль для предприятия, цитируемость для публикаций научного коллектива, поток абитуриентов в вуз и т.д.). Очевидно, что $H = \sum_{i=1}^{P(W)} \left(100 \cdot \frac{C_i}{C}\right)^2$, где C_i – значение традиционного показателя, достигнутое в i -м населенном пункте. Очевидно, что $C = \sum_{i=1}^{P(W)} C_i$.

Приведем пример. Пусть на публикации научного коллектива имеются ссылки (не являющиеся самоцитированиями) из 14 населенных пунктов (площадь воображаемого многоугольника пять миллионов квадратных километров), всего 100 ссылок, при том из пункта П1 – 40 ссылок, из пунктов П2 – П11 – по 4 ссылки, П12 и П13 – по 6 ссылок, из П14 – по 8 ссылок. Тогда доли ссылок от населенных пунктов соответственно 40%, по 4%, по 6% и 8%, индекс Херфендаля $H = 40^2 + 10 \cdot 4^2 + 2 \cdot 6^2 + 8^2 = 1896$ (напомним, что при полной монополизации данный индекс достигает максимального значения, т.е. 10000). Индекс географической широты востребованности интеллектуальной продукции составит $G = 14 \cdot 5 \cdot 10^6 \cdot \frac{100}{1896} = 3,692 \cdot 10^6$. Для сравнения: если бы публикации коллектива получили бы те же 100 ссылок (не самоцитирований) из одного населенного пункта площадью 360 км², то индекс географической

широты признанности публикаций составил бы всего $G = 1 \cdot 360 \cdot \frac{100}{10000} = 3,6$, т.е. в миллион раз меньше.

Приведем другой пример. Возьмем два воображаемых предприятия с одинаковой прибылью D за один и тот же анализируемый период. Но первое предприятие сбыло свою продукцию в трех населенных пунктах (площадь треугольника 4000 км^2 , доля сбытой продукции 40%, 30% и 30% в каждом из пунктов), второе – в двадцати населенных пунктах (площадь многоугольника 16000 км^2 , доля сбытой продукции в каждом – по 5%). Тогда соотношение индексов географической широты востребованности продукции составит $\alpha = \frac{16000 \cdot 20}{4000 \cdot 3} \cdot \frac{40^2 + 2 \cdot 30^2}{20 \cdot 5^2} = 181$. Иначе говоря, явно видно, что деятельность второго предприятия в большей мере ориентирована на потребности общества, чем на бездумное получение прибыли (например, за счет монополизации рынка).

Возникает вопрос: почему индекс географической широты востребованности продукции (результатов деятельности социально-экономической системы) – более продвинутый показатель, чем “традиционные параметры”, соответствующие “специфике” проблемы? Например, почему менее “продвинутом” параметром деятельности предприятия (фирмы) является прибыль, научного работника или коллектива – основанные на цитируемости наукометрические показатели, для вузов – среднегодовое число абитуриентов и т.д. Дело в том, что индекс географической широты востребованности очень трудно увеличить искусственно, не за счет реального (а не мнимого) повышения качества и продуктивности (эффективности) функционирования социальной (социально-экономической, социально-педагогической и т.д.) системы. Например, если публикации научного работника цитируют авторы (научные работники) из различных регионов страны (отделенных расстояниями в тысячи километров), то это явно свидетельствует об истинном (а не фальшивом) признании публикаций научного работника научным сообществом (это практически невозможно добиться с помощью мошеннических схем). Или, <http://ntk.kubstu.ru/file/1209>

например, если продукция предприятия пользуется спросом в различных регионах, то это явно свидетельствует о том, что предприятие значимо для общества, что оно работает добросовестно, а сбыт продукции обеспечивается не за счет аморальных и противозаконных факторов (необъективной рекламы, искусственного “устранения” конкурентов и т.д.), а за счет соблюдения известных во всем мире принципов менеджмента качества (что, с точки зрения авторов, должно быть истинным целевым ориентиром деятельности предприятия, а вовсе не прибыль). Иначе говоря, добиться большого индекса географической широты востребованности продукции невозможно лишь недобросовестными методами, необходимо реальное соблюдение принципов менеджмента качества, достижение истинной (а не мнимой) значимости для общества.

Может возникнуть и другой вопрос: если сочетание высокого уровня прибыли предприятия с низким уровнем индекса географической широты востребованности продукции явно свидетельствует о монополизации рынка на конкретной (весьма ограниченной) территории, то является ли гарантией реальной социальной значимости предприятия (ориентированности его деятельности на потребности общества) высокий уровень географической широты востребованности продукции? Ведь предприятие может монополизировать рынок на достаточно широкой территории. Безусловно, может. Но это свидетельствует о том, что предприятие стало крупным за счет реальной эффективности работы (добросовестной конкуренции!), а не за счет аморальных и преступных методов (недобросовестной конкуренции).

Еще труднее достичь (тем более – недобросовестными методами) высоких значений другого показателя, предлагаемого авторами на основе метода каменистой осыпи. Приведенный индекс географической широты востребованности продукции F равен Z , если не менее чем в Z населенных пунктах объем сбыт продукции составил (за анализируемый период) не менее Z условных единиц. Условные единицы во многом зависят от рода проблемы. Например, если рассматривать цитируемость публикаций, то одна условная

единица равна одной цитате. Или, например, если рассматривать прибыль фирмы, то одна условная единица составит один миллион рублей. Или, например, если рассматривать поток абитуриентов, то одна условная единица равна ста абитуриентам. Тогда интегративный приведенный индекс составит $f = F \cdot S'$, где S' – площадь воображаемого многоугольника, охватывающего Z наиболее “продуктивных” населенных пунктов.

Заключение. Предложенный мониторинговый показатель универсален, т.е. инвариантен к социальным системам любой природы (для любой сферы человеческой деятельности). Применение предложенного параметра ориентирует социальное управление на достижение эффективного функционирования социально-экономических систем, добросовестную конкуренцию и учет различных аспектов деятельности.

Работа выполнена в рамках исследовательского проекта “Мониторинг исследовательской деятельности образовательных учреждений в условиях информационного общества” (№ 16-03-00382) при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда от 17.03.2016 года.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барановская, Т.П. Поточная схема интегрированной производственной системы по переработке зерна пшеницы / Т.П. Барановская, В.И. Лойко, О.А. Макаревич, С.Н. Богославский // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 82, 2012. – С. 1024-1037.

2. Ворошилова, И.С. Зрелость социально-педагогических систем / И.С. Ворошилова, М.Л. Романова, З.А. Батчаева, Г.П. Кувшинова, З.Н. Чеккуева // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. - № 11, 2015. – С. 249-265.

3. Жданов, Д.А. Российская модель менеджмента: между вчера и завтра / Д.А. Жданов // Управленец. - № 6 (52), 2014. – С. 40-48.

4. Лойко, В.И. Материально-финансовые потоки в интегрированной производственной системе по переработке зерна пшеницы / В.И. Лойко, Л.О. Великанова, С.Н. Богославский // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 44,

2008. – С. 72-89.

5. Лойко, В.И. Поточные модели управления эффективностью инвестиций в агропромышленных объединениях / В.И. Лойко, Т.П. Барановская, Е.В. Луценко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 83, 2012. – С. 488-504.

6. Лойко, В.И. Инвестиционно-ресурсное управление сельскохозяйственным производством / В.И. Лойко, Т.П. Барановская, Е.В. Луценко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 83, 2012. – С. 563-595.

7. Лойко, В.И. Современные модели и методы диагностики исследовательской деятельности научно-педагогических коллективов / В.И. Лойко, Д.А. Романов, О.Б. Попова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – № 112, 2015. – С. 1906-1933.

8. Лойко, В.И. Диагностика эффективности образовательных сред (на примере кафедр и факультетов) / В.И. Лойко, Д.А. Романов, Н.В. Кушнир, А.В. Кушнир // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 113, 2015. – С. 1354-1378.

9. Луценко, Е.В. Исследование двухуровневой семантической информационной модели агропромышленного холдинга / Е.В. Луценко, В.И. Лойко, О.А. Макаревич // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - № 42, 2008. – С. 96-137.

10. Петьков, В.А. Эволюция процесса формообразования агропромышленного производства России / В.А. Петьков, Е.Н. Поличкина // Общество: политика, экономика, право. - № 4, 2015. – С. 20-25.

11. Федорова, Н.П. Современные способы формирования мониторинговых показателей / Н.П. Федорова, Г.Е. Тюпенькова, Е.С. Киселева, Д.А. Романов, О.Н. Никулина // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. - № 11, 2015. – С. 266-292.

12. Хунагов, Р.Д. Инновационное управление регионом в контексте укрепления российской идентичности / Р.Д. Хунагов, А.Ю. Шадже, Е.С. Куква

// Социологические исследования. - № 3, 2015. – С. 127-132.

13. Шапошникова, Т.Л. Параметры конкурентоспособной личности / Т.Л. Шапошникова, М.Л. Романова // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. - № 6, 2015. – С. 375-399.

14. Янаева, М.В. Перспективы внедрения информационной системы экологического мониторинга районов строительной застройки / М.В. Янаева, Т.И. Цыгикало // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - № 10-2, 2013. – С. 171-175.

15. Янаева, М.В. Автоматизация процессов составления расчетно-сметной документации на предприятиях автодорожного профиля / М.В. Янаева, К.Ю. Цилик, Н.В. Сафонова // Современные проблемы науки и образования. - № 3, 2013. – С. 36.

REFERENCES

1. T.P. Baranovskaya etc. (2012) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 82.

2. I.S. Voroshilova etc. (2015) Nauchnyie trudyi Kubanskogo gosudarstvennogo technologicheskogo universiteta, No 11, pp. 249-265.

3. D.A. Zhdanov (2014) Upravlenets, No 6, Vol. 52, pp. 40-48.

4. V.I. Loyko etc. (2008) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 44.

5. V.I. Loyko etc. (2012) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 83.

6. V.I. Loyko etc. (2012) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 83.

7. V.I. Loyko, D.A. Romanov and O.B. Popova (2015) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 112.

8. V.I. Loyko, D.A. Romanov, N.V. Kushnir and A.V. Kushnir (2015) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 113.

9. E.V. Lutsenko etc. (2008) Politematicheskiiy setevoy elektronniy nauchniy jurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, No 42.

10. V.A. Petkov and E.N. Polichkina (2015) Obschestvo: politika, ekonomika, pravo, No 4, pp. 20-25.

11.N.P. Fedorova etc. (2015) Nauchnyie trudyi Kubanskogo gosudarstvennogo technologicheskogo universiteta, No 11, pp. 266-292.

12.R.D. Hunagov etc. (2015) Sociologicheskie issledovaniya, No 3, pp. 127-132.

13.T.L. Shaposhnikova and M.L. Romanova (2015) Nauchnyie trudyi Kubanskogo gosudarstvennogo technologicheskogo universiteta, No 6, pp. 375-399.

14.M.V. Yanaeva and T.I. Tsigikalo (2013) Mezhdunarodnyiy jurnal prikladnyih i fundamentalnyih issledovaniy, No 10-2, pp. 171-175.

15.M.V. Yanaeva etc. (2013) Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya, No 3, p. 36.

GEOGRAPHICAL WIDENESS INDEX AS UNIVERSAL PARAMETER OF HUMAN ACTIVITY RESULTS REQUIREMENTS

V.L. SHAPOSHNIKOV¹, D.A. ROMANOV²

¹*Krasnodar branch of Russian University of Cooperation,
176, Sedina st., Krasnodar, Russian Federation, 350015.*

²*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072.*

The purpose of investigation is proving of new universal index of human activity results requirements. It is known, that the monitoring is informational mean of socially-economical management, impossible without correct criterion-assessment unit. Earlier, the authors of article offered and proved the universal methods of monitoring parameters formation, invariant to human activity scope, based on stone drop method and limits theory method. In this article presented, that the monitoring parameter, offered by authors, such as products requirements geographical index is universal, invariant to human activity scope. Also the authors proved, that this parameter have a great difference ability, that's why cognitive and heuristic potential for searching of most successfully worked social systems, such as firms, enterprises, creative collectives etc. The leading methods of our investigation are methods of graphs and sets theory, and scientific base are modern conceptions about monitoring as socially-economical management informational mean.

Key words: socially-economical management, geographical wideness, requirements, index, monitoring, models, assessment, products.