

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ВОЛОГОДСКИЙ НАУЧНО-КООРДИНАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ЦЭМИ РАН

**Экономика региона –
глазами старшеклассников**

Сборник конкурсных работ

ВЫПУСК 1-й

Вологда
2004

Экономика региона – глазами старшеклассников: Сборник конкурсных работ. – Вып. I. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – 95 с.

Одним из приоритетных направлений работы со школьниками в научно-образовательном центре (НОЦ), функционирующем на базе ВНКЦ ЦЭМИ РАН, является включение их в научно-исследовательскую деятельность. Такое направление способствует не только расширению их кругозора в области экономики, но и развитию личных качеств, необходимых для их дальнейшего становления как специалистов.

В данном издании представлены исследовательские проекты школьников – призеров конкурсов научно-исследовательских работ, проходивших в НОЦ. Своими работами ребята показали, что способны к грамотному выполнению исследований и анализу их результатов.

Предназначается школьникам, студентам, аспирантам, преподавательскому составу учебных заведений экономического профиля, и не только, а также другим заинтересованным специалистам.

Примечание. Тексты работ публикуются в авторской редакции.

ISBN 5-93299-059-7

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Иогман Л. Г.</i> Вступительное слово	4
<i>Леонидова Г. В.</i> Предисловие	5
<i>Балагурова А. С., Калининская Е. А., Смирнов П. В.</i> Организация занятости несовершеннолетних: проблемы и перспективы развития	8
<i>Акимов А. А., Мальшева С. С.</i> Территориальная организация супермаркетов в г. Вологде	18
<i>Токарева А. И., Тропина Г. В., Пестерева Н. С.</i> «Партизанский» маркетинг некоммерческих образовательных организаций	28
<i>Веткин А. Д., Копьев А. А., Миловидов М. А.</i> Маркетинговое исследование компьютерных клубов г. Вологды	36
<i>Корепов С. Л., Лапин О. Е.</i> Качество жизни населения города Вологды	45
<i>Королева А. А., Архипова А. Л., Мамонова Е. В.</i> Оценка культурного потенциала г. Вологды	55
<i>Шаганова И. О., Кучина О. И., Караваев Б. А.</i> Профессиональное самоопределение учащихся старших классов	65
<i>Ожигин А. Ю., Юрин А. Ю., Лукин Е. В.</i> Транспортный комплекс Вологодской области	74
<i>Петрунина Ю.</i> Эссе на тему: «Если бы я была мэром г. Вологды»	86
<i>Лисовская М.</i> Эссе на тему: «Если бы я была частным предпринимателем»	87
<i>Чеботарская А.</i> Эссе на тему: «Если бы я была частным предпринимателем»	88
<i>Лобанова Е.</i> Эссе на тему: «Если бы я была президентом России»	90
<i>Зубова Е.</i> Эссе на тему: «Если бы я была президентом России»	92
<i>Павлинова А.</i> Эссе на тему: «Если бы я была мэром г. Вологды»	94

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

В современной экономике востребована личность, обладающая не столько обширным объемом знаний, сколько целым комплексом социальных и интеллектуальных умений, позволяющих ей быстро адаптироваться к условиям изменяющейся действительности. И наиболее значимым качеством «нового типа личности» представляется умение находить и анализировать информацию. Это умение должно приобретаться еще в школе в процессе осуществления учащимися самостоятельной деятельности.



Отрадно, что именно развитию исследовательских качеств у старшеклассников уделяют приоритетное внимание сотрудники научно-образовательного центра экономики и информационных технологий, созданного два года назад на базе Вологодского научно-координационного центра ЦЭМИ РАН совместно с Вологодским государственным техническим и Вологодским государственным педагогическим университетами и Санкт-Петербургским государственным инженерно-экономическим университетом при активной поддержке правительства Вологодской области и администрации города Вологды.

Как показал двухлетний опыт, школьники, принимая участие в исследовательских проектах, не только приобретают определенные умения и навыки, но и выбирают в дальнейшем специализацию по предмету факультатива и ориентируются на поступление в вуз, что обеспечивает в дальнейшем значительно более качественный уровень знаний студентов.

В сборнике представлены «непричесанные» личные мнения старшеклассников о той экономике, в которую они входят уже сегодня, их понимание региональных и муниципальных экономических процессов.

Видно, что ребята вложили в свои первые научные исследования частичку души. Хочется надеяться, что из них вырастут равнодушные специалисты, которые захотят сделать свою малую родину лучше, конкурентоспособнее, отчего сильнее будет и вся Россия.

*Начальник департамента экономики
Правительства Вологодской области,
заместитель Губернатора области к.э.н.*

А. Г. Иогман

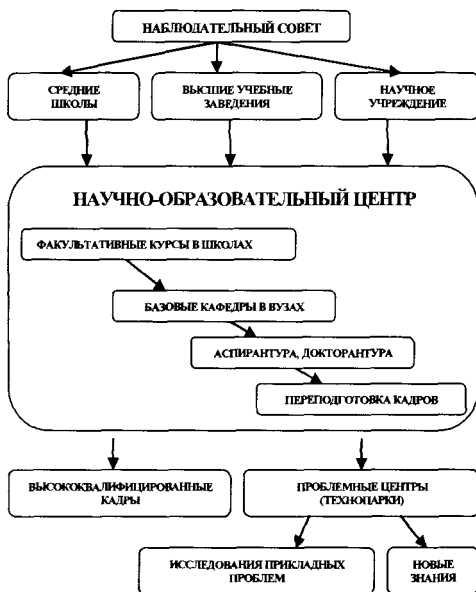
ПРЕДИСЛОВИЕ

Высокие темпы изменений, происходящих в современной экономике, стремительный технологический прогресс влекут за собой растущую потребность региона в высококвалифицированных и профессионально компетентных специалистах.

В рамках реализации этой задачи в 2002 году совместными усилиями Вологодского государственного технического университета, Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, Вологодского научно-координационного центра Центрального экономико-математического института Российской академии наук в нашем регионе осуществляется проект научно-образовательного центра (рисунок).

Создание научно-образовательного центра поддержано губернатором Вологодской области В.Е. Позгалевым, правительством области. Реализации этого проекта практически способствуют Президиум и лично президент Российской академии наук Ю.С. Осипов, вице-президенты А.Д. Некипелов и В.В. Козлов, академик-секретарь Отделения общественных наук РАН В.Л. Макаров и другие видные организаторы науки и образования в стране.

Основная цель создания НОЦ состоит в том, чтобы обеспечить комплексную цепочку подготовки кадров высокой квалификации: из школьников, проявивших себя при изучении экономических дисциплин, планируется комплектовать студенческие группы по экономическим специальностям, а после завершения учебы в вузе – принимать молодежь в аспирантуру по специальностям, связанным с исследовательской работой в области экономики и управления, использованием экономико-математических методов в региональном хозяйствовании. Защитив диссертации, эти молодые люди могут затем активно применять полученные знания и навыки в научной деятельности,





На занятиях в учебно-лабораторном корпусе ВНКЦ

в решении проблем социально-экономического развития при работе в органах власти и управления и на предприятиях Вологодской области.

Важным шагом в формировании научно-образовательного центра нового типа, на наш взгляд, явилась организация совместно с управлением образования администрации города факультатива по

экономике для старшеклассников. В процессе факультативных занятий ребята привлекаются к участию в конкурсах исследовательских работ.

Это позволяет кроме образовательных решать следующие задачи:

- ознакомить школьников с методологией и методикой объективного научного исследования;

- привить им навык работы по сбору, анализу и обработке информации;

- учить работать в реальных научных исследованиях;

- дать возможность приобрести опыт исследовательской работы и осознанно выбрать дальнейшую специализацию.

За непродолжительный период участниками образовательного процесса достигнуты определенные успехи.

В ноябре 2003 года учащиеся 11 класса выступили с сообщением о результатах их конкурсных работ на конференции «Проблемы повышения научно-технического потенциала региона», состоявшейся в Вологодском государственном техническом университете.

В январе 2004 года учащиеся факультатива (10 и 11 классы) участвовали во II городской Олимпиаде по экономике. В первом туре (основы экономической теории и потребительских зна-



Лауреаты конкурса НИР среди школьников, обучающихся в НОЦ (2002 – 2004 гг.)

ний) первое место занял ученик 11 класса Лапин Олег, третье место – ученик того же класса Смачев Михаил. Достоинно выступили и десятиклассники (учитывая, что конкурс проводился среди учащихся 11-х классов) – они вошли в первую двадцатку.

В марте 2004 года состоялась I областная Олимпиада по экономике и основам предпринимательства. И опять в числе победителей – Лапин О. и Смачев М., занявшие соответственно 2 и 3 места.

За два года реализации проекта создания НОЦ его сотрудники пришли к выводу в том, что вовлечение учащихся в научные исследования различной тематики повышает их заинтересованность в изучении экономики, дает им возможность участвовать в школьных конференциях, олимпиадах различного уровня.

В настоящем сборнике представлены научно-исследовательские работы учащихся старших классов общеобразовательных школ, обучающихся экономике в ВНКЦ ЦЭМИ РАН в рамках НОЦ. Все работы отличаются новизной, актуальностью и содержат аналитические элементы.

Таким образом, использование научно-исследовательской работы в обучении школьников является эффективным и полезным средством воспитания их как будущих экономически грамотных специалистов.

*Зав. отделом подготовки
научных кадров ВНКЦ ЦЭМИ РАН
к.э.н. Г. В. Леонидова*

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАНЯТОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Введение

Актуальность темы исследования. В сфере занятости молодежи особо выделяются проблемы трудоустройства несовершеннолетних. В настоящее время актуальность исследования этого сегмента рынка труда обусловлена рядом причин, основными из которых являются:

- ухудшение материального положения семей и, как следствие, необходимость трудоустройства детей для поддержки семейного бюджета;
- рост индивидуальных потребностей несовершеннолетних в дорогостоящих предметах потребления и услугах в условиях ограниченного дохода семьи;
- сложности с трудоустройством несовершеннолетних, связанные с их низкой конкурентоспособностью на рынке труда (из-за отсутствия профессиональной подготовки и опыта трудовой деятельности)

Разработанность исследований по данной проблеме. Несмотря на актуальность и практическую значимость, проблема занятости несовершеннолетних проработана недостаточно. Ей уделяется мало внимания в научных исследованиях, средствах массовой информации, законодательных и нормативно-правовых документах.

Цель исследования – выявление проблем в сфере занятости несовершеннолетних и разработка основных направлений организации занятости несовершеннолетних (на материалах г. Вологды).

Задачи исследования:

- исследование теоретических аспектов занятости несовершеннолетних на рынке труда;
- оценка ситуации на рынке труда несовершеннолетних г. Вологды;
- выработка основных направлений и мероприятий по содействию занятости несовершеннолетних.

Практическая значимость и научная новизна исследования заключаются: 1) в изучении рынка труда несовершеннолетних в трех аспектах: экономическом, правовом и социальном; 2) в исследовании



Балагурова А.



Калининская Е.



Смирнов П.



Селякова С. А.

современного состояния подросткового рынка труда в г. Вологде (по результатам анкетного опроса и данных молодежной биржи труда); 3) в разработке основных направлений и мероприятий по содействию занятости несовершеннолетних.

Информационной базой исследования послужили данные анкетного опроса учеников 9-10-х классов школы № 32 г. Вологды, а также материалы Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области и молодежной биржи труда г. Вологды.

1. Теоретический аспект исследуемой проблемы

Под рынком труда понимается система отношений по поводу купли-продажи рабочей силы. Одним из его сегментов является молодежный рынок труда, в сфере которого особое место занимает рынок труда несовершеннолетних (молодежь до 18 лет – в основном учащиеся средних школ и профессиональных училищ).

Проблема занятости несовершеннолетних носит многоплановый характер и не может быть рассмотрена однозначно. Данный вопрос предлагается рассмотреть в трех аспектах: экономическом, социальном и правовом.

Экономический аспект. Как и любая другая рыночная структура, рынок труда несовершеннолетних характеризуется спросом и предложением рабочей силы. Спрос на рабочую силу зависит от экономической конъюнктуры, степени механизации труда, соотношения затрат на оплату труда и на оборудование. Предложение рабочей силы определяется трудовым потенциалом, возможной величиной заработной платы, традициями и обычаями. На рис. 1 представлены основные факторы, определяющие спрос и предложение на рынке труда несовершеннолетних.



Рис. 1. Факторы, определяющие спрос и предложение на рынке труда несовершеннолетних

В настоящее время здесь наблюдается дисбаланс спроса и предложения (увеличивается разрыв между трудовыми притязаниями и возможностями их удовлетворения). Это обусловлено тем, что, как правило, несовершеннолетние

не имеют практического опыта трудовой деятельности (либо он недостаточный), а их высокие требования к оплате труда и предлагаемым работам делают проблематичным поиск подходящей работы.

Социальный аспект. Работающий подросток оценивается обществом неоднозначно. С одной точки зрения, работающие подростки раньше приобретают самостоятельность и материальную независимость, получают профессиональные навыки и опыт трудовой деятельности, выявляют свои возможности, ограничивают возможность участия в криминальной деятельности. Приверженцы другой точки зрения негативно относятся к проблеме трудоустройства несовершеннолетних. Акцентируя внимание на том, что работа в данном случае приводит к прямой потере времени, они считают, что подростки должны только учиться.

В нашем исследовании мы придерживаемся первого утверждения, поскольку незанятость несовершеннолетних отрицательно сказывается на их морально-нравственном поведении, ведет к расширению их участия в криминальной и нелегальной деятельности. Зачастую полулегальная работа в коммерческих структурах ущемляет интересы и законные права несовершеннолетних, а в ряде случаев способствует их вовлечению в организованную преступность.

Что касается *правового аспекта* проблемы, то здесь имеются определенные ограничения на использование труда несовершеннолетних. С 1 февраля 2002 г., в связи с принятием нового Трудового кодекса РФ, для лиц, которые могут заключать трудовой договор с работодателем, законодатель устанавливает общий возрастной ценз – 16 лет, а с согласия одного из родителей – 14 лет. Договор заключается на свободное от учебы время для выполнения легкого труда, не причиняющего вреда здоровью и не нарушающего процесса обучения. В ТК строго оговорены перечень работ, на которых запрещается применение труда лиц в возрасте до 18 лет, а также нормы выработки для них и др.

Вместе с тем главной проблемой в трудоустройстве несовершеннолетних является то, что новым Трудовым кодексом не предусмотрено квотирования рабочих мест для несовершеннолетних. Так, в Вологодской области в 2002 г. по всем районам эта квота составила всего 420 рабочих мест.

2. Оценка спроса и предложения на рынке труда несовершеннолетних в г. Вологде

Основным источником, отражающим ситуацию на рынке труда несовершеннолетних, являются данные статистики, но они, к сожалению, не отражают в полной мере ситуацию на молодежном рынке труда, и особенно в его подростковом сегменте. Подростки редко обращаются на биржи труда, а те в свою очередь не имеют достаточного количества вакансий для несовершеннолетних. В результате не учитывается все многообразие явлений в сфере подростковой занятости.

При обращении на молодежную биржу труда г. Вологды нами было выявлено, что средний возраст клиентов данной службы занятости составляет

18 – 25 лет, а среди школьников это в основном учащиеся 10-11 классов, которые ищут работу на неполный рабочий день. Число обратившихся подростков довольно высоко – 22% в 2001 г. и 18% в 2002 г. (табл. 1).

Таблица 1

Численность обратившихся на молодежную биржу труда г. Вологды, чел.

Показатели	2001 г.		2002 г.		2002 г. в % к 2001 г.
	Абс.	в % к итогу	Абс.	в % к итогу	
Численность обратившихся, чел.	4 400	100	4496	100	102,2
Из них:					
14 – 17 лет	968	22	810	18	83,7
18 – 25 лет	2 860	65	3012	67	105,3
26 – 30 лет	572	13	674	15	117,8

Молодежная биржа труда работает более чем с 400 предприятиями, но доля трудоустроенных невелика и составляет 10 % от числа обратившихся. При наличии информации более чем о 500 специальностях, для подростков биржа может предложить лишь вакансии уборщиц, дворников и другой малопризывательный неквалифицированный труд. Средняя зарплата подростков составляет 600 – 1000 руб.

Для сбора информации по теме исследования был использован кроме обращения на молодежную биржу труда метод опроса, под которым понимается устное или письменное обращение к опрашиваемым с вопросами.

В нашем исследовании опрос проводился в форме анкетирования. Исполнителями была разработана специальная анкета, включающая несколько блоков вопросов: 1) характеризующих респондентов как потенциальных работников с точки зрения удовлетворения спроса на рынке труда; 2) позволяющих выявить особенности мотивации школьников к труду; 3) дающих возможность оценить современный уровень трудоустройства школьников в городе.

Опрос был проведен среди учеников 9–10 классов школы №32. Общее количество респондентов составило 80 человек.

Ниже излагается аналитическое представление проведенного исследования.

Сталкиваясь с финансовыми проблемами, большинство подростков (58,6%) просят денег у родителей и только 21,3% ответивших ищут возможность где-нибудь заработать. Причем склонность к поиску работы проявляется в большей степени у юношей, тогда как девушки предпочитают экономить деньги на обедах (рис. 2).

Отметим, что 58,8% подростков хотели бы использовать свободное от учебы время для зарабатывания денег. Большинство опрошенных (78,8%) ищут работу, так как хотят иметь собственные деньги на карманные расходы (рис. 3), причем эти мотивы, как правило, не связаны с трудным материальным положением в семье. Желание приобрести новых друзей, а также

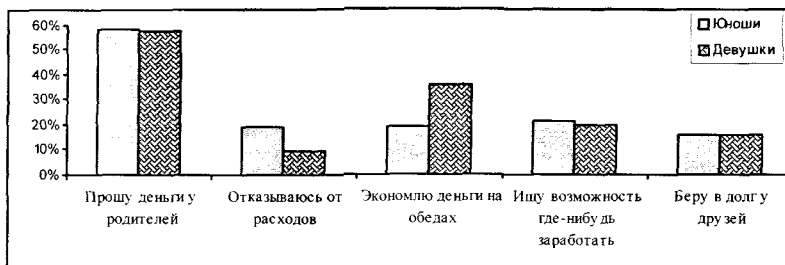


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы пытаетесь решить свои финансовые проблемы?»



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Какую цель Вы преследуете, устраиваясь на работу?»

почувствовать себя независимым толкает на поиск работы 20,0 и 16,3% опрошенных соответственно. Чуть больше 10% анкетированных хотят приобрести трудовой опыт и познакомиться с миром профессий.

Самую острую необходимость подростки испытывают в работе во время каникул (39%), а также в свободное от учебы время (31%) [табл. 2]. Это позволяет без ущерба для учебы решать личные и семейные финансовые проблемы и одновременно использовать возможности карьерного роста (образование, стаж работы, навыки).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «В какое время Вы хотели бы работать?»

Варианты ответов	Всего		В том числе по полу:			
			мужской		женский	
	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%
В период каникул	39	48,8	17	48,6	22	48,9
В свободное от учебы время	31	38,7	11	31,4	20	44,4
В выходные дни (суббота, воскресенье)	10	12,5	7	20	3	6,7

Большим спросом у подростков пользуются такие виды временной занятости, как курьерские работы (33%), несложная работа на производстве (17%), работа в розничной торговле (16%), а также благоустройство пришкольных территорий (13%). Работы, касающиеся ухода за престарелыми, помощи больным, различные сельскохозяйственные работы и некоторые другие попали в разряд непрестижных (табл. 3).

Таблица 3

Привлекательность некоторых видов временной работы

Варианты ответов	Всего		В том числе по полу:			
			мужской		женский	
	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%
Курьерские работы	33	41,3	26	66,7	7	17,1
Несложная работа на производстве	17	21,3	14	35,9	3	7,3
Работа в розничной торговле	16	20,0	0	0	16	39,0
Благоустройство пришкольных территорий	13	16,3	0	0	13	31,7
Обслуживание культурно-массовых мероприятий	8	10,0	8	20,5	0	0
Другое	5	6,3	5	12,8	0	0
Благоустройство и озеленение парков и скверов города, берегов водоемов	3	3,8	0	0	3	7,3
Восстановление и реставрация памятников истории и архитектуры	3	3,8	0	0	3	7,3
Благоустройство и ремонт детских игровых и спортивных площадок	2	2,5	0	0	2	4,9
Изготовление изделий народно-художественных промыслов	2	2,5	1	2,6	1	2,4
Сельскохозяйственные работы	1	1,3	0	0	1	2,4
Швейные работы	1	1,3	0	0	1	2,4
Социальное обслуживание (уход за престарелыми, помощь больным)	0	0	0	0	0	0

Оценивая ситуацию с трудоустройством в г. Вологде, более половины опрошенных считают, что для них есть подходящая работа, тогда как 12,5% считают, что работу в городе найти невозможно.

Требования к работе у подростков, касающиеся заработной платы, безусловно, завышенные, но нельзя сказать, что деньги для них это самое главное. 32,5% школьников так выразили свое мнение о работе: «Зарботок – главное, но надо думать о смысле работы, ее общественной полезности, творческом характере». Еще 30,0% считают, что важен смысл работы, но нельзя забывать и о зарботке (рис. 4).



Рис. 4. Мнение респондентов о работе

В ходе опроса было выявлено, что одной из главных проблем является то, что подростки не знают, куда можно обратиться по вопросам трудоустройства (77,5%). Большинство из тех, кто когда-либо работал, устраивались на работу при помощи родственников и друзей.

Что касается тех подростков, которые ранее пытались найти работу и получили отказ, то в 19 случаях из 20 причиной отказа был возраст респондента.

Одной из форм занятости для подростков может стать создание производственного кооператива на базе школы. Из опрошенных нами учеников 75% хотели бы принять участие в таком виде деятельности и зарабатывать деньги.

Обобщая данные анкетного опроса, приведем «портрет» подростка, желающего работать, полученный в ходе исследования (рис. 5).

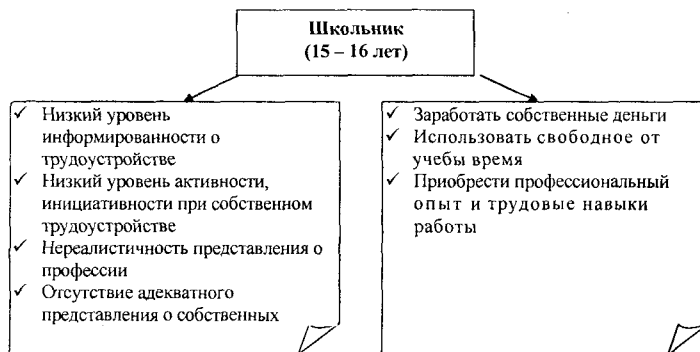


Рис. 5. Портрет подростка, желающего работать

3. Мероприятия по содействию занятости несовершеннолетних

Содействие занятости предполагает стимулирование сохранения рабочих мест и создания новых, а также поощрение развития предпринимательства, малого и среднего бизнеса. Организация занятости несовершеннолетних позволит в какой-то мере решить проблему досуга подростков (особенно в летний период), а также приобщить их к труду.

Особое внимание при разработке и реализации мероприятий, направленных на содействие занятости, следует уделить категориям молодежи, требующим повышенного внимания:

- нуждающимся в особой социальной защите;
- из многодетных и неполных семей;
- состоящим на учете в инспекциях и комиссиях по делам несовершеннолетних.

На сегодняшний день имеется достаточно большой отечественный и зарубежный опыт разработки различных форм трудоустройства подростков. Вологодская область не является исключением. Но говорить о том, что в регионе создана широкая база для трудоустройства несовершеннолетних, пока нельзя:

во-первых, процесс трудоустройства сдерживается работодателями, которые не особенно стремятся принимать на работу несовершеннолетних, не имеющих навыков работы и на неполный рабочий день;

во-вторых, отрицательную роль играет низкий уровень информированности подростков о возможностях трудоустройства.

В связи с этим для улучшения ситуации на рынке труда несовершеннолетних может быть предложено следующее:

1. Квотирование рабочих мест для несовершеннолетних на предприятиях таким образом, чтобы работодателям это было выгодно. Это может быть достигнуто путем предоставления им налоговых льгот или иных поощрений. Создание таких рабочих мест возможно практически во всех отраслях экономики при условии их финансирования за счет фонда занятости, работодателей, спонсорских и благотворительных организаций, частных пожертвований.

2. Создание для несовершеннолетних информационной системы рынка труда, которая позволит систематизировать и обобщить информацию о вакансиях, спросе на рабочую силу и ее предложении. Особое внимание, на наш взгляд, необходимо уделить следующим направлениям:

- создание специального сайта в Интернете, где каждый желающий может найти подходящую для себя работу или разместить свое резюме;
- создание электронных бирж труда, которые позволяют произвести быстрый поиск рабочих мест;
- регистрация предприятий, организаций и учреждений, нуждающихся в рабочей силе подростков.

3. Организация специальных форм занятости для подростков, таких, как трудовые лагеря и ученические бригады, деятельность которых могла бы осуществляться по следующим направлениям:

• вспомогательные, не требующие квалификации работы в промышленности и строительстве;

- сезонные сельскохозяйственные работы;
- озеленение и благоустройство территорий микрорайонов;
- подготовка школ и школьных территорий к новому учебному году;
- работы на пришкольных участках по выращиванию овощей;
- ремонт детских и спортивных площадок;
- обеспечение социальной поддержки населения;
- работы в швейных мастерских и др.

4. Создание специализированных, ориентированных на труд несовершеннолетних предприятий, которые могут быть организованы как на базе школ, училищ, так и вне их. Возможно, именно подобные комплексы являются наиболее перспективными формами работы, именно они смогут взять под контроль трудовую деятельность подростков и привести к максимальному положительному эффекту.

5. Разработка системы мониторинга рынка труда несовершеннолетних, в целях создания информационной базы, которая может реально характеризовать складывающуюся обстановку на рынке труда несовершеннолетних в г. Вологде, а также выполнять прогноз на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу. Мониторинг рынка труда несовершеннолетних обеспечит выполнение следующих основных задач:

- организация наблюдения, получение достоверной и объективной информации о протекании процессов трудоустройства молодежи в г. Вологде;
- оценка и системный анализ получаемой информации;
- прогнозная оценка рынка труда несовершеннолетних;
- разработка системы мероприятий, способствующих содействию занятости несовершеннолетних.

Получаемая в ходе мониторинга информация может быть использована для разработки предложений, а затем на их основе – конкретных мероприятий по изменению ситуации на рынке труда несовершеннолетних, а также она может служить исходной базой для формирования системы прогнозирования.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. Актуальность и необходимость изучения проблемы занятости несовершеннолетних продиктована тем, что в настоящее время подростки, стремясь быть более независимыми, значительно раньше выходят на рынок труда, чем в предшествующие годы. Значимость проблемы обуславливает и то, что при современном материально-экономическом положении для многих семей становится необходимым трудоустроить детей для поддержки семейного бюджета.

2. Проведенный в ходе исследования анкетный опрос позволил создать «портрет» подростка, желающего работать, и выявить мотивации школьников к труду, а также основные проблемы трудоустройства.

3. Вместе с тем на рынке труда несовершеннолетних наблюдается дисбаланс спроса и предложения (увеличивается разрыв между трудовыми притязаниями и возможностями их удовлетворения.). Это обусловлено тем, что, как правило, несовершеннолетние не имеют практического опыта трудовой деятельности (либо он недостаточный), а их высокие требования к оплате труда и предлагаемым работам делают проблематичным поиск подходящей работы.

4. Для решения вопросов в сфере занятости несовершеннолетних предлагаются следующие мероприятия: вспомогательные работы, не требующие квалификации работы в промышленности и строительстве; сезонные сельскохозяйственные работы; озеленение и благоустройство территорий микрорайонов; подготовка школ и школьных территорий к новому учебному году; работы на пришкольных участках по выращиванию овощей; ремонт детских и спортивных площадок; обеспечение социальной поддержки населения; работы в швейных мастерских и др.

5. Активизация деятельности по содействию занятости несовершеннолетних потребует, во-первых, активного государственного вмешательства в данную проблему, а во-вторых, привлечения максимального количества заинтересованных сторон и финансовых средств, что в конечном итоге создаст предпосылки для активизации спроса и предложения на рынке труда несовершеннолетних.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артюхов А.В., Павлов Б.С., Стожаров А.В. Молодежь на Крайнем Севере: проблемы социализации и жизненного самоопределения (на примере городов и поселений Ямало-Ненецкого автономного округа). – Екатеринбург-Салехард: Ин-т экон. УрО РАН, 2000. – 437 с.

2. Демография и социология. Социально-экономические проблемы рынка труда в России. – Выпуск 13. – М.: Ин-т социально-экономических проблем народонаселения РАН, 1995.

3. Комментарий к Трудовому кодексу Российской Федерации / Под ред. К.Н. Гусова. – М.: ООО ТК «Велби», 2002. – 672 с.

4. Красный Север. – 2002. – 5 июля.

5. Рынок труда: Учебник / Под. ред. проф. В.С. Буланова и проф. Н.А. Волгина. – М.: Экзамен, 2000. – 48 с.

6. Российские реформы: социальные аспекты / Науч. ред. Э.Б. Гилянская и С.Н. Смирнов. – М.: ВШЭ, 1998. – 368 с.

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СУПЕРМАРКЕТОВ В Г. ВОЛОГДЕ

Введение

Характерной особенностью сегодняшней экономической ситуации является стабильный рост сегмента розничной торговли. Тенденции в розничной торговле свидетельствуют о постепенном отходе от стихийных, базарных форматов торговли и переходе к цивилизованным, принятым во всем мире.

Одной из составляющей частей торговой экономики являются супермаркеты.

В настоящее время актуальность исследования территориальной организации супермаркетов обусловлена рядом причин, основными из которых являются: отсутствие супермаркетов в районах, где население нуждается в магазинах подобного типа; неравномерное распределение супермаркетов по городу; сложности постройки супермаркета, как для предпринимателя, так и для государства.

Поскольку такой тип магазина, как супермаркет, для г. Вологды достаточно новый, то определению рациональных направлений территориальной организации супермаркетов не уделяется достаточного внимания в научных исследованиях.

Главной целью исследования является обоснование основных направлений рационального размещения супермаркетов в г. Вологде.

Задачи исследования включают:

- выявление особенности магазинов типа «супермаркет»;
- выявление потребности населения в супермаркетах;
- определение зон перспективного строительства супермаркетов.

Практическая значимость и научная новизна исследования заключается: 1) в представлении классификации предприятий розничной торговли продуктами питания; 2) определении потребности населения в магазинах типа «супермаркет»; 3) выделении зон перспективного строительства супермаркетов.

Информационной базой исследования послужили данные телефонного опроса населения жителей г. Вологды, а также данные статистики.



Акимов А.



Малышева С.



Селякова С. А.

1. Теоретический аспект исследуемой проблемы

Торговля – один из наиболее важных социально-экономических процессов. Современный торговый механизм представляет собой сложный и многоструктурный инструмент управления и распределения.

Проблема развития и совершенствования торговли имеет три основных аспекта: экономический, связанный с созданием и потреблением материальных благ и услуг; территориально-географический, вызванный необходимостью размещения и перемещения товаров, их распределения и перераспределения в пространстве; социальный, обусловленный процессами распределения и перераспределения материальных благ/услуг между отдельными группами и слоями населения, удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, закономерностями покупательского поведения.

По действующему ГОСТ Р 51773-01 «Розничная торговля» предусматриваются следующие типы торговых предприятий: универмаг, универмаг «Детский мир», гипермаркет, универсам (супермаркет), гастроном, продукты (минимаркет), товары повседневного спроса, промтовары, специализированные магазины.

Сравнительный анализ типов торговых предприятий данного стандарта свидетельствует о том, что стандарт не полностью отражает современные тенденции развития торговли. С одной стороны, нет четкой классификации предприятий розничной торговли по типам и категориям, а с другой – все время возникают новые «категории» магазинов: суперсторы, сверхсупермаркеты, «дисконтные центры» и т. д.

Особенно это касается торговли продовольственными товарами. В таблице 1 приведена классификация предприятий розничной торговли продуктами питания.

Несмотря на расширение типов магазинов, торгующих продовольственными товарами, в развитых зарубежных странах большой популярностью пользуются супермаркеты. Супермаркеты впервые возникли в США (1930 г.), их доля в общей торговле продовольствием составляет около 70%.

Мировая структура распределения торговых форматов представлена на рис. 1.

Супермаркет (англ. supermarket) – крупный магазин самообслуживания с площадью торгового зала не менее 800 м², торгующий преимущественно продовольственными товарами; непродовольственные товары составляют в его ассортименте около 30%.

Все супермаркеты устроены по сходной схеме: товары сблокированы по родственным группам товаров, идентичным для всех супермаркетов; количество товарных позиций в ассортименте супермаркета – 8-10 тысяч.

Выделяют следующие виды супермаркетов:

⇒ **Классический супермаркет.**

⇒ **Cash & Carry** – магазин, предназначенный для мелких перекупщиков, в котором в одном помещении совмещены склад и торговый зал, товар выложен на стеллажах большими партиями.

Типы предприятий розничной торговли продуктами питания

Форма	Определение	Площадь магазина	Достоинства	Недостатки
Гастроном	Магазин, торгующий через прилавок	Менее 500 м ²	Можно купить все необходимые продукты	Требует на 30-40% больше обслуживающего персонала, чем система самообслуживания, более низкий объем реализации (лишает покупателя доступа к товару)
Универсам	Магазин, торгующий через прилавок	Более 500 м ²	Можно купить все необходимые продукты, наличие непродовольственных товаров	Требует на 30-40% больше обслуживающего персонала, чем система самообслуживания, более низкий объем реализации (лишает покупателя доступа к товару)
Супермаркет	Магазин самообслуживания	Более 800 м ²	Богатый ассортимент товаров, качество обслуживания	Высокая торговая наценка (за исключением оптовых фирм)
Минимаркет	Магазин самообслуживания	200-600 м ²	Включает все необходимые секции: молочную, мясную, бакалею и т.д.	Высокая арендная плата и, как следствие, дорогие продукты, маленькая площадь
Специализированный магазин	Магазин, работающий через прилавок с одной товарной группой или с ее частью	Менее 500 м ²	Богатый ассортимент товарной группы	Ограниченная комплексность покупок, ограниченный круг посетителей, высокая конкуренция со стороны супермаркетов
Оптовые розничные рынки	Рынки, состоящие из контейнеров и киосков, продающих, главным образом, продукты длительного пользования	От 100 до 1500 торговых мест	Большой ассортимент продуктов, в т.ч. собственного производства	Низкий уровень обслуживания, неудовлетворительные условия хранения товара, неудовлетворительное состояние окружающей территории
Киоски и павильоны	Закрытые торговые точки, расположенные на тротуарах или на открытых местах, торговля через окно (киоск)	До 10 м ² (киоск) 20-60 м ² (павильон)	Высокая мобильность, круглосуточный режим работы (у большинства)	Узкий ассортимент товаров, антисанитарные условия работы

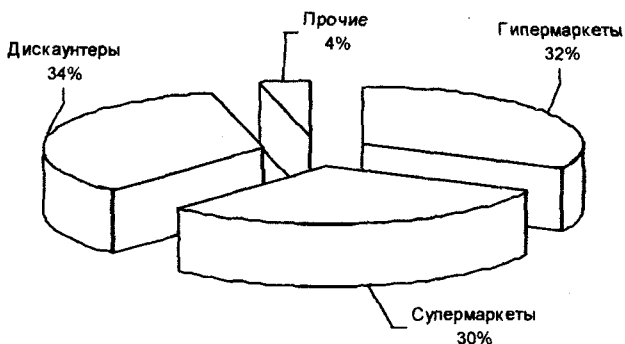


Рис. 1. Мировая структура распределения торговых форматов

⇒ **Торговый центр** – совокупность торговых предприятий, реализующих универсальный ассортимент товаров и оказывающих широкий набор услуг.

⇒ **Дискаунт** – универсальный магазин, работающий по методу самообслуживания и реализующий в основном продовольственные и частично непродовольственные товары повседневного спроса по низким ценам.

Ключевым вопросом для формирования стратегических и тактических задач современного супермаркета является местоположение магазина. Выбирая место для строительства или организации торгового предприятия, нужно учитывать, что районы, в которых располагаются магазины, не статичны, они постоянно меняются.

Прежде всего, торговому предприятию требуется характеристика ситуации, сложившейся на том сегменте рынка, где позиционирован его товар. Спрос проявляется в покупках товаров или желании покупателей приобрести товар. Товарное предложение заключается в поставке определенных товаров в торговое предприятие.

Наиболее удачными с точки зрения местоположения следует признать густонаселенные городские кварталы. При принятии решения о размещении супермаркета самым весомым фактором должно стать количество потенциальных покупателей. Таким образом, любая часть города с высокой плотностью населения может рассматриваться как потенциальное место для нового магазина.

Также удачным местом для размещения супермаркета являются районы с растущим населением, где имеются участки для строительства нового жилья. Об изменении численности населения в будущем можно судить по таким показателям, как уровень рождаемости и темпы школьного строительства в районе.

Кроме того, для организации нового супермаркета необходимо тщательно исследовать уровень конкуренции и ее природу в торговом районе.

Риск минимален, если действующие магазины не в состоянии удовлетворить потребность покупателей, которые вынуждены осуществлять покупки за пределами торгового района. Однако во многих случаях там, где уровень конкуренции высок, новый супермаркет сможет привлечь часть покупателей, пользовавшихся раньше другими магазинами. Избыток конкурирующих магазинов в районе не является препятствием для размещения нового супермаркета, если существует уверенность в том, что он сможет обслужить покупателей лучше, чем конкуренты.

Таким образом, при организации супермаркета большее значение придается скорее природе конкуренции, чем ее уровню. Рекламная деятельность, перечень предоставляемых услуг – необходимые условия коммерческого успеха супермаркета.

2. Привлекательность супермаркетов для жителей г. Вологды

Торговля в Вологде – это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей, где наиболее высока предпринимательская и инвестиционная активность.

По состоянию на начало 2004 г. на городском потребительском рынке функционировало 1078 предприятий розничной торговли (в т.ч. 533 продовольственных магазина). Для городского потребительского рынка характерны позитивные изменения: за последние годы достигнута его определенная стабилизация и насыщение рынка товарами и услугами. Кроме того, в последние годы осуществлялась активная деятельность по расширению торговых площадей и выполнялись работы по строительству новых магазинов. Увеличилось число магазинов типа «супермаркет».

По обеспеченности торговыми площадями супермаркета на человека Вологда значительно отстает от Москвы и С.-Петербурга. Но в то же время рынок супермаркетов в городе активно развивается.

В настоящее время в Вологде функционирует около десятка супермаркетов. Это, прежде всего, «Золотой ключик», а также сеть магазинов «Мир изобилия» и «Макси». Что касается последнего, то данная сеть супермаркетов активно расширяется и в 2004 г. было открыто два крупных ТК «Макси» по 900 м² каждый.

Для оценки населением существующей в городе розничной торговой сети супермаркетов был проведен телефонный опрос, который позволил выявить достоинства и недостатки супермаркетов, потребность вологжан в магазинах данного типа, а также покупательную способность населения.

Для того чтобы выявить дифференциацию территорий по насыщенности магазинами типа «супермаркет», город был поделен на 4 части: Центральную, Западную, Восточную и Заречье (деление происходило по избирательным округам, а также с помощью условных разделителей – железная дорога, р. Вологда, р. Содема и р. Шограш).

В телефонном опросе приняло участие 161 человек. Ответы респондентов заносились в анкету. Результаты, полученные в ходе исследования, были обработаны при помощи компьютерной программы «Excel».

В ходе опроса было выявлено, что супермаркеты на территории города размещены весьма неоднородно и население во всех частях города нуждается в постройке магазинов данного типа.

В заречной части города расположено два супермаркета, что явно недостаточно для жителей этого района, поскольку 53% респондентов из той зоны, где супермаркеты отсутствуют, хотят, чтобы в районе их местожительства был построен магазин подобного типа.

В центральной части города расположен всего один супермаркет. И хотя центр города – самый малонаселенный район, 87% его жителей посещают супермаркеты, а жители тех зон района, где нет супермаркетов, хотели бы, чтобы он был построен.

В западной части города действуют три супермаркета. Практически все опрошенные жители западного района посещают супермаркеты. Но поскольку магазины данного типа сосредоточены примерно в одной части района, жители района Подшипникового завода и близлежащих зон не имеют возможности посещать супермаркеты вблизи от дома.

Что касается восточной части города, то здесь построен один супермаркет в районе Бывалово, что явно недостаточно для этого густонаселенного района с численностью населения 77,6 тыс. человек.

Таким образом, практически все из опрошенных жителей, в районе проживания которых нет супермаркетов, хотят, чтобы такие магазины были построены. Респондентов привлекает в супермаркетах главным образом ассортимент (45%), а также обслуживание и качество товара. Самообслуживание, как выявило исследование, не оказалось в числе привлекательных факторов, хотя именно этот фактор является одной из главных отличительных черт супермаркета от всех остальных магазинов.

В то же время среди минусов супермаркетов на первом месте оказались цены на товар. 74% респондентов считает, что в супермаркетах они слишком высокие.

Что касается режима работы супермаркетов, то все ответы респондентов были сгруппированы в 4 группы. Большинство респондентов считает, что круглосуточная работа супермаркетов – это оптимальный режим работы (рис. 2).

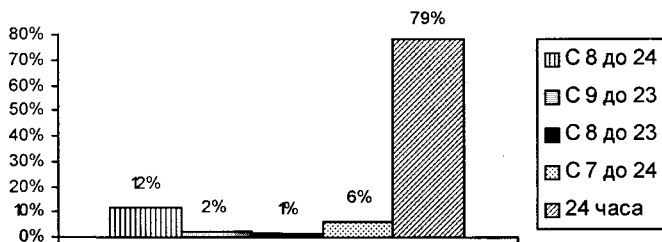


Рис. 2. Оптимальный режим работы супермаркетов, в % от числа ответивших

В среднем покупатели проводят в супермаркетах 30–40 минут за одно посещение и тратят примерно 580 рублей. Из 142 респондентов, совершающих покупки в супермаркетах, только 9% тратят за один раз более 1000 рублей (рис. 3).

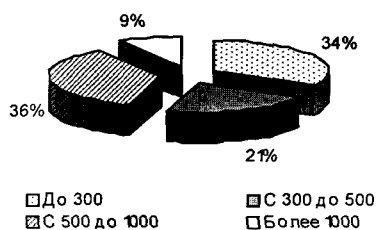


Рис. 3. Сумма денег, потраченных за разовое посещение супермаркета, руб.

В ходе опроса выяснилось, что супермаркеты посещают 90% от всех опрошенных мужчин, а женщин немногим меньше – 87,5% (рис. 4). Данный факт, возможно, объясняется психологией мужчин, которые такой товар, как продукты, склонны покупать в одном месте, и именно супермаркет является наиболее приемлемой и удобной формой торгового предприятия для мужчин.

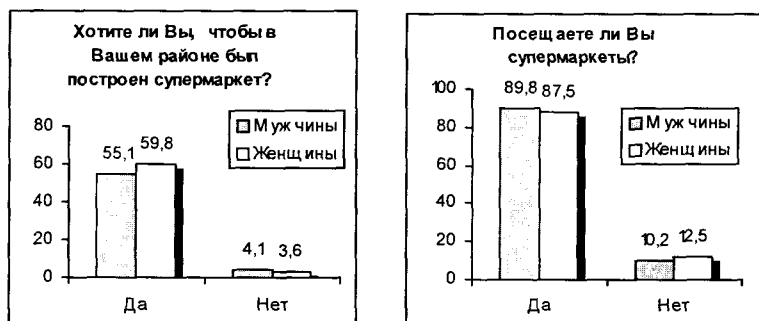


Рис. 4. Ответы респондентов на вопросы, в % от числа ответивших

Обобщая данные анкетного опроса, приведем портрет покупателя, желающего приобрести продукты в супермаркете, полученный в ходе исследования (рис. 5).



3. Перспективы развития супермаркетов в г. Вологде

Активное развитие сектора розничной торговли и увеличение объемов товарооборота благоприятствуют открытию новых магазинов. Предлагающие потребителю широкий ассортимент товара супермаркеты постепенно вытесняют с рынка павильоны, ларьки и минирынки. В перспективе

форматы предприятий будут адаптироваться к мировому стандарту: супермаркет, дискаунт, гипермаркет, торговый центр.

Можно с достаточно большой вероятностью прогнозировать развитие супермаркетов – как в классической форме (с ассортиментом в 10-12 тысяч наименований и большой долей деликатесной гастрономии, полуфабрикатов, салатов), так и в «экономичной» форме (с ассортиментом порядка 1500-3000 наименований и практически 100-процентным самообслуживанием). И, конечно же, большое будущее, на наш взгляд, у сетевых супермаркетов.

Характерные черты сильных и слабых сторон сетевых супермаркетов в г. Вологде, угроз и возможностей внешней среды представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характерные черты SWOT-анализа сетевых супермаркетов

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ухоженность помещений; ❖ Приемлемый уровень цен; ❖ Широкий ассортимент товаров; ❖ Самообслуживание с выкладкой товара; ❖ Сложившаяся репутация. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Высокая арендная плата; ❖ Низкий уровень квалификации обслуживающего персонала; ❖ Низкий уровень сервиса.
ВОЗМОЖНОСТИ:	УГРОЗЫ:
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Расширение спектра дополнительных услуг; ❖ Расширение ассортимента; ❖ Развитие информационных технологий; ❖ Использование ресурсов Интернет; ❖ Возможность обслуживания дополнительных групп потребителей. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Изменение потребностей покупателей; ❖ Инфляционные процессы; ❖ Ожесточение конкуренции; ❖ Неблагоприятное изменение налоговой политики.

На наш взгляд, можно выделить 4 наиболее перспективных зоны для строительства супермаркетов:

- ⇒ в Западной части города – в районе ПЗ, ул. Щетинина, ул. Панкратова;
- ⇒ в Восточной части города – в районе 5 и 6 микрорайонов;
- ⇒ в Центральной части города – в районе ул. Благовещенская, ул. Маяковского;
- ⇒ в Центральной части города – в районе ул. Зосимовская, ул. Яшина.

В действительности подобных зон может быть больше. Но именно в этих зонах, по нашему мнению, постройка супермаркетов наиболее необходима и целесообразна, поскольку в большинстве этих районов изменился «профиль населения». В этих зонах строятся новые дома, поэтому существующую инфраструктуру приходится достраивать, в т.ч. и супермаркетами.

В Заречной части города острой необходимости в дополнительных супермаркетах нет, поскольку активного строительства жилых домов там не наблюдается. Для этой зоны достаточно существующих супермаркетов, а в зонах, где магазинов данного типа нет, достаточно постройки так называемых «экономичных» супермаркетов.

Поскольку открытие магазина крупного формата – рискованный инвестиционный проект, то необходима разработка концепции супермаркета. Она должна включать несколько этапов:

1 этап. Оценить и сравнить виды супермаркетов, в результате чего выбрать наиболее выгодный формат предприятия.

2 этап. Провести маркетинговое исследование. Респондентами выступают потенциальные покупатели продукции нового магазина. Основными задачами исследования являются определение «портрета» потребителя, практики покупок и мотивационных факторов, определяющих выбор той или иной торговой точки. На основании полученной информации производится оценка границ потенциального рынка для нового магазина (зона покрытия или максимальный радиус конкурентоспособности).

3 этап. Оценить объемы продаж основных магазинов-конкурентов, попадающих в зону покрытия нового магазина, методом «среднего чека». Одновременно провести мониторинг ассортимента, цен и торговых площадей магазинов-конкурентов. Результатом исследования являются технические «портреты» конкурентов (объем, цены, ассортимент, площади).

4 этап. Построить факторную модель зависимости объемов продаж магазина от ассортимента, цен, известности и доступности. Для этого используются данные мониторинга и результаты исследования потребителей, которые определяют «веса» факторов.

5 этап. Рассчитать прогнозируемые продажи для нового магазина по построенной модели.

При разработке Концепции должны учитываться интересы всех основных субъектов развития:

➤ *государственных органов власти*, выражающих интересы общества в целом и задающих основные рамки;

➤ *населения территории*, фактического и потенциального; существующих на территории предприятий;

➤ *инвесторов*, заинтересованных в выгодном вложении средств;

➤ *изыскательских, строительных и проектных организаций*, без которых развитие территории невозможно;

➤ *альтернативных территорий*, поскольку за привлечение средств частных инвесторов идет активная конкуренция.

В заключение отметим, что, кроме всего вышесказанного, для привлечения покупателей супермаркеты должны увеличивать спектр предлагаемых услуг. Среди них могут быть: собственное производство (пекарни, салатные цеха, кондитерские цеха, изготовление полуфабрикатов и т.п.); кафе быстрого обслуживания; поддержка малообеспеченных жителей города (получение необходимых продуктов по более низким ценам); доставка продуктов, приобретенных по телефону, и др.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. Основными тенденциями перехода розничной торговли к цивилизованным формам являются:

- ⇒ рост сети магазинов типа «супермаркет»;
- ⇒ приемлемый уровень цен в супермаркетах;
- ⇒ удобство обслуживания;
- ⇒ ассортимент и качество товара.

2. Ключевой вопрос для строительства супермаркета – его местоположение, поскольку от местоположения зависят товарооборот, имидж магазина и контингент посетителей. Основными факторами при этом выступают: интенсивность людских потоков перед торговым объектом, близость остановок городского транспорта, привлекательный внешний вид здания и оформление витрин и многое другое.

3. Проведенный опрос показал, что супермаркеты весьма привлекательны для вологжан. Среди главных факторов привлекательности данного типа магазина выступают ассортимент, качество обслуживания и товара.

4. В Вологде существуют 4 зоны, в которых строительство супермаркетов наиболее необходимо и целесообразно, поскольку в большинстве этих районов ведется активное строительство жилых домов и существующую инфраструктуру приходится достраивать.

5. Среди супермаркетов наиболее активную деятельность ведут сетевые супермаркеты.

6. Для привлечения покупателей супермаркетам следует увеличивать спектр предлагаемых услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 464 с.
2. Концепция развития торговли г. Вологды на 2001 – 2004 гг. Утверждено Постановлением главы г. Вологды от 13.11.2003 №112-н. – 9 с.
3. Чкалова О.В. Перспективы развития торговых центров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №4.
4. Сергеев А.В., Тихонравов В.М. Супермаркет, гипермаркет..., а универсам рядом с домом? // Там же.
5. Марданова Э.У. Роль универмагов в «городском маркетинге» // Там же.
6. Аюпов В.С., Степанова И.В. Организация маркетингового управления торговым процессом (на примере сети магазинов розничной торговли) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №6.
7. Материалы сайта www.chelpress.ru.

*А.И. Токарева, Г.В. Тропина, Н.С. Пестерева (11 кл. шк. № 32;
науч. рук. Д.Е. Амелин)*

«ПАРТИЗАНСКИЙ» МАРКЕТИНГ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Введение

Перспективы развития любой отдельно взятой страны и мира в целом зависят от нравственного и профессионального воспитания последующих поколений. В условиях быстроразвивающейся науки и техники важную роль в обеспечении и поддержании конкурентоспособного образовательного уровня россиян играет система дополнительного образования. Кроме того, образовательные учреждения, молодежные центры, выездные семинары являются серьезными инструментами предупреждения уличной преступности, пивного алкоголизма, наркомании и других проблем современности. В российских теледебатах (особенно предвыборных) нередко затрагивается тема повышения уровня образования населения. Однако на практике образовательным учреждениям и программам уделяется недостаточное внимание со стороны органов власти, что помимо прочих трудностей приводит к **отсутствию должного финансирования.**

Некоммерческое дополнительное образование – это услуга, которой в условиях рынка приходится конкурировать за потребителя, его время и деньги. Являясь стесненными в средствах, некоммерческие образовательные учреждения не могут позволить себе маркетинговых бюджетов, доступных коммерческим организациям аналогичного толка. Возникает проблема осуществления **эффективного недорогого маркетинга.** Исходя из того, что основными характеристиками партизанского маркетингового инструментария являются дешевизна и творческий подход, данная тема актуальна.

В качестве основной цели работы выступает разработка ориентированных на практическое использование эффективных малобюджетных методов информирования целевой аудитории о возможностях получения конкретных образовательных услуг. Под «малобюджетным» понимается прием, стоимость реализации которого на практике не превышает 500 рублей (в ценах, действовавших на 1 декабря 2003 года). В рамках реализации цели поставлены и будут решены следующие задачи:



Токарева А.



Тропина Г.



Пестерева Н.



Амелин Д. Е.

Работе присуждена первая премия в II конкурсе НИР среди школьников (2004 г.).

1. Изучение и анализ теоретического материала по проблеме эффективности использования идеологии и механизмов партизанского маркетинга.

2. Описание целевой аудитории, на которую будут рассчитаны предлагаемые методы.

3. Разработка эффективных методов информирования целевой аудитории об услугах по предоставлению дополнительного образования, которые отвечали бы следующим критериям:

- стоимость в ценах на 1 декабря 2003 года (не более 500 рублей);
- не загрязняют город;
- не противоречат требованиям нравственности и правопорядка.

Объектом исследования в работе выступает маркетинговая деятельность организаций, предоставляющих некоммерческие услуги дополнительного образования (молодежные центры, музыкальные, художественные, хореографические школы, профессиональные клубы и др.), а предметом – малобюджетный маркетинговый инструментарий.

Результаты работы представляют практическую значимость и позволяют:

1. Образовательным организациям, которые ранее не могли использовать стандартные маркетинговые механизмы в силу финансовых причин, использовать маркетинг в качестве реального инструмента продвижения их услуг на рынке.

2. Повысить информированность населения о предоставляемых образовательных услугах.

3. Снизить стоимость информирования целевой аудитории о возможностях получения дополнительного образования для организаций, занимающих активную позицию на рынке образовательных услуг.

1. Теория «партизанского» маркетинга

Термин «партизанский» заимствован из военной лексики, где он означает старинную, но очень эффективную тактику ведения боевых действий небольшими отрядами, которые используют методы, совершенно непригодные для большой «профессиональной» армии. Эта концепция предполагает использование очень простых методов вместо того, чтобы тратить огромные суммы денег на рекламу и прочий стандартный маркетинговый инструментарий. В широком же смысле словом «партизанский» принято называть те маркетинговые мероприятия, которые выходят за рамки общепринятых способов и средств рекламных коммуникаций и продвижения товара. В истории много примеров того, как небольшие плохо вооруженные военные отряды одерживали победу над более многочисленным и сильным противником. История этих сражений — это история партизанских войн. Примеры подобных побед есть и в бизнесе (см. ниже).

Чем же «партизанский» маркетинг отличается от обычного? По мнению А. Крамерова [3], его главное отличие состоит в следующем: для реализации товара или услуги используются очень простые и часто оригинальные методы вместо того, чтобы тратить большие суммы денег на рекламу,

заполняя газетные страницы и телевизионные экраны соблазнительными изображениями товара. Маркетологи, исповедующие принципы «партизанского» маркетинга, для достижения цели могут надеяться только на свое креативное мышление, но никак не на большие маркетинговые бюджеты. «При правильном подходе практически любая маркетинговая задача может быть решена относительно небольшими средствами» [1; с. 62]. «Партизанский» маркетинг ориентирован в основном на привлечение внимания. Именно так действовала компания Van's Harley-Davidson, которая в своей рекламе обещала возможность «пристрелить кота в определенный день в назначенном месте». Разумеется, это вызвало бурю гневных звонков из общественных организаций, полиции и даже от мэра города. Местные газеты пестрели заголовками вроде: «Убийство кота: правда или ложь?» В конце концов, когда наступил тот самый день, все увидели, что кот представлял собой картонный манекен высотой 6 футов. Его действительно можно было пристрелить, за доллар, тремя выстрелами из ружья для пейнтбола.

Будучи таким же изобретательным, как Harley-Davidson, следует, однако, держать свою фантазию в определенных рамках, чтобы не перейти границу этики или даже закона. Важно подчеркнуть, что «партизанский» маркетинг не подразумевает нарушения норм приличия и закона для помощи своему бизнесу.

Некоторые принципы «партизанского» маркетинга очень похожи на те, которые используются в традиционном маркетинге. Хотя, в конце концов, лучший способ отличить сегодняшний «партизанский» маркетинг от вчерашних традиционных методов состоит в понимании того, что:

- ⇒ творческий подход означает и дает больше, чем деньги;
- ⇒ результат должен прийти быстро, в противном случае маркетинговые усилия должны быть приостановлены.

2. Целевой рынок услуг дополнительного образования

Мировая практика свидетельствует о том, что осуществление маркетинговых мероприятий, ориентированных на конкретную часть (сегмент) рынка обходится дешевле, нежели попытки охватить весь рынок [1, 2]. Вместо того чтобы рассеивать свои маркетинговые усилия, организации могут сфокусироваться на части населения наиболее заинтересованной в потреблении предлагаемых услуг. То есть вместо массового маркетинга, ориентированного на весь рынок, организациям выгоднее осуществлять целевой маркетинг, направленный на определенную часть потребителей.

В соответствии с алгоритмом, описанным в работе Ф. Котлера [2], основными этапами целевого маркетинга являются:

1. Сегментирование рынка, т.е. разделение рынка на четко обозначенные группы потребителей, различающиеся по своим потребностям, характеристикам и поведению.
2. Выбор целевых сегментов рынка, т.е. оценка привлекательности отдельных сегментов рынка и отбор одного или нескольких для освоения.

3. Создание маркетингового комплекса для целевых сегментов рынка.

В процессе работы по определению целевых сегментов авторы оказались в ситуации аналогичной той, с которой на практике сталкиваются большинство образовательных учреждений, а именно – недостаток финансовых ресурсов. Исходя из этого было принято решение об определении целевых сегментов на основе собственного опыта и интуиции авторов. В результате в качестве целевых рыночных сегментов для организаций, предоставляющих некоммерческие услуги дополнительного образования, предлагается считать:

- школьников;
- студентов;
- взрослых, желающих повысить свой профессиональный уровень.

3. Методы информирования целевых рыночных сегментов об услугах дополнительного образования

Для эффективного информирования целевых рыночных сегментов о возможностях получения конкретных образовательных услуг важным является определение возможных мест, в которых можно контактировать с целевой аудиторией. В качестве таковых могут выступать:

- школы;
- высшие учебные заведения;
- различные тематические чаты в Интернете;
- курсы дополнительного образования и др.

На основе информации о целевых сегментах и возможных местах контакта с ними авторами был разработан ряд методов информирования целевой аудитории об услугах дополнительного образования.

Метод 1. Практические занятия являются важной частью учебной программы образовательных учреждений. Для слушателей экономических специальностей широко распространенным является предложение опробовать полученные теоретические знания на специально подобранных кейсах (реальных или смоделированных практических ситуациях). Их разработка нередко возлагается на самих преподавателей и требует дополнительных затрат времени и сил. Отсюда естественной является заинтересованность преподавательского состава в использовании уже готовых качественных практических примеров, не получивших широкого распространения в студенческих кругах. Это обстоятельство может быть с успехом использовано в маркетинговой деятельности различного рода организаций, в том числе и предоставляющих некоммерческие услуги образовательного характера.

Слушатели лекций являются целевой аудиторией для организаций, предоставляющих некоммерческие образовательные услуги (см. раздел 2). Персоналом этих организаций могут быть разработаны соответствующие кейсы с учетом специфики преподаваемой лектором учебной дисциплины. Кейс формулируется таким образом, чтобы он содержал в себе информацию об образовательной организации. При его решении, параллельно с усвоением теоретического материала, студенты (школьники) будут получать информацию об организации и ее деятельности. Преимущества и недостатки метода указаны в табл. 1.

Характеристика первого метода

Преимущества	Недостатки	Пути решения трудностей
1. Готовый кейс позволяет преподавателю сэкономить время на подготовку к занятиям, что повышает вероятность его согласия на сотрудничество	1. У обучаемых могут возникнуть нежелательные ассоциации вследствие неправильно расставленных лектором акцентов	1. Проведение дополнительных консультаций с преподавателями
2. Обучаемые относятся с доверием к информации, получаемой от преподавателей. Это повышает эффективность метода для организации	2. Возможно нежелание преподавателя сотрудничать	2. Выплата преподавателю дополнительного вознаграждения

Ориентировочная стоимость реализации данного метода не превышает 500 рублей (затраты на возможное вознаграждение преподавателю). Если принять во внимание, что зарплата преподавателя в г. Вологде составляет приблизительно 3500 рублей (данные получены на основе опросов преподавателей), то предлагаемая сумма премии является существенным дополнением к доходу педагога и мотивирует его к сотрудничеству.

Предложенный метод можно использовать для целей широкого круга организаций, в т.ч. и Вологодского научно-координационного центра ЦЭМИ РАН.

Метод 2. Маркетинговое воздействие на целевой рыночный сегмент может быть осуществлено с использованием коммуникативных связей внутри интересующей аудитории (например, привлечение студентов для информационного воздействия на студентов, школьников – на школьников и т.п.). Данный метод основывается на распространении информации о некоммерческой организации, предоставляющей услуги дополнительного образования, посредством ее взаимодействия со студентами и учащимися старших классов.

Образовательная организация разрабатывает форму анкеты, в вопросах которой заложена определенная информация о ней. Например, вопрос типа: «Знаете ли Вы о том, что такая-то организация предоставляет такие-то услуги?» уже содержит в себе данные об организации. При этом наибольшее значение имеет информация, которую респондент узнает, отвечая на вопросы анкеты, а не сами ответы.

После того как анкета составлена, организация выходит на непосредственный контакт со студентом (школьником), которому предлагается провести на основе разработанных анкет самостоятельное исследование. Впоследствии он сможет использовать полученные данные для написания реферата, диплома, курсовой или практической работы. Возможные варианты тем этих работ также обсуждаются при встрече, что повышает мотивацию будущего интервьюера. Преимущества и недостатки предлагаемого метода указаны в табл. 2.

Характеристика второго метода

Преимущества	Недостатки	Пути решения трудностей
Студент или школьник производит анкетный опрос среди «своих», благодаря чему в контакт с необходимой информацией вступает именно целевой сегмент	Студент (школьник) может отказаться от сотрудничества	В случае отказа от сотрудничества возможна выплата денежного вознаграждения в пределах студенческой стипендии либо предложение к сотрудничеству другому студенту (школьнику)

Метод может быть использован для целей широкого круга организаций, в т.ч. и Вологодского научно-координационного центра ЦЭМИ РАН.

Метод 3. В современном обществе Интернет помимо прочих его достоинств является удобным и популярным средством общения людей между собой. Представители различных возрастных групп и социальных слоев населения проводят значительную часть своего личного времени за общением в тематических интернет-чатах, к числу которых относятся всевозможные подростковые и студенческие чаты. Важной особенностью такого общения является то, что за редким исключением участники такого интернет-диалога воспринимают друг друга только на основании получаемой текстовой информации. То есть у специалистов той или иной образовательной организации появляется возможность влиться в круг общения представителей интересующего целевого сегмента и оказывать на него ненавязчивое информационное воздействие. Например, преподаватель зрелого возраста может неформально общаться с подростками и при этом не выглядеть «белой вороной», как если бы это происходило в клубе или на улице. В процессе продолжительного общения между людьми возникает определенная степень доверия к мнению друг друга, что может быть использовано для информационного продвижения образовательной организации в целевой аудитории. При этом важно в процессе общения соблюдать чувство такта и ни в коем случае не предлагать свои услуги «в лоб», что может вызвать негативную реакцию со стороны собеседников. Преимущества и недостатки предлагаемого метода указаны в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика третьего метода

Преимущества	Недостатки
1. Сравнительно несложный выход на целевую аудиторию и установление контакта с ней	1. Требуется значительных временных затрат
2. Не требует больших денежных затрат, т.к. в основном включает в себя расходы на оплату интернет-услуг	2. Сравнительно низкая эффективность метода

Важно подчеркнуть, что сотруднику образовательной организации не следует обманывать собеседников – в чатах ведь для обмена мнениями

в качестве информации о себе вполне достаточно указания имени или «никнейма» (прозвища). При этом для получения полезного результата от использования предлагаемого метода очень важным является сохранение чувства такта в общении и ненавязчивость информационного воздействия.

Метод 4. Образовательные организации в процессе осуществления своей деятельности накапливают определенный опыт и информационные материалы, которые впоследствии могут быть использованы для написания статей и размещения их в журналах, газетах и на интернет-сайтах, читателями которых являются представители целевого рыночного сегмента. Качественные публикации, осуществляемые на регулярной основе, представляют собой ценный маркетинговый инструмент. Содержащаяся в них информация позволяет читателю составить впечатление о том уровне, на котором находится образовательная организация, о специфике ее деятельности и о прочих аспектах. При этом совсем необязательно постоянно упоминать в тексте статьи наименование организации, достаточно указать его рядом с инициалами автора. Преимущества и недостатки предлагаемого метода указаны в табл. 4.

Таблица 4

Характеристика четвертого метода

Преимущества	Недостатки
Метод позволяет воздействовать на ту часть целевого сегмента, которая наиболее заинтересована в услугах конкретной образовательной организации, т.к. читает литературу по соответствующей тематике	Высокие трудозатраты на написание качественных статей и урегулирование организационных вопросов с издателями

Для информирования целевого сегмента рынка о деятельности той или иной образовательной организации наряду с оригинальными методами можно эффективно использовать стандартные приемы «партизанского» маркетинга. Причем зачастую для того, чтобы стандартный прием не выглядел «избито», достаточно внесения в него лишь небольших изменений. Например, обычная расклейка объявлений может быть организована таким образом, чтобы не портить стены и стенды. Для этого вместо жидкого канцелярского клея и клеящих карандашей может быть использован обычный скотч либо стикер (бумажные листочки с клейкой полосой, не оставляющей следов). Чтобы привлечь внимание к объявлению, можно оформить его не на обычной бумаге, а, скажем, на цветной. Наличие цветного принтера открывает еще большие возможности для оформительства.

Заключение

В наше время телевизионные рекламные ролики и почтовые рассылки стали обычным делом для потребителя. Крупные фирмы тратят огромные деньги на организацию маркетинговых кампаний. При этом многомиллионный маркетинговый бюджет вовсе не гарантирует успеха на рынке.

Несмотря на то, что услуги некоммерческих образовательных организаций являются социально значимыми для общества, они не могут позво-

лить себе тратить большие средства на маркетинг. В ходе данной работы авторами был разработан ряд оригинальных и недорогих маркетинговых методов информирования населения об услугах некоммерческих образовательных организаций. Применение большинства из них не требует участия профессиональных маркетологов и может быть осуществлено непосредственно персоналом организации. Использование предлагаемых методов позволит:

1. Образовательным организациям, которые ранее не могли применить стандартные маркетинговые механизмы в силу финансовых причин, использовать маркетинг в качестве реального инструмента продвижения их услуг на рынке.

2. Повысить информированность населения о предоставляемых образовательных услугах.

3. Снизить стоимость информирования целевой аудитории о возможностях получения дополнительного образования для организаций, занимающих активную позицию на рынке образовательных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фукулова Ю. Дешевый эффект / Ю. Фукулова, Ю. Ипатова // Секрет фирмы. – 2002. – №2. – С. 58-62

2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Издательский дом «Вильямс», 2002. – 944 с.

3. Крамеров А. Партизанский маркетинг: [Электронный ресурс] / А. Крамеров. – Электрон. ст. – Режим доступа к ст. : <http://bcom.kiev.ua/magazine/issues/10/guerrilla.htm>.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ Г. ВОЛОГДЫ

Введение

За последнее десятилетие компьютерная отрасль получила бурное развитие во всем мире, в том числе и в России. Совершенствование компьютерных технологий, позволяет ускорить работу с графическими, текстовыми, мультимедиа и другими приложениями. И основное, на что фирмы-производители обращают большее внимание, это скорость устройств в компьютерных играх! Последние стали неотъемлемой частью досуга почти каждого подростка, и даже взрослого. Появились «геймеры», зарабатывающие исключительно на соревнованиях по компьютерным играм, киберспорт стал национальным достоянием Южной Кореи, давно существуют телевизионные передачи и журналы об играх. Поэтому в настоящее время организация компьютерных клубов, услуги которых пользуются широким спросом, является весьма прибыльным бизнесом, в том числе и в г. Вологде. Это доказывает динамика роста числа компьютерных клубов и залов. Так, если первый подобный клуб в городе появился в 1999 году, в 2000 году их насчитывалось 3, то в 2001 г. было порядка 10, а к началу 2003 – уже около 20 (для сравнения: в Череповце насчитывается 31 клуб).

Опыт показывает, что цивилизованное развитие компьютерных клубов может способствовать решению ряда социальных проблем, в первую очередь – снижению детской и подростковой преступности. Например, руководителем одного из клубов была получена от правоохранительных органов города благодарность за содействие снижению уровня подростковой преступности и хулиганства в районе, в котором расположен клуб. Однако, с другой стороны, чрезмерное увлечение компьютерными играми негативно сказывается на психическом и физическом здоровье детей и подростков, делая из них т.н. «компьютерных наркоманов». В связи с этим необходимо регулировать деятельность компьютерных клубов, ограничивая их пагубное влияние на подростков.

Целью данного исследования является анализ развития рынка компьютерных клубов в г. Вологде.



Веткин А.



Копьев А.



Миловидов М.



Селиванов Е.А.

Для ее достижения были поставлены следующие задачи:

1. Разработка методики маркетингового исследования компьютерных клубов.

2. Оценка состояния и развития рынка компьютерных клубов.

3. Характеристика организации и деятельности основных компьютерных клубов г. Вологды.

Объект исследования – наиболее популярные компьютерные клубы г. Вологды (под компьютерным клубом понимается организация, целью которой является предоставление платных компьютерных услуг населению, главным образом это прокат компьютеров для компьютерных игр и работы в сети Интернет).

1. Методика маркетингового исследования компьютерных клубов

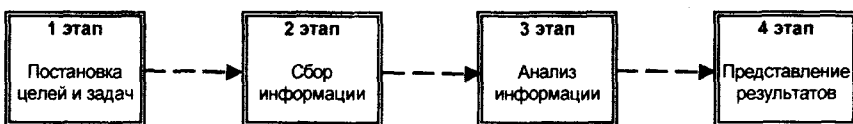
В первую очередь, необходимо остановиться на определении маркетингового исследования.

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

В нашем случае – это предоставление определенных платных услуг, в частности прокат компьютера (для компьютерных игр, работы в сети Интернет), с целью удовлетворения соответствующих потребностей населения.

Маркетинговое исследование – «это сбор, обработка и анализ данных о рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутреннем потенциале фирмы в целях уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений. Результатом исследований маркетинга являются конкретные разработки, которые используются при выборе и реализации стратегии и тактики маркетинговой деятельности фирмы».

Цель любого рыночного исследования состоит в оценке существующей рыночной ситуации и разработке прогноза развития рынка. Программа такого комплексного изучения зависит от особенностей товаров или услуг, характера деятельности фирмы, масштабов производства, а также в определении условий, при которых обеспечивается наиболее полное удовлетворение спроса потребителя в услугах данного вида. В нашем случае основной целью рыночного исследования является оценка деятельности компьютерных клубов г. Вологды. Данное исследование состоит из четырех этапов (рисунок).



Этапы маркетингового исследования

Для получения информации использовались главным образом методы личного наблюдения и опроса владельцев, администраторов и посетителей клубов.

В настоящее время в г. Вологде насчитывается около 20 компьютерных клубов. Многие из них копируют друг друга и не представляют ценной информации для нашего исследования, поэтому мы анализировали только шесть наиболее популярных клубов («Арсенал», «Клик», «Лабиринт», «Матрица», «Фрязиновский» и клуб на ул. Хлюстова).

Все клубы оценивались по следующим критериям:

1. Количество компьютеров и их мощность.
2. Стабильность работы компьютеров и сети.
3. Месторасположение клуба.
4. Обслуживающий персонал.
5. Интерьер и атмосфера в клубе.
6. Стоимость услуг.
7. Дополнительные услуги.
8. Проведение соревнований.

Рассмотрим более подробно то, как оценивались клубы по каждому из критериев:

I. Количество компьютеров и их мощность.

При выборе клуба этот критерий играет главную роль, так как более привлекателен тот клуб, где больше компьютеров (чтобы долго не ждать) и где компьютеры более мощные (чтобы работать за ними было быстро и удобно). Критерии оценки:

5 баллов – если в клубе редко возникает очередь и компьютеры обладают быстрой производительностью в играх;

4 балла – если в клубе часто возникает очередь посетителей, но компьютеры обладают быстрой производительностью в играх;

3 балла – если в клубе часто возникает очередь и компьютеры не справляются с новыми играми;

2 балла – если в клубе всегда очередь и компьютеры не справляются с новыми играми;

1 балл – если в клубе всегда очередь и компьютеры безнадежно устарели.

II. Стабильность работы компьютеров и сети.

Это также немаловажный критерий. Когда компьютеры аварийно завершают работу, «виснут» или происходит ряд других неполадок, это вызывает недовольство со стороны посетителей. Сбои в работе сети также не вызывают положительных эмоций игроков.

Критерии оценки:

5 баллов – компьютеры работают без ошибок, и сеть обеспечивает максимальную скорость;

4 балла – компьютеры иногда выдают ошибки, но сеть обеспечивает максимальную скорость;

3 балла – компьютеры иногда выдают ошибки, и сеть не способна обеспечивать стабильность работы компьютеров при большом количестве игроков;

2 балла – компьютеры часто выдают ошибки или зависают, и сеть не способна обеспечивать стабильность работы компьютеров при большом количестве игроков;

1 балл – компьютеры часто выдают ошибки или зависают, и сеть не способна обеспечивать стабильность работы компьютеров.

III. Месторасположение клуба.

Клуб, расположенный в центре города, бесспорно, более привлекателен. Также учитывалась близость к остановкам общественного транспорта. Многие люди ходят в клуб тогда, когда у них есть время – в этом случае они идут в тот клуб, который находится ближе всего.

Критерии оценки:

5 баллов – если клуб находится в центре, рядом с остановкой и популярными местами города (кафе, магазин и т. д.);

4 балла – если клуб находится в центре, но далеко от остановки;

3 балла – если клуб удален от центра, но рядом с остановкой;

2 балла – если клуб удален от центра и от остановки;

1 балл – если клуб удален от центра и рядом с ним нет ни остановки, ни каких-либо часто посещаемых мест города.

IV. Обслуживающий персонал.

В основном это администраторы. Это не столь важный, но все же играющий определенную роль фактор. Оценивалась профессиональная подготовка персонала, отношение его к посетителям. Хорошим персоналом обладают далеко не все клубы, как бы этого ни хотелось. Этот критерий был оценен несколько субъективно. Оценка выставлялась следующим образом:

5 баллов – если администратор хорошо разбирается в компьютерах и с ним легко найти общий язык;

4 балла – если администратор хорошо разбирается в компьютерах, но он не словоохотлив с посетителями клуба;

3 балла – если администратор не всегда справляется с техническими проблемами и не словоохотлив с игроками;

2 балла – если администратор не всегда справляется с техническими проблемами и нецензурно выражается;

1 балл – если администратор, как правило, не справляется с техническими проблемами и нецензурно выражается.

V. Интерьер и атмосфера в клубе.

Этот критерий характеризует психологическое настроение посетителя в клубе, и оценивался он достаточно субъективно. Оценка ставилась в зависимости от привлекательности интерьера клуба и настроения посетителей:

5 баллов – если в клубе уютно, просторно, привлекательный интерьер, есть места для зрителей и относительная тишина (неслышна нецензурная речь).

Далее ставились минус-баллы:

- за недостаточность мест для зрителей;
- за нецензурную речь в клубе;
- за тесное помещение;
- за плохую систему вентиляции;
- за отсутствие разделения прихожей и самого клуба.

VI. Стоимость услуг.

Безусловно, стоимость услуг для потребителей не последний критерий. Охотнее пойдут туда, где услуги дешевле.

Здесь давался плюс-балл за определенные особенности:

- если цена одного часа игры за компьютером меньше среднего уровня цен (в Вологде это 15 руб/час);
- если существуют клубные карты с системой скидок;
- если действует система скидок при большом количестве купленного времени.

Максимальная оценка здесь 3 балла.

VII. Дополнительные услуги.

Еще одна отличительная черта немногих клубов. В основном спектр услуг ограничивается предоставлением сетевой игры. Предоставление дополнительных услуг (Интернет, буфет и др.) несомненно поднимают рейтинг клуба.

Критерии оценки:

- 3 балла за выход в Интернет и работу за компьютером;
- 1 балл за распечатку и ксерокопирование;
- 1 балл за продажу продуктов питания.

VIII. Проведение соревнований.

В основном турниры проходят в наиболее известных клубах, в противном случае о них никто не узнает, а если и узнают, то не посчитают нужным в них участвовать.

Критерии оценки в зависимости от частоты проведения соревнований:

- раз в месяц – 5 баллов;
- раз в 2-3 месяца – 4 балла;
- раз в полгода – 3 балла;
- раз в год – 2 балла;
- если единичные случаи – 1 балл.

2. Анализ деятельности компьютерных клубов г. Вологды

Теперь перейдем непосредственно к результатам исследования. Ниже приведены данные об анализируемых компьютерных клубах и оценки согласно разработанным критериям.

«Арсенал»

1. Оценка: 5 баллов.

2. У некоторых компьютеров возникали проблемы с устройствами ввода. Иногда выходили ошибки Windows или не запускались игры. Не на всех компьютерах работала сеть. Компьютеры иногда зависали. Оценка: 2 балла.

3. Месторасположение очень удобно, т. к. клуб находится в самом центре, напротив кафе «Лукоморье». Оценка: 5 баллов.

4. Плохо разработана система обслуживания посетителей. Не всегда вовремя отключаются пользователи (хотя это даже и к лучшему). От адми-

нистраторов можно услышать нецензурную речь. Но, как показывает практика, администратор почти всегда справлялся с техническими неполадками. Оценка: 3 балла.

5. Клуб находится в подвале, что уже не очень приятно. Более того, в нем сильно накурено и нет систем вентиляции помещения. Всегда очень шумно и везде слышна нецензурная речь. Оценка: 1 балл.

6. Стоимость услуг: 15р./час, 25р./2 часа, 50р./5 часов, 70р./ночь. Оценка: 1 балл.

7. Дополнительные услуги отсутствуют. Оценка: 0 баллов.

8. Соревнования проводятся довольно часто. Оценка: 4 балла

Общий вывод: клуб очень популярен среди игроков ввиду хорошего месторасположения и частого проведения чемпионатов.

Общая оценка: 21 балл.

«Клик»

1. Оценка: 5 баллов.

2. Компьютеры работают стабильно, но возникают проблемы с устройствами ввода. Сеть обеспечивает хорошую скорость обмена данными. Оценка: 3 балла.

3. Клуб находится в здании училища, на берегу р. Вологды. Найти его не составит труда. Он несколько удален от центра. Оценка: 4 балла.

4. Администратор плохо разбирается в компьютерах и не может держать порядок в клубе. Оценка: 2 балла.

5. В клубе тесно, но интерьер сделан очень хорошо. В клубе все время шумно и компьютеры расположены близко от входа. Оценка: 3 балла.

6. 15р/час. Оценка: 1 балл.

7. Распечатка – 1,5 руб.; ксерокопирование – 2 руб.

Оценка: 2 балла.

8. Не проводятся. Оценка: 0 баллов.

Общий вывод: клуб мог бы стать одним из лидеров, если бы имел хороший обслуживающий персонал.

Общая оценка: 20 баллов.

«Лабиринт»

(На данный момент этот клуб не существует. Его разграбили в конце 2002 года, но сказать о нем все-таки следует, т. к. он был самым первым игровым клубом в Вологде.)

1. Оценка: 3 балла (из-за малого числа посадочных мест).

2. Компьютеры и сеть работали стабильно и не вызывали негативных эмоций. Оценка: 5 баллов.

3. Администратор отлично разбирался в компьютерах.

Оценка: 5 баллов.

4. Клуб находился в здании детского садика, в глубине дворов, и его трудно было найти. Оценка: 2 балла.

5. В клубе очень тесно, т.к. расстояние между компьютерными столами было очень маленьким. Никакого разделения между играющими и зрителями. Оценка: 3 балла.

6. 15р./час, 39р./3 часа, 50р./5 часов, 60р./ночь. Оценка: 1 балл.

7. Отсутствуют. Оценка: 0 баллов.

8. Не проводились. Оценка: 0 баллов.

Общий вывод: следует увеличить число посадочных мест, чтобы стать одним из лидеров рынка компьютерных клубов в Вологде.

Общая оценка: 19 баллов.

«Матрица»

1. Нужно отметить, что не все компьютеры обладают одинаковой мощностью. В таблице приведены средние данные. Есть компьютеры, схожие по мощности с компьютерами клуба на Хлюстова. Поэтому общая оценка: 3 балла.

2. Работа компьютеров не вызывает нареканий. Но сеть «тормозит» при большом количестве игроков. Оценка: 3 балла.

3. Клуб находится в центре, рядом со зданием Сбербанка и магазинами «Папирус», «КомпьютЦентр», «Амперсанд». Оценка: 5 баллов.

4. Отличная система обслуживания посетителей. Помощь администратора требовалась редко, но если и требовалась, то он справлялся с техническими проблемами. Оценка: 5 баллов.

5. В клубе очень просторно. Есть диван и запасные стулья для зрителей. Администратор имеет собственное помещение. В компьютерном зале находятся камеры слежения. Оценка: 5 баллов.

6. 15р./час. Действует система скидок постоянным посетителям. Оценка: 2 балла.

7. Интернет, 4 руб./Мб. Оценка: 3 балла.

8. Клуб является основным местом проведения соревнований по компьютерным играм. Оценка: 5 баллов.

Общий вывод: клуб является одним из лидеров.

Общая оценка: 31 балл.

«Фрязиновский»

1. Оценка: 5 баллов.

2. Отличная работа компьютеров и сети. Оценка: 5 баллов.

3. Клуб находится очень далеко от центра. Оценка: 3 балла.

4. Отличная система обслуживания посетителей. Администраторы справляются с любой задачей, и с ними очень легко найти общий язык. Оценка: 5 баллов.

5. В клубе есть решетка, отделяющая игроков от зрителей. Сам клуб очень просторный. Однако убогое оформление зала не позволяет поставить «отлично» – оценка 4 балла.

6. 15р./час, 39р./3 часа, 50р./5 часов, 60-70р./ночь. Оценка: 1 балл.

7. Продажа мороженого. Оценка: 1 балл.

8. Проводятся, но редко. Оценка: 3 балла.

Общий вывод: из-за удаленности от центра, отсутствия Интернета клуб не стал абсолютным лидером на рынке компьютерных клубов в г. Вологде.

Общая оценка: 27 баллов.

Клуб на Хлюстова

1. Оценка: 3 балла.

2. Многие компьютеры зависают и не справляются с играми. Сеть работает очень медленно. Оценка: 2 балла.

3. Клуб находится в центре города, рядом со школой № 32. Оценка: 5 баллов.

4. Администратор не справлялся с техническими проблемами. Плохая система обслуживания пользователей. Оценка: 1 балл.

5. Нет никакого разделения между прихожей и самим клубом. В нем очень тесно и нет мест для зрителей. Оценка: 1 балл.

6. 10р./час. Оценка: 1 балл.

7. Отсутствуют. Оценка: 0 баллов.

8. Не проводятся. Оценка: 0 баллов.

Общий вывод: несмотря на то, что этот клуб являлся одним из первых, сейчас он один из худших на рынке компьютерных клубов и существует только благодаря низким ценам и удобному расположению.

Общая оценка: 13 баллов.

Общие итоги исследования клубов представлены ниже, в таблице.

Оценка компьютерных клубов (в баллах)

Название клуба	Критерии оценки								Итоговая оценка
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Арсенал	5	2	5	3	1	1	0	4	21
Клик	5	3	4	2	3	1	2	0	20
Лабиринт	3	5	5	2	3	1	0	0	19
Матрица	3	3	5	5	5	2	3	5	31
Фрязиновский	5	5	3	5	4	1	1	3	27
Клуб на ул. Хлюстова	3	2	5	1	1	1	0	0	13

Оценивая компьютерные клубы г. Вологды, следует отметить, что в целом все они очень похожи друг на друга и имеют общие недостатки. В числе их: во-первых, узкий спектр услуг (о чем уже упоминалось ранее); во-вторых, непривлекательный интерьер (большинство имеет полуподвальный вид), плохие санузлы; в-третьих, не продумана система безопасности (к примеру, камеры наблюдения отсутствуют практически во всех игровых залах).

Одновременно все клубы города являются полулегальными, т.к. в качестве операционных систем используется либо Windows 98, либо Windows 2000, а, как известно, стандартные лицензионные соглашения Microsoft запрещают передавать программное обеспечение во временное пользование, прокат, сдавать в аренду. Ограничение на аренду снято только с Windows XP (Professional и Home Edition), т.е. подписания каких-либо дополнительных соглашений при этом не требуется. Также практически все подобные заведения не соответствуют требованиям государственных служб (СЭС, ГНИ).

На фоне всех остальных клубов можно выделить два, имеющих ряд достоинств. Первый – клуб «Матрица» предоставляет возможность выхода в Интернет, за залом ведется наблюдение с помощью камер. Удобное просторное помещение отличает этот клуб от ряда других; помимо всего прочего, он имеет удобное расположение (в центре города). Клуб на Фрязиновской также выделяется среди остальных, имея два игровых зала, мощные компьютеры. В нем стабильно работает сеть, очень просторное помещение; есть решетка, ограждающая игровые залы от дверей на улицу, отличный обслуживающий персонал, продается мороженое.

Заключение

Проведенный маркетинговый анализ позволил выявить основные черты развития рынка компьютерных клубов г. Вологды. В последнее время их количество заметно возросло (сейчас их около 20), что свидетельствует о выгодности подобного бизнеса. Однако качество их оставляет желать лучшего. Большинство клубов существуют полулегально, имеют весьма ограниченный набор предоставляемых услуг, непривлекательный интерьер. В то же время в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург (а отчасти и Череповце), такие клубы давно стали местом проведения досуга. Помимо компьютерных игр, там предлагаются и другие услуги: просмотр кинофильмов, бар, Интернет-кафе, бильярд и т.п. Именно в этом отношении, на наш взгляд, необходимо развиваться вологодским клубам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1992.
 2. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. – СПб., 1999.
 3. Интернет «со сливками» // Подводная лодка. – 2002. – №3. – С. 91-95.
 4. Васюков И., Ненастьяев Н. Компьютерная эпидемия: игровые клубы в Череповце: мысли по поводу // Ступени. – 2001. – 6 июля. – С. 7.
- Интернет-страницы:*
5. <http://games-clubs.narod.ru>.
 6. [http://kyrier.km.ru/arhiv/20122001 /file_goblin.html](http://kyrier.km.ru/arhiv/20122001/file_goblin.html).

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА ВОЛОГДЫ

Введение

Актуальность темы исследования. В условиях становления в России рыночных отношений и преобразования в области социально-экономической сферы возрастает роль как региональных, так и муниципальных органов власти в управлении развитием территориальных образований.

Важнейшим показателем развития муниципалитета, отражающим эффективность проводимой местными органами власти социально-экономической политики, является качество жизни населения. Возрастающий интерес к проблемам качества жизни населения как в России, так и за рубежом, множество подходов его определения подчеркивают актуальность данного вопроса.

Цель исследования: анализ качества жизни населения, выявление основных тенденций и проблем, отражающих социально-экономическое положение населения г. Вологды.

Объектом исследования является население г. Вологды.

Предмет исследования – качество жизни населения города.

Теоретико-методологической основой работы служат труды отечественных ученых-экономистов, представляющих различные направления экономической науки.

Методологическая основа исследования базируется на экономической теории, выработанной зарубежной и отечественной наукой. В качестве методов исследования планируется использовать:

1. Системный подход к изучению проблем качества жизни населения.
2. Обобщение и научный анализ теоретических, методологических и прикладных разработок в определении качества жизни населения.
3. Различные методы экономико-статистического содержания.

Информационной базой работы служат отчеты о научных работах, данные статистики.

Научная новизна работы заключается в определении качества жизни населения г. Вологды на основе анкетного опроса.



Лапин О.



Корепов С.



Жаравин Д.

Практическая значимость работы заключается в определении качества жизни, основных тенденций и проблем, отражающих социально-экономическое положение населения города. Это, в свою очередь, служит основой для принятия соответствующих управленческих решений на муниципальном уровне.

1. Подходы к определению качества жизни населения.

Отечественный и зарубежный опыт

Важнейшим показателем социально-экономического развития города является качество жизни населения. Оно характеризует эффективность проводимой муниципальными органами власти социально-экономической политики.

Термин «качество жизни населения» получил в наше время широкое распространение. Существующие трактовки этого понятия весьма многочисленны и неоднозначны, несмотря на большой интерес к этой проблеме зарубежных и отечественных исследователей.

Одним из первых зарубежных исследователей, заговоривших о качестве жизни еще в начале 1970-х годов, был известный американский экономист *Дж. Гэлбрейт*. Сегодня на Западе концепция качества жизни активно разрабатывается целым рядом специалистов. Они трактуют ее как средство избавления от некоторых эксцессов потребительства, связанных прежде всего с ориентацией общества на чисто количественный рост материальных благ, ведущий к деформации потребностей [2].

Суммируя доводы различных зарубежных авторов, формирующих концепцию качества жизни, можно представить ее основные положения: рост экономики – явление негативное и неизбежно ведущее к духовному обнищанию человека, к истощению природных ресурсов, разрушению окружающей среды и тем самым к губительным последствиям для всего человеческого рода; единственный выход состоит в замедлении или прекращении этого роста, для чего нужно резко ограничить потребление: потеряв морально, человечество приобретает духовно, проиграв в количестве, оно выигрывает в качестве¹.

Если для западных специалистов характерна увлеченность субъективными моментами качества жизни, то в бывших странах социализма уклон был сделан в сторону преобладания общественного над личным. Обобщая различные точки зрения на эту проблему, болгарский ученый *А. Тодоров* предлагает свою трактовку качества жизни. По его мнению, качество жизни – социологическая категория, отражающая степень удовлетворения духовных, интеллектуальных, культурных, эстетических, этических и других потребностей людей. Наиболее существенные компоненты качества жизни: характер духовных ценностей, норм поведения и форм общения, содержание и творческие моменты труда и свободного времени, качественная сторона условий труда, быта, транспорта, услуг социальных институтов, свобода, демократия, социальная эффективность, эстетические наслаждения, спортивные интересы и т.п.

¹ Тодоров А. С. Качество жизни. Критический анализ буржуазных концепций. – М.: Прогресс, 1980.

В интерпретации ученых бывшего СССР качество жизни получило принципиально иное, чем у специалистов Запада, содержание, присущее общественно-экономическому строю, господствовавшему в стране. Качество жизни при социализме – это основные параметры социалистической цивилизованности, отражающие особенности функционирования и развития нового образа жизни, не сводящиеся к росту доходов населения и производству предметов потребления, а предполагающие постоянный рост сознательности, культуры людей, включая культуру труда, быта, повседневного поведения, разумного потребления [1].

В настоящее время существуют различные подходы к определению качества жизни, появившиеся, как правило, в результате обобщения многочисленных разработок предыдущих лет, однако наибольший интерес представляют определения, имеющие комплексный характер. Так, специалисты Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики дают следующее определение: «Качество жизни – это совокупность жизненных ценностей, характеризующих созидательную деятельность, удовлетворение потребностей и развитие человека (групп населения, общества), удовлетворенность людей жизнью, социальными отношениями и окружающей средой» [1]. Несколько отличается определение специалистов Всероссийского Центра уровня жизни: «Качество жизни – уровень развития и степень удовлетворения всего комплекса потребностей и интересов людей» [3]. Вместе с тем, те и другие специалисты сходятся во мнении, что качество жизни имеет объективную и субъективную стороны. Критерием объективной оценки качества жизни служат научно обоснованные нормативы потребностей людей, по соотношению с которыми можно объективно судить о степени их удовлетворения. С другой стороны, потребности людей индивидуальны, и степень их удовлетворения могут оценить только сами субъекты. Они не фиксируются какими-либо статистическими величинами и практически существуют лишь в сознании людей и, соответственно, в их личных мнениях и оценках. Таким образом, оценка качества жизни выступает в двух формах: степень удовлетворения научно обоснованных потребностей и интересов, удовлетворенность качеством жизни самих людей.

При оценке качества жизни как субъективной категории возможно использование следующих методов сбора информации:

анкетирование, опрос:

- почтовый;
- телефонный;
- личный;

интервью:

- формализованное;
- полуформализованное;
- неформализованное.

В данном исследовании для определения качества жизни населения г. Вологды предлагается использовать анкетный опрос (личный).

2. Формирование вопросов по критериям качества жизни

С учетом того, что качество жизни объединяет многие из аспектов уровня жизни, включает их в себя в качественной определенности, представим структуру составляющих качества жизни в графическом виде (рис. 1) [2].

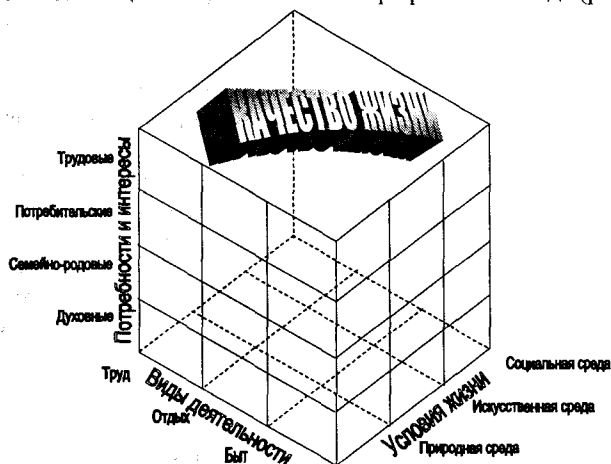


Рис. 1. Структура качества жизни

По категориям, которые отображены на рисунке, предлагается выделить следующие вопросы:

1. Потребности и интересы:

- ♦ трудовые: безработица;
- ♦ потребительские: качество обслуживания в государственных, учреждениях качество товаров, телепередачи, радио, качество питания; культурно-досуговые мероприятия;

- ♦ семейно-родовые: удовлетворенность своей семьей, соседями;

- ♦ духовные: снижение нравственности; смещение приоритетов в обществе.

2. Виды деятельности:

- ♦ труд: работа, армия;

- ♦ отдых: организация досуга;

- ♦ быт: образ жизни.

3. Условия жизни:

- ♦ природная среда: проблема окружающей среды, озеленение города;

- ♦ искусственная среда: состояние экономики, инфляция; состояние ЖКХ, работа общественного транспорта, чистота двора; невозможность улучшения жилищных условий;

- ♦ социальная среда: снижение уровня жизни; удовлетворенность своим положением в обществе, смещение приоритетов в обществе, резкое расслоение населения по доходам, социальная незащищенность, низкое

качество здравоохранения, состояние образования, уверенность в будущем; снижение уровня жизни; преступность, алкоголизм.

При этом преобладание вопросов социальной направленности обусловлено наибольшей важностью и фундаментальностью этого раздела качества жизни населения. Для удобства анализа и проведения опроса вопросы в анкете были сгруппированы по остроте проблем и степени удовлетворенности качеством жизни населения.

3. Анализ качества жизни населения города Вологды

По результатам социологического опроса было проведено сравнение взглядов учеников и родителей на оценку качества жизни. Наиболее актуальные проблемы, отмеченные учениками и родителями, представлены на рис. 2:

- преступность (ученики – 7,47 балла, родители – 6,82), причиной служат низкий уровень жизни, неорганизованность досуга, безработица и алкоголизм;
- резкое расслоение населения по доходам (ученики – 6,37 балла, родители – 7,69), что связано с переходом России к рыночной (смешанной) экономике и с низкой социальной направленностью бюджета;
- социальная незащищенность (ученики – 7,16 балла, родители – 7,5), это связано с резким расслоением населения по доходам, низкой социальной направленностью бюджета;
- алкоголизм (ученики – 7,32 балла, родители – 7,21), вызвано незанятостью молодежи, неуверенностью в будущем;
- низкое качество здравоохранения (ученики – 7,58 балла, родители – 7), что вызвано независимостью заработной платы от качества предоставляемых услуг (для бюджетных организаций);
- проблемы окружающей среды (ученики – 7,42, родители – 7,12), причиной служит несоответствие правовой базы в области охраны окружающей среды современным условиям хозяйствования.

Отмеченные проблемы характерны и для России в целом. По уровню преступности в целом Россия находится на уровне стран ЕС. От преступности ежегодно страдает 22% населения, что меньше, чем в Англии, Италии, Швеции, Нидерландах, и на уровне Польши и Франции. При этом в России выше уровень краж и грабежей.

Распределение доходов России по социальным группам населения оценивается как неудовлетворительное. В сравнении с некоторыми странами ЕС РФ имеет максимальную дифференциацию по стартам населения. Индекс Джини в 1998 году достиг 48,7 против 30 в Германии, 32,7 – во Франции, 36,1 – в Великобритании, 25 – в Швеции и Бельгии.

Российская Федерация, благодаря своей обширности и лесистости, низкой плотности населения имеет преимущество перед странами ЕС в отношении окружающей среды. Тем не менее, следует учитывать, что выбросы вредных веществ в окружающую среду от стационарных источников сосредоточены в промышленных центрах или вблизи их и территориальное преимущество не обеспечивает абсолютного преимущества [4].

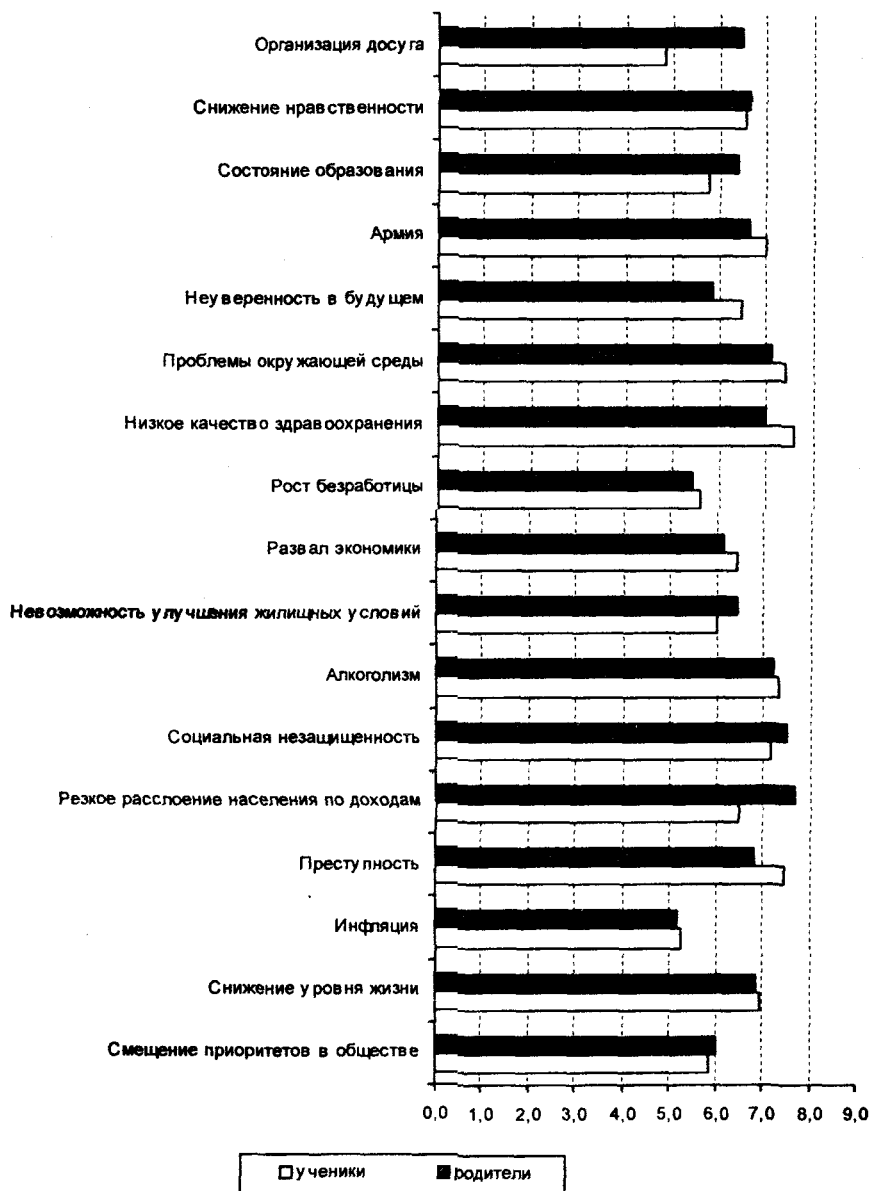


Рис. 2. Острота проблем по оценкам респондентов
 (по 10-балльной шкале: 10 – очень остро, 1 – не остро)

По итогам опроса были получены примерно одинаковые результаты по следующим аспектам:

- ⇒ смещение приоритетов в обществе;
- ⇒ снижение уровня жизни;
- ⇒ инфляция;
- ⇒ алкоголизм;
- ⇒ рост безработицы;
- ⇒ снижение нравственности;
- ⇒ преступность;
- ⇒ социальная незащищенность;
- ⇒ невозможность улучшения жилищных условий;
- ⇒ развал экономики;
- ⇒ низкое качество здравоохранения;
- ⇒ проблемы окружающей среды;
- ⇒ неуверенность в будущем;
- ⇒ армия;
- ⇒ состояние образования.

Это, прежде всего, обусловлено независимостью остроты данных проблем от самого человека, его мировоззрения. Эти вопросы отражают общее экономическое и духовное положение в стране и, как следствие, они одинаково важны для всех граждан РФ.

Значительные различия получены по вопросам:

- резкое расслоение населения по доходам. Такое расхождение во мнении по данной проблеме можно обосновать тем, что дети принимают малое участие в организации и распределении семейного бюджета;
- организация досуга, что связано с различными взглядами родителей и детей на отдых.

Важно отметить, что все проблемы взаимосвязаны друг с другом, решение одной ведет к частичному разрешению другой (например, организация досуга ведет к снижению алкоголизма, преступности).

Особое значение имеют параметры, оценивающие бытовые условия жизни. Так, по степени удовлетворенности населения бытовой сферой были получены следующие результаты (рис. 3).

Наибольшей степенью удовлетворения характеризуются:

- качество питания (ученики – 7 баллов, родители – 5,61), вызвано большим количеством продуктов, предлагаемых в магазинах, и в первую очередь семейный бюджет расходуется именно на питание;
- образ жизни (ученики – 6,47 баллов, родители – 6,13), так как каждый человек сам определяет свою личную жизнь;
- соседи (ученики – 6 баллов, родители – 6,65), вызвано примерным равенством уровня жизни;
- своя семья (ученики – 8,5 баллов, родители – 8,3), показывает высокий уровень нравственного воспитания.

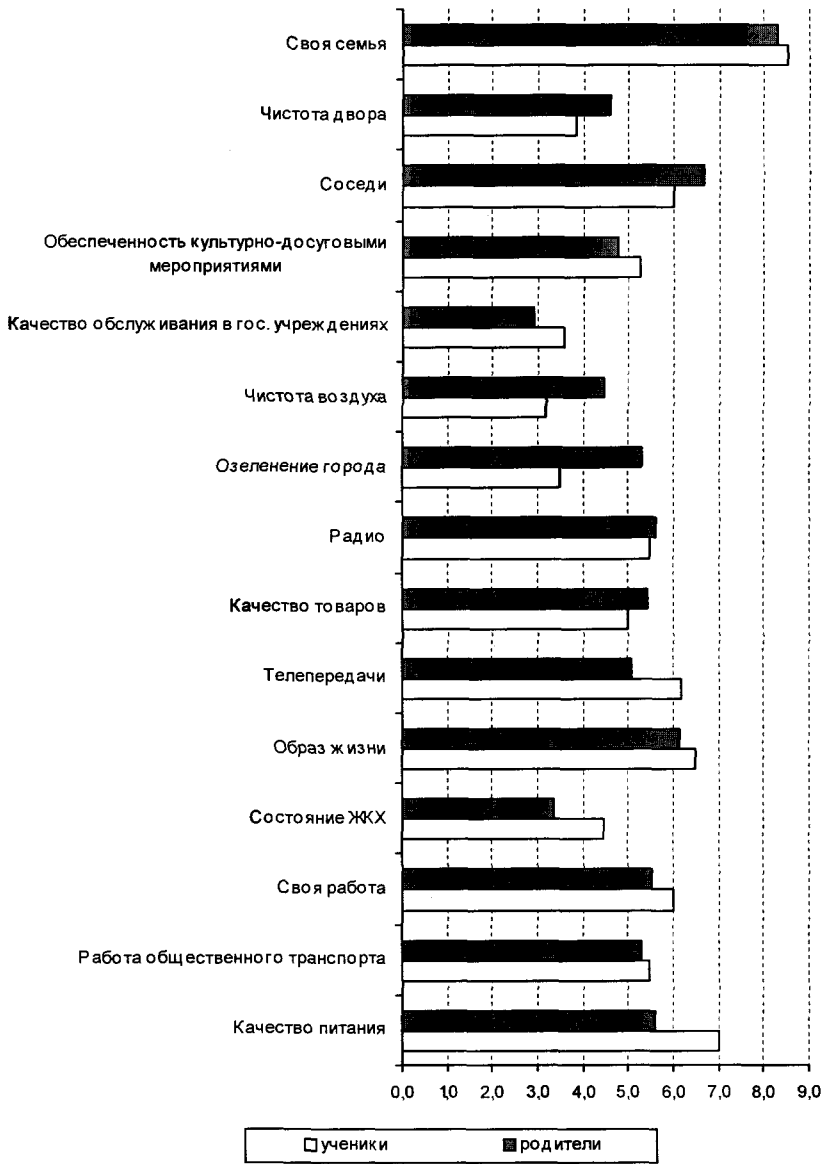


Рис. 3. Степень удовлетворенности качеством жизни по оценкам населения (по 10-балльной шкале: 10 – удовлетворены, 1 – неудовлетворены)

Средней удовлетворенностью характеризуются:

- работа общественного транспорта (ученики – 5,47 балла, родители – 5,3), так как автобусный и троллейбусный парк находится в удовлетворительном состоянии, постоянно наблюдается переполненность общественного транспорта в утренние и вечерние часы;

- своя работа (ученики – 6 баллов, родители – 5,52), в условиях небольшого города трудно устроиться по специальности, найти работу, которая приносила бы желаемый доход;

- телепередачи (ученики – 6,16 балла, родители – 5,08), обусловлено широким спектром телепередач; можно отметить, что тенденцией развития большинства фильмов стал переход к голливудскому стереотипу;

- качество товаров (ученики – 5 баллов, родители – 5,43), связано с заполнением рынков некачественными товарами (часто подделками)

- радио (ученики – 5,47 балла, родители – 5,61), количество радиостанций, которые можно услышать в городе, незначительно;

- озеленение города (ученики – 3,47 балла, родители – 5,3), связано с уничтожением деревьев вследствие безнравственного поведения некоторых лиц, строительство новых домов, как правило, не сопровождается озеленением окружающей территории;

- обеспеченность культурно-досуговыми мероприятиями (ученики – 5,26 балла, родители – 4,78), обусловлено остаточным принципом финансирования культуры, отсутствием продуманной культурной политики.

Малой удовлетворенностью характеризуются:

- состояние ЖКХ (естественная монополия);

- чистота воздуха, т.к. количество автомобилей в городе с каждым годом увеличивается, территории городских дворов превращаются в автостоянки;

- качество обслуживания в государственных учреждениях, что вызвано независимостью заработной платы от качества предоставляемых услуг;

- чистота двора, что вызвано низким качеством работы ЖКХ.

По степени удовлетворенности своей жизнью и своим положением в обществе были получены средние оценки (таблица).

Степень удовлетворенности своей жизнью и своим положением в обществе
(по 10-балльной шкале: 10 – удовлетворены, 1 – неудовлетворены)

Показатель	Ученики	Родители
Удовлетворенность своей жизнью	7,11	6,95
Удовлетворенность своим положением в обществе	5,95	5,78

Это связано с тем, что большая часть респондентов (91 %) относят себя к категории граждан средней обеспеченности (9 % – бедные, 0 % – богатые). При этом необходимо подчеркнуть относительность и субъективность оценок респондентов по данному вопросу.

Заключение

Качество жизни, характеризуя уровень развития и степень удовлетворения всего комплекса потребностей и интересов людей, в то же время отражает социально-экономическую политику как региональных, так и муниципальных органов власти. Его оценка позволяет выделить ряд первостепенных проблем, на решение которых в первую очередь следует обратить внимание органам местного самоуправления.

Проведенный на основе анкетного опроса населения города Вологды анализ позволяет оценить качество жизни населения города следующими позициями:

1. Наиболее актуальные проблемы, отмечаемые респондентами: преступность, резкое расслоение населения по доходам, социальная незащищенность, алкоголизм, низкое качество здравоохранения, проблемы окружающей среды. Данные проблемы характеризуют низкий уровень социально-экономического развития не только отдельного субъекта, но и в целом всей страны.

2. На фоне выявленных проблем средние оценки респондентов своего положения в обществе, своей жизни, их самоидентификация позволяют дать удовлетворительную оценку качества жизни населения города Вологды.

3. В ходе анализа были получены приблизительно одинаковые результаты учеников и родителей, что позволяет сделать вывод об универсальности понятия «качество жизни» для разных возрастных групп.

Несомненно, структура составляющих качества жизни и сформированные по ней вопросы не являются окончательным вариантом, что, в свою очередь, может стать целью дальнейших исследований по оценке качества жизни населения. При этом дополнение объективной оценки качества жизни, т.е. его оценки как степени удовлетворения научно обоснованных потребностей и интересов, к субъективной придаст работе более полный и качественный характер.

ЛИТЕРАТУРА

1. Качество жизни: сущность, оценка, стратегия формирования. – М.: Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики, 2000. – 124 с.
2. Методика оценки качества жизни. – М.: Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики, 2000. – 48 с.
3. Социальная политика, уровень и качество жизни. Словарь. – М.: Изд-во ВЦУЖ, 2001. – 288 с.
4. Уровень жизни населения регионов России. №2. – М.: Изд-во ВЦУЖ, 2003. – 60 с.

*А.А. Королева, А.Л. Архипова, Е.В. Мамонова (10 кл. шк. № 32;
науч. рук. Д.П. Жаравин)*

ОЦЕНКА КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА Г. ВОЛОГДЫ

Введение

За годы реформ в России произошло множество социально-экономических преобразований. Эти преобразования непосредственно отразились и на такой сфере жизнедеятельности людей, как культура. Культура характеризует достигнутый уровень развития как отдельно взятого человека, так и в целом всего населения.

Вместе с тем, сегодняшнее состояние культуры, отношение к культурным ценностям характеризуют не только уровень развития человека и в целом общества, но, в частности, являются показателем социально-экономического положения как в отдельно взятом регионе (муниципальном образовании), так и в стране в целом. В связи с этим является актуальной оценка культурного потенциала на примере отдельно взятого муниципального образования, так как состояние культуры в муниципалитете в какой-то мере характеризует состояние данной сферы в целом в России.

Цель исследования: оценка культурного потенциала муниципального образования на примере г. Вологды.

На достижение поставленной цели направлено решение следующих задач:

1. Определение основных направлений и принципов оценки культурного потенциала города.
2. Проведение анализа состояния инфраструктуры культуры муниципального образования.
3. Оценка уровня культуры вологжан.

Объект исследования – сфера культуры г. Вологды.

Предметом исследования является инфраструктура культуры города, а также уровень культуры вологжан.

Теоретико-методологической основой работы служат труды отечественных ученых-экономистов, представляющих различные направления экономической науки.

Методологическая основа исследования базируется на экономической теории, выработанной зарубежной и отечественной наукой. В качестве методов исследования планируется использовать:

1. Системный подход к оценке культурного потенциала города.
2. Различные методы экономико-статистического содержания.



Королева А.



Мамонова Е.



Жаравин Д.

Работе присуждена вторая премия в III конкурсе НИР среди школьников (2004 г.).

Информационная база – отчеты о научных работах, информационные отчеты администрации города, а также данные статистики.

Научная новизна работы заключается в определении качества жизни населения г. Вологды на основе анкетного опроса.

Практическая значимость работы заключается в оценке культурного потенциала города, определении основных тенденций и проблем, характеризующих состояние инфраструктуры культуры города, а также в оценке уровня культуры вологжан. Это, в свою очередь, служит основой для принятия соответствующих управленческих решений на муниципальном уровне.

1. Основные направления и принципы оценки культурного потенциала города

Культурный потенциал города – это совокупность материальной и духовной сфер культуры, обеспечивающих и формирующих условия для всестороннего развития общества, организации жизни и деятельности людей.

Материальная сфера культуры включает в себя учреждения культуры и искусства, памятники истории и архитектуры, произведения искусства и т.д.

Духовная сфера культуры – это прежде всего нравственность, воспитание и просвещение, этика, эстетика.

Для оценки культурного потенциала города предлагается следующая схема (рис. 1).



Рис. 1. Схема оценки культурного потенциала города

Основными направлениями оценки культурного потенциала города является анализ состояния инфраструктуры культуры и оценка уровня культуры населения. Оценка по первому направлению производится на основе блока показателей, характеризующих состояние инфраструктуры культуры. В число таких показателей входят:

- ⇒ число массовых библиотек, ед.;
- ⇒ посещаемость (среднее число посещений библиотеки одним жителем в год), посещений в год;
- ⇒ число книг и журналов в массовых библиотеках, тыс. экз.;
- ⇒ число театров, ед.;
- ⇒ число посещений театров на 1000 населения;
- ⇒ число музеев, ед.;
- ⇒ число посещений музеев на 1000 населения;

- ⇨ число культурно-досуговых мероприятий, ед.;
- ⇨ посещаемость культурно-досуговых мероприятий, тыс. чел.;
- ⇨ количество учащихся детских музыкальных, художественных, хореографических школ, тыс. чел.
- ⇨ доля расходов городского бюджета на культуру, %.

Выбор данных показателей, в частности показателей посещаемости, обосновывается прежде всего тем, что состояние инфраструктуры культуры города характеризуется не только наличием тех или иных учреждений, сколько их посещаемостью. Вторым критерием выбора явилась доступность данных показателей. Часть их отслеживается и публикуется областным комитетом статистики, а остальные содержатся в ежегодных отчетах администрации города¹.

Оценка по второму направлению осуществляется на основе субъективных оценок населения по результатам анкетного опроса. Предлагаемый вариант анкеты по данному направлению оценки включает следующие основные моменты:

- предпочтения респондента при выборе места отдыха;
- приоритеты горожан при определении места работы;
- доступность периодического посещения учреждений культуры и искусства (театров, музеев, кинотеатров) в зависимости от наличия денежных средств;
- посещаемость вологжанами культурных учреждений;
- определение наиболее значимых материальных и духовных ценностей;
- чтение горожанами книг;
- посещаемость библиотек;
- посещаемость клубов (дискотек);
- посещаемость центров дополнительного образования (музыкальные, художественные, хореографические школы и т.п.), а также вопросы, характеризующие общие сведения о респонденте.

Среди **основных этапов оценки** выделены:

- сбор данных (проведение анкетного опроса);
- анализ полученной информации;
- выявление основных тенденций и существующих проблем;
- разработка рекомендаций по решению проблем.

Одним из главных принципов оценки культурного потенциала является комплексность – сочетание всестороннего количественного и качественного анализа сферы культуры, что достигается за счет проведения анализа блока показателей состояния инфраструктуры культуры и субъективных оценок населения.

¹ Муниципальные образования Вологодской области. Социально-экономические показатели. Ст. сборник. 1995 – 2002. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2003.

Итоги выполнения программы социально-экономического развития города Вологды на 2001 – 2004 годы за 2002, 2003 гг.

2. Состояние инфраструктуры культуры города

Инфраструктура культуры является одной из составляющей инфраструктур социальной сферы. Прежде всего, сфера культуры г. Вологды представлена широкой сетью учреждений культуры и искусства (табл. 1).

Одним из преимуществ города служит созданная единая централизованная система библиотек, в состав которой входят: центральная городская библиотека, центральная детская библиотека и 20 филиалов. В настоящее время продолжается развитие системы библиотек, что проявляется во внедрении и увеличении информационных и электронных технологий. Создана локальная сеть, электронная база данных новых книг, выделен сервер для пополнения информации, имеется электронная почта, выход в Интернет. Библиотеки являются наиболее посещаемыми учреждениями культуры – 162,3 посещения в год². Вместе с тем, следует отметить тот факт, что за период реформ (с 1990 по 2002 гг.) количество массовых библиотек сократилось в 1,8 раза. Тот же факт можно отметить относительно музеев – с 9 в 1995 г. до 5 в 2002 г.

Кроме этого в городской библиотечной системе наблюдается спад ряда показателей (рис. 2). Книжный фонд в сравнении с 2001 г. снизился в 2002 г. на 1,4%. По причине сбоя в комплектовании литературы, состава книжного фонда, списания больших объемов литературы (в сопоставлении с поступлениями) наблюдается снижение числа читателей на 3,1%.

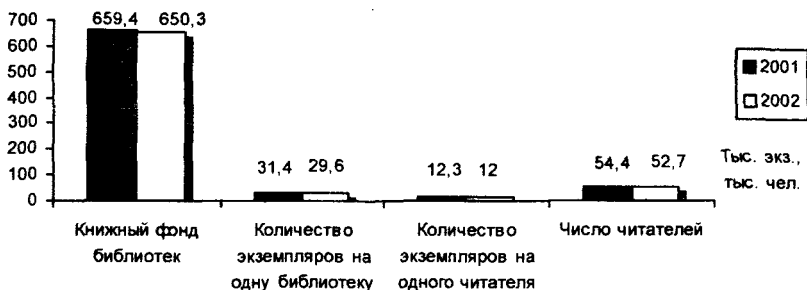


Рис. 2. Показатели состояния библиотечной системы [3]

² Данные 2003 г. Источник: Итоги выполнения программы социально-экономического развития города Вологды на 2001 – 2004 годы за 2002, 2003 гг.

В городе находится Вологодский государственный историко-архитектурный художественный музей-заповедник, картинная галерея, дом-музей Батюшкова, Шаламовский домик, действует Дворянское собрание. Их посещаемость остается довольно низкой, так число посещений на 1000 населения составляет 64,5. При этом следует учитывать, что данный показатель включает и посещаемость музеев гостями города.

В то время как в среднем житель города раз в 15 лет посещает музей, то посещаемость театров составляет один раз в два года. Число посещений театров на 1000 населения в 2003 г. составило 400, что ниже уровня 1990 г. более чем в 3 раза. К настоящему времени в Вологде действует 5 театров, среди них три профессиональных государственных театра (драматический, театр для детей и молодежи, кукольный) и два частных (камерный драматический театр и Театр-кабаре «АртРеприза»). Это творческие коллективы, представляющие всевозможные жанры искусства, имеющие высокий уровень исполнительского мастерства.

В целом показатели обеспеченности учреждениями культуры и искусства г. Вологды выше (за исключением библиотек) средних по России, но во многом уступают зарубежным странам (табл. 2) [5].

Таблица 2

Обеспеченность учреждениями культуры на 100 000 жителей

	Театры	Музеи	Библиотеки
Вологда	~1,0	~1,6	~10
Россия	0,32	1,0	36,8
Швеция	1,36	3,4	-
Австрия	2,4	-	-
Нидерланды	-	3,5	-
Финляндия	-	-	250

На протяжении последних лет остается практически без изменений число культурно-досуговых мероприятий и их посещаемость. Эти показатели за прошедший год составили соответственно 723 ед. и 53 тыс. чел³.

В то же время город является центром ежегодного проведения выставок («Русский лес» и «Русский лен»), фестивалей (например, театральный фестиваль «Голоса Истории», проходящий на Вологодчине с 1991 г.). 14 января 2004 г. на Вологодчине состоялось празднование Дня культуры. Вологжане являются пока единственными, кто отмечает подобный праздник в России.

Функционирующие центры дополнительного образования – детские музыкальные школы, художественные, хореографические школы – способ-

³ По данным отдела культуры администрации города.

ствуют привлечению молодого поколения к культуре и искусству. Количество учащихся в них составляет до 3 тыс. человек в год. Детский музыкальный театр, хор мальчиков, студии бального и современного танца – неоднократные призеры и лауреаты многих российских и международных конкурсов, не раз выступали с творческими концертами перед зрителями Европы, Америки и Японии. Однако в Вологде всего один подростковый клуб («Альтаир»), тогда как в г. Череповце – шесть.

В российском сознании Вологда – это прежде всего уникальные памятники архитектуры и археологии, художественные ремесла и промыслы. Важно отметить, что Вологда входит в число 16 российских городов, обладающих особо ценным историческим наследием. На территории города есть 224 памятника архитектуры, истории и культуры, при этом 128 из них взяты под охрану [1]. Вместе с тем, остаточный принцип финансирования культуры приводит к тому, что большое количество памятников архитектуры находится в разрушающемся состоянии, что грозит в будущем их утратой.

Следствием недостаточного финансирования культуры (доля расходов городского бюджета на культуру в 2003 г. составила 2,0%, в 2002 – 2,3%) также является нехватка средств на проведение капитального ремонта учреждений культуры и искусства, обустройства их внутреннего интерьера, модернизации специального оборудования и приспособлений. Среднемесячная заработная плата работников культуры составила на конец 2002 г. 64,9% (в 2000 г. – 65,6%) от средней по отраслям экономики, что соответствовало 3113 и 4542 руб.⁴ Это приводит к оттоку кадров, их старению.

Еще раз, подчеркивая вышесказанное, следует отметить, что наряду с развитой сетью учреждений культуры и богатым культурно-историческим наследием, разнообразной культурной жизнью города существует и ряд основных отрицательных тенденций:

- ⇒ сокращение числа учреждений искусства и культуры (библиотек и музеев);

- ⇒ значительное количество разрушающихся памятников архитектуры;

- ⇒ остается нерешенной проблема сохранности как библиотечных, так и музейных фондов;

- ⇒ недостаточное финансирование сферы культуры;

- ⇒ отток кадров.

3. Уровень культуры вологжан

Являясь одним из направлений оценки культурного потенциала города, уровень культуры вологжан анализируется на основе результатов анкетного опроса, проведенного в период с 15 по 30 апреля 2004 г. среди вологжан. Метод опроса – сплошное обследование. Всего было опрошено 64 человека. При этом возрастная структура респондентов имеет следующий вид (рис. 3).

⁴ Источник: Муниципальные образования Вологодской области. Социально-экономические показатели. Ст. сборник. 1995 – 2002. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2003.

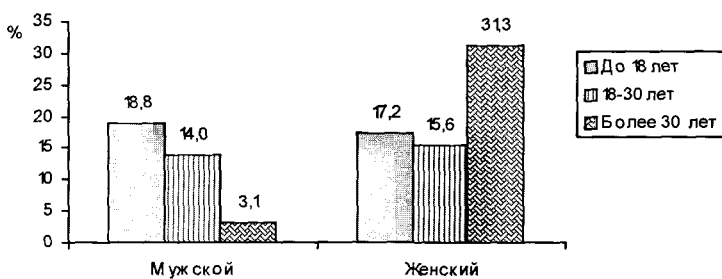


Рис. 3. Возрастная структура респондентов

Среди опрошенных наибольшее число составили люди, имеющие семью из 3 человек (42,2%), включая одного несовершеннолетнего ребенка (51,6%).

Один из показателей, отражающих уровень культуры вологжан, – выбор места отдыха. При выборе места отдыха предпочли ресторан 23,3% из числа опрошенных и театр – 23,3%. На втором месте по популярности – кинотеатр (20,8%). Следует отметить, что наибольшее количество опрошенных, остановившихся на выборе музея в качестве места отдыха, – это в основном люди старше 30 лет.

Для большинства опрошенных (67,2%) посещение культурных учреждений (театров, музеев, кинотеатров) является доступным в зависимости от наличия денежных средств. Однако треть вологжан, участвующих в опросе, отметили, что посещение учреждений культуры доступно, но не так часто, как хотелось бы. При этом, отвечая на вопрос анкеты о социальной самоидентификации, 79,7% респондентов причислили себя к категории населения со средним достатком.

Не менее важным показателем субъективных оценок уровня культуры вологжан является посещаемость культурных учреждений. Так, значительная часть опрошенных посещают учреждения культуры раз в месяц – 46,9% и реже – 40,6%. Из-за недостатка денежных средств 1,6% населения вынуждены отказаться от посещения учреждений культуры и искусства.

Большое число (59,4%) опрошенных посещают (либо посещали) центры дополнительного образования, такие, как музыкальные, художественные и хореографические школы. В то же время 40,6% опрошенных, не посещающих центры дополнительного образования, активно посещают библиотеки и читают много книг. На вопрос анкеты: «Посещаете ли Вы клубы?», 12,5% респондентов ответили: «Часто», и это в основном категория людей до 18 лет. 53,1% из числа опрошенных иногда посещают клубы, в то время как никогда – 34,3%, причем это лица старше 30 лет.

Незначительным является показатель посещаемости библиотек. По результатам опроса число респондентов, часто посещающих библиотеку, составило 15,6%. Большинство вологжан библиотеку посещают по мере не-

обходимости (60,9% от общего числа опрошенных). У 17,2% респондентов нет необходимости посещать массовые библиотеки по причине наличия большого библиотечного фонда дома. Это в какой-то мере подчеркивает высокий уровень культурного потенциала вологжан.

Наряду с этим, 6,2% респондентов не читают книг, это в основном мужчины до 30 лет. Часто книги читают 39% людей. Большинство же книги читают иногда, что составляет 54,6% от общего числа опрошенных.

Говоря об уровне культуры, необходимо рассмотреть вопрос о соотношении материальных и духовных ценностей среди населения. Ответы респондентов на вопрос анкеты о том, какие из перечисленных материальных и духовных ценностей наиболее значимы для них, распределились следующим образом (рис. 4).

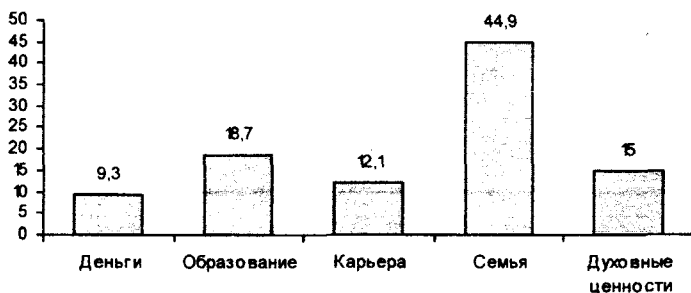


Рис. 4. Отношение к материальным и духовным ценностям

Среди наиболее значимых для вологжан ценностей – семья (44,9%). Духовные ценности – на 3-м месте. Однако деньги как наиболее значимую ценность отметили лишь 9,3% опрошенных.

При рассмотрении этого вопроса по половому признаку наблюдается явное различие в приоритетах. Духовные ценности, семья и деньги для женщин наиболее значимы, чем для мужчин, которые выбирают карьеру и образование. Кроме этого, следует отметить тот факт, что респонденты из многодетных семей (3 и более детей) среди наиболее значимых ценностей выделяют семью и духовные ценности.

Вопрос о соотношении материальных и духовных ценностей в какой-то мере связан и с выбором места работы. Большинство вологжан предпочли финансовую сферу, а также культуру и искусство, и никто не выбрал как наиболее значимые сферы работы строительство и торговлю (табл. 3).

Равное число респондентов отметили такие сферы, как образование и наука, частное предпринимательство, сфера управления.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что:

- одним из основных мест отдыха населения города является театр;
- одна пятая вологжан владеет большой домашней библиотекой;

Приоритетные сферы деятельности населения города Вологды

Сферы деятельности	Процент жителей, выбравших сферу деятельности
1. Здравоохранение	8,5%
2. Образование и наука	10,2
3. Культура и искусство	17,0%
4. Финансовая сфера	28,8%
5. Сфера управления	10,2%
6. Промышленность	8,5%
7. Сельское хозяйство, лесное хозяйство	1,7%
8. Частное предпринимательство	10,2%
9. Торговля	0%
10. Сфера услуг	3,4%
11. Строительство	0%
12. Вооруженные Силы, охрана общественного порядка	1,7%

• духовные ценности для большей части жителей города имеют более высокое значение, чем деньги и карьера;

• из 12 приоритетных направлений деятельности сфера культуры и искусства стоит на втором месте после сферы финансов.

Это позволяет сделать вывод о высоком уровне культуры вологжан. Однако такие вопросы, как посещаемость учреждений культуры и искусства, их доступность являются открытыми на сегодняшний день и требуют более пристального внимания местных властей.

Заключение

Культурный потенциал города характеризует уровень развития городского сообщества, а также служит одним из важных показателей, отражающих социально-экономическое положение муниципалитета. Его оценка позволяет выделить ряд первостепенных проблем и тенденций, сопровождающих развитие сферы культуры, проанализировать уровень культуры населения.

Для оценки культурного потенциала города была предложена схема оценки культурного потенциала по двум направлениям: состояние инфраструктуры культуры и уровень культуры жителей города. При этом основой первого явился предложенный блок показателей, характеризующих состояние инфраструктуры культуры города, в то время как основой второго анкетный опрос.

По результатам проведенного анализа как состояния инфраструктуры культуры, так и уровня культуры вологжан можно оценить культурный потенциал города следующими позициями:

1. Город имеет развитую сеть учреждений культуры и искусства, при этом обладает богатым культурно-историческим наследием и, что характерно, отличается разнообразной культурной жизнью. Однако причиной основных проблем сферы культуры остается финансирование, которое осуществляется, как правило, по остаточному принципу.

2. Население города имеет высокий уровень культуры. Богатство традиций, значимость духовных ценностей еще раз подчеркивают это.

Таким образом, вопросы финансирования культуры, доступности для населения учреждений культуры и искусства, создания условий для привлечения различных социальных групп и категорий населения к культурным ценностям требуют более пристального внимания местных органов власти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вологда, год за годом. Краткий стат. сборник. Администрация г. Вологды, Комитет по экономической, промышленной политике и инвестициям, городской отдел государственной статистики. Вологда: Издательство «Ариика», 1997. – 48 с.

2. Итоги выполнения программы социально-экономического развития города Вологды на 2001 – 2004 годы за 2002, 2003 гг.

3. Концепция социально-экономического развития города Вологды до 2010 года / Экономическое управление Администрации города Вологды. – 2003 – 76 с.

4. Муниципальные образования Вологодской области. Социально-экономические показатели. Ст. сборник. 1995 – 2002. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2003.

5. Экономика (ВОГД «Духовное наследие») http://www.rls.ru/R_smi/01_08_14.htm.

И.О. Шаганова, О.И. Кучина, Б.А. Караваяев(10 кл. шк. № 32;
науч. рук. В.В. Давыдова)

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ

«Сделать труд радостным может лишь правильно поставленный выбор профессии. И вся школьная работа должна быть поставлена так, чтобы помочь ребенку выбрать профессию».

Н.К. Крупская

Введение

Учащиеся 10-11 классов общеобразовательной школы оказываются перед проблемой выбора профессии. Существуют различные факторы, способные в той или иной степени повлиять на принятие решения подростком.

Целью исследования явилось изучение факторов, влияющих на профессиональное самоопределение учащихся 10 – 11 классов, формирование их социального статуса.

Соответственно поставленным целям были обозначены следующие задачи: оценка степени влияния изученных факторов на выбор специальности, их роль в формировании социального статуса подростков.

Информационной базой исследования послужила социологическая анкета. Она содержала в себе 15 вопросов, в совокупности отражающих приоритеты индивида в выборе профессии, условия их формирования.

Объектом исследования являются учащиеся 10-11 классов общеобразовательной школы №32 г. Вологды.

Профессиональное самоопределение и факторы его формирования

Проблема, обозначаемая в настоящее время термином «профессиональное самоопределение», как с точки зрения теорий общей и профессиональной педагогики, так и с позиций практики всегда являлась многоаспектной педагогической проблемой. Вопросы участия педагога в проектировании будущего профессионального пути молодежи, учет различных аспектов ее развития становятся особенно актуальными в настоящее время.



Шаганова И.



Кучина О.



Караваяев Б.



Давыдова В.В.

Работе присуждена третья премия в I конкурсе НИР среди школьников (2003 г.).

Важная проблема подросткового периода – выбор профессии. В это время интересы значительной части подростков крайне неустойчивы. Они порождаются знакомыми и товарищами. Меньшее влияние оказывают школа и семья. Степень выбора колеблется от абсолютного «да, только эта профессия меня привлекает» до «не знаю, как получится».

В последнее время немаловажным фактором, влияющим на выбор профессии, стало финансовое вознаграждение за сделанную работу.

У детей в 14-15 лет выбор своей будущей профессии вызывает гораздо больше затруднений, сомнений. Что не удивительно. Подростки, перед которыми уже реально стоит этот вопрос, руководствуются тремя позициями выбора профессии:

хочу – интересы, склонности ребенка, желание заниматься интересующим его делом;

могу – уровень подготовленности, уровень знаний, наличие способностей к выбранному виду деятельности;

надо – спрос на профессию, потребность в ней общества.

Сюда же присоединяются раздумья над рядом факторов, которые тоже немаловажны: престижность профессии, система оплаты труда, степень удаленности места работы от места жительства.

Значительное число юношей и девушек мотивируют свой выбор наличием устойчивого интереса к данной профессии, необходимых для этого дела способностей, склонностей, знаний, а также знакомством с деятельностью, близкой к их будущей профессии.

Появление потребности в самоопределении свидетельствует о достижении личностью подростка высокого уровня развития.

В период подготовки к жизни и труду (13-18 лет) юноши и девушки, в зависимости от личностных качеств, окружения, знаний, умений, интересов, осуществляют выбор профессии. Это первый этап профессионального самоопределения, тот момент, когда подросток задумывается о своем будущем после окончания школы. К этому полезно готовиться заранее, так как вопрос о поиске, выборе профессии является судьбоносным и стоит перед любым старшеклассником.

Эта проблема особенно актуальна в связи с изменениями, происходящими в нашем обществе. О множестве новых профессий (а их насчитывается более 7 тыс. и каждый год происходит обновление) школьники практически не имеют информации, да и традиционные профессии претерпевают существенные изменения. Помощь учащимся в профессиональном самоопределении является важным моментом в школьном обучении (рисунок).

Для того чтобы сегодня получить хорошую, престижную работу, необходимо не только хорошо владеть своей профессией, но и быть хорошим управленцем, уметь быстро вливаться в коллектив, грамотно организовывать свою деятельность. В такой ситуации возникает большая потребность в услугах профконсультантов, чьи рекомендации могут оказать реальную помощь в адаптации на рынке труда.



Факторы формирования профессионального самоопределения

На этом этапе человеку необходимо внимание профконсультанта, и в первую очередь для сопровождения процессов социально-психологической адаптации в начальной трудовой деятельности, затем для коррекции, а иногда и смены профессии, так как происходит переоценка ценностей.

По статистическим данным в нашей области существуют 766 школ и 4 высших учебных заведения [3].

В последнее время возросло число выпускников общеобразовательных школ, не имеющих устойчивого профнамерения (около 50%). Исследования показывают, что до 25 – 30% обучающихся к концу обучения теряют интерес к выбираемой профессии, а 67,5% выпускников школ при ее выборе испытывают существенные затруднения из-за недостаточного жизненного опыта, неполных знаний о содержании работы специалистов различных профессий, своих личностных качеств.

Первобытному человеку не надо было думать о выборе профессии, так как профессий как таковых не существовало. Он должен был, чтобы выжить в борьбе за существование, уметь делать все необходимое для жизнеобеспечения первобытной общины [1].

По ряду причин в человеческом обществе постепенно произошло первое крупное разделение труда. Одни люди или целые племена стали заниматься специально (преимущественно) скотоводством, другие – земледелием. Эти группы не могли обойтись друг без друга. Затем происходило дальнейшее разделение труда. Но появление профессий и возрастание их количества вовсе не означало появления и возрастания их выбора. Время шло, появлялись новые профессии. У человека была возможность обучаться, а потом и работать в той или иной сфере деятельности, но оставались вечные ограничения – информационные.

Во-первых, становилось во множестве профессий нелегко разобраться без специальной подготовки и специальных пособий.

Во-вторых, в современных условиях возрастает незримость профессий, а вместе с тем и трудность получения знаний о них. Труд в наше время содержит очень много умственных действий, действий по принятию решений. Именно поэтому, чтобы узнать о профессиях, необходимо читать пособия о них.

Обдумывая выбор профессии, важно настроиться не только на новую точку зрения в отношении окружающего мира, но и по-новому взглянуть на себя. Быть просто хорошим учеником или ученицей недостаточно. Пора рассматривать себя как бы на фоне профессионального идеала. В возрасте 15 – 17 лет широко распространено критическое отношение к другим, к себе и основанное на этом самовоспитание. В целом это хорошо. Обсуждая особенности людей, в том числе и взрослых, их достоинства и недостатки, подросток учится разбираться в сложном мире душевных качеств людей. В связи с этим возникают и задачи самовоспитания, связанные не только со стремлением стать хорошим учеником, но и с представлением об определенной профессиональной общности. Именно поэтому важную роль играют сфера, в которой растет и развивается ребенок, подготовка человека в школе (особенно в старших классах). Необходимо ввести понятие, определяющее подготовку ученика к дальнейшему самообразованию.

Профорентация – это многоаспектовая система, обеспечивающая профессиональное просвещение и воспитание школьников, изучение их психофизиологических особенностей, проведение консультаций и успешную адаптацию в профессиональных учебных заведениях. [2]

Основная цель профорientации – создание реальных возможностей для использования всех членов общества в народном хозяйстве, с учетом способностей и интересов каждой личности и потребностей государства в *квалифицированных кадрах*.

Научно обоснованная постановка работы по профессиональной ориентации учащихся позволяет уменьшить затраты на подготовку квалифицированных рабочих, способствует росту производительности труда, сокращению текучести кадров, повышению удовлетворенности работников трудом, сохранению их здоровья, более рациональному использованию возможностей личности, равномерному обеспечению различных производств страны трудовыми ресурсами.

Решение этих задач невозможно без своевременной подготовки учащихся к сознательному профессиональному самоопределению.

Многие выпускники вступают в жизнь без должной трудовой подготовки, не имея достаточного представления об основных массовых профессиях, испытывают затруднения при переходе в народное хозяйство.

Необходимость разработки структуры, содержания, форм, методов профорientационной работы в процессе трудового обучения объясняется тем, что еще многие учителя труда недостаточно полно используют боль-

шие возможности трудового обучения учащихся для подготовки их к профессиональному самоопределению.

Центром профориентационной работы с учащимися служит средняя общеобразовательная школа, которая призвана растить, обучать и воспитывать молодые поколения с максимальным учетом тех общественных условий, в которых они будут жить и работать. Профессиональную ориентацию в школе следует рассматривать как составную часть всей системы учебно-воспитательной работы, но не как сумму отдельных мероприятий, связанных с выпуском учащихся из школы.

В содержание профориентационной работы в школе входит:

1. Формирование мировоззрения, воспитание интереса к рабочим профессиям.

2. Широкое ознакомление учащихся с наиболее распространенными массовыми профессиями в процессе изучения основ наук, трудового обучения, внеклассной и внешкольной работы.

3. Всестороннее изучение особенностей подростков, выявление, изучение и развитие их интересов, склонностей и способностей, а также физических и психологических возможностей.

4. Помощь школьникам в приобретении умений, навыков, необходимых для выполнения различных видов трудовой деятельности как в школе, так и в производственных условиях, с учетом их интересов и склонностей.

5. Ознакомление учащихся с требованиями, которые предъявляют конкретные профессии к объему знаний по общеобразовательным предметам, умениям и навыкам, а также с характером их работы как будущих специалистов.

6. Консультации учащихся в отношении профессий, информация об учебных заведениях, в которых можно овладеть соответствующими специальностями.

7. Помощь школьнику в оценке своих способностей и качеств применительно к конкретному виду трудовой деятельности в соответствии с его склонностями.

8. Формирование активного отношения к осознанному выбору профессии.

9. Последующий анализ адаптации выпускников школы на предприятии, эффективности педагогических методов воздействия.

Основными аспектами профориентации являются социально-экономический, психолого-педагогический и медико-физиологический.

Социальный аспект профориентации заключается в формировании ценностных ориентаций молодежи в профессиональном самоопределении, повышении престижа рабочих профессий, а также в проведении целенаправленных мероприятий, способствующих успешной адаптации школьников в профессиональных и высших учебных заведениях, закреплению молодежи на производстве.

Психологический аспект состоит в исследовании структуры личности, методов изучения и оценки ее профессионально значимых свойств, а также различных типов деятельности и профессий.

Медико-физиологический аспект выдвигает такие основные задачи, как разработка критериев профессионального отбора подростков в соответствии с состоянием их здоровья, а также подготовка специалистов для врачебно-профессиональной консультации.

Также выделяют несколько основных элементов профориентации:

1) Профессиональное просвещение – сообщение учащимся знаний о профессиях, на основе которых формируется положительное отношение к различным видам трудовой деятельности и устойчивые профессиональные интересы, осознанное отношение к процессу выбора профессии.

Профессиональное просвещение подразделяется на следующие составные части:

- профинформацию, целью которой является ознакомление учащихся с различными видами труда в обществе, разнообразием профессий, тенденциями их развития, особенностями трудоустройства или поступления на учебу в профессиональные и высшие учебные заведения;

- профагитацию, цель которой – вызвать у учащихся интерес к наиболее нужным профессиям;

- профпропаганду, целью которой выступает распространение знаний о содержании и методике профориентационной работы среди учителей школ, общественности, родителей, обобщение и внедрение в практику лучшего опыта организации работы по профориентации и трудоустройству;

- профессиографию, цель которой – описание профессий с учетом изменения характера и содержания труда под воздействием научно-технической революции, создания профессиограмм. В профессиограммах приводятся:

- общая характеристика профессий;
- производственная характеристика профессии (описание трудового процесса);
- связь ее с другими специальностями;
- необходимые общие и специальные знания и умения;
- требования, предъявляемые профессией к работнику, медицинские противопоказания;
- психологическая характеристика труда;
- условия труда;
- сведения о возможности получения профессии.

2) Профессиональное воспитание – воспитание у учащихся стойких интересов и мотивов выбора профессии.

3) Профдиагностика – процесс изучения личности и организма человека, который проводится медицинскими работниками, психологами, педагогами с целью определения профессиональной пригодности и формирования профессиональной направленности у учащихся.

4) Профконсультации – совет, устная или письменная рекомендация о выборе профессии, предпочтительного вида деятельности, учебного заведения, которые даются на основании результатов профессиональной диагностики.

Принято выделять следующие виды профконсультации:

- медицинская: осуществляется медицинскими работниками в виде рекомендации выпускнику видов деятельности, наиболее соответствующих его здоровью;

- психолого-педагогическая: совет учителя о видах труда, профессиях и специальностях, наиболее соответствующих морально-психологическим качествам, знаниям, способностям и склонностям выпускника;

- справочная: организовывается для выпускников в школах, центрах профориентации, профессиональных учебных заведениях, на предприятиях.

5. Профотбор – проводится на основании данных профдиагностики и применяется в основном по отношению к наиболее сложным и ответственным профессиям.

6. Профадаптация – процесс успешного приспособления обучающихся в учебных заведениях.

Несмотря на все эти факторы, выбор профессии осуществляет сам ученик, а учителя, психологи, медики должны лишь помочь ему раскрыть себя, подтолкнуть его к выбору профессии. Выбор профессии можно разделить на несколько пунктов:

- Составление общей, обзорной ориентировки в мире профессий, включая сведения об основных требованиях, предъявляемых профессией к личностным качествам человека.

- Выделение возможностей и ограничений, обусловленных особенностями обстановки в семье, группе товарищей, сверстников, а также позицией школы в отношении профессионального будущего учащегося.

Родители часто оказывают влияние на выбор будущей профессии ребенка. Но для того чтобы выбор был сделан действительно ребенком и по его желанию, родители должны:

- ⇒ Не выбирать за детей жизненный путь, так как выбор, сделанный другими, приведет в скором будущем к неудачам, неудовлетворенности, разочарованиям.

- ⇒ Разговаривать с сыном или дочерью на темы, связанные с выбором профессии, стараясь рассказывать как можно больше о том, что представляет собой выбираемый ими жизненный путь.

- ⇒ Помнить, что каждое поколение и каждый ребенок имеет право на собственную индивидуальность и в соответствии с этим – право на собственный выбор, даже если это не по душе родителям. Он имеет право на собственный поиск, в котором ему можно помочь, но на котором нельзя настаивать.

- ⇒ Понимать, что элитность профессии не всегда хороша для ребенка.

Профессиональный выбор старшеклассников школы № 32 г. Вологды

В ходе нашей работы мы провели анкетирование среди учащихся 10-х и 11-х классов средней общеобразовательной школы №32 г. Вологды. В ходе данной работы мы хотели выяснить ряд вопросов, касающихся поступления в высшие учебные заведения и выбора будущей профессии.

Учащимся предлагалась анкета, состоящая из 15 вопросов с вариантами ответов. Также учащиеся могли предложить свой вариант ответа в разделе другое.

Целями исследования было выяснение, что же хотят делать ученики после окончания средней образовательной школы, планируют ли они продолжать свое обучение, будут ли поступать в вузы или специальные технические заведения. Мы хотели выбрать наиболее распространенные сферы наук на примере учеников 10 – 11 классов, узнать, какие факторы влияют на выбор той или иной профессии.

Исследование показало, что 35% из числа опрошенных хотят стать высококлассными специалистами, 21% – хотят сделать карьеру и 45% респондентов нацелены на улучшение своего материального положения.

Из 80 опрошенных 45% определили род своей будущей деятельности, остальные же учащиеся мотивируют свою затруднительность в выборе профессии недостаточной информированностью о возможных путях применения своих способностей. Несмотря на это 96% решили, что они будут продолжать свое образование в высших учебных заведениях. На решение продолжить образование повлияли, во-первых, возможность зарабатывать хорошие деньги (у 68%) и, во-вторых, возможность получения знаний (у 49%).

В результате исследования выяснилось, что самой предпочитаемой учащимися сферой дальнейшей деятельности является экономика и управление (33%), также гуманитарно-социальная отрасль знаний (28%). На выбор профессии 55% старшеклассников повлиял именно интерес к выбранной профессии.

Два вопроса анкеты были направлены на выяснение значения жизненного успеха у учащихся. Анкетирование выявило, что 52% опрошенных считают необходимым для достижения жизненного успеха материальное благополучие и 34% относят к условию достижения жизненного успеха хорошую карьеру. На вопрос о главных качествах для достижения успеха учащиеся выделили три основных характеристики: работоспособность (58%), умение работать в коллективе (39%), способность добиваться цели (63%).

В ходе исследования учащиеся также выделили два основных условия для получения хорошей работы. Это наличие высшего образования (88%) и практические навыки или профессиональная подготовка (40%). А общественное положение человека, по мнению опрошенных, определяют доход (51%), круг общения (38%), профессия (34%) и непосредственно образование человека (30%).

Поскольку 68% из общего числа опрошенных относят себя к среднему слою общества, то, вероятно, именно поэтому столь большое количество учащихся хотят повысить в первую очередь свой материальный уровень и для достижения этого хотят сделать хорошую карьеру и работать на престижной работе.

Заключение

В процессе констатирующего эксперимента нами изучались: профессиональные намерения молодежи; образовательные и профессиональные потребности молодежи; мотивы и факторы, влияющие на ее профессиональное самоопределение.

Исходя из результатов анализа исследования были получены следующие результаты:

- почти все старшеклассники придают большое значение высшему образованию и считают его необходимым условием для получения высокого социального статуса;
- наиболее значимым субъектом, влияющим на профессиональное самоопределение современного подростка, является сам ученик;
- для большинства подростков мотивом выбора профессии выступает достижение высокого материального положения;
- трудности выбора будущей профессии подросток связывает с низким уровнем информированности;
- интересы значительного числа подростков лежат в области экономических наук.

Полученные в ходе исследования результаты нужно учесть при профориентации учащихся старших классов, для повышения мотивации к изучению отдельных предметов, связанных с выбором вида будущей профессиональной деятельности.

Все это является необходимым условием хорошо организованной профориентации, которая, не ущемляя свободы профессионального самоопределения людей (ибо в рамках объективно существующего профессионального разделения труда выбор профессии остается за человеком), повышает вероятность правильного выбора профессии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Климов Е.А. Как правильно выбрать профессию. – М.: Просвещение, 1990. – С. 135, 140, 143.
2. Симоненко В.Д. Профессиональная ориентация учащихся в процессе трудового обучения. – М.: Просвещение, 1985. – С. 3,4,13,16-27.
3. Статистический ежегодный справочник Вологодской области. 2002 год. – Вологда: Госкомстат России, Вологодский областной комитет государственной статистики, 2002.

ТРАНСПОРТНЫЙ КОМПЛЕКС ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

1. Грузоперевозки

1.1. Роли транспортной системы в развитии региона. Транспортный комплекс является одной из важнейших отраслей экономики, определяющих развитие региона. В структуре региональной экономики в сфере транспортного обслуживания занято около 7% активного населения, причем на долю данной отрасли приходится более трети общего объема инвестиций и четверти общей величины основных фондов. Региональный комплекс представлен железнодорожным, автомобильным, внутренним водным и воздушным транспортом. Развитие транспортной отрасли обуславливается платежеспособным спросом потребителей, возможностями и состоянием парка транспортных средств для осуществления грузовых и пассажирских перевозок.

Несмотря на довольно стабильный рост в целом, в транспортном комплексе области накопилось множество системных проблем. В частности, можно выделить недостаточный приток инвестиций, объем которых не соответствует требованиям ускоренного обновления парка транспортных средств, что вызывает старение транспорта, сдерживает развитие отрасли; здесь же стоит отметить диспропорции в структуре развития (резкое преобладание ж/д транспорта по многим показателям) и прочее.

Транспорт в экономике выступает в роли средства преодоления барьера между производителем и потребителем, т.е. важнейшая его функция – распределительная. Распределение позволяет удовлетворять потребности потребителя за минимальное время, что стимулирует его на появление новых потребностей. В свою очередь, появление новых потребностей в короткий срок стимулирует рост спроса. И, наконец, платежеспособный спрос стимулирует развитие как производства и предложения, так и самой транспортной системы. Таким образом, умелое планирование, инвестиции и соответствующие законопроекты относительно транспортного регулирования позволили бы решить целый ряд экономических проблем, в том числе способствовали бы процветанию и самого транспортного комп-



Ожигин А.



Юрин А.



Лукин Е.



Соколов П.А.

лекса на протяжении нескольких лет. Именно поэтому транспорт должен опережать развитие экономики в целом и служить ускорителем ее развития.

Экономика Вологодской области на сегодняшний день нуждается в поддержке со стороны зрелой развитой транспортной системы. Огромный потенциал ресурсов региона должен реализоваться в полной мере благодаря наличию потребителя, разрыв между которым как раз и поможет преодолеть транспорт. В результате этого станет возможно межрегиональное сотрудничество, совершенствование производств и развитие инфраструктуры Вологодской области в целом. Вот почему важно детальное изучение показателей развития транспортной системы, с последующим четким планированием и регулированием. В данной работе мы займемся решением первой поставленной задачи.

1.2. Характеристика основных показателей транспорта. Рассмотрение транспортной системы Вологодской области начнем с основных показателей транспорта. Здесь имеют место тенденции общего роста, связанные прежде всего с ростом показателей ж/д транспорта. По остальным видам наблюдается стабильность и даже спад. Такие соотношения вытекают из качественного отличия ж/д транспорта от других видов. Специфичность его выражается в значительной грузоемкости, надежности, государственной поддержке отрасли и исторически сложившемся положении. Все это создает огромный потенциал развития отрасли. Благодаря этому ж/д транспорт наращивает свои показатели ежегодно и компенсирует спад в развитии некоторых других видов транспорта, сохраняя рост транспортной системы в целом.

Эксплуатационная длина ж/д путей общего пользования оставалась практически на том же уровне за период с 1995 по 2002 г. (772 км). За это же время было построено 866 км новых автомобильных дорог с твердым покрытием (общая длина – 14099 км), а также возросла на 361 км длина внутренних водных судоходных путей и достигла 2090 км. За эти годы незначительно уменьшилась длина трамвайных и троллейбусных путей – на 2,1 и 1 км соответственно.

В целом транспортная система Вологодской области работает стабильно, удовлетворяя потребности в перевозках грузов. Так, в период с 1995 по 2002 год объемы перевозок грузов всеми видами транспорта выросли на 0,2% и составили 233,6 млн. тонн. При этом наиболее значительный рост был отмечен среди воздушного, внутреннего водного и ж/д транспорта – 27,9% (8,6 млн. тонн), 13,9% (0,6 млн. тонн) и 9,9% (9,3 млн. тонн) соответственно. Но в то же время грузоперевозки автомобильным транспортом за этот период сократились с 86,2 млн. тонн в 1995 до 26,5 млн. тонн в 2002 г. (на 44,4%). Основная часть груза теперь перевозится железнодорожным (88,2 млн. тонн/год) и автомобильным (59 млн. тонн/год) транспортом.

Грузооборот транспорта отраслей экономики в 1995 – 2002 гг. вырос на 30,3% и достиг 54372 млн. тонно-км. Однако этот рост был обусловлен в основном ж/д транспортом, грузоперевозки которого достигли 51520 млн. тонно-км, причем их рост был выше, чем общий, – около 36,7%. В то же

время грузооборот автомобильного транспорта и внутреннего водного понизился на 41,2%, что есть 1195 млн. тонно-км.

Как видно, грузооборот ж/д транспорта повысился довольно значительно – на 36,7%, но тоннажность выросла лишь на 9,9%, что говорит о значительном увеличении дальности перевозки, т.е. расширении рынков сбыта, а также сырьевых рынков. Все это – безусловный плюс в развитии регионального транспорта.

Подытожим анализ показателей транспорта. Как видно, за период с 1995 по 2002 год наиболее стремительно развивался ж/д транспорт. Несмотря на то, что длина ж/д путей практически не изменилась, объемы отправления грузов увеличились на 10,8%, а грузооборот – на 36,7% (рис. 1).

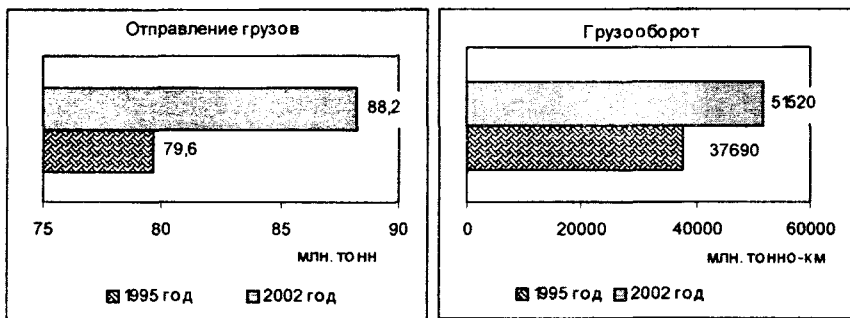


Рис. 1. Основные показатели транспортного комплекса региона

Данные диаграммы наглядно отражают развитие транспорта за 1995 – 2002 годы. Как видно, наблюдается рост практически по всем показателям.

Сравним теперь ж/д и автомобильный транспорт. Обратимся к таблице, построенной по данным 2002 года.

Сравнительные характеристики железнодорожного и автомобильного транспорта

Показатель	Железнодорожный	Автомобильный
Длина путей (км)	772	14 099
Отправление грузов (млн. тонн)	80,2	59,7
Грузооборот (млн. тонно-км)	51 520	2 062

Анализируя представленную таблицу, мы можем сделать вывод о снижении роли автотранспорта и повышении роли ж/д перевозок на протяжении последних лет. Т.е., несмотря на огромное преимущество в длине путей, автотранспорт по основным показателям – отпращиванию грузов, грузообороту отстает от ж/д транспорта в значительной мере. Такая характеристика объясняется направлениями, по которым работают оба транспорта.

Автомобильный транспорт не направлен на перевозки значительных объемов груза на существенные расстояния, в отличие от железнодорожного. Этим и оправдывается преимущество ж/д транспорта в отправлении грузов и грузообороте.

1.3. Автомобильный транспорт. Важнейшей составляющей транспортного комплекса Вологодской области является автомобильный транспорт. И несмотря на значительное отставание от железнодорожного по ряду показателей, он все же играет свою уникальную роль в транспортном комплексе. Анализ данных за разные годы ярко отражает обострение проблем внутри отрасли. К числу таких проблем относятся сокращение единиц автотранспорта без индивидуальных владельцев, сокращение количества грузовых автомобилей, старение техники и другие. Именно поэтому внимательное изучение этих проблем позволит в перспективе наладить ситуацию, что положительно скажется на состоянии всего транспортного комплекса.

По данным ежегодника проследим динамику наличия автотранспорта по видам (без индивидуальных владельцев). Нетрудно увидеть, что в 1995 – 2002 гг. произошло общее снижение количества данного автотранспорта. В частности, особенно ярко это наблюдалось среди грузового транспорта (около 10 тыс.); снизилось также количество автобусов (около 1 тыс.) и специального транспорта (около 2 тыс.), остальное снижение было не столь значительным. Но, вопреки общим закономерностям, количество легкового транспорта выросло на тысячу. Если обратиться к структуре автотранспорта по видам, то можно говорить о полном преобладании грузового транспорта – более 55% в 1995 году и более 45% в 2002 г. В 1995 – 2002 гг. на второе место выходят легковые автомобили (20,9%), которые уже незначительно преобладают над специальным транспортом (19,6%). Затем идут автобусы (11,1%) и пикапы (3,2%). Ниже приведена диаграмма распределения автотранспорта по видам (структура автотранспорта) [рис. 2].

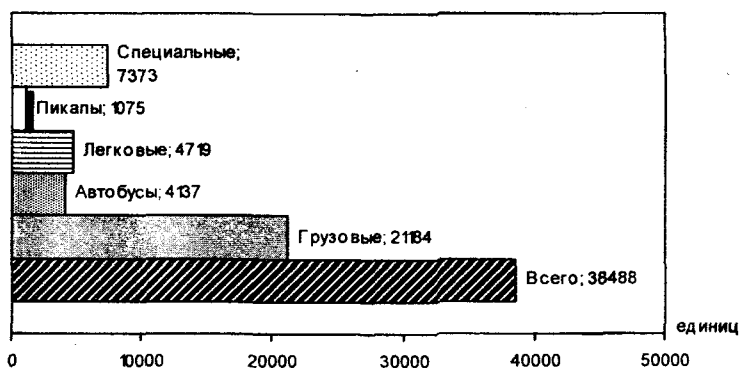


Рис. 2. Структура автотранспорта без индивидуальных владельцев, 1995 г.

Такое распределение автотранспорта ярко отражает его целевую характеристику – грузоперевозки. Сокращение численности транспорта подчеркивает нестабильность и переориентацию отрасли. Диаграмма (рис. 3) отражает изменение вышеприведенной структуры и представляет данные за 2002 год.

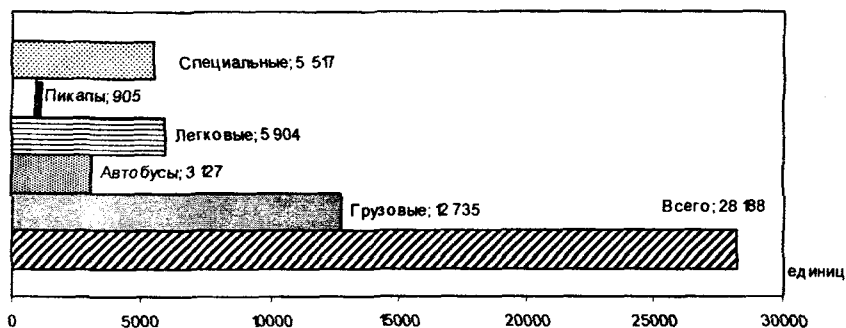


Рис. 3. Изменение структуры автотранспорта без индивидуальных владельцев, 2002 г.

Теперь мы можем рассмотреть наличие автомобилей в собственности граждан и сопоставить их с представленными выше данными по транспорту без индивидуальных владельцев. Общее количество автомобилей резко возросло более чем в 2 раза за 1995 – 2002 год (90 тыс. – 183 тыс.). Причем легковые автомобили составили более 80% от общего числа. Количество грузовых а/м и автобусов также увеличилось в 2-3 раза, но в общей структуре их роль незначительна – менее 15%. Как видно, среди гражданского автотранспорта происходят резкие улучшения и по количеству грузовых он уже превышает аналогичные показатели для автотранспорта без индивидуальных владельцев, что является зеркалом экономической ситуации, которая способствовала снижению роли транспорта юридических лиц и повышению значения индивидуального транспорта. Но, тем не менее, общие тенденции сохраняются: индивидуальный транспорт в основном не направлен на перевозки грузов, что подтверждает резкое преобладание легковых а/м, а транспорт юридических лиц, наоборот, специализируется на грузоперевозках, как было отмечено выше.

Оценим грузооборот автомобильного транспорта, используя тот же подход: вначале оговорим показатели по отраслям экономики, затем по предпринимательским грузоперевозкам. В 1995 – 2002 гг. прослеживается общая закономерность снижения объемов грузоперевозок по транспорту отраслей экономики – это выражается в снижении общего тоннажа с 86,2 до 46,5 млн. т, а также дальности перевозки в среднем с 36 км до 28 км и, как следствие, сокращении грузооборота с 3104 млн. тонно-км до 1309 млн. тонно-км.

Среди же предпринимательских перевозок наблюдается резкий подъем по всем показателям: тоннаж – с 232 до 477 тыс. тонн; грузооборот – с 43 до 177 млн. тонно-км, дальность перевозки – в среднем со 188 до 372 км.

Как видно, тенденция, приведенная выше, повторяется. Как по наличию, так и по грузоперевозкам сохраняются направления, обуславливающие снижение роли транспорта отраслей экономики и повышение показателей предпринимательского транспорта. Но здесь есть и свои особенности: если по наличию автотранспорта впереди остается предпринимательский транспорт, то по грузоперевозкам бесспорный лидер – транспорт отраслей экономики. Но, сохраняя общий рост, предпринимательские перевозки остаются все же далеко позади.

Немаловажным показателем развития транспортной системы является возрастная характеристика транспорта. Рассмотрим возрастную структуру автомобильного транспорта отраслей экономики. Нетрудно заметить, что в период с 1995 по 2002 год происходит уверенное старение транспорта по всем видам. Количество грузовых а/м за это время сократилось с 15,4% до 7,2% (до 2 лет) и с 50,6% до 12,1% (2 – 5 лет). Такая же ситуация с автобусным транспортом (сокращение с 17,7% до 10,2% – до 2 лет, с 48,1% до 17,2% – 2 – 5 лет); пикапами и легковыми фургонами (с 28,1% до 15,2% – до 2 лет, с 51,3% до 31,4% – 2 лет). Но в то же время количество транспорта старше 10 лет возросло: грузового – с 17,4% до 48%, автобусов – с 18,1 до 39,8%, пикапов и легковых фургонов – с 9,8% до 23,7%. Все эти неутешительные данные явились результатом экономической нестабильности, отсутствия необходимых капиталовложений, амортизации и нерационального планирования. По видам транспорта как самый молодой можно отметить пикапы и легковые фургоны – 15,2% до 2 лет, 23,7% старше 10 лет. Далее идут автобусы – 10,2% до 2 лет и 38,8% свыше 10 лет, грузовые автомобили – 7,2% до 2 лет и 48,6% старше 10 лет.

По данным ежегодника построим диаграмму, которая отразит возрастную структуру транспорта Вологодской области. Но данных достаточно много, для их систематизации применим следующий метод. Будем обращаться к показателям 2002 года. При этом долю некоего транспорта какого-то возраста умножим на его средний возраст: к примеру, грузовые автомобили от 5 до 10 лет составляют 32,1%, значит, берем величину $(10+5)/2 \cdot 0,321 = 2,4075$. Далее просуммируем такие величины отдельно по каждому транспорту и все вместе, потом найдем, какую часть от всей суммы составляет сумма по каждому виду транспорта. Получим следующую диаграмму возрастной структуры транспорта (рис. 4).

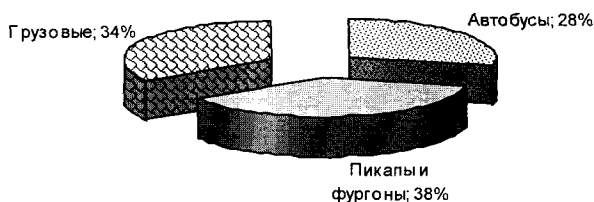


Рис. 4. Возрастная структура автотранспорта

Диаграмма отражает долю каждого транспорта в общем возрасте: чем больше доля, тем старше данный транспорт (лучше – более изношен).

Такая структура во многом противоречит целевой направленности транспорта отраслей экономики, которая направлена на грузоперевозки, как было сказано выше. Т.е. старение грузовых автомобилей в данном случае частично объясняет резкое снижение грузоперевозок автомобильного транспорта отраслей экономики (разобрано ранее) и отражает острый кризис в транспортной системе.

1.4. Характеристика отправления отдельных грузов. Проанализируем отправление отдельных грузов по видам транспорта общего пользования и дадим характеристику основных грузопотоков Вологодской области, что позволит впоследствии оценить некоторые аспекты развития транспортного комплекса региона. Рассмотрим отправление таких грузов, как каменный уголь, нефтепродукты, черные металлы, химические и минеральные удобрения, строительные и лесные грузы. Также отдельно отметим грузоперевозки по видам транспорта – железнодорожному и внутреннему водному.

Перевозки каменного угля за 1995 – 2002 гг. ж/д транспортом упали на 231 тыс. тонн, или на 47,5%, и составили 255 тыс. тонн к 2002 году. Несмотря на это, аналогичные показатели по внутреннему водному транспорту составили 3710 тыс. тонн, причем рост по тому же периоду составил 29,7% или 851 тыс. тонн.

Отправлением черных металлов, химических и минеральных удобрений традиционно занимается ж/д транспорт, данные продукты практически не перевозятся внутренним водным. При этом ж/д транспорт за 1995-2002 годы продемонстрировал рост на 5,6% и на 103%, по черным металлам и химическим удобрениям, перевозки которых достигли 7166 и 2227 тыс. тонн соответственно.

Похожая на предыдущую ситуация наблюдается по лесным грузам, перевозки которых внутренним водным транспортом свелись на нет уже с 1998 года. Напротив, ж/д транспорт имел рост в 17% и достиг объемов отправления лесных грузов в 2779 тыс. тонн.

Строительные грузы отправляются обоими видами транспорта, причем ж/д транспорт за 1995 – 2002 годы сохранял достаточно стабильный рост, тогда как внутренний водный, наоборот, сокращал отправление данного груза. Рост ж/д транспорта составил 78%, или 1214 тыс. тонн, а падение внутреннего водного 14,2%, или 192 тыс. тонн.

По потокам нефтяных грузов Вологодчина всегда составляла небольшие показатели, да к тому же за 1995 – 2002 год отправление нефтяных грузов в целом сократилось по внутреннему водному транспорту и практически не изменилось по ж/д транспорту, хотя на протяжении указанного периода показатели достаточно динамично изменялись.

Теперь оценим изменение в отправлениях грузов за 1995 – 2002 год, не разделяя по видам транспорта. Тогда отправление грузов, таких, как лесные,

строительные, химические и минеральные удобрения и черные металлы, довольно значительно возрастает, причем роль определителя здесь играет ж/д транспорт – именно он определяет показатели роста по данному грузу, а роль внутреннего водного транспорта здесь незначительна, регрессивна. Обратная картина наблюдается по каменному углю, где на фоне общего роста перевозок на 18,5% определяющую роль берет внутренний водный транспорт (рост на 29,7%), ж/д транспорт здесь перевозит в 14,5 раза меньше груза, и поэтому падение его показателей на 47,5% не столь значительно отразилось на общей картине роста. Для нефтяных грузов характерно падение на 32%, в основном за счет внутреннего водного транспорта, но в целом показатели отправленных нефтяных грузов достаточно малы, и даже падение в 32% составляет лишь 48 тыс. тонн за все время с 1995 по 2002 год.

Сейчас мы используем те же показатели, но теперь уже без учета видов грузов, что позволит дать сравнительную характеристику ж/д и внутреннего водного транспорта. Так, за 1995 год общий объем отправленных грузов составил 12399 тыс. тонн ж/д транспортом и 4284 тыс. тонн внутренним водным; за 2002 год эти показатели составили 15295 тыс. тонн и 4861 тыс. тонн соответственно. Таким образом, можно говорить о стабильном росте объемов отправленных грузов по обоим видам транспорта. Даже несмотря на то, что отправление некоторых грузов внутренним водным транспортом прекратилось, рост его составил 13,4% за 1995 – 2002 годы, который достигался лишь за счет увеличения отправления каменного угля. Ж/д транспорт же рос более стремительно и достиг увеличения отправок на 23,3%, сохраняя рост практически по всем видам грузов, кроме каменного угля. Проследим изменение роли в отправлении грузов ж/д и внутреннего водного транспорта, используя диаграмму (рис. 5).

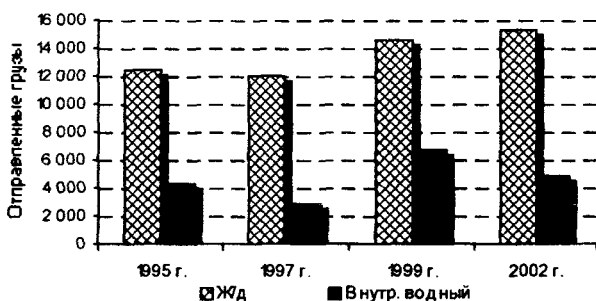


Рис. 5. Изменение роли транспорта в отправлении грузов

Абсолютно очевидно значительное преобладание в 3 раза ж/д транспорта над внутренним водным (тут многое определяет сезонность, т.к. зимой водный транспорт бесполезен). Кроме того, в 1995 – 2002 гг. это преобладание лишь усилилось. Такая структура во многом объясняется общими тенденциями

опережающего развития ж/д транспорта как по Вологодской области, так и по России в целом. Но, несмотря на это, внутренний водный транспорт уверенно лидирует все годы в перевозке некоторых грузов, таких, как, например, каменный уголь, что позволяет ему сохранять свою значимость.

Исходя из отправления отдельных грузов, мы можем также дать сравнительный анализ грузопотоков. Лидируют здесь черные металлы (7166 тыс. тонн), за ними с большим отставанием следуют: каменный уголь (3965 тыс. тонн), строительные грузы (3917 тыс. тонн), лес (2779 тыс. тонн), химические удобрения (2227 тыс. тонн). Замыкают цепочку нефтяные грузы (102 тыс. тонн). Структура грузопотоков Вологодской области хорошо отражена на диаграмме (рис. 6).

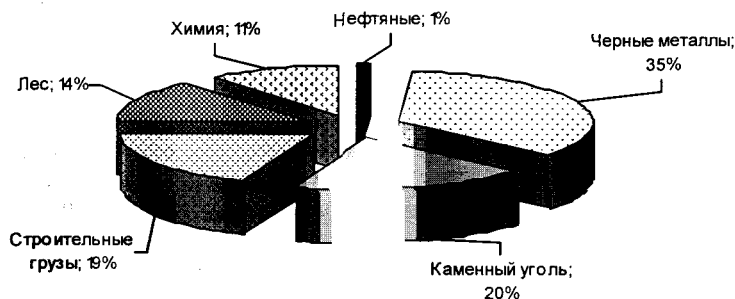


Рис. 6. Структура грузопотоков Вологодской области

Таким образом, несмотря на значительные различия грузов по физическим свойствам и характеру использования, мы можем судить об их роли в хозяйстве региона по данной диаграмме.

2. Пассажирские перевозки

Из транспортного комплекса отдельно выделяют пассажирские перевозки. Этому способствовал ряд причин. Во-первых, так называемый «груз» – пассажиры – является особым и не сопоставим со стандартными грузами по многим характеристикам. Во-вторых, эта отрасль зачастую рисует абсолютно оригинальные тенденции развития и представляет от общих показатели, соответственно обуславливает абсолютно другой подход со стороны планирования и разработок путей развития отрасли.

Итак, за 1995 – 2002 гг. объемы перевозок пассажиров увеличились на 1,8% – с 405,9 до 413,1 млн. человек, что связано главным образом с ростом перевозок трамвайным, троллейбусным и автомобильным транспортом – 53,3% (21,8 млн. человек), 19,8% (12,3 млн. человек) и 3,9% (8,9 млн. человек) соответственно. Этими видами транспорта перевозится наибольшее число пассажиров – автомобильный (235,3 млн. человек/год), троллейбусный (74,4 млн. человек) и трамвайный (62,7 млн. человек).

Пассажиरोоборот за тот же период (1995 – 2002 гг.) незначительно уменьшился – с 4126 до 3977 млн. пассажиро-км, что связано прежде всего с падением пассажирооборота автомобильного транспорта на 44,9% – с 2076 до 1434 млн. пассажиро-км. Также снизились перевозки внутреннего водного, трамвайного и воздушного транспорта на 80, 35, 50% соответственно. Но несмотря на это, пассажирооборот ж/д транспорта вырос на 29%: с 1716 в 1995 году до 2227 млн. пассажиро-км в 2002 году. Интересно, что при этом объемы отправления пассажиров уменьшились на 34,3%. Этот парадокс объясняет, скорее всего, увеличение дальности перевозки пассажиров. Такие соотношения показателей во многом сходны с результатами по грузоперевозкам, где по показателям роста лидирует ж/д транспорт на фоне общего падения.

Говоря подробнее о причинах снижения пассажиропотоков, мы можем использовать ранее полученные результаты. Т.е. резкое падение пассажирооборота можно связать с увеличением более чем в 2 раза числа легковых автомобилей в собственности граждан – люди перестают пользоваться транспортом общего пользования и переходят на личный. Такое перераспределение очень значительно, ибо прежде всего происходит сокращение отправления пассажиров городским автотранспортом общего пользования, который, в свою очередь, дает 85% от общего пассажирооборота. Также здесь мы можем упомянуть и изменения уровня пассажирских тарифов, которые оказывают непосредственное влияние на отправление пассажиров и пассажирооборот. Такие изменения за последние годы продолжают увеличивать разрыв между платежеспособным спросом и средним уровнем тарифов, что вызывает ежегодное падение показателей.

Теперь, анализируя представленные показатели, выделим возможные пути решения проблем и перспективы развития. В первую очередь следует лучше ориентироваться на платежеспособный спрос и правильно оценивать темпы и последствия инфляции и в зависимости от всего этого наиболее точно регулировать тарифную систему. Необходимо, кроме того, повышение гибкости системы тарифов, для этого следует ввести соответствующие повышающие или понижающие коэффициенты. Немаловажным является и повышение привлекательности пассажирского транспорта – увеличение его удобства и комфортабельности. Требуется также соответствующее реформирование правовой базы, что также позволит решить целый ряд проблем, например проблемы льготников. Особенно актуальными эти пути являются для городского транспорта, так как он – основная составляющая пассажирооборота (более 85%), и в результате неправильной тарификации и непривлекательности, происходит ускорение автомобилизации населения, составляющей около 10% в год, несущей за собой многие проблемы, такие, как загрязнение воздуха, пробки на дорогах, увеличение числа ДТП и прочие.

Заключение. Пути развития

Таким образом, в результате проделанной работы мы выяснили основные особенности транспорта Вологодской области. Это преобладание ж/д транспорта над остальными видами, которое выражается как в отправлении грузов, так и в грузообороте. Также можно обозначить снижение роли транспорта отраслей экономики, наиболее яркий из рассмотренных примеров – автомобильный транспорт. Относительно пассажироперевозок наибольшее оживление наблюдается среди городского транспорта, а также перевозок пассажиров на дальние расстояния. В целом же в связи с ростом числа автомобилей в собственности граждан роль пассажирского транспорта, а в частности автомобильного, снижается. По грузопотокам налицо черты специализации – преимущественно потоки таких грузов, как черные металлы, каменный уголь, лес и строительные материалы. Причем главным средством отправления этих грузов и ряда других является ж/д транспорт, отдельные же виды транспорта являются определяющими в отправлении какого-либо одного вида грузов: так, в отправлении каменного угля преобладает внутренний водный транспорт.

Также мы выделяли и проблемы транспортного комплекса региона. Среди них прежде всего стоит отметить недостаток инвестиций в транспортную отрасль, что, в свою очередь, способствует порождению ряда промежуточных проблем, таких, как старение транспортного парка, в результате чего падают транспортные показатели. Здесь же помимо инвестиций и развития новых технологий существует проблема наиболее рационального использования уже задействованных мощностей, решение которой позволит замедлить падение отдельных показателей. Особые проблемы характерны для пассажирского транспорта. Здесь прежде всего выделяется проблема разрыва между платежеспособным спросом, так как основной инструмент управления этой отраслью есть система тарифов. Немаловажным является и снижение конкурентоспособности пассажирского транспорта в целом, в результате чего люди переходят на индивидуальный транспорт, что порождает ряд проблем (как мы уже говорили – пробки, загрязнение воздуха, рост числа ДТП).

Теперь сосредоточим внимание на потенциальном развитии транспортной системы области. Выделим ряд путей решения создавшихся проблем. Первый путь будет направлен на рациональное использование имеющихся мощностей. Для этого необходимо повышение уровня координации органов, обеспечивающих функционирование и развитие транспорта. Реформирование должно быть проявлено и на уровне нормативно правовой базы. Кроме того, требуется модернизация транспортных технологий, развитие соответствующей инфраструктуры. Залогом успеха в развитии транспорта также будет являться комплексная информатизация на основе современных

телекоммуникаций и навигационных систем. Выполнение этих мер должно повысить в будущем инвестиционную привлекательность транспортных проектов. Вторым этапом будет являться непосредственное интенсивное инвестирование транспортной отрасли, которое позволит увеличить потенциал развития транспортной системы в целом и задать новый уровень показателей транспорта.

Выполнение преобразований хотя бы первого этапа позволит значительно улучшить транспортную инфраструктуру и позволит замедлить сразу несколько нежелательных процессов и ускорить рост. На этом исследование транспортной системы Вологодского региона закончено.

Источники информации и материалы

1. Экономический ежегодник Вологодской области.
2. Web-сайт РосБизнесКонсалтинг.
3. Web-сайт газеты «Финансовые известия» www.finiz.ru.
4. Web-сайт Минтранса РФ www.mintrans.ru.
5. Web-сайт Госкомстата РФ www.gks.ru.
6. Web-сайт МПС РФ www.mps.ru.

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА МЭРОМ Г. ВОЛОГДЫ»

Вологжане живут в городе, который ежедневно и раду-ет нас, и огорчает. Когда нам в нем хорошо – мы думаем о себе, когда плохо – вспоминаем мэра: «Куда он только смот-рит? Вот если бы я был мэром...».

Для того, чтобы быть мэром города Вологды, надо быть грамотным человеком во многих областях знаний: экономи-ке, градостроительстве, истории. Если бы я была мэром, то подобрала бы себе помощников, знающих толк в своем деле.

Я считаю, что у нынешнего мэра Вологды плохие помощники в области архитектуры. Всем хорошо известно, что Вологда с давних времен слави-лась архитектурными шедеврами зодчества. А где они сейчас? С каждым днем их становится все меньше и меньше. На месте старых деревянных домов строятся новые коттеджи или магазины. Скоро нам будет нечем гор-диться и нечего показать. Разве такое будущее мы хотим для нашей Волог-ды? Пожилые люди выражают свое недовольствие мэру, что Вологда теря-ет свое лицо, уют и теплоту и становится холодным городом. Мэр не может уследить за всем. Вот здесь и нужны помощники. Если бы я была мэром, то постаралась бы, чтобы в благоустройстве города помогли мне не только помощники-специалисты, но и сами горожане. Иногда полезно прогуляться по городу и поспрашивать у людей их мнения и предложения. Я уверена, что многих вологжан не устраивают дороги в городе, так как ездить по ним совершенно невозможно. Я бы занялась их ремонтом и следила бы зимой за их очисткой от снега. Сделала бы похожими на центр города окраины, они совсем в запущенном состоянии. Благоустроила бы площадки с контейне-рами для мусора, чтобы вид не портили и город не засоряли. Запретила бы выгул собак на школьных и детских площадках и ввела бы за это штраф. Занялась бы ремонтом школ, больниц, детских садов, реконструкцией па-мятников. Позаботилась бы о создании приютов для бездомных животных и детей. Также меня очень сильно волнует экологическая обстановка в го-роде. Улучшить ее может установка фильтров и очистительных сооруже-ний на заводах. Летом необходимо украсить город цветниками, клумбами, отремонтировать городской парк ВРЗ, создать много скверов с лавочками, куда можно придти и отдохнуть. Большой проблемой я считаю организа-цию досуга подростков. Среди моих предложений есть создание кафе «Мак Дональдс». Без внимания не хочу оставить такую важную проблему как повышение уровня жизни людей, социальных условий: считаю, что надо со-здать больше места для семейного отдыха. Если бы я была мэром, то занялась бы налаживанием работы транспорта, сделала бы бесплатный проезд для



Петрунина Ю.

Работе присуждена первая премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

школьников. Я очень серьезно обеспокоена высокой преступностью. Обязательно нужно запретить продажу спиртных напитков, сигарет лицам, не достигшим совершеннолетия и усилить патрулирование на центральных улицах города. Безопасность горожан – выше всего!

Я думаю, что быть мэром очень сложно. Трудно обустроить город так, чтобы в нем хорошо жилось людям молодым и старым, русским и людям других национальностей. И если в будущем я стану мэром своего города, то обязательно постараюсь воплотить свои идеи в жизни.

М. Лисовская (9 кл. шк. № 30)

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА ЧАСТНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ»

Я живу в третьем микрорайоне города Вологды, на улице Псковской. Наш район постоянно расширяется. Строится много новых многоэтажных домов, а также индивидуальных коттеджей. Соответственно увеличивается число жителей. По статистике преобладает население в возрасте от 25 до 40 лет. В микрорайоне достаточно продовольственных и промтоварных магазинов. Есть две школы и несколько детских садов. Недалеко находится ДК ПЗ, который, скорее центр досуга, нежели Дворец культуры. Несмотря на имеющиеся несколько частных парикмахерских, в районе улиц Псковской, Костромской, Возрождения нет хорошего салона красоты.

Но ведь красота – это прежде всего здоровье. Под словом «здоровье» я понимаю нормальную, правильную деятельность организма, его физическое и психическое благополучие. Недаром многие программы, не только города, но и всей страны, направлены на формирование потребности в здоровом образе жизни и его сохранении.

Пока российский бизнес крутится вблизи прилавков с продовольствием, в развитых странах давно научились извлекать выгоду буквально из воздуха. У нас же в сфере сервиса выбор пока невелик.

Если бы я была частным предпринимателем, то в нашем, на мой взгляд, престижном микрорайоне открыла бы «Центр здоровья». «Центр здоровья» – это не только тренажерные залы, помещения для аэробики и шейпинга, бассейн, парикмахерские и солярии, а консультации и помощь специалистов в поддержании собственного здоровья.

Работа Центра будет строиться не на отдельных посещениях того или иного кабинета, а мы создадим комплекс услуг по сохранению и укреплению здоровья.

Работе присуждена вторая премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

В Центре будут работать высококвалифицированные специалисты-тренеры, косметологи, парикмахеры, визажисты, люди со специальным медицинским образованием, психологи, социальные педагоги и консультанты.

Прежде всего стоит вопрос о выборе подходящего помещения, соответствующего санитарным нормам, оснащенного современным оборудованием. Необходимо сделать посещение Центра доступным для разных слоев населения, будь то люди с высоким достатком, так и малообеспеченные. Нельзя забывать и о детях, ведь они – будущее России. На льготных условиях посещать Центр могут и люди зрелого возраста, пенсионеры. Мы также должны заботиться об их здоровье.

В качестве спонсорской помощи администрация «Центра здоровья» обязуется в определенные дни обслуживать некоторые категории граждан на льготных условиях. Например, детей-сирот, детей-инвалидов, а также из многодетных семей. Если я буду частным предпринимателем и открою свой «Центр здоровья», то проблем с налоговой инспекцией у меня не будет, так как все налоги, которые установлены, я буду платить вовремя. Надеюсь, что мой бизнес будет прибыльным, а все клиенты нашего Центра останутся довольными, после его посещения они будут удовлетворены качеством обслуживания и у нас всегда будет много желающих побывать в нашем замечательном «Центре здоровья».

А. Чеботарская (9 кл. шк. № 30)

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА ЧАСТНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ»

Жизнь любого человека в мире рыночной экономики связана с постоянным взаимодействием с разнообразными фирмами.

Фирма – это коммерческая организация, приобретающая факторы производства с целью создания и продажи благ и получения на этой основе прибыли. Фирмы нанимают людей на работу, производят товары и услуги. Наконец, результаты деятельности фирм сказываются на природной среде, в которой мы живем.

С точки зрения экономиста, фирмы возникают потому, что они, комбинируя (соединяя) факторы производства, решают задачи производства более рационально, чем отдельный человек. А с точки зрения предпринимателя, фирма создается для того, чтобы приносить ему доход в форме прибыли и другие выгоды.

Если бы я была частным предпринимателем, то я бы открыла небольшое кафе в русском национальном стиле.

Работе присуждена третья премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

В его интерьере я бы использовала местную символику (гербы города Вологды), атрибуты промыслов жителей Вологодской области, где были бы совмещены несколько стилей отделки помещений, присущих XIX – XXI векам.

Почему именно кафе в русском стиле?

В 1998 году в нашей области стартовал проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза». С того времени туристическая деятельность стала одним из приоритетных направлений экономики, постоянно растет поток туристов в нашу область. География туристов расширяется. На родину Деда Мороза приезжают не только из Москвы и Санкт-Петербурга, но и из Ярославля, Нижнего Новгорода, Костромы, Ростова-на-Дону, Кирова, Астрахани, Волгограда и других городов России. За одну только зиму 2003 года резиденцию Деда Мороза посетили около 30 000 человек. Постоянно разрабатываются новые экскурсионные маршруты.

Основной поток туристов проходит через Вологду. Многие гости останавливаются с целью знакомства с нашим городом, посещая музейный комплекс и другие достопримечательности.

Я бы расположила свое кафе на Кремлевской площади, что привлекло бы большое количество желающих покушать в соответствующей обстановке, как продолжение экскурсии по нашему городу и краю.

Ценовая политика кафе была бы направлена на доступность предоставляемых услуг всем слоям населения. Мое кафе в русском стиле предоставляло бы услуги не только гостям нашего города, но и его жителям.

Меню состояло бы в основном из блюд, разработанных в соответствии с национальными традициями по старинным рецептам. Названия блюд также соответствовали бы стилю кафе.

Ежегодно наш город празднует День города. К этому событию можно было бы приурочить мероприятия, проводимые в моем кафе.

Также в кафе можно было бы проводить День защиты детей, День Матери, День пожилого человека и другие праздники, и все они проходили бы в национальном стиле и по необычному сценарию.

Официантки, работающие в моем кафе, были бы одеты в русском национальном стиле. Вся посуда и столовые приборы соответствовали бы стилю XIX – XXI веков.

Подобное кафе уже давно успешно работает в городе Череповце. Оно называется «Русская тройка». Я всегда стараюсь посетить это кафе, когда приезжаю в Череповец. Небольшое, уютное кафе привлекает большое количество посетителей: как жителей городов Череповец, Вологда, Москва, Санкт-Петербург, так и зарубежных гостей города. «Русская тройка» содействует приему туристов города Череповца и Вологодской области и, как я узнала, является членом Череповецкой ассоциации туризма с 2001 года.

Я бы хотела, чтобы такое же кафе было и у нас в Вологде. Вот почему если бы я была предпринимателем, я бы открыла кафе в русском стиле.

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА ПРЕЗИДЕНТОМ РОССИИ»

Многие сферы нашего общества требуют усовершенствования и дополнительного развития. Некоторые слои населения нуждаются в помощи своей страны. Наша страна может стать экономически продвинутой благодаря некоторым изменениям в сфере жизни общества.

Во-первых, очень важной проблемой на сегодняшний день является образование. Все больше становится образовательных учреждений, дающих высшее образование, которые работают на платной основе. Сейчас нужно приложить максимум усилий, чтобы поступить в вуз и учиться бесплатно. Поэтому, на мой взгляд, «бесплатники» – это более грамотные и квалифицированные специалисты. Для детей малоимущих граждан платное обучение просто недоступно и они вынуждены идти работать, вместо того чтобы учиться в вузе, хотя и стремятся к этому. Отсюда в нашей стране и в нашем городе на производстве оказываются неквалифицированные кадры. От этого может ухудшиться качество производимой продукции, то есть наши товары или услуги становятся неконкурентоспособными. Следовательно, экономика нашей страны оказывается на низком уровне. Чтобы не допустить такого исхода событий, нужно сделать образование более доступным, то есть бесплатным. Но чтобы выпускать из вузов по-настоящему квалифицированных работников, нужно привлечь в эту сферу хороших преподавателей, которые бы хотели и стремились выпустить из учреждений уже специалистов. Этого можно достичь благодаря увеличению заработной платы работникам данной сферы, хорошими условиями труда и какими-либо привилегиями со стороны государства. Но и у студентов должен быть стимул учиться. Их успехи должны поощряться. Основным доходом студента является стипендия. Но в настоящее время она настолько мала, что на нее студент не сможет самостоятельно прожить. Значит, стипендию студентам надо повысить до уровня хотя бы немного приближенного к средней зарплате. Таким образом, квалифицированных и высокообразованных специалистов станет гораздо больше.

Но проблемой, вытекающей из проблемы образования, является неостребованность людей с высшим образованием, но не имеющих опыта работы. Руководство предприятий не заинтересовано принимать на работу людей, только что закончивших вуз. Решением этой проблемы может быть

Работе присуждена поощрительная премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

какое-либо постановление правительства, обязывающее принимать на работу кадры с только что полученным высшим образованием. Так проблема образования в России будет решена.

Следующей проблемой, которую бы я хотела затронуть, если бы я стала президентом, это неправильное использование наших природных ресурсов. У нас большие запасы нефти, газа, угля, то есть топливно-энергетические ресурсы. Они очень активно используются, поэтому их количество резко сокращается, а это значит, что через несколько десятков лет эти запасы могут быть исчерпаны. Если мы не хотим, чтобы это все-таки произошло, то нужно сократить использование природных ресурсов или же заменить их другими материалами.

Еще одной проблемой нашей промышленности является экспорт. Большинство природных ресурсов России «уходит» за границу. А мы, в свою очередь, закупаем у них предметы потребления. Например, Россия продает за границу древесину, которой наша страна богата, а из-за границы нам продают мебель, которая гораздо дороже нашей древесины. Эту проблему можно решить, построив современные заводы, которые будут использовать природные ресурсы России и производить хорошую конкурентоспособную продукцию. Естественно, что на этих заводах должны работать высокообразованные и квалифицированные рабочие. Следовательно, ресурсы нашей страны остаются на нашей территории и в то же время у нас не будет необходимости закупать дорогой товар за границей.

Еще одна проблема России – бедность. Бедная часть населения выключена из развития страны. Отсюда растет преступность, т.к. по статистике бедность – ее главная причина. Бедность среди работающих людей недопустима, т.к. их труд должен вознаграждаться. Каждый человек имеет право на оплату своего труда. Страна обязана помогать своим гражданам. Социальная помощь должна оказываться тем, кто в ней действительно нуждается, при этом она должна быть полноценной. Социальные выплаты необходимо повысить до уровня не ниже прожиточного минимума. Таким образом, мы можем избежать бедности. В цивилизованной стране бедность недопустима!

В заключение отмечу, что это только некоторые проблемы нашей страны, это только некоторые задачи, которые нужно перед собой ставить и решать. Россия — очень богатая, великая страна. Усовершенствовав некоторые сферы жизни общества, устранив проблемы, мешающие хорошему развитию страны, мы можем поднять нашу страну до очень высокого уровня. Надо только помнить, что успехи России в наших руках.

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА ПРЕЗИДЕНТОМ РОССИИ»

Президент России – это самая высокая и самая ответственная должность в государстве. Президент является главой российского государства.

И как глава государства он осуществляет четыре основные функции:

- является гарантом конституции Российской Федерации, прав и свобод человека и гражданина;
- принимает меры по охране суверенитета Российской Федерации, ее независимости и государственной целостности и обеспечивает согласованное функционирование и взаимодействие всех органов государственной власти;
- определяет основные направления внутренней и внешней политики страны;
- представляет Российскую Федерацию внутри страны и в международных отношениях.

Для выполнения всех вышеперечисленных задач нужно исходить из реалий сегодняшнего дня.

В нашей стране немало проблем, но наибольшее их количество связано с реформами в области экономики. И поэтому реформы должны быть построены экономически грамотно. Исходя из этого, если бы я была президентом, то основными аспектами деятельности в сфере экономики для меня были бы следующие:

1. Снижение уровня инфляции путем создания условий для конкуренции между производителями товаров и услуг.
2. Антимонопольная политика.
3. Снижение уровня безработицы в стране.
4. Повышение заработной платы работникам бюджетных организаций (врачам, учителям, работникам сферы науки и культуры), т.к. люди, имеющие высшее образование, должны получать зарплату, соответствующую своему статусу.
5. Борьба с коррупцией.
6. Создание высокоэффективного сельского хозяйства за счет использования новейших разработок по выращиванию и переработке его продукции.
7. Увеличение затрат на приобретение современной техники и оборудования.

Работе присуждена поощрительная премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

8. Увеличение экспорта готовой продукции.

9. Разработка программ занятости молодежи.

10. Увеличение государственных инвестиций в развитие туризма.

Развитие экономики невозможно без подготовок высококвалифицированных кадров, поэтому нужно проводить политику по повышению престижа рабочих специальностей, которые являются востребованными на рынке труда в данный момент. Параллельно этому не стоит подавлять желание людей получить высшее образование, т.к. обстановка на рынке труда имеет тенденцию к изменению каждые 5 – 10 лет.

Решение данных проблем в короткие сроки повлечет за собой изменения и в социальной сфере.

Наша страна обладает огромными золотовалютными запасами, часть которых государство могло бы выделить на решение социально-экономических проблем.

Сейчас в России получила развитие система жилищного ипотечного кредитования. По моему мнению, ставка банковского процента слишком велика. Вследствие этого работники бюджетной сферы, которые составляют большую часть работающих, не в состоянии приобрести такое жилье.

Если бы я была президентом России, то я увеличила бы долю государственного капитала в жилищном строительстве, потому что считаю, что эта отрасль сейчас одна из самых перспективных. Строительство нужно развивать не только в больших, но и в малых городах и поселках.

Так как я еще продолжаю учиться в школе, то отлично понимаю состояние российской образовательной системы и проблемы, имеющие место в этой сфере. На содержание школьных библиотек и обеспечение учеников учебниками сейчас, по-моему, выделяется недостаточное количество средств; имеются проблемы с компьютеризацией школ и образовательных учреждений, с обеспечением питанием в школьных столовых. Нужно детально рассмотреть все эти вопросы и постараться решить их в самое ближайшее время. Также я считаю, что необходимо усовершенствовать образовательные программы, ввести профильное обучение с 7-8 класса.

Еще одним важным направлением деятельности президента является развитие и сохранение дружественных отношений со странами-союзниками, а особенно со странами Западной Европы.

И, подводя итоги, нужно сказать, что проблемы в нашей стране были всегда и современная жизнь не является исключением из этого правила. Решения этих проблем должны быть комплексными и не ущемляющими интересы людей, живущих в России. Люди, выбирая президента, надеются, прежде всего, на повышение уровня жизни в стране. И если бы я была президентом, то постаралась бы оправдать их надежды на светлое будущее.

ЭССЕ НА ТЕМУ: «ЕСЛИ БЫ Я БЫЛА МЭРОМ Г. ВОЛОГДЫ»

Быть мэром, наверное, очень не просто. Но если бы я им стала, то, во-первых, я бы разобралась с транспортом. То есть сделала бы единый проездной на автобус и троллейбус и для этого объединила бы эти транспортные предприятия в одно. Этот проездной должен стоить чуть больше проездного на автобус. Также нужно потихоньку обновлять автобусный парк (троллейбусы еще как-то ездят), так как некоторые автобусы, в особенности маршрута № 5, очень часто ломаются, и из-за этого люди опаздывают на смены, а дети в школу. Качество дорог в моем районе также оставляет желать лучшего, а остановки – это вообще большая тема.



Павлинова А.

В 3-м классе я писала сочинение на эту же тему, и после этого везде, кроме моего района, стали ставить новые железные остановки. А на моей остановке как стоял «бетонный остов», так и стоит. Иногда стоишь ждешь автобуса, а сама думаешь, не обвалится ли крыша. Вообще, район, в котором я имею счастье проживать, очень опасная зона. Он окружен мясокомбинатом, хлебокомбинатом, заводом ЖБИ, нефтебазой, а под моими окнами находится пилорама, недалеко расположились очистные сооружения. Мне очень интересно узнать, мэр А. Якуничев здесь когда-нибудь был? Нашим домам уже более 50 лет, а капитального ремонта еще не было.

Недавно по обмену к нам приезжали французские школьники из г. Валанса, провинции Дофине. На вопрос, как им понравился наш город, они ответили, что город у нас очень красивый, но только на улицах грязно. Из-за недостатка урн вологжане мусорят себе под ноги, люки для стока вод засорены. Когда в наш город приходит весна, появляется первая зеленая травка, цветочки, а вместе с тем и мусор. Слава богу, после субботников ситуация улучшается.

Меня очень волнует ситуация старых домов. В прошлом году обвалилась стена на улице Мира, сейчас в старых домах появляются трещины, в подвалах – болота, на стенах – плесень. Некоторые люди живут в антисанитарных условиях. Не решен также и квартирный вопрос, хотя сейчас и строятся новые здания, но работникам бюджетной сферы новые квартиры не по карману.

Работе присуждена поощрительная премия в I конкурсе эссе среди школьников (2004 г.).

Перейдем к проблемам образования. В сельских школах (и в некоторых городских) – старые компьютеры, нет доступа в Интернет, старые стулья и парты. В городе мало мест отдыха для молодежи. У меня есть предложение. Из бывшего кинотеатра «Родина» сделать хорошее «цивильное» кинокафе, где будут умеренные, доступные цены и хорошие фильмы на любой вкус. Глядишь, и одним заброшенным зданием меньше, и молодежи есть где отдохнуть, а следовательно, они не будут шляться по подворотням и будет снижаться уровень наркомании и СПИДа, потому что до 80% случаев заражения – через иглу. Проблемы здравоохранения также остро стоят: в районах мало лекарств, низкое качество обслуживания. Моя мама часто вспоминает, что в советские времена были какие-то социальные гарантии, а сейчас ничего нет.

Я очень надеюсь, что хоть что-нибудь из этого сбудется и проблемы будут услышаны.

**Экономика региона –
глазами старшеклассников**

*Сборник конкурсных работ
Выпуск 1*

Редакционная подготовка

Л. Н. Воронина

Л. Ю. Журавлева

Оригинал-макет

А. А. Воробьева

Подписано в печать 25.10.04.

Формат бумаги 60x84¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 5,35. Тираж 330 экз. Заказ №230

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а, ВНКЦ ЦЭМИ РАН,

тел. 54-43-79, e-mail: common@vscc.ac.ru