

Федеральное агентство научных организаций
Российская академия наук
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук



Экономика региона глазами старшеклассников

*Сборник конкурсных работ
Выпуск 13*

Вологда • 2016

ББК 65.9(2Рос-4Вол)
Э40

Публикуется по решению
Ученого совета ИСЭРТ РАН

Э40 Экономика региона глазами старшеклассников [Текст] :
сб. конкурсных работ. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2016. – Вып. 13. – 136 с.

ISBN 978-5-93299-348-4

Редакционная коллегия:
А.А. Шабунова, Л.В. Бабич, Е.С. Мироненко

Одним из основных направлений деятельности Научно-образовательного центра экономики и информационных технологий ИСЭРТ РАН является вовлечение обучающихся в научно-исследовательскую деятельность в сфере экономики. В рамках реализации данного направления в НОЦ ежегодно проводится научно-практическая конференция «Экономика региона глазами старшеклассников», по итогам которой выпускается сборник конкурсных научно-исследовательских работ и эссе школьников. В данном выпуске опубликованы работы победителей и лауреатов конкурса НИР и эссе по экономике 2015/16 учебного года.

Сборник представляет интерес для школьников, студентов, аспирантов, а также может быть использован преподавателями образовательных учреждений экономического профиля при работе с обучающимися и специалистами в сфере экономики.

Тексты работ публикуются в авторской редакции.

ISBN 978-5-93299-348-4

ББК 65.9(2Рос-4Вол)

© ИСЭРТ РАН, 2016

◀ На обложке: обучающиеся НОЦ на научно-практической конференции 2016 г.

О НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ЦЕНТРЕ ИСЭРТ РАН

Научно-образовательный центр при Институте социально-экономического развития территорий РАН (далее НОЦ) был создан в г. Вологде в 2003 году совместно с Санкт-Петербургским государственным инженерно-экономическим университетом и Вологодским государственным техническим университетом. Сейчас НОЦ представляет собой многоступенчатую систему подготовки кадров по экономическому направлению, осуществляемую по цепочке «школа – вуз – аспирантура». Таким образом, НОЦ обеспечивает преемственность в подготовке кадров, ускоряет приобщение участников к научным исследованиям.

Школьное отделение НОЦ в настоящее время включает в себя очный факультатив по экономике и Экономическую интернет-школу. Общая численность школьников центра в 2015/2016 учебном году составила 540 человек (очный факультатив – 350, интернет-школа – 190 человек).

Занятия очного факультатива посещают школьники из общегородских групп и профильных экономических классов МОУ «Лицей № 32» г. Вологды.

Основными направлениями работы с обучающимися являются проведение занятий, организация различных мероприятий, экскурсий, профильных экономических смен в летнем лагере, а также обеспечение участия школьников в конкурсах, олимпиадах и конференциях. Обучение осуществляется сотрудниками и аспирантами ИСЭРТ РАН по курсам, тематика которых расширяется и дополняет-

ся новыми дисциплинами: «Экономика», «Олимпиадная экономика», «Экономическая математика», «Программирование», «Региональная экономика», «Финансовая грамотность», «Деловой английский язык», «Информатика», «Профорентация» и др.

С 2010/2011 учебного года школьники 8 – 11 классов могут обучаться экономике дистанционно посредством Экономической интернет-школы. Данный проект позволил существенно увеличить аудиторию участников, охватив многие образовательные учреждения за пределами нашей области. Сейчас учениками ЭИШ являются школьники из Вологодской, Ростовской, Мурманской областей и Республики Беларусь.

Обучающиеся принимают активное участие в различных олимпиадах, конкурсах и конференциях. Важное место среди них занимает Межрегиональная экономическая олимпиада школьников «Интеллектуальный марафон имени Н.Д. Кондратьева». С 2011/2012 уч. года Научно-образовательный центр ИСЭРТ РАН выступает в качестве региональной площадки для проведения очного этапа данного мероприятия.

Также одним из приоритетных направлений деятельности Центра является организация и проведение открытой олимпиады по экономике и Летней интернет-олимпиады по экономике. Традиционно в ней принимают участие обучающиеся из регионов Российской Федерации, Республики Беларусь, Казахстана и Украины.

НОЦ также взаимодействует с высшими учебными заведениями, организуя для студенческой аудитории преддипломные практики, конференции и конкурсы НИР. В 2015/2016 учебном году общая численность студентов, взаимодействующих с НОЦ, составила более 400 человек. Выпускники вузов, проявляющие интерес к экономическим исследованиям, получают возможность поступить в аспирантуру ИСЭРТ РАН на бюджетной основе и начать свою профессиональную и научную деятельность в ИСЭРТ РАН.

Таким образом, на протяжении многих лет НОЦ объединяет школьников, студентов, аспирантов, молодых ученых, которые в реальных условиях приобщаются к экономической науке.

Научно-образовательный центр экономики и информационных технологий открыт для сотрудничества, контактов и совместной работы в сфере экономического образования молодежи.

К ЧИТАТЕЛЯМ



Уважаемые читатели!

Приветствуем вас на страницах тринадцатого выпуска сборника призовых конкурсных научно-исследовательских работ и эссе обучающихся Научно-образовательного центра экономики и информационных технологий ИСЭРТ РАН.

Начиная с 2004 года, в НОЦ ежегодно проводится конкурс НИР и эссе, по итогам которого проходит научно-практическая конференция «Экономика региона глазами старшеклассников».

Сначала школьникам предлагается определиться с тематикой работы, затем к ним прикрепляются научные руководители, направляющие их в ходе всего процесса написания работы и подготовки к выступлению. Конкурсный отбор лучших работ проходит в два этапа: на первом этапе представленные доклады подвергаются независимой оценке экспертов института, которые определяют лучшие из них. Впоследствии эти доклады допускаются ко второму этапу – защите на конференции.

Проведение олимпиад и конкурсов для научно-образовательного центра является приоритетным направлением деятельности, предполагающим вовлечение обучающихся в исследовательскую работу с целью более эффективного усвоения знаний в области экономики и развития способностей школьников. Так, на протяжении 2003/2004 – 2015/2016 учебных годов для учеников 5 – 8 классов организуется конкурс эссе, а для обучающихся 9 – 11 классов – конкурс научно-исследовательских работ по экономике. За данный период в научно-исследовательскую деятельность было вовлечено более 800 школьников.

В 2015/2016 учебном году на конкурсный отбор было представлено 37 научно-исследовательских работ и 46 школьных работ-эссе. На основе оценки для защиты на конференции эксперты выбрали 12 работ, где поднимались экономические проблемы, проблемы профессионального самоопределения подростков, анализировалось развитие трудовых ресурсов на примере Ленинградской области, рассматривался опыт малого и среднего бизнеса. По итогам работы конференции квалифицированное жюри отобрало 6 лучших работ, включенных в данный сборник.

Семь выбранных жюри эссе написали школьники 6-8 классов, четверо из них – обучающиеся МОУ «Лицей № 32», трое – школьники 6 и 8 классов МОУ «СОШ №37 с углубленным изучением английского языка» г. Ярославля, МОУ «СОШ №39 им. С.А. Ловенецкого» г. Вологды и ГУО «Гимназия №1 г. Старые Дороги» Республики Беларусь соответственно. В своих работах обучающиеся представили себя на месте частного предпринимателя, директора школы, президента, начальника Департамента культуры и охраны культурного наследия Вологодской области и начальника Департамента образования политике Вологодской области. Эссе содержат размышления о приоритетных направлениях деятельности в обозначенных сферах, варианты решения существующих проблем. Тематика работ свидетельствует о том, что школьники проявляют интерес к процессам развития в науке, политике и экономике, высказывая собственное мнение.

Участие в конференции «Экономика региона глазами старшеклассников» позволило обучающимся приобрести ценный опыт публичного выступления, а также получить навыки ведения научно-исследовательской работы.

Надеемся, что материалы сборника будут полезны тем, кто интересуется социально-экономическим развитием региональной экономики.

Л.В. Бабич
к.э.н. зам. директора по научной работе,
зав. отделом исследований влияния
интеграционных процессов в науке и образовании
на территориальное развитие ИСЭРТ РАН

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ
РАБОТЫ**

Д.С. Шеметова
(9 «В» класса МОУ «Лицей №32», г. Вологда)
научн. рук-ль А.В. Короленко

Проблемы выбора будущей профессии выпускниками 9 классов (на примере МОУ «Лицей №32»)

Введение

Одна из наиболее серьёзных проблем подросткового возраста – проблема выбора будущей сферы деятельности и профессии. Именно в этот период школьники встречаются с трудностями адекватной оценки своих возможностей, степени развития у них именно тех качеств и свойств, которые требуются для конкретной профессиональной деятельности и обеспечивают успех ее освоения. Не обладая еще достаточной долей самостоятельности, личностного контроля и самоуправления, они испытывают подчас трудности при определении будущих профессиональных ценностей из-за отсутствия возможности соотнести их со своими личностными смыслами [1].

Одна из острейших проблем рынка труда в настоящее время – безработица среди молодежи. От того, насколько выбор профессии будет сделан осознанно, зависит профессиональное развитие, карьерный рост и личностное благополучие человека. Поэтому к выбору сферы деятельности нужно готовиться еще и психологически.

Подготовка к выбору будущей профессии представляется крайне важной, поскольку она является неотъемлемой частью всестороннего и гармоничного развития личности, и ее следует рассматривать в единстве и взаимодействии с нравственным, трудовым, интеллектуальным, политическим, эстетическим и физическим совершенствованием личности, то есть со всей системой учебно-воспитательного процесса. Таким образом, профориентация служит ключевым моментом как развития и становления отдельно взятого человека, так и функционирования общества в целом.



Д.С. Шеметова



А.В. Короленко

Профессиональное самоопределение подростка подразумевает и понимание того, как не допустить серьёзных ошибок при выборе дальнейшего пути, как грамотно осуществить поиск образовательных учреждений, готовящих специалистов в данной области. Профессиональный выбор – трудоёмкий, ответственный и в то же время решающий этап в жизни выпускника, так как, с одной стороны, его осуществление невозможно без учёта ситуации, сложившейся на современном рынке труда и, с другой стороны, большое значение имеет личный интерес подростка к избранной специальности и знание им собственных качеств и характеристик, необходимых для овладения профессией.

В ходе профессионального самоопределения подростки сталкиваются с рядом вопросов, правильный ответ на которые позволит сделать грамотный выбор, решиться на ответственный шаг. «Куда идти учиться для того, чтобы получить навыки, необходимые для овладения данной профессией?», «Востребована ли сейчас данная профессия и будет ли она востребованной через 5-10 лет?», «Каково содержание работы и условия труда?», «Какие профессиональные качества необходимы для овладения ей?» – вопросы, волнующие выпускников при выборе профессиональной сферы деятельности. Субъективные мнения подростков, касающиеся их профессионального самоопределения, можно получить в ходе социологических исследований, а именно в ходе анкетирования.

Цель данного исследования состояла в выявлении проблем, с которыми сталкиваются выпускники 9 классов при выборе будущей профессии.

Задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты проблемы профессионального самоопределения подростков;
- провести социологический опрос (анкетирование) среди выпускников 9 классов МОУ «Лицей №32»;
- выявить ключевые проблемы профессионального выбора девятиклассников на основании данных анкетирования.

Объект: выпускники 9 классов МОУ «Лицей №32» г. Вологды.

Предмет: установки выпускников на получение дальнейшего образования, связанного с выбором их будущей профессии.

Информационная база исследования: научная литература по теме, данные социологического опроса.

Методы исследования: анализ литературных источников, обобщение и систематизация, социологический опрос (анкетирование).

Обучение в старших классах приходится на завершение так называемой позитивной фазы подросткового возраста, которая определяет основные психологические новообразования данного возрастного периода: развитие самосознания, иерархическое строение мотивационной сферы с ориентацией мотивов на будущую жизнь, формирование мировоззрения, возникновение «самоопределения». Самоопределение, в отличие от простого прогнозирования будущей жизни, от мечтаний, связанных с будущим, основывается на «уже устойчиво сложившихся интересах и стремлениях субъекта, предполагает учет своих возможностей и внешних обстоятельств, оно опирается на формирующееся мировоззрение подростка и связано с выбором профессии [1].

Политические и экономические изменения в стране, переход к рыночным отношениям – все это стало результатом той ситуации, которую мы можем увидеть на рынке труда. Появилось большое количество новых профессий, изменился престиж профессий. С одной стороны, очевидна нехватка одних специалистов, с другой стороны – избыток других специалистов. Профессиональные учебные заведения открывают набор на те специальности, которые пользуются спросом у молодежи. Учебные заведения, далекие по своему профилю от подготовки экономистов, бухгалтеров, юристов, начали обучение по экономическим, управленческим, юридическим специальностям, не опираясь на реальные и перспективные потребности в кадрах. Работодатели, в свою очередь, проводят жесткий отбор специалистов, учитывая не только полученные умения, но и способности. В этой ситуации возрастает значение профессионального самоопределения. Особенно в условиях малого города: ограниченное количество промышленных предприятий, дефицит рабочих мест, недостаточное развитие экономики города, отсутствие или малое количество профессиональных заведений, что приводит к отсутствию хороших специалистов и переселению молодежи в более крупные города [2].

Сделанный подростком выбор свидетельствует о его размышлениях над своей жизнью, над своим будущим. Однако часто такой

выбор совершается по причинам, далеким от реальной заинтересованности данной профессией. Сюда относятся: веяния моды, подражание сверстникам, следование за любимым человеком, стремление угодить родителям или наставникам. Представления о заявляемом предмете своих интересов при этом весьма поверхностно и однобоко. В таком случае надо помочь ребенку рассмотреть предмет его предполагаемых интересов, уточнить его планы и стартовую позицию. Для этого как родители, так и педагоги (в первую очередь - социальные) должны проникнуться искренним уважением и интересом к выбору подростка. Для удовлетворения этого интереса следует попросить рассказать педагогу или близкому человеку о сущности выбранной профессии [3].

Н.С. Пряжников среди проблем, препятствующих эффективной профориентационной работе, выделяет следующие:

1. Неопределенность целей профессионального самоопределения на уровне государственной власти.

2. Отсутствие принятых в социуме образов жизненного и профессионального успеха.

3. Отсутствие одобряемой обществом элиты, не только обладающей талантами, но и способной направлять их на пользу обществу.

4. Недостаток смелости и упорства педагогов, зачастую не желающих рисковать при столкновении с сложными проблемами профессионального самоопределения в условиях затянувшегося социально-экономического и духовного кризиса.

5. Слабое взаимодействие профориентационной науки с представителями смежных наук и сфер познания.

6. Недостаток времени, отведенного в школах для работы по профориентации.

7. Относительно слабое привлечение к профориентационной работе родителей учащихся.

8. Слабое внимание к школьной профориентационной работе различных социальных институтов (кадровых служб фирм и организаций, работников многих вузов и колледжей, медицинских учреждений, правоохранительных учреждений и т.п.).

9. Явный недостаток новых методик, предполагающих активизацию деятельности выпускников по рассмотрению проблем самоопределения, реализации возможностей и способностей на благо общества.

Таким образом, молодые люди, поступая на невостребованные профессии, заведомо рискуют оказаться в числе безработных. Так, например, численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости в конце апреля 2012 г., составила 1 254 000 человек. Росстат сообщает, что средний возраст безработных в апреле 2012 г. составил 35,2 года. Молодежь до 25 лет составляет среди безработных 28,1%. Отчасти возникновение у молодежи проблем с трудоустройством можно связать и с неэффективной профориентационной работой. Молодые люди, как правило, еще не имеют четких профессиональных целей, нестабильны в плане закрепления на одном рабочем месте, а также не имеют достаточного опыта работы и квалификации [4].

В ходе данного исследования был проведен социологический опрос школьников. В раздаточном анкетировании приняли участие 60 респондентов – учащихся 9 классов МОУ «Лицей №32» г. Вологды. Анкета состояла из 15 вопросов закрытого, открытого и полужакрытого типов, направленных на выявление сформированности профессиональных предпочтений подростков, а также проблем, с которыми сталкиваются выпускники 9 классов при выборе будущей профессии.

На вопрос о планах на жизнь после окончания школы большинство учащихся (80%) ответили «учиться», в то время как работать сразу после школы планирует лишь 2% школьников (рис. 1). Вариант «совмещать работу с учебой» выбрали 18% подростков. Таким образом, в качестве ведущей жизненной траектории большинство школьников видят в продолжении обучения.



Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Что ты планируешь делать после окончания школы?» (в % от числа опрошенных)

Самым распространённым ответом на вопрос «Если после окончания школы ты намерен учиться, то в каком учебном заведении?» стал вариант «ВУЗ», его выбрали 78% опрошенных (рис. 2). 15% учащихся в качестве будущего учебного заведения видят профессиональное училище или колледж. В техникумы собираются поступать 3% девятиклассников. Не определились с выбором образовательного учреждения 3% учащихся.

Окончательно с выбором будущей профессии определилась лишь треть учащихся 9 классов – 32% (рис. 3). Отрицательно ответили на вопрос: «Определился ли ты окончательно с выбором будущей профессии?» 15% подростков. В то же время более половины девятиклассников (53%) сомневаются в своём профессиональном выборе, что говорит о несформированности у них профессиональных предпочтений.

Что касается информированности подростков о будущей профессии, то в большей степени девятиклассники осведомлены о тех учебных заведениях, которые готовят специалистов в данной сфере (55%), и о профессиональных качествах, необходимых для освоения избранной профессии (55%; рис. 4). О востребованности профессии на рынке труда знают 47% учащихся, об уровне заработной платы специалистов данной профессии – 37%, о содержании работы и об условиях труда – 30%. В меньшей степени подростки информированы о

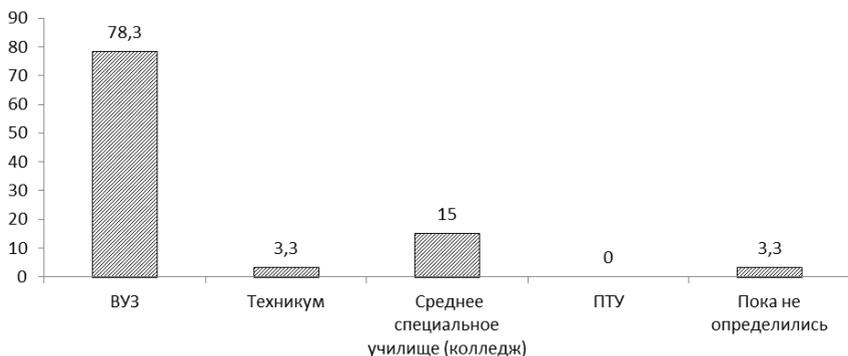


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Если после окончания школы ты намерен учиться, то в каком учебном заведении?» (в % от числа опрошенных)

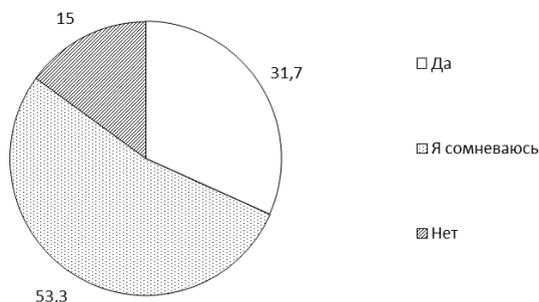


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос: «Определился ли ты окончательно с выбором будущей профессии?» (в % от числа опрошенных)

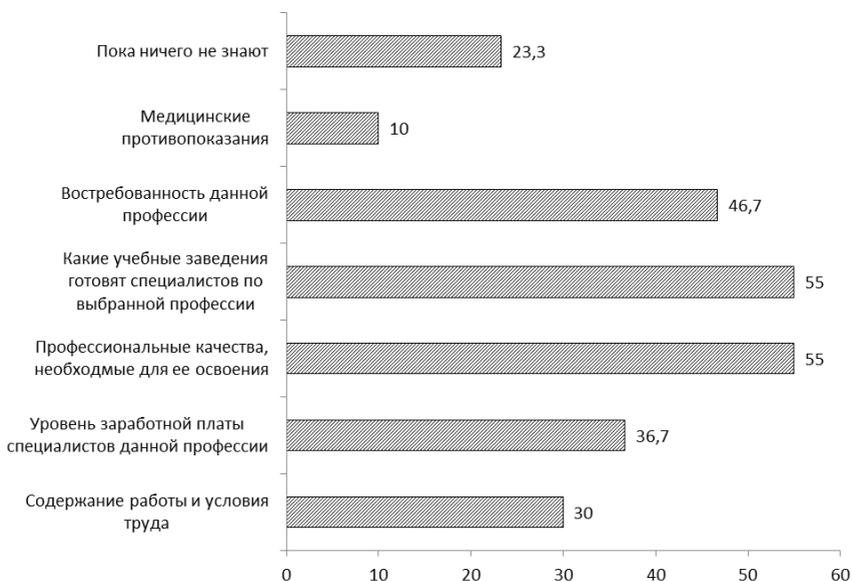


Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос: «Что ты знаешь о своей будущей профессии?» (в % от числа опрошенных)

медицинских противопоказаниях к осуществлению профессиональной деятельности (10%). В то же время 23% девятиклассников пока ничего не знают о своей будущей специальности.

Крайне важной в профессиональном становлении подростка представляется поддержка и одобрение осуществляемого выбора со

стороны близких людей, а именно со стороны родителей. Как показали результаты опроса, профессиональный выбор родители учащихся в большинстве случаев одобряют (55%; рис. 5). Не согласны с выбором своих детей 3% родителей. В 13% случаев родители предлагали ребёнку всё ещё раз обдумать. Вместе с тем почти треть подростков (28%) пока не говорили родителям о своем профессиональном выборе.

Ещё одним немаловажным аспектом данного исследования стало выявление осведомлённости учащихся о состоянии на рынке профессий в Вологде или в городе, где они планируют дальнейшее обучение. По результатам проведённого опроса выяснилось, что 43% девятиклассников в целом информированы о востребованности профессий (рис. 6). Лишь 12% подростков абсолютно не знают сло-

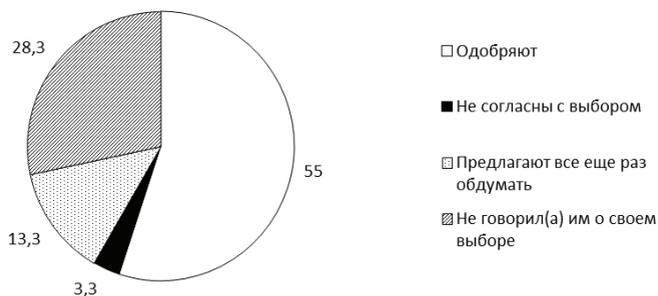


Рисунок 5. Распределение ответов на вопрос: «Как относятся родители к твоему выбору?» (в % от числа опрошенных)

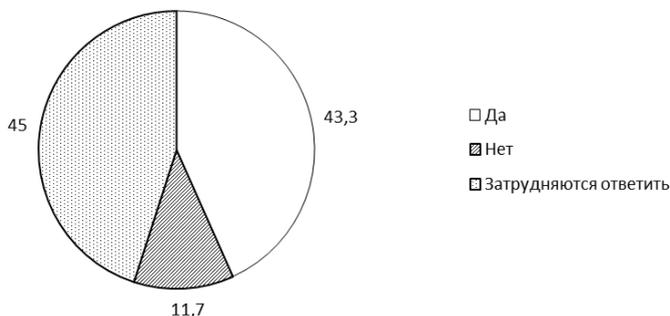


Рисунок 6. Распределение ответов на вопрос: «Знаешь ли ты, какие профессии востребованы сейчас в городе, в котором ты планируешь жить/учиться?» (в % от числа опрошенных)

жившейся на рынке труда города ситуации. В то же время при ответе на вопрос: «Знаешь ли ты, какие профессии востребованы сейчас в городе, в котором ты планируешь жить/учиться?» 45% опрошенных затруднились, что в большей степени свидетельствует о низкой осведомлённости школьников о реальном положении дел на рынке труда.

Большую роль в профессиональном самоопределении играет наличие и характер ресурсов информации о мире профессий. Так, ведущим источником, которым учащиеся чаще всего пользуются при необходимости узнать что-либо об интересующих их профессиях, оказалась сеть интернет (90%; рис. 7). На втором месте находится информация, получаемая от родителей или родственников (60%). Реже информацию о профессии школьники получают от учителей (20%) и друзей (15%). Телевидение и радио используются в качестве источника информации о профессиях в 17% случаев. Лишь 3% учащихся необходимую информацию о профессии получают из газет и журналов.

При ответе на вопрос «Какой информации тебе не хватает для осознанного выбора профессии?» девятиклассники чаще всего отмечали информацию о наиболее востребованных профессиях на рынке труда (32%), о том, как правильно и грамотно выбрать профессию

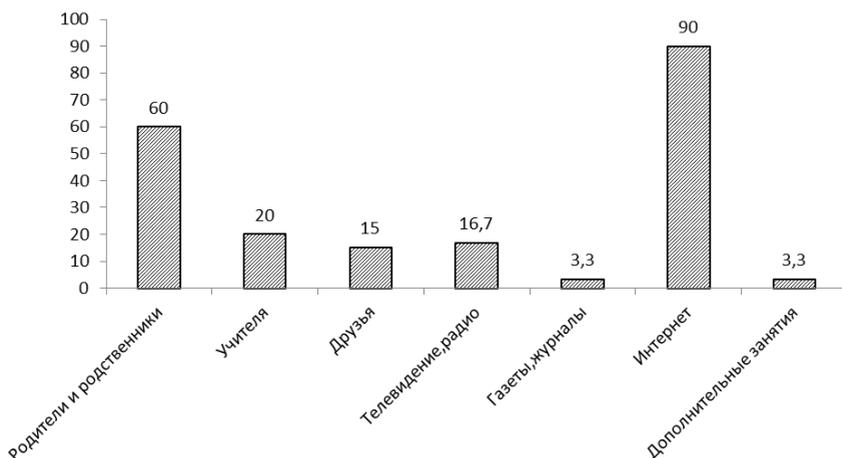


Рисунок 7. Распределение ответов на вопрос: «Из каких источников, от кого ты получаешь информацию о будущей профессии?» (в % от числа опрошенных)

(31%), об условиях труда по различным профессиям (20%), о требованиях, предъявляемых к избранной профессии, о качествах, необходимых для овладения ей (20%), об учебных заведениях, которые готовят специалистов по различным профессиям, об условиях и правилах приема в учреждения образования, готовящих специалистов по данной профессии (13%). В то же время треть учащихся (28%) ответили, что никакая информация о профессии им не требуется.

Ещё одним направлением нашего исследования стал анализ факторов, влияющих на выбор будущей профессии. Результаты проведенного опроса показали, что при профессиональном выборе в большинстве случаев учащиеся руководствуются личным интересом (87%; рис. 8). Возможность профессионального роста и успешной карьеры в качестве ключевого мотива отметили 47% опрошенных. Варианты «востребованность профессий» и «высокая заработная плата» выбрали по 32% учащихся соответственно. При выборе профессии для 23% подростков оказались важными условия труда, для 22% – возможность постоянного повышения квалификации. Примечательно, что престиж профессии как фактор, определяющий выбор специаль-



Рисунок 8. Распределение ответов на вопрос: «Что повлияло/повлияет на выбор твоей будущей профессии?»» (в % от числа опрошенных)

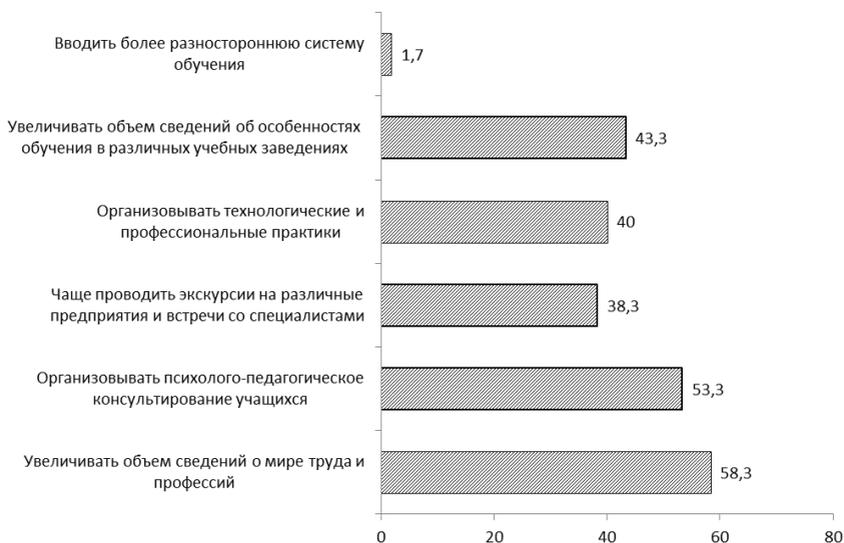
ности, отметили только 20% девятиклассников. Желание родителей учитывать в своём профессиональном самоопределении лишь 3% школьников. Мнение друзей ни один из опрошенных не считает авторитетным.

Среди ключевых проблем, которые возникли или возникнут при выборе будущей профессии, девятиклассники чаще всего отмечали такие, как незнание собственных умений и навыков, необходимых для овладения профессией (37%), недостаток информации о мире профессий, о требованиях, предъявляемых к выбранной профессии (25%), недостаток информации об учебных заведениях, готовящих специалистов по данной профессии (25%; рис. 9).

Из перечня мероприятий, которые могут способствовать более успешному профессиональному выбору, школьники чаще всего выбирали такие варианты как, увеличить объем сведений о мире труда и профессий (58%), организовывать психолого-педагогическое консультирование учащихся для поддержки их профессионального са-



Рисунок 9. Распределение ответов на вопрос: «Какие проблемы возникли или могут возникнуть у тебя при выборе будущей профессии?» (в % от числа опрошенных)



**Рисунок 10. Распределение ответов на вопрос:
«Как ты считаешь, какие мероприятия необходимо осуществлять для более успешного профессионального самоопределения школьников?»
(в % от числа опрошенных)**

моопределения (53%), увеличить объем сведений об особенностях обучения в различных учебных заведениях (43%), организовывать технологические и профессиональные практики (40%) и чаще проводить экскурсии на различные предприятия и встречи со специалистами (38%; рис. 10).

Заключение

В ходе проведённого исследования были получены следующие выводы:

- большинство учащихся 9 классов (80%) после окончания общеобразовательной школы планируют продолжить обучение. При этом приоритетным типом учебного заведения является ВУЗ (78%);
- примечательно, что окончательно с выбором будущей профессии определилась лишь треть девятиклассников (32%). В то же время более половины подростков (53%) сомневаются в своём профессиональном выборе, что говорит о несформированности у них профессиональных предпочтений;

- девятиклассники в большей степени осведомлены о тех учебных заведениях, которые готовят специалистов по выбранной специальности (55%), о профессиональных качествах, необходимых для освоения избранной профессии (55%), о востребованности профессии на рынке труда (47%), об уровне заработной платы специалистов данной профессии (37%) и о содержании работы и условиях труда (30%);
- у 55% учащихся родители одобрили профессиональный выбор. Вместе с тем почти треть подростков (28%) пока не сообщали родителям об избранной профессии;
- 43% девятиклассников в целом информированы о востребованности профессий на рынке труда города, в котором планируют жить и учиться. В то же время 45% опрошенных затруднились ответить, что в большей степени свидетельствует о низкой осведомлённости школьников о реальном положении дел на рынке труда;
- ведущими источниками информации об интересующих подростков профессиях оказались сеть интернет (90%), родители или родственники (60%). Реже информацию о профессии школьники получают от учителей (20%) и друзей (15%);
- чаще всего девятиклассникам не хватает информации о наиболее востребованных профессиях на рынке труда (32%), о том, как правильно и грамотно выбрать профессию (31%), об условиях труда по различным профессиям (20%), о требованиях, предъявляемых к избранной профессии, о качествах, необходимых для овладения ею (20%), об учебных заведениях, которые готовят специалистов по различным профессиям, об условиях и правилах приема в учреждения образования, готовящие специалистов по данной профессии (13%);
- при профессиональном выборе в большинстве случаев учащиеся руководствуются личным интересом (87%). Возможность профессионального роста и успешной карьеры в качестве ключевого мотива отметили 47% опрошенных. Варианты «востребованность профессий» и «высокая заработная плата» выбрали по 32% учащихся соответственно. При выборе профессии для 23% подростков оказались важными условия труда, для 22% – возможность постоянного повышения квалификации;
- среди ключевых проблем, которые возникли или возникнут при выборе будущей профессии, девятиклассники чаще всего отмечали такие, как незнание собственных умений и навыков, необхо-

димых для овладения профессией (37%), недостаток информации о мире профессий, о требованиях, предъявляемых к выбранной профессии (25%), недостаток информации об учебных заведениях, готовящих специалистов по данной профессии (25%);

– по мнению подростков, более успешному профессиональному выбору могут способствовать увеличение объема сведений о мире труда и профессий (58%), организация психолого-педагогического консультирования учащихся для поддержки их профессионального самоопределения (53%), увеличение объема сведений об особенностях обучения в различных учебных заведениях (43%), организация технологических и профессиональных практик (40%) и проведение экскурсий на различные предприятия и встречи со специалистами (38%).

ЛИТЕРАТУРА

1. Давыдюк, Л.В. Мотивы выбора профессии старшеклассниками [Текст] / Л.В. Давыдюк, О.Н. Истратова // Известия Южного федерального университета. – 2005. – Т. 49. – № 5. – С. 85-88.
2. Суевалова, А.И. Проблема профессионального самоопределения учащихся в процессе выбора профиля обучения [Электронный ресурс] / А.И. Суевалова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2009. – Т. 2. – №7. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-professionalnogo-samoopredelenie-uchaschihsya-v-protsesse-vybora-profilya-obucheniya>
3. Тоисеева, О.С. Профессиональное самоопределение подростков: актуальность, проблемы, пути решения [Текст] / О.С. Тоисеева // Педагогическое образование в России. – 2011. – № 4. – С. 60-64.
4. Шикина, Е.А. Особенности профессиональной ориентации выпускников школ: проблемы и решения [Текст] / Е.А. Шикина // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2012. – № 6. – С. 1-7.

Анкета

Добрый день!

Приглашаем тебя принять участие в опросе по изучению профессиональных предпочтений. Внимательно прочитай вопросы и предложенные варианты ответов. Обведи номера тех из них, которые соответствуют твоему мнению, в остальных случаях – напиши свой вариант. Опрос анонимный – фамилию в анкете указывать не надо. Ответы будут использованы только в обобщённом виде.

1. Укажи свой пол. Женский Мужской

2. Сколько тебе полных лет? _____

3. В каком классе ты учишься? _____

4. Что ты планируешь делать после окончания школы? *(отметь один вариант ответа).*

- 1) Учиться.
- 2) Работать сразу после школы.
- 3) Совмещать работу с учёбой.
- 4) Другое (напиши свой вариант) _____

5. Если после окончания школы ты намерен учиться, то в каком учебном заведении? *(отметь один вариант ответа).*

- 1) В ВУЗе.
- 2) В техникуме.
- 3) В среднем специальном училище или колледже.
- 4) В профессионально-техническом училище (ПТУ).
- 5) Другое (напиши свой вариант) _____

6. Определился ли ты окончательно с выбором будущей профессии? *(отметь один вариант ответа).*

- 1) Да, я знаю, какую профессию хочу выбрать.
- 2) Я сомневаюсь.
- 3) Нет, я не знаю, какую профессию хочу выбрать.

7. Если ты определился с выбором, то с какой отраслью ты связываешь свою будущую профессию? *(отметь один вариант ответа).*

- 1) Техника, производство.
- 2) Информационные технологии.
- 3) Здравоохранение и медицина.
- 4) Строительство.
- 5) Транспорт.
- 6) Торговля.
- 7) Сервис, обслуживание населения, услуги.
- 8) Образование.
- 9) Экономика и финансы.
- 10) Армия, правоохранительные органы.
- 11) Юриспруденция.
- 12) Культура и искусство.
- 13) Сельское хозяйство.
- 14) Наука.
- 15) Государственное управление.
- 16) Другое (напиши свой вариант) _____

8. Что ты знаешь о своей будущей профессии? (отметь один или несколько вариантов ответа).

- 1) Содержание работы и условия труда.
- 2) Уровень заработной платы специалистов данной профессии.
- 3) Профессиональные качества, необходимые для её освоения.
- 4) Какие учебные заведения готовят специалистов по выбранной профессии.
- 5) Востребованность данной профессии на рынке труда.
- 6) Медицинские противопоказания.
- 7) Пока ничего не знаю.

9. Как относятся родители к твоему выбору? (отметь один вариант ответа).

- 1) Одобряют.
- 2) Не согласны с выбором.
- 3) Предлагают ещё раз всё хорошо обдумать.
- 4) Пока не говорил(а) им о своём выборе.

10. Что повлияло/повлияет на выбор твоей будущей профессии? (отметь один или несколько вариантов ответа).

- 1) Престиж профессии.
- 2) Высокая заработная плата.

- 3) Личный интерес.
- 4) Хорошие условия труда.
- 5) Желание родителей.
- 6) Мнение друзей.
- 7) Востребованность профессии на рынке труда.
- 8) Возможность профессионального роста, успешной карьеры.
- 9) Возможность постоянно повышать квалификацию.
- 10) Другое (напиши свой вариант) _____

11. Знаешь ли ты, какие профессии востребованы сейчас в городе, в котором ты планируешь жить/учиться? *(отметь один вариант ответа).*

- 1) Да.
- 2) Нет.
- 3) Затрудняюсь ответить.

12. Какие проблемы возникли или могут возникнуть у тебя при выборе будущей профессии? *(отметь один или несколько вариантов ответа).*

- 1) Недостаток информации о мире профессий, о требованиях к выбранной профессии.
- 2) Недостаток информации об учебных заведениях, готовящих специалистов по данной профессии.
- 3) Незнание собственных умений и навыков, необходимых для овладения профессией.
- 4) Неправильный выбор места продолжения образования, специальности.
- 5) Невысокая вероятность найти работу по специальности, резкие изменения на рынке труда.
- 6) Проблемы со здоровьем.
- 7) Семейные обстоятельства.
- 8) Материальное положение семьи.
- 9) Ничто не может помешать.
- 10) Другое (напиши свой вариант) _____

13. Из каких источников, от кого ты получаешь информацию о будущей профессии? *(отметь один или несколько вариантов ответа).*

- 1) Родители и родственники.
- 2) Учителя.
- 3) Друзья.
- 4) Телевидение, радио.
- 5) Газеты, журналы.
- 6) Интернет.
- 7) Другое (напиши свой вариант) _____

14. Какой информации тебе не хватает для осознанного выбора профессии? (отметь один или несколько вариантов ответа).

- 1) Информации о наиболее востребованных профессиях на рынке труда.
- 2) Информации об учебных заведениях, которые готовят специалистов по различным профессиям, об условиях и правилах приема в эти учреждения.
- 3) Информации о требованиях, предъявляемых к данной профессии, о качествах, необходимых для овладения ей.
- 4) Информации об условиях труда по различным профессиям.
- 5) Информации о том, как правильно и грамотно выбрать профессию.
- 6) Ничего не нужно.
- 7) Другое (напиши свой вариант) _____

15. Как ты считаешь, какие мероприятия необходимо осуществлять для более успешного профессионального самоопределения школьников? (отметь один или несколько вариантов ответа).

- 1) Увеличить объем сведений о мире труда людей и профессий.
- 2) Увеличить объем сведений об особенностях обучения в различных учебных заведениях.
- 3) Чаще проводить экскурсии на различные предприятия и встречи со специалистами.
- 4) Организовывать технологические и профессиональные практики.
- 5) Организовывать психолого-педагогическое консультирование учащихся для поддержки их профессионального самоопределения.
- 6) Другое (напиши свой вариант) _____

Спасибо за участие!

Е.Д. Лунькова
(10 кл. МБОУ «Гатчинская средняя
общеобразовательная школа № 9 с углублённым
изучением отдельных предметов», г. Гатчина)
научн. рук-ль Е.С. Пыженкова

Влияние демографических факторов на развитие трудовых ресурсов региона (на примере Ленинградской области)

Введение

Одним из основных стратегических направлений развития экономики любого региона и страны в целом должно являться развитие трудовых ресурсов, создание мощного трудового потенциала на основе благоприятного накопления человеческого капитала.

Вопросами исследования состояния и развития трудовых ресурсов занимались многие известные экономисты: Дж. М. Кейнс, П. Самуэльсон, М. Фридмен и др. Влиянию демографических факторов на развитие трудовых ресурсов посвящено множество современных научных исследований, среди них можно назвать работы И. Золина, И. Полевого, Л. Ржаницыной, В. Рожковой и др.

Специфика современной демографической ситуации в регионе является основным катализатором в осуществлении государственного регулирования развития трудовых ресурсов. Текущие параметры состояния служат основой для формирования демографической политики государства и выбора стратегических направлений социально-экономического прогнозирования.

В качестве основного направления демографической политики в системе государственного регулирования трудового потенциала выступает программа развития народонаселения. Эта программа должна быть представлена системой социально-экономических, медицинских, правовых мер демографической политики, осуществля-



Е.Д. Лунькова



Е.С. Пыженкова

емой в течение длительного периода в пределах страны и ее регионов, в целях совершенствования воспроизводства населения, улучшения его структуры и качественных характеристик, оптимизации естественного движения населения, увеличения продолжительности жизни, рационализации миграции, определения перспектив накопления трудового потенциала и формирования системы эффективного управления трудовыми ресурсами.

Конкретные мероприятия по развитию народонаселения определяются на основе анализа демографической ситуации и исходя из социально-экономических возможностей региона, предприятий и организаций, расположенных на данной территории.

Таким образом, можно утверждать, что демографические факторы определяют первоочередные и стратегические задачи в области развития народонаселения, и это необходимо учитывать при управлении трудовыми ресурсами на государственном и региональном уровне. Иными словами, демографическая политика должна стать одним из ключевых элементов системы государственного регулирования развития трудовых ресурсов как на национальном, так и на региональном уровне.

В связи с вышесказанным, выбранная тема исследования имеет особую актуальность.

Целью проводимого исследования является выявление влияния демографических факторов на развитие трудовых ресурсов Ленинградской области.

Достижению данной цели способствовало решение следующих задач:

- 1) рассмотрение сущности и структуры трудовых ресурсов;
- 2) выявление демографических факторов, влияющих на развитие трудовых ресурсов региона;
- 3) анализ тенденций современного демографического развития Ленинградской области и его влияния на развитие региональных трудовых ресурсов;
- 4) внесение предложений по улучшению демографической ситуации в регионе.

Цель и задачи работы обусловили ее структуру.

В качестве методологической основы для написания работы использовались различные источники: данные Петростата и офици-

альных порталов Росминтруда, Комитета по труду и занятости населения Ленинградской области; учебники и учебные пособия; статьи научных периодических изданий по исследуемой проблеме.

При написании работы применялись такие методы научного исследования, как наблюдение, измерение, анализ, а также ряд других методов.

Материалы проводимого исследования предполагают оценку и обобщение демографических факторов, влияющих на состояние и развитие трудовых ресурсов Ленинградской области.

Состояние и развитие общества в значительной степени определяется количеством и составом его населения. Под населением понимается совокупность людей, живущих на конкретной территории – в муниципальном образовании района, города, региона, государства.

В РФ оперируют категориями «трудовые ресурсы» и «трудовой потенциал общества». Считается, что трудовые ресурсы занимают промежуточное положение между экономическими категориями «население» и «совокупная рабочая сила».

Термин «трудовые ресурсы» впервые применил академик С.Г. Струмилин в 20-е годы XX столетия. В 1954 году Международная конференция статистиков труда утвердила определение «общие трудовые ресурсы», включившие «собственно трудовые ресурсы» и «военнослужащих».

Трудовые ресурсы в сегодняшнем понимании – это трудоспособная часть населения, которая, обладая физическими и интеллектуальными возможностями, способна производить материальные блага или оказывать услуги [21, с.73].

Физические и интеллектуальные возможности населения зависят прежде всего от возраста. В ранний и зрелый период жизни они формируются и умножаются, а к старости утрачиваются.

Согласно сложившейся статистической практике в населении страны можно выделить три группы:

- 1) трудоспособных граждан в трудоспособном возрасте, работающих в экономике страны;
- 2) граждан моложе трудоспособного возраста;
- 3) граждан старше трудоспособного возраста (рис. 1).

Трудоспособный (рабочий) возраст – это период, в течение которого человек способен трудиться без ущерба для своего здоровья.

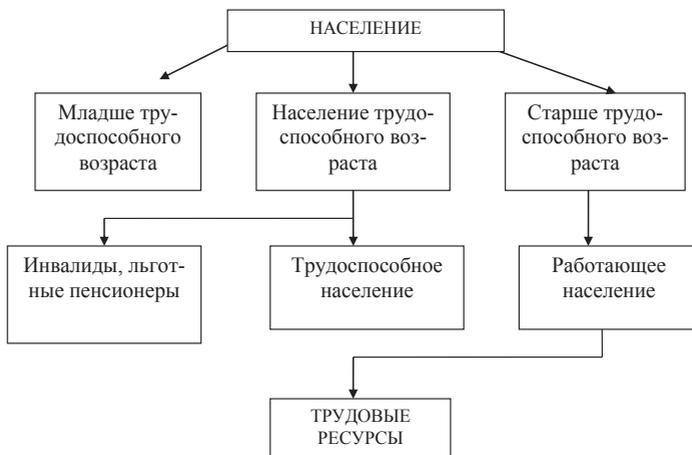


Рисунок 1. Группы в составе трудовых ресурсов

К трудовым ресурсам из лиц трудоспособного возраста не относятся инвалиды I и II группы, а также лица, ушедшие на пенсию на льготных условиях.

С учетом социально-экономических условий страны и физиологических особенностей мужского и женского организма в каждом государстве устанавливаются законодательными актами возрастные границы трудоспособного (рабочего) возраста. Исторически эти границы менялись по социальным и экономическим мотивам.

В России трудоспособным возрастом в настоящее время считается: у мужчин – 16 – 59 лет включительно, у женщин – 16 – 54 года.

Нижняя граница определяет возраст вступления в трудоспособность, а верхняя – возраст выхода на пенсию. Россия является единственной или одной из немногих стран мира, где самая низкая верхняя граница для женщин, где для отдельных категорий работников пенсионный возраст сокращается на 5 – 10 лет (с вредными условиями труда); это связано, прежде всего, с уровнем жизни и с ее средней продолжительностью.

Расчет численности трудовых ресурсов производят тремя методами.

1. Демографический метод:

$$S_{TR} = S_T - S_{II} - S_{PI} - S_{PI} \quad (1),$$

где

S_{TR} – численность трудовых ресурсов;

S_T – численность населения в трудоспособном возрасте;

$S_{И}$ – инвалиды I и II группы;

$S_{РП}$ – число работающих подростков;

$S_{П}$ – число работающих пенсионеров.

2. Экономический метод:

$$S_{TR} = S_3 + S_{ДХ} + S_Y + S_B + S_{НЗ} \quad (2),$$

где

S_3 – фактически занятое население, включая занятых в личном, подсобном и сельском хозяйстве;

$S_{ДХ}$ – занятые в домашнем хозяйстве;

S_Y – учащиеся с отрывом от производства (старше 16 лет);

S_B – численность безработных;

$S_{НЗ}$ – остальные незанятые лица в трудоспособном возрасте.

Однако по этим методам результаты не могут совпадать из-за маятниковой миграции.

3. Определение численности трудовых ресурсов универсальным методом с учетом маятниковой миграции:

$$S_{TR} = S_{ТТ} + S_{РП} + S_{П} + (S_{ЛП} - S_{ЛВ}) \quad (3),$$

где

S_{TR} – трудовые ресурсы региона (муниципального образования города, региона);

$S_{ТТ}$ – численность трудоспособного населения в трудоспособном возрасте;

$S_{РП}$ – число работающих подростков;

$S_{П}$ – число работающих лиц пенсионного возраста;

$S_{ЛП}$ – число лиц, прибывших на работу в данный регион;

$S_{ЛВ}$ – число лиц, выбывших на работу из данного региона в другие регионы.

Структура трудовых ресурсов многогранна, ее можно поделить на две группы:

- количественная характеристика;
- качественная характеристика.

К количественным характеристикам трудовых ресурсов относят численность, их состав по полу, возрасту, общественным группам, месту жительства, национальности и языку, религии, занятости по отраслям и сферам экономики.

К качественным – образовательный уровень трудовых ресурсов, их профессионально-квалификационную структуру и т. д.

С 1993 года состав и статус трудовых ресурсов в России классифицируется по международной системе на «экономически активное население» и «экономически неактивное население» (рис. 2).

К *экономически активному населению* относятся все занятые и безработные. Это часть населения, которая предлагает свой труд для производства товаров и услуг.

К *экономически неактивному населению* относятся те, кто по каким-либо причинам не желает работать (занятые ведением домашнего хозяйства, уходом за больными, детьми и т.д.), лица, получающие пенсии по старости на льготных условиях, а также инвалиды, получающие пенсии и не занятые никакой деятельностью, а также те, кто отчаялся найти работу.

В передовых критериях ведущими источниками пополнения трудовых ресурсов считаются: молодежь, вступающая в трудоспособный возраст; военные, высвобождаемые из вооруженных сил в связи с уменьшением численности армии; обязанные переселенцы из государств Балтии, Закавказья, Средней Азии.

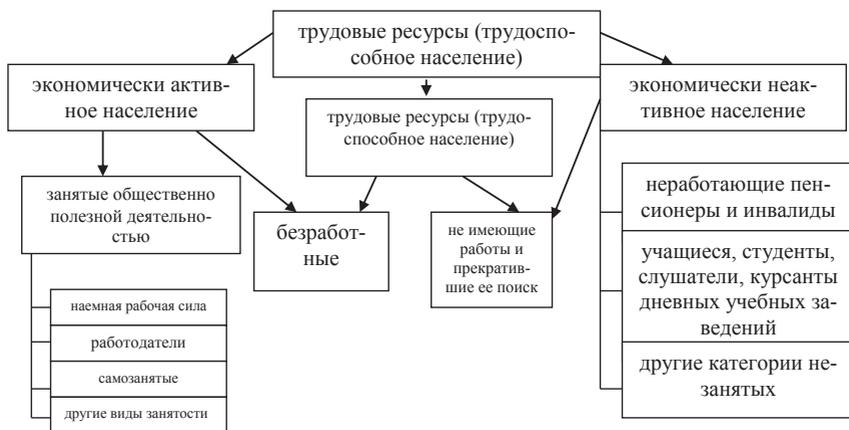


Рисунок 2. Социальный состав трудовых ресурсов по методологии МОТ

На состав и развитие трудовых ресурсов наряду с другими факторами влияют и *демографические факторы*.

Демографический фактор можно определить как *естественное воспроизводство трудовых ресурсов*, которое характеризуется соотношением контингентов, вступающих в трудоспособный возраст, и контингентов, прекращающих трудовую деятельность (по возрасту, инвалидности или смерти). Количественное соотношение этих контингентов для того или иного периода развития рынка труда предопределяет прирост или убыль рабочей силы. Помимо естественного воспроизводства населения, демографические показатели включают *изменения его численности в результате миграционных процессов*. К *качественным демографическим характеристикам*, влияющим на уровень социально-трудовой активности рабочей силы, относятся возрастная и половая структуры, уровень квалификации, трудовая мобильность рабочей силы, ее способность развиваться [9, с.19]. Перечисленные показатели отображены на рисунке 3.

Таким образом, при анализе влияния демографических факторов на развитие трудовых ресурсов региона необходимо будет учесть данные показатели по состоянию на текущий период, а также в динамике. Это позволит сделать правильные выводы и внести соответствующие предложения.

Современное демографическое развитие Ленинградской области в значительной степени обусловлено социально-экономическими и демографическими процессами, происходившими в 1990-е годы.

Демографические факторы, влияющие на состояние и развитие трудовых ресурсов			
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ		КАЧЕСТВЕННЫЕ	
Естественное движение населения (рождаемость, смертность)	Миграция трудовых ресурсов (эмиграция, иммиграция)	возрастная структура населения	
		половая структура населения	
		уровень квалификации рабочей силы	
		трудовая мобильность рабочей силы и др.	

Рисунок 3. Демографические факторы, влияющие на состояние и развитие трудовых ресурсов

В последнее десятилетие демографическая обстановка в области характеризуется динамикой основных параметров воспроизводства населения, приведенных в таблицах 1-4 (данные Петростата).

Из данных табл. 1 видно, что, начиная с 2005 года, в Ленинградской области наблюдается тенденция к увеличению числа родившихся (в 2014 году этот показатель превышает соответствующий показатель 2005 года на 24%), при этом общий показатель рождаемости в 2014 году достиг наиболее высокого значения за последние 10 лет.

Число умерших, в свою очередь, в течение анализируемого периода постоянно снижалось (по сравнению с 2005 годом этот показатель на 23% ниже). Снижение уровня смертности населения с 2005 года по 2014 год произошло за счет снижения смертности от всех основных причин, в том числе от внешних причин (на 42,7 проц.), от болезней органов дыхания (на 34,5 проц.), болезней системы кровообращения (на 29,0 проц.), инфекционных и паразитарных болезней (на 20,7 проц.), болезней органов пищеварения (на 13,1 проц.), новообразований (на 2,4 проц.)

Однако сохраняется *естественная убыль населения*, несмотря на то, что данный показатель также снижлся в анализируемый период.

Естественную убыль населения компенсировал миграционный прирост: с 1,2 раз в 2005 году до 2,2 раза - в 2014 году. По данным Петростата, 77,2 проц. прибывших в Ленинградскую область в 2012 году составляют лица трудоспособного возраста, что оказывает позитивное влияние на возрастную структуру населения и формирование трудового потенциала.

Таблица 1. Развитие процессов естественного движения населения и миграции в Ленинградской области

	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Число родившихся, тыс. чел.	12,9	12,9	13,6	14,3	15,0	15,0	14,8	15,6	15,6	16,0
Число умерших, тыс. чел.	33,4	31,6	29,7	29,3	27,7	27,1	25,3	25,6	25,5	25,7
Естественный прирост (убыль) населения, тыс. чел.	-20,5	-18,7	-16,1	-15,0	-12,7	-12,1	-10,5	-10,0	-9,9	-9,7
Миграционный прирост (убыль) населения, тыс. чел.	24,5	24,4	17,5	21,4	18,7	25,7	25,8	27,2	22,6	21,3
Уровень замещения естественной убыли миграционным приростом, раз	в 1,2 раза	в 1,3 раза	в 1,1 раза	в 1,4 раза	в 1,5 раза	в 2,1 раза	2,5 раза	в 2,8 раза	в 2,3 раза	в 2,2 раза

Таким образом, что касается влияния на развитие трудовых ресурсов региона процессов естественного движения населения и миграции, можно сказать, что тенденции здесь положительные.

Отрицательно на развитие трудовых ресурсов будет влиять фактор смертности населения в трудоспособном возрасте и младше трудоспособного возраста. Данные, необходимые для анализа существующих тенденций, представлены в таблице 2.

Из данных таблицы 2 видно, что динамика смертности населения в возрасте моложе трудоспособного с 2005 по 2007 гг сокращалась, в 2008 году увеличилась по сравнению с 2007 годом на 1,4%, затем снова начала сокращаться, а в 2014 году почти достигла уровня 2005 года, превысив показатель 2013 года почти на 70%. Причины такой динамики различные. В 2014 году увеличилась младенческая смертность (в основном, из-за осложнений в перинатальном периоде, а также инфекционных и паразитарных болезней). Это означает, что необходимо совершенствовать систему медицинской помощи матери и ребенку в регионе, а также развивать систему доступной высокотехнологичной медицинской помощи.

Что касается смертности населения в трудоспособном возрасте, то в целом тенденции положительны: с 2005 года показатель смертности населения региона в трудоспособном возрасте сокращалась. Однако в 2014 году по сравнению с 2013 годом этот показатель увели-

Таблица 2. Число умерших в Ленинградской области по возрастным группам (тыс. чел.)

1 Год	2 Число умерших в возрасте		
	3 Моложе трудоспособного	4 Трудоспособном	5 Старше трудоспособного
2005	258	11862	20976
2006	221	10909	20168
2007	215	9725	19499
2008	218	9306	19548
2009	174	8309	19057
2010	179	7827	19091
2011	148	7208	17901
2012	165	6883	18465
2013	151	6623	18542
2014	256	6634	18851

чился на 0,17%. Наибольшую долю в причинах смертности занимают болезни системы кровообращения (почти 43%).

Смертность населения старше трудоспособного возраста в 2014 году в процентном отношении к аналогичному показателю 2005 года составляет 90% (т.е. на 10% меньше).

Экономическую нагрузку на лиц трудоспособного возраста характеризует *показатель общей демографической нагрузки на трудоспособное население*. Анализ этого показателя используется при разработке мероприятий по социальному обеспечению и рациональному использованию трудовых ресурсов. Данный коэффициент отражает степень нагрузки населения трудоспособного возраста населением всех нерабочих возрастов. Данные о численности населения по возрастным группам приведены в таблице 3.

Анализ данных таблицы позволяет сделать вывод о том, что численность населения в регионе каждый год увеличивается. Однако в 2014 г. численность населения в трудоспособном возрасте уменьшилась по сравнению с 2013 г. на 0,35%.

По данным Петростата, по состоянию на 1 января 2015 года в Ленинградской области удельный вес возрастных групп в общей численности населения составил:

- лиц младше трудоспособного возраста - 14,4% (на 3,2% меньше среднероссийского показателя);
- лиц трудоспособного возраста - 59,1% (на 0,7% больше среднероссийского показателя);
- лиц старше трудоспособного возраста - 26,5% (на 2,5% больше среднероссийского показателя).

Таблица 3. Численность населения Ленинградской области по возрастным группам (тыс. чел.)

Год	Всего	В том числе в возрасте		
		Моложе трудоспособного	Трудоспособном	Старше трудоспособного
2005	1681,4	240,3	1060,9	380,2
2010	1704,9	229,8	1061,3	413,8
2011	1718,6	235,7	1058,3	424,6
2012	1733,9	237,7	1058,7	436,5
2013	1751,1	243,5	1059,1	448,5
2014	1763,9	248,9	1055,4	459,6

Динамика коэффициентов нагрузки на трудоспособное население региона отражена в таблице 4.

Демографическая нагрузка может иметь различное значение: положительное - когда нагрузка детьми превышает нагрузку пожилыми, и отрицательное – в случае преобладания нагрузки пожилыми. Из таблицы 4 мы видим, что нагрузка пожилыми людьми в 1,85 раза превышает нагрузку детьми. Возможным способом снижения демографической нагрузки на трудоспособное население может быть повышение пенсионного возраста.

Положительной тенденцией является увеличение продолжительности жизни населения: с 62,4 лет в 2005 году до 70,8 лет в 2015 году. С учетом мероприятий по улучшению здоровья населения, сокращению уровня смертности и увеличению уровня рождаемости ожидаемая продолжительность жизни населения Ленинградской области к 2025 году увеличится до 75,8 лет.

Таким образом, можно выделить следующие тенденции в развитии наиболее важных демографических факторов, влияющих на состояние трудовых ресурсов региона в настоящее время и в перспективе:

- увеличение общего коэффициента рождаемости и снижение общего коэффициента смертности населения, сокращение естественной убыли населения;
- положительный миграционный прирост, покрывающий естественную убыль населения; высокий удельный вес среди мигрантов лиц трудоспособного возраста;
- развитие тенденции старения населения и снижение мобильности трудовых ресурсов;
- рост демографической нагрузки на трудоспособное население, прежде всего, лицами старше трудоспособного возраста, а также повышение нагрузки на систему здравоохранения и социального обеспечения;
- повышение продолжительности жизни населения.

Таблица 4. Коэффициенты нагрузки на трудоспособное население Ленинградской области на начало года

	2014	2015
На 1000 трудоспособного населения приходится детей в возрасте 0-15 лет и лиц старше трудоспособного возраста	671,3	693,1
На 1000 трудоспособного населения приходится детей в возрасте 0-15 лет	235,8	243,4
На 1000 трудоспособного населения приходится лиц старше трудоспособного возраста	435,5	449,7

С учетом сложившейся демографической ситуации и перспективных задач в сфере развития трудовых ресурсов основной целью демографического развития Ленинградской области является дальнейшее снижение темпов естественной убыли населения и постепенное формирование предпосылок к естественному приросту населения и последующему демографическому росту.

Основными задачами демографического развития Ленинградской области являются [5]:

- повышение рождаемости и укрепление института семьи, возрождение и распространение ее духовно-нравственных ценностей;
- снижение предотвратимой и преждевременной смертности населения, снижение уровня заболеваемости, инвалидности и смертности от болезней социального характера, увеличение ожидаемой продолжительности жизни населения, в том числе продолжительности активной жизни, улучшение состояния здоровья населения;
- дальнейшее сокращение уровня материнской и младенческой смертности, повышение качества жизни пожилых людей и инвалидов;
- дальнейшее снижение естественной убыли населения;
- регулирование миграционных потоков в целях обеспечения социально-экономического комплекса региона кадрами необходимых профессий и уровня квалификации, а также миграционного замещения естественной убыли населения.

Приоритетными направлениями демографического развития должны стать:

В области снижения смертности:

- укрепление здоровья детей, подростков и молодежи за счет развития физической культуры и спорта, проведения мероприятий, направленных на профилактику травматизма и отравлений, борьбу с курением, алкоголизмом и наркоманией, организацию досуга детей, подростков и молодежи и т.д.;
- создание условий для снижения смертности населения от болезней системы кровообращения и новообразований, а также от внешних причин (дорожно-транспортные происшествия, производственный и бытовой травматизм, алкогольные и прочие отравления);
- стабилизация и снижение младенческой, детской и материнской смертности;

- снижение смертности трудоспособного населения за счет профилактики травматизма, отравлений и инфекционных заболеваний, раннего выявления болезней системы кровообращения, новообразований;

- охрана и укрепление здоровья населения, создание условий и формирование мотивации для ведения здорового образа жизни;

- популяризация полноценного и здорового питания;

- повышение качества жизни пожилых людей и инвалидов путем создания необходимых условий для максимального использования их потенциала, продления периода социальной активности;

- снижение числа смертельных и тяжелых несчастных случаев на производстве, профессиональных заболеваний;

- усиление борьбы с болезнями социального характера;

- сокращение уровня смертности от самоубийств.

В области стимулирования рождаемости и укрепления семьи

- формирование системы общественных и личностных ценностей, ориентированных на семью с двумя детьми и более;

- повышение материального благосостояния, уровня и качества жизни семьи;

- создание социально-экономических условий, благоприятных для рождения, содержания и воспитания нескольких детей, включая условия для самореализации молодежи, в том числе получение общего и профессионального образования, работа с достойной заработной платой, а также возможность обеспечить семью соответствующими жилищными условиями;

- обеспечение работникам, имеющим детей, условий, благоприятствующих сочетанию трудовой деятельности и выполнения семейных обязанностей;

- повышение воспитательного потенциала семьи;

- разработка и реализация стратегии развития доступных форм семейного обустройства детей-сирот, в том числе детей-инвалидов.

В сфере регулирования миграции:

- обеспечение положительного баланса миграции рабочей силы из других регионов Российской Федерации, стран СНГ и Балтии;

- создание условий для привлечения и закрепления определенных категорий иммигрантов в Ленинградской области (находящихся в репродуктивном и трудоспособном возрасте, обладающих соответ-

ствующим уровнем профессионально-квалификационной подготовки) в целях обеспечения экономики региона необходимыми трудовыми ресурсами, восстановления систем расселения, использования процесса свободного перемещения рабочей силы;

- сокращение оттока трудоспособного населения;
- рациональное и эффективное использование потенциала мигрантов в целях приостановления депопуляционных процессов, восстановления сельской системы расселения, привлечения дополнительных трудовых ресурсов и улучшения их качества;
- содействие добровольному переселению соотечественников, проживающих за рубежом, на постоянное место жительства в Ленинградскую область;
- создание благоприятных условий для социальной адаптации и интеграции иммигрантов в российское общество.

Реализация перечисленных приоритетных направлений позволит стабилизировать демографическую ситуацию в регионе и положительно скажется на развитии трудового потенциала области.

Подводя итог проделанной работе, можно сделать следующие выводы:

1. Специфика современной демографической ситуации в регионе является основным катализатором в осуществлении государственного регулирования развития трудовых ресурсов. Текущие параметры состояния служат основой для формирования демографической политики государства и выбора стратегических направлений социально-экономического прогнозирования.

2. Демографический фактор можно определить как естественное воспроизводство трудовых ресурсов, которое характеризуется соотношением контингентов, вступающих в трудоспособный возраст, и контингентов, прекращающих трудовую деятельность (по возрасту, инвалидности или смерти). Количественное соотношение этих контингентов для того или иного периода развития рынка труда предопределяет прирост или убыль рабочей силы. Помимо естественного воспроизводства населения, демографические показатели включают изменения его численности в результате миграционных процессов. К качественным демографическим характеристикам, влияющим на уровень социально-трудовой активности рабочей силы, относятся возрастная и половая структуры, уровень квалификации, трудовая мобильность рабочей силы, ее способность развиваться.

3. Современное демографическое развитие Ленинградской области в значительной степени обусловлено социально-экономическими и демографическими процессами, происходившими в 1990-е годы. В развитии наиболее важных демографических факторов, влияющих на состояние трудовых ресурсов региона в настоящее время и в перспективе, можно выделить увеличение общего коэффициента рождаемости и снижение общего коэффициента смертности населения, сокращение естественной убыли населения; положительный миграционный прирост, покрывающий естественную убыль населения; высокий удельный вес среди мигрантов лиц трудоспособного возраста; развитие тенденции старения населения и снижение мобильности трудовых ресурсов; рост демографической нагрузки на трудоспособное население, прежде всего, лицами старше трудоспособного возраста, а также повышение нагрузки на систему здравоохранения и социального обеспечения; повышение продолжительности жизни населения.

4. Приоритетными задачами демографического развития Ленинградской области на ближайшую перспективу должны стать повышение рождаемости и укрепление института семьи, возрождение и распространение ее духовно-нравственных ценностей; снижение предотвратимой и преждевременной смертности населения, снижение уровня заболеваемости, инвалидности и смертности от болезней социального характера, увеличение ожидаемой продолжительности жизни населения, в том числе продолжительности активной жизни, улучшение состояния здоровья населения; дальнейшее сокращение уровня материнской и младенческой смертности, повышение качества жизни пожилых людей и инвалидов; дальнейшее снижение естественной убыли населения; регулирование миграционных потоков в целях обеспечения социально-экономического комплекса региона кадрами необходимых профессий и уровня квалификации, а также миграционного замещения естественной убыли населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конституция РФ (с изм. от 30 дек. 2008 г., от 05.02.2014, от 21.07.2014) // РГ. – 1993. – 12 дек.
2. Трудовой кодекс РФ № 197-ФЗ // Сборник законов – 2001. – 30 дек.
3. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 (ред. от 29.12.2015) «О занятости населения в Российской Федерации».

4. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 298 «Об утверждении государственной программы РФ «Содействие занятости населения».
5. Постановление Правительства Ленинградской области от 14 марта 2014 г. № 61 «О Концепции демографического развития Ленинградской области на период до 2025 года».
6. Блинова, Т.В. Экономическая политика, структура занятости и безработицы в российских регионах [Текст]: учебник / Т.В. Блинова, В.А.Русановский. – М.: РПЭИ, 2012. – 348 с.
7. Видяпин В. И. Региональная экономика [Текст]: учебник / В.И. Видяпин, М.В. Степенев. – М.: ИНФРП-М, 2014. – 413 с.
8. Ештокин, М.В. Демографическая ситуация в России как фактор формирования трудовых ресурсов [Текст] // Ученые записки РГСУ. – 2012. – № 2. – С. 74-79.
9. Золин, И. Демографические аспекты развития рынка труда [Текст] / И. Золин // Человек и труд. – 2013. – №2. – С. 19-22.
10. Ильина, Л.О. Рынок труда и управление человеческими ресурсами [Текст]: учебник / Л.О. Ильина. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 700 с.
11. Карпова, Н.В. Экономика и социология труда: социально-трудовые процессы в системе рыночного хозяйства [Текст]: учебное пособие / Н.В. Карпова, А.Г. Схиртладзе, В.Б. Крахт. – Старый Оскол: ТНТ, 2012. – 500 с.
12. Комитет по труду и занятости населения Ленинградской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.job.lenobl.ru>
13. Кязимов К.Г. Рынок труда и занятость населения [Текст]: учебник / К.Г. Кязимов. – М.: Перспектива, 2012. – 390 с.
14. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosmintrud.ru>
15. Петростат РФ (территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://petrostat.gks.ru>
16. Полевой, И. Демография и миграция - важнейшие факторы формирования трудовых ресурсов в современной России [Текст] / И. Полевой // Человек и труд. – 2012. – № 11. – С. 55-60.

17. Рожкова, В. Влияние демографических факторов на развитие трудовых ресурсов [Текст] / В. Рожкова // Ленинградская область: экономика и инвестиции. – 2006. – № 39. – С. 28-29.
18. Ржаницына, Л. Демография и трудовая занятость [Текст] / Л. Ржаницына // Человек и труд. – 2013. – № 5-6. – С. 20-27.
19. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
20. Фетисов, Г.Г. Региональная экономика и управление [Текст]: учебник / Г.Г. Фетисов, В.П. Оршин. – М.: ИНФРА – М., 2012. – 388 с.
21. Экономка труда [Текст]: учебник / под ред. проф. Ю.П. Кокина, проф. П.Э. Шлендера. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2013. – 686 с.

А.Д. Шиповская
(10 кл. МОУ «Гимназия №37»,
Петрозаводский городской округ)
научн. рук-ль М.В. Хотемская

Финансовая грамотность школьника (на примере обучающихся МОУ «Гимназии №37»)

Введение

Как мы все знаем, молодежь — это самая мобильная, перспективная и противоречивая группа современного российского общества. Она наиболее ярко отражает те процессы, которые протекают в стране в последние 10-20 лет. Облик молодежи сегодня определяет облик общества завтра. Экономическое развитие государства, экономическая стабильность семьи во многом зависят от стратегии поведения участника экономических отношений. Пакет знаний, умений в экономической сфере определяет стратегию будущего поведения. Насколько эффективно школьник может планировать свой бюджет, распоряжаться «карманными деньгами», разбираться в современном рынке труда является критериями сформированности финансовой грамотности.

Проблема исследования — финансовая грамотность выпускников гимназии.

Целью настоящей работы является анализ материалов социологического исследования, выявление пробелов в экономическом воспитании подростков.

Исходя из цели, объектом исследования будут материалы социологического исследования финансовой грамотности обучающихся МОУ «Гимназии № 37».

Гипотезой исследования служит предположение о том, что умение ориентироваться в востребованности современных профессий, умение рассчитать стоимость кредита, умение анализировать бюджет семьи находится у современных школьников на низком уровне.



М.В. Хотемская



А.Д. Шиповская

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

Выявить критерии финансовой грамотности.

Определить проблемные зоны информированности в вопросах финансовой грамотности.

Установить возможные источники информированности обучающихся в вопросах финансовой грамотности.

Сделать выводы.

В работе использовались следующие группы методов:

Теоретические:

1. Анализ информации, полученной на основании социологического опроса.

Эмпирические:

1. Анкетирование.

2. Обобщение результатов анкетирования.

Новизна работы: статистические данные по вопросам финансовой грамотности в МОУ «Гимназия № 37» не приводились ранее. Критерии финансовой грамотности, выделенные в работе, являются условными.

Актуальность работы: поставленная в работе проблема всегда актуальна, поскольку 29 декабря 2008 года Правительство Российской Федерации утвердило «Стратегию развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года», в котором указала, что «Финансовая грамотность населения России находится на низком уровне. Большинство граждан не разбираются в финансовых инструментах и связанных с ними рисках, не доверяют финансовой системе после многочисленных случаев потерь¹.

Теоретическая значимость исследования заключается в изучении, анализе и обобщении знаний по финансовой грамотности подростков.

Практическая ценность работы состоит в возможности ее использования на уроках обществознания, при проведении часов общения в классах, а также при подготовке к ЕГЭ по обществознанию, математике, при решении тестов PISA. Информация, полученная в ходе исследования, станет основой для формирования деловой игры в МОУ «Гимназия № 37».

¹ Бадмаева А.В. Финансовая грамотность несовершеннолетних и их участие в экономическом росте России // Молодой ученый. – 2012. – № 3. – С. 142.

Экономика сегодня становится одним из предметов, который влияет на социализацию человека в современном мире, поскольку каждый из нас, вне зависимости от возраста, воспитания или образования, напрямую сталкивался с разрешением множества экономических ситуаций. Формирование экономического мышления молодежи способствует развитию общественной активности, инициативности, предприимчивости, усилению чувства собственности. Экономика общества представляет собой сложный и всеохватывающий организм, который обеспечивает жизнедеятельность каждого человека и общества в целом. Мы принимаем ежедневное участие в экономической деятельности, живем в экономической среде, постоянно используем термины, употребляемые экономистами (деньги, цены, заработная плата, доходы, расходы и др.).

Таким образом, финансовая грамотность, как любой навык или умение, должна формироваться своевременно, постепенно, чтобы молодые люди смогли определить профессию, сферу своих интересов, получить нужные знания и в целом заложить прочный фундамент для будущей жизни². Под понятием «финансовая грамотность» принято понимать систему ценностей и мотивов хозяйственной деятельности, уровень и качество экономических знаний, оценок и действий человека, а также содержание традиций и норм, регулирующих экономические отношения и поведение.³

Финансовая грамотность предполагает уважительное отношение к любой форме собственности и коммерческому успеху; создание и развитие социальной среды для предпринимательства; неприятие настроений «уравниловки» в обществе и т. п. Финансовая грамотность – это довольно новое экономическое понятие, поэтому для анализа финансовой грамотности обучающихся гимназии мы решили выделить несколько критериев:

1. Умение ориентироваться в понятиях «потребность» и «желание». Потребность – базовое экономическое понятие. В этом качестве под потребностью понимают внутренний мотив, побуждающий к экономической деятельности. Что в основе мотива? Недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и разви-

² Ильина О. Экономическая культура младших школьников // Домашнее воспитание. – 2000. – № 3. – С. 99.

³ Там же. С. 100.

тия личности, предприятия, экономики в целом⁴. Без удовлетворения основных потребностей человеку достаточно сложно будет существовать в обществе. Важно уметь разделять потребности и желания. Так как желание является вторичным явлением, желания возможно контролировать, реализацию желаемого всегда можно отложить на определенный период.

2. Умение рассчитывать стоимость услуги или товара, приобретенного с помощью средств банка. Умение соотнести стоимость, указанную продавцом, с реально затраченными экономическими ресурсами.

3. Умение ориентироваться на рынке труда. Уровень безработицы в РФ растет, но спрос на востребованные профессии остается стабильным или в некоторых регионах даже растет⁵. Причина невостребованности многих специалистов – это неграмотный подход к выбору будущей профессии, сферы деятельности. При выборе будущей профессии важно прислушиваться к мнению специалистов, знакомиться с данными экспертов. Так, современный старшеклассник, прогнозируя свою дальнейшую деятельность, может воспользоваться «Атласом новых профессий», чтобы быть конкурентоспособным на рынке профессий через 5-7 лет⁶.

4. Каждый подросток ежедневно потребляет экономические блага. Важно понимать, какие блага необходимы для жизнедеятельности семьи, важно уметь планировать семейный бюджет, ориентироваться в стоимости основных товаров и услуг, без которых жизнь человека будет проблематична. Прогнозирование расходов семьи, анализ статей расходов семьи – один из важнейших компонентов финансовой грамотности.

5. Старшеклассник является не только потребителем экономических благ, но может их и производить. Для грамотной финансовой деятельности важно понимать, сколько ресурсов потребуется для удовлетворения потребности. В качестве критерия мы выбрали ситуацию с соотношением трудовой деятельности подростка и стоимости востребованного среди молодежи товара.

⁴ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/MVU6bW>

⁵ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.tradingeconomics.com/russia/unemployment-rate>

⁶ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.skolkovo.ru/public/ru/press/news/item/4038-2014-02-18-atlas>

Мы осознаем, что данный перечень критериев финансовой грамотности не является исчерпывающим. Немаловажно ориентироваться в современных банковских услугах, услугах страхования, понимать личную ответственность гражданина за свое имущество и деятельность, знать азы инвестирования, но в своей работе мы решили ограничиться указанными, так как респондентами нашего исследования стали гимназисты 9 и 11 классов.

Современные подростки являются активными потребителями и все больше привлекают внимание розничных торговых сетей, производителей рекламы и банковских услуг. В подобной ситуации недостаток понимания и практических навыков в сфере потребления, сбережения, планирования и кредитования может привести к необдуманным решениям и опрометчивым поступкам, за которые придется расплачиваться в течение многих лет на протяжении жизни. Поэтому формирование базы знаний по финансовым вопросам как жизненно важных знаний о мире денег и реальной жизни стало необходимостью⁷.

Грамотность школьников и учащейся молодежи в финансовой сфере – важное средство долгосрочного оздоровления финансовой системы государства, эффективная мера обеспечения повышения стандартов качества жизни и экономической безопасности населения и будущих поколений граждан.

В процессе социологического опроса старшеклассников (9 и 11 класса) мы выяснили точку зрения данных респондентов по основным, на наш взгляд, критериям финансовой грамотности.

Первым заданием для обучающихся продемонстрировать умения выделять из перечня товаров и услуг потребности желания (схема 2.1). Результат поражает: из 19 человек одиннадцатого класса только 6 (31,5%) смогли правильно определить позиции, среди девятых классов правильно смогли определиться только 6,1% учащихся. Для большинства понятия «потребность» и «желание» являются равнозначными по значению, большинство в своих ответах показали, что без «покупки абонеента на каток или лимонада им весьма сложно будет обойтись, установка компьютерной игры на компьютер так же важна, как услуга стоматолога. Эта ситуация яв-

⁷ Хейне П. Экономический образ мышления: пер. с англ. 5-го изд. – М.: Новости, 1991.– С. 274.

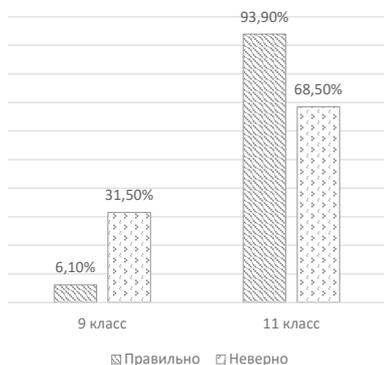


Схема 2.1

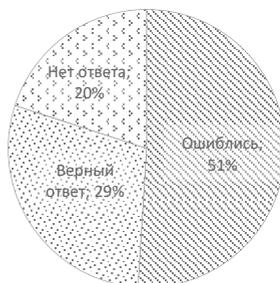


Схема 2.2



Схема 2.3

ляется показательной, молодежь готова приобретать услуги, не задумываясь об их фактической надобности.

Изучение правил и основ денежных потоков помогает создать изначальное представление об экономике как о целой системе функционирования человека в ней. В современной России покупка товаров при использовании средств банков является очень

распространенной. Учащимся было предложено рассчитать стоимость покупки квартиры с учетом кредитного займа.

Правильно ответили среди обучающихся девятого класса – 14 человек (28,5%) (схема 2.2). Среди учащихся 11 класса правильный ответ дали 73,6% (схема 2.3).

Данная ситуация демонстрирует, что менее трети 16-летних подростков видят реальную стоимость товара, купленного в кредит. Большинство же полагали, что стоимость квартиры за 10 лет увеличится только на 10%, основные версии, представленные школьниками, показывали, что 10% годовых ипотечного кредита рассчитываться будет на все 10 лет. Эта ситуация показывает крайне низкую информированность населения, объясняет ситуацию на рынке, когда

более 15% кредитов не возвращается гражданами⁸. Выпускники гимназии в данном вопросе оказались более компетентными, 74% дали верный ответ.

Следующим вопросом для исследования было задание определить востребованность профессий на современном рынке труда РФ, для упрощения решения предложены две позиции - востребованы или нет. Как показали результаты, у ряда респондентов возникли вопросы, прежде всего с пониманием сути профессии, они не знали, чем занимаются флорист, логист. Ученики 9 класса уверены, что бухгалтера (82%), юристы (90%), полицейские (100%) являются одними из самых востребованных профессий, их мнение противоположно сложившейся ситуации на рынке труда⁹. Так, из 47 учащихся считают специальность рабочего завода востребованной - 33 (70,2%), что соотносится со сложившейся ситуацией в экономике.

Насторожил факт, что выпускники гимназии не выделяют профессию врач как востребованную. В ответах многих респондентов было видно, что подростки путают понятие престижная профессия и востребованная. При выборе профессии они ориентируются не на рынок труда, а на престиж профессии в обществе, уровень заработной платы специалистов высокой квалификации. 24% выпускников уверены, что после обучения в вузе они легко найдут работу по специальности «дизайнер», причем данная деятельность, безусловно, будет хорошо оплачиваться.

Термин «экономика» в переводе с греческого языка обозначает «искусство ведения домашнего хозяйства». Рассчитывать семейный бюджет стратегически важно. Мы попросили респондентов указать перечень 5 основных позиций расходов современной российской семьи.

Распределение основных позиций бюджета семьи учениками 11 класса показано на схеме 2.4, учащимися 9-х классов – на схеме 2.5.

Показательно, что учащиеся 11-х классов назвали в качестве статьи расходов семейного бюджета образование и личные расходы.

⁸ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://microcredit-rf.ru/fgdamnenie-experta-kolichestvo-nevozvratov-prosrochek.html>

⁹ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/12/13/professii-site.html>

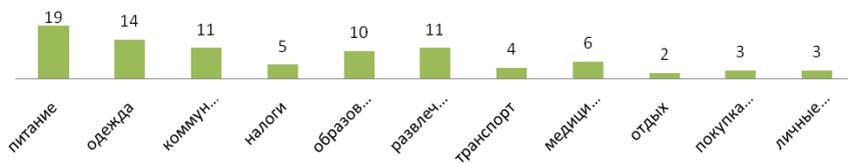


Схема 2.4

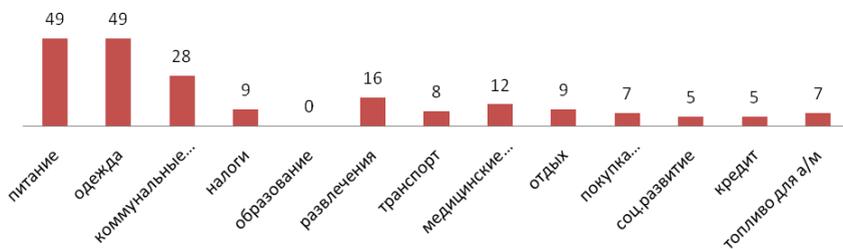


Схема 2.5

Это говорит о том, что, вероятно, семьи оплачивают услуги репетитора, некоторые выпускники осознают, что за высшее образование придется платить. Важно, что все респонденты выделяют в качестве основных статей бюджета семьи расходы на покупку питания и оплаты коммунальных платежей. Старшеклассники знакомы с ценами на данные товары и услуги и понимают важность своевременной оплаты. Гимназисты 9 и 11 классов в расходной части бюджета не указали оплату по кредитам, мнение же специалистов, что каждый гражданин РФ должен банкам сумму, равную 70.000 рублей¹⁰. Согласно трудовому законодательству несовершеннолетние имеет право работать с 14 лет. В рамках опроса мы смоделировали ситуацию: Укажите, где и какой период необходимо работать современному российскому старшекласснику для того, чтобы приобрести смартфон стоимостью 10.000 рублей. Ответы по знанию формы и системы оплаты труда оказались объективными. Старшеклассники проинформированы, какие специальности представлены на рынке труда молодежи и адекватно рассчитывают заработную плату неквалифицированного работника.

Обучающиеся 11 класса показали перечень специальностей с указанием, что для заработка в 10.000 рублей придется работать 1-1,5 месяца (схема 2.6).

¹⁰ Анализ кредитной политики за 2013 год // Эксперт. – 2014. – № 9. – С. 16.

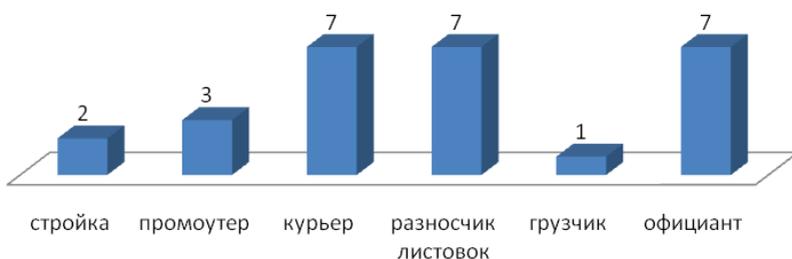


Схема 2.6

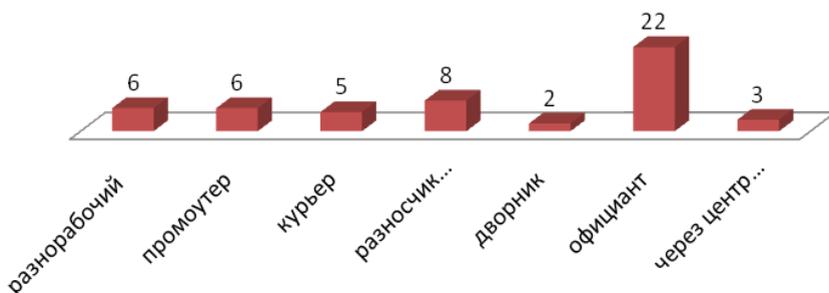


Схема 2.7

Учащиеся 9-х классов оценили свои возможности более низко. Они полагают, что для заработка такой суммы им понадобится 2-3 месяца. Гимназистами был назван перечень специальностей, по которым им можно трудоустроиться (схема 2.7).

Показательно, что девятиклассники указывали позицию «С помощью Центра занятости населения» - 9%, то есть они полагают, что в результате обращения в государственное учреждение вопрос с трудоустройством точно будет решен.

Возможность работы официантом выделили около половины опрошенных (47%) 9 класса и только 30% учеников 11-го класса. Гимназисты 9 и 11 класса выделяют практически одинаковый перечень деятельности: промоутер, разносчик листовок, курьер, официант.

При подведении итогов исследования мы попросили учащихся выявить наиболее сложные вопросы анкеты. Ответ выглядит следующим образом (схема 2.8).

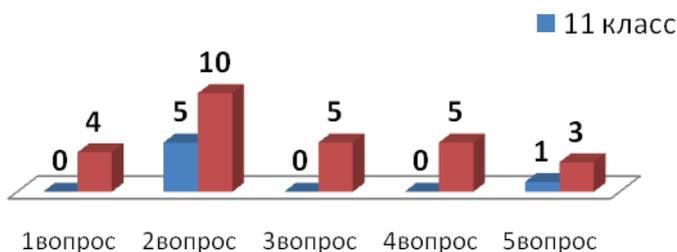


Схема 2.8

Данные, представленные гимназистами, подтвердили наши выводы. Наиболее проблемным оказался вопрос в расчете стоимости квартиры, купленной с использованием средств банковского кредита.

Стратегически важно формировать финансовую грамотность населения, начинать данный процесс необходимо как можно раньше. Финансовая грамотность для подростков, согласно проведенным мониторингам, может стать успешной, если привлекать различные формы и методы, показать подростку практическую значимость данной проблемы, показать достоинства в современной обыденной жизни на конкретных примерах. Необходимо помочь школьникам овладеть основами знаний, чтобы они могли сами принимать обдуманные решения, пользуясь денежными средствами, подписывая документы в кредитных учреждениях, устраиваясь на работу.

Изучение вопросов экономики в школе развивает у учащихся рационализм, логическое и аналитическое мышление, учит отслеживать факторы, влияющие на развитие общества, позволяет использовать в реальных экономических расчетах математические методы, то есть интегрировать математические, экономические и другие знания. Это можно считать одной из наиважнейших задач экономического образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азрилян, А.Н. Экономический и юридический словарь [Текст] / А.Н. Азрилян. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1088 с.
2. Бадмаева, А.В. Финансовая грамотность несовершеннолетних и их участие в экономическом росте России [Текст] / А.В. Бадмаева // Молодой ученый. – 2012. – № 3. – С. 142-143.

3. Боровитина, Н.М. Значение экономического образования школьников для формирования экономической культуры общества [Текст] / Н.М. Боровитина // Молодой ученый. – 2011. – № 10. – Т. 1. – С. 119-121.
4. Ильина, О. Экономическая культура младших школьников [Текст] / О. Ильина // Домашнее воспитание. – 2000. – № 3. – С. 99.
5. Калмычков, Е.Н. Экономическое мышление: философские предпосылки [Текст]: учебное пособие для высших учебных заведений по экономическим специальностям / Е.Н. Калмычков, И.Г. Чаплыгин. – М.: Инфра-М, 2005.
6. Кобяк, О.В. Экономический человек: закономерности формирования мышления и механизмы управления поведением [Текст] / О.В. Кобяк. – Минск: Право и экономика, 2006. – 211 с.
7. Хейне, П. Экономический образ мышления [Текст]: пер. с англ. / П. Хейне. – 5-е изд. – М.: Новости, 1991. – 704 с.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.gl/Q9tmsX>
9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tradingeconomics.com/russia/unemployment-rate>
10. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.skolkovo.ru/public/ru/press/news/item/4038-2014-02-18-atlas>

М.С. Копысова
(10 кл. МОУ «Лицей № 32», г. Вологда)
научн. рук-ль Д.А. Алферьев

Маркетинг как основной фактор ведения предпринимательской деятельности (на примере малого и среднего бизнеса)

Введение

В настоящее время в экономике большую роль играет конкурентная борьба. Она является одним из мощнейших факторов развития экономических отношений, порой подталкивая предпринимателей на очень оригинальные идеи. Одним из основных направлений продвижения авторской мысли на рынок является маркетинг. Проблемы и вопросы, затрагивающие данную сферу, включают в себя методы продвижения товара и услуг, факторы потребительского выбора и предпочтений (возраст, мода, традиции и обычаи и др.), рекламные кампании т.д.

Актуальность разрешения данных ситуаций, прежде всего, востребована в среде начинающих предпринимателей. Это связано с тем, что огромное количество людей пытается открыть и развивать свой собственный бизнес, но в дальнейшем так и не может добиться успеха. Прежде всего, это касается индивидуальных предпринимателей, а также малого и среднего бизнеса. Данным субъектам хозяйственной деятельности присущ разнообразный набор направлений ведения деятельности. Это может быть сфера досуга и развлечений, услуги, торговля различным товаром и др. С таким разнообразием существуют различные факторы риска, которые в свою очередь требуют к себе отдельного подхода.

Объектом данного исследования являются малые и средние предприятия.



М.С. Копысова



Д.А. Алферьев

Предметом исследования является маркетинговая деятельность малых и средних предприятий.

Таким образом, цель данного исследования – выявление наиболее рациональных методов маркетинговой деятельности, способствующих эффективному продвижению продукции предприятий на рынок.

Задачи исследования:

1. Изучить отечественный и зарубежный опыт продвижения товара и услуг на рынок.

2. Определить наиболее эффективные методы продвижения товаров и услуг для предприятий малого и среднего бизнеса.

Методология и методика исследования:

Общенаучные: Анализ, синтез, сравнение.

Специальные: SWOT-анализ, опрос.

Предполагаемая научная новизна:

Практическая значимость данной исследовательской работы заключается в том, что полученные результаты могут быть учтены предприятиями малого и среднего бизнеса при формировании и управлении их маркетинговой политикой для рассмотрения максимально возможного использования сильных сторон с учетом и слабостей компаний.

Понятие маркетинг зародилось в 19-20 веках, что при дословном переводе обозначает рыночную деятельность [5]. В современной экономике существует множество толкований данного понятия. Далее приведены некоторые из них:

1. «Маркетинг – это попытка представить себе, чего хотят люди, чтобы дать им это» – Шелли Лазарус [17].

2. «Маркетинг – процесс управления выявлением, прогнозированием и удовлетворением потребностей потребителей с целью получения прибыли» – Королевский институт маркетинга CIM [8].

3. «Маркетинг – это приобретение и удержание клиентов» – Игорь Манн [10].

Таким образом, из данных толкований можно сделать следующий вывод – практическая значимость маркетинга заключается в привлечении новых и сохранение существующих клиентов; увеличение объема продаж.

В современной экономической теории принято различать следующие функции маркетинга [5]:

1. Аналитическая – анализ рынка и внешней среды предприятия, изучение характера спроса;
2. Производственная – совершенствование или создание конкурентоспособного товара;
3. Сбытовая (функция продавца) – разработка товарно-ценовой политики, системы товарооборота, организация качественного сервиса;
4. Продвижения – формирование, расширение и поддержание спроса на рынке;
5. Управления – организационное планирование, контроль над осуществлением маркетинговой деятельности и др.

Маркетинговая деятельность, прежде всего, начинается с анализа рыночных возможностей и угроз. Следом идет процесс отбора целевых рынков, на которые будет направлено предложение вашего товара или услуги. В зависимости от выбранных целевых рынков маркетологи выстраивают конкретный комплекс мероприятий по привлечению клиентов или повышению объемов продаж. И остается только претворить данные идеи в жизнь [13].

В маркетинговом деле существует некий набор «инструментов», который носит название – комплекс маркетинга (маркетинг-микс) и позволяет маркетологам наиболее качественно удовлетворить потребителей [12]. Данный набор инструментов в научной литературе обычно встречается с точки зрения 2 подходов: 4Р (базовый) и 7Р (расширенный).

Понятие «комплекс маркетинга» впервые встречается в работах Нила Бордена в 1953 г. [5] На основе этих трудов в 1960 г. Джером Маккарти сформировал классификацию, которая получила название «4Р». С годами она неоднократно расширялась и на сегодняшний день наиболее актуальной является модель «7Р» (табл. 1).

Следует отметить, что при ведении любой маркетинговой деятельностью элементы концепции «4Р» присутствуют в комплексе маркетинга всегда.

Таблица 1. Основные подходы к определению «маркетинг-микс»

Элементы модели «4Р»	Элементы модели «7Р»
1. Продукт	Все предыдущие элементы из «4Р»
2. Цена	5. Люди, вовлеченные в процесс
3. Место продажи	6. Процедура создания товара
4. Продвижение товара	7. Качество и уникальность товара

Один из известных американских экономистов Ф. Котлер [9] выделил пять концепций управления маркетингом для всех видов предприятий:

1. Концепция совершенствования производства – направлена на производство товаров, которые широко распространены и более доступны по цене. Потребности людей всегда были и будут безграничными. Человеку свойственно выбирать те продукты, которые помогут ему в большей степени достичь удовлетворенности в рамках финансовых возможностей. Такой подход наиболее эффективен при ситуации, когда спрос превышает предложение и существуют реальные возможности по уменьшению себестоимости производства. Но необходимо также учитывать, что это требует немалых усилий в плане совершенствования техники и технологий, снижения затрат, организации производства и распределения.

2. Концепция совершенствования товара – направлена на производство товаров наивысшего качества, а также с лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками. Такой товар может представлять собой нововведение, которое потребитель считает значимым, или модификацию уже существующего на рынке товара.

3. Концепция интенсификации коммерческих усилий – направлена на активное проведение рекламы и дополнительное стимулирование со стороны продавцов.

Реклама – особая форма коммуникаций, стимулирующая спрос и продвижение продукции к потребителю путем информирования о потребительских свойствах и качестве товара [4]. Ее главная и основная задача заключается в создании и поддержании гибкой и надежной коммуникативной связи между производителем и потребителем.

4. Концепция маркетинга – направлена на правильное определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение их удовлетворения более эффективным и продуктивным, чем у конкурентов, способом.

Для достижения наиболее точного определения потребностей целевых рынков учитывают:

– социальные факторы потребителей: национальность, пол, возраст, семейное положение, культура, принадлежность к той или иной социальной группе;

– экономические факторы: уровень доходов, возможность и условия получения кредита, уровень потребления, льготы;

- географические факторы: местонахождение, особенности климата;
- психологические факторы, действие которых во многом зависит от возраста и пола: отношение к новому, рекламе, здоровью и др;
- потребительские мотивы: цена, качество, обслуживание, марка.

5. Концепция социально-этического маркетинга – направлена на одновременное сохранение и укрепление благополучия каждого потребителя и общества в целом.

Для предприятий малого и среднего бизнеса чаще всего присущи концепции поддерживающего, конверсионного, развивающегося и стимулирующегося маркетинга, т.к. данные категории предприятий несколько ограничены в финансовых, трудовых и других видах средств [12].

1. Поддерживающий маркетинг – стремиться к управлению и удержанию спроса на должном уровне, при уже сложившемся равновесном положении спроса и предложения. Происходит за счёт тщательного изучения и контролирования факторов, влияющих на спрос.

2. Конверсионный маркетинг – главная цель данного вида маркетинга – это планирование комплекса мероприятий по преодолению негативного отношения отдельных категорий граждан и предприятий к данному товару и привлечение их в круг потенциальных потребителей.

3. Развивающийся маркетинг – направлен на уменьшение спроса на определенный вид продукта, при условии неготовности фирмы к удовлетворению потребности группы потребителей в том виде товара, т.е маркетинговые усилия идут на развитие спроса в необходимом фирме направлении.

4. Стимулирующий маркетинг – основная задача – стимулирование и формирование спроса при незаинтересованности потребителя в товаре и неготовности рынка к появлению нового типа товара.

Таким образом, маркетинг затрагивает все основные сферы деятельности любого предприятия: начиная с разработки концепции и заканчивая реализацией функциональной стратегии. Каждая из компаний стремится к получению прибыли, привлечению новых клиентов для увеличения товара оборота. Особенно важным это является и для малого и среднего бизнеса, которому на первых этапах своего развития достаточно сложно выжить в конкурентной борьбе. Но помимо выживания, необходимо и движение вперед, в решении именно этой проблемы компаниям и помогает маркетинг.

Малые и средние предприятия отличаются от крупных фирм главным образом по величине годовой прибыли, количеству персонала, количеству филиалов и т.д. Для субъектов малого предпринимательства в нашем государстве приняты определенные стандарты по количеству сотрудников и объемам выручки в зависимости от сферы деятельности компании [1]:

- строительство и промышленность – до 200 человек;
- другие области производства – до 50 человек;
- отрасли непромышленной сферы – до 25 человек;
- розничная торговля – до 15 человек;
- микропредприятия - 60 млн. руб./год;
- малые предприятия - 400 млн. руб./год;
- средние предприятия – 1000 млн. руб./год [7].

Для высокого уровня продаж начинающего предприятия необходимо, чтобы население было хорошо проинформировано о видах его деятельности. При разработке программы продвижения необходимо учитывать: размер целевого рынка, вид товара, особенности рынка, величину выделяемых на продвижение средств и др. Благодаря комплексу необходимых мероприятий предприятие может увеличить свой товарооборот. Этим видом коммуникативной политики и занимается один из четырех элементов базовой концепции маркетинга – продвижение.

Среди основных видов продвижения товара выделяют следующие инструменты [12]:

1. Реклама – «неличная формы коммуникации, осуществляемые с помощью платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования» (Котлер Ф. Основы маркетинга)[9]. Следует различать рекламу как часть маркетинга и рекламу вообще. Основная функция рекламы в маркетинге – информирование потребителя о потребительских свойствах товаров и деятельности производителей.

Эффективность воздействия рекламы на потребителей определяется содержащейся в ней оценкой продвигаемых товаров и аргументацией в их пользу. Если потребитель не обнаруживает такую оценку и аргументацию, то эффективность рекламы существенно снижается. Рекламные аргументы в пользу товара можно разделить на два вида [4]:

– объективные аргументы, логически раскрывающие особенности рекламируемой продукции (например, реклама жевательной резинки Dirol);

– субъективные аргументы, формирующие у потребителей определенные эмоции и ассоциации (например, реклама напитков «Фруктовый сад»).

Рекламное предложение должно кардинально отличаться от всех предложений конкурентов. Его уникальность может быть связана с уникальностью либо товара, либо целевого рынка, либо самого рекламного обращения. Без уникальности предложения не стоит рассчитывать на уникальность спроса.

Чтобы реклама была эффективной, она должна запоминаться потребителям, а это зависит от ее ценности и информативности. Обычно в маркетинге выделяют три вида восприятия рекламной информации [4]:

а) Востребованная информация, которая доступна, понятна и быстро запоминается. Для такой информации не нужны дорогостоящие средства рекламы. Несколько строк в газете или на доске объявлений – и реклама «выстрелит». Например, информация о «помощи» в написании курсовых и дипломных работ для студентов;

б) Случайная информация, которая не запоминается или запоминается с большим трудом. Такая информация «привязывается» к носителю рекламы. Потенциальный потребитель должен знать, где при необходимости искать рекламное предложение. Например, большая часть потребителей, желающих поставить пластиковые окна, обращается к бесплатным рекламным изданиям. Задача продавца здесь – оказаться в нужное время в нужном месте;

с) Ненужная информация, которую потребитель игнорирует или она его раздражает. Ненужная информация присутствует всегда, так как не бывает, чтобы товар был востребован абсолютно всеми. Вопрос в том, какая часть аудитории воспринимает рекламную информацию как ненужную, а какая – как случайную или востребованную (например, зрительская аудитория телевизионной рекламы).

Как только потребитель осознает свою потребность в рекламируемом товаре, он готов к принятию решения о его покупке. Задача маркетинга при планировании рекламных мероприятий – правильно определить целевую аудиторию и средства донесения информации о

товаре. Не пытаться заставить покупателя насильно приобрести товар, а способствовать его самостоятельному решению о приобретении.

2. Стимулирование сбыта – совокупность мероприятий, призванных содействовать продвижению продукции.

Характерной особенностью мероприятий по стимулированию продаж является их прямая связь с потребительскими свойствами продукции, ее ценой или системой сбыта. Стимулирование продаж направлено на трех адресатов:

1) покупателей: с целью побуждения потребителей совершать больше покупок. Формы стимулирования покупателей могут быть различны:

- конкурсы, игры и лотереи;
- программы лояльности (скидки при повторной покупке, дисконтные карты);
- акции по случаю вывода товара на рынок или по иному поводу;
- демонстрация товаров промоутерами;
- бесплатные образцы (пробники), льготные талоны и т. д.;

2) контрагентов – с целью побуждения их увеличить объемы торговых сделок и сосредоточиться на продвижении продукции поставщика. Формы стимулирования контрагентов могут быть различны:

- предоставление агитационных материалов и торгового оборудования;
- помощь в обучении торгового персонала;
- проведение конкурсов по итогам продаж, авторизованное дилерство и др.
- предоставление сопутствующих услуг (юридических, информационных).

Например, компания Coca-Cola предоставляет бесплатно холодильники для розничных торговцев, а поставщики сложной бытовой техники оплачивают обучение и проводят сертификацию контрагентов при создании ими авторизованных сервисных центров;

3) торгового персонала: с целью побудить торговых сотрудников направлять больше усилий на улучшение качества обслуживания и привлечение потребителей. Формы стимулирования торгового персонала могут быть различны:

- соревнования по продажам между работниками;
- материальное (премии, бонусы) и моральное (грамоты, доска почета) стимулирование;

- обучение, лечение и переподготовка персонала за счет фирмы;
- оплаты путевок работникам, не имеющим нареканий со стороны работодателя, и др.

Торговый персонал, контрагентов и потребителей невозможно привязать к себе силой. Однако существует достаточно приемов, позволяющих укрепить взаимоотношения с ними на основе общности интересов без какого-либо принуждения.

Пример 1. Технологические различия между дорогим смартфоном и его китайским аналогом не столь велики, как разница в цене этих товаров (в 15-25 раз). Другое дело, что владение брендовым дорогим смартфоном гораздо престижнее, чем китайским аналогом. Это и есть следствие продвижения товара, его позиционирования в сознании потребителя. Если бы рыночная цена смартфона и прибыль производителя определялись только производственными затратами, то разница в цене была бы гораздо меньше. Значит, есть нечто, что позволяет производителям брендовых товаров получать на рынке сверхприбыль. Это нечто и называется коммуникативной политикой в маркетинге, направленной на потребителей.

Пример 2. В торговой сети McDonald's Санкт-Петербурга производится премирование сотрудников по результатам работы. Эти меры побуждают торговый персонал уделять особое внимание качеству обслуживания клиентов. В то же время далеко не все предприятия общепита применяют подобное стимулирование продаж. Ассортимент и рецептура продукции McDonald's достаточно просты и могут быть легко скопированы. Однако не только они делают McDonald's столь популярным. Большое значение имеет стимулирование работы персонала, от которого зависит уровень обслуживания клиентов;

4) персональные продажи – представление товара потребителям в устной форме с целью продажи.

Суть личных продаж сводится к тому, чтобы превратить торгового агента из простого приемщика заказов от потребителей в их активного добытчика. Организация личных продаж основывается на использовании двух основных подходов:

- ориентация на продажи: метод агрессивных продаж, предусматривающий дискредитацию конкурентов, преувеличение достоинств собственных товаров и скидки за немедленную покупку. Девиз такого подхода: «Продажи любой ценой»;

– ориентация на клиента: метод участия в решении проблем клиентов. Базируется на выявлении нужд потенциальных клиентов и предложении способов их удовлетворения. Девиз такого подхода: «Продажи через сотрудничество».

Личные продажи обладают целым рядом преимуществ, среди которых можно выделить:

- индивидуальный подход к каждому потребителю и возможность передачи значительного объема информации;
- меньший, чем в рекламе, размер издержек, не приносящих финансового результата;
- обратная связь с потребителями, позволяющая своевременно корректировать рекламные кампании и производственный процесс.

Основным недостатком личных продаж является более высокий уровень оборотных издержек, чем в традиционной торговле, так как отношения внутри торговой сети часто строятся по принципу «пирамиды». Личные продажи наиболее эффективны тогда, когда продавец обладает эксклюзивным товаром на рынке.

В целом личные продажи чрезвычайно эффективны при решении ряда маркетинговых задач: выявления потенциальных клиентов, сбора информации о рынке и т. д. Опора на торговый персонал позволяет более эффективно осуществлять контакты с потребителями и быстрее реагировать на любые изменения рыночной ситуации.

5) «паблисити» или PR – распространение информации о компании и ее товарах в виде новостей, без предоставления оплаты. Основные инструменты PR [13]:

- выступления: участие представителей фирмы в открытии различных мероприятий, приветственные слова и т. п.;
- мероприятия: организация пресс-конференций и онлайн-выходных встреч, проведение семинаров и юбилеев, участие в выставках, соревнованиях и конкурсах и др.;
- новости: предоставление средствам массовой информации благоприятных новостей о предприятии, его продукции и сотрудниках (пресс-релизы);
- публикации: годовые отчеты, информационные бюллетени, брошюры, журнальные или газетные статьи и иные печатные материалы, используемые в качестве инструментов влияния на целевые рынки;

- спонсорство: выделение времени, денежных и материальных ресурсов для содействия организации благотворительных, спортивных и иных общественно значимых мероприятий;

- средства идентификации: использование эмблемы (логотипа) предприятия, писчей бумаги с водяными и иными знаками, многоцветных печатей, визитных карточек, создание веб-сайтов, разработка единого стиля и дизайна помещений, введение униформы для сотрудников, распространение брошюр о предприятии и т. д.

Следует выделить четыре вида адресатов пропаганды [11]:

- потребители: с целью формирования положительного имиджа товара (обычно связано с экологией) и имиджа фирмы. Задача решается через организацию промо-акций, социально-значимых массовых мероприятий, размещение имиджевых материалов в СМИ и т. д.;

- контрагенты: с целью развития торговой сети и привлечения новых партнеров. Задача решается через выставки, презентации, рассылку рекламно-агитационных материалов и т. п. Эти мероприятия позволяют получить двойной эффект за счет презентации продукции и персональных контактов с заказчиками;

- ключевые журналисты (пресса, радио, телевидение, Интернет): с целью продвижения бесплатной информации о наиболее значимых событиях и новинках производства. Задача решается через организацию пресс-конференций, рассылку пресс-релизов и т. д.;

- государственные и муниципальные органы власти и управления: с целью привлечения их к участию в развитии бизнеса. Задача решается через участие в социально значимых проектах, софинансирование массовых мероприятий и т.п. [15].

Существует важная закономерность: чем выше уровень монополизации рынка, тем больше пропаганда превалирует над рекламой. В противном случае коммерческая эффективность пропагандистских мероприятий оказывается гораздо ниже эффективности рекламы и пропаганда имеет меньшее значение для продвижения продукции.

Следует отметить, что иерархия видов продвижения в потребительском и промышленном маркетинге несколько отличается (табл. 2) [12].

Существует большое количество различных способов, обеспечивающих узнаваемость вашего товара. С развитием новых технологий,

**Таблица 2. Иерархия методов продвижения товара
в потребительской и промышленной среде**

Преимущественная позиция	Потребительский маркетинг	Промышленный маркетинг
1	Реклама	Персональные продажи
2	Стимулирование сбыта	Стимулирование сбыта
3	Персональные продажи	Реклама
4	«Паблсити»	«Паблсити»

интернет сетей в практическом маркетинге их стало еще больше, и их условно можно подразделить на две большие группы [5]:

1. Традиционный маркетинг:

- 1) СМИ (радио, телевидение, пресса);
- 2) раздаточный материал (каталоги, буклеты);
- 3) наружная реклама;
- 4) организация выставок, дегустаций, презентаций и др.

2. Интернет-маркетинг [3]:

1) социальные сети (реклама во много посещаемых сообществах/ группах вКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram и т.д.) [16];

2) контекстная реклама (текст рекламы при запросе по определённом товару в крупных поисковых системах Google, Яндекс и др.) [2];

3) поисковая оптимизация (поднятие позиций сайта при запросах, с целью привлечения больших масс посещающих);

4) таргетированная реклама (тип рекламы, широко распространённый для социальных сетей, представляющий собой графическое и текстовое сообщение для определённой целевой аудитории);

5) RSS-ленты (лента краткого обзора новостей с определённого сайта, предназначена для привлечения внимания клиентов, т.к. такая лента упрощает просмотр целых статей, а привлекает внимание только к интересующим товарам);

6) блоги, видеоблоги, интернет-журналы (существует большое количество людей, ведущих одни из самых популярных блогов, к которым обращаются производители с целью рекламы своих товаров посредством блогеров).

Предприятия малого и среднего бизнеса имеют некоторые ограничения в своей маркетинговой деятельности, так как они не обладают достаточным количеством оборотных средств, чтобы провести затратные методики, частые и сложные исследования (ценовые исследования, изучение полезности товара). В проводимых исследова-

ниях присутствует в большей степени стихийный характер, нежели систематизированный. Равным образом ограниченность маркетингового бюджета сказывается и на невозможности проведения широкомасштабных рекламных компаний (телевидение, затратные виды внешней рекламы) и использовании специфичных методов продвижения продукции (организация мероприятий: ярмарок, выставок, PR-компании, имиджевые акции). Возможно возникновение сложностей во время подбора специализированных рекламных агентств.

Также ограничения присутствуют и в товарной политике предприятия. Например, для того чтобы установить высокую цену и в результате получить больше прибыли, которая смогла бы компенсировать сравнительно небольшое количество клиентов, необходимо соблюдать высокие требования к качеству поставляемой продукции. Для малого и среднего бизнеса также характерен дефицит бюджета на научно-технические инновации, что приводит к невозможности производства и продвижения совершенно новых товаров для рынка.

В ценовой политике данная категория предприятий не может участвовать в «ценовых войнах» с крупными конкурентными предприятиями, так как даже незначительное снижение цен оказывает огромное влияние и риски на малые и средние предприятия, а для крупных фирм это совершенно незаметно. Также следует учесть ограниченность использования скидочных систем, поскольку при малом обороте и небольшом ассортименте долгосрочное проведение акций будет достаточно сильно отражаться на результатах хозяйственной деятельности.

Малые и средние предприятия имеют относительно малую сбытовую сеть (вплоть до одной точки продажи) и из-за необходимости значительной экономии средств на аренде помещений, точки сбыта предприятия могут иметь достаточно неудобное географическое расположение по отношению к фирмам-конкурентам [12].

Для контроля эффективности службы товародвижения используют формулу общих издержек [13]:

$$D = T + F + W + S + R, \quad (1)$$

где:

D – сумма издержек товародвижения;

T – транспортные расходы;

F – постоянные складские расходы;

W – переменные складские расходы;

S – стоимость заказов, не выполненных в срок;

R – сумма штрафов за неисполненные заказы.

Таким образом, недавнее изобретение глобальной информационной системы Интернет оказало революционное влияние на маркетинговую деятельность в особенности для малых и средних предприятий, так как одними из главных положительных аспектов интернет-маркетинга являются массовость аудитории, на которую она направлена, и достаточно малые затраты.

Бурное развитие современных тенденций и технологий приводит к видоизменению традиционных методов маркетинговых исследований, продвижения и продажи товаров и услуг, обратной связи с потребителями. Глобальные сети могут как помочь расширить рынок сбыта отдельно взятой компании до размера международного, так и обострить конкуренцию между производителями, т.к. расширяют возможности потребительского выбора.

Для более точного определения сильных и слабых сторон маркетинговой деятельности, характерной для данных типов предприятий, проведем SWOT – анализ, который поможет нам наиболее наглядно представить основные направления развития фирм. В таблице представлены не только сильные и слабые стороны маркетинговой политики, но и возможное влияние на компанию внешних и внутренних факторов [14]. На основе данной таблицы можно рассмотреть максимально возможное использование сильных сторон и вероятные меры по преодолению слабостей (табл. 3).

Проведенный нами SWOT-анализ показал, что у малых и средних предприятий существуют как слабые, так и сильные стороны. Главное достоинство - легкость регулирования цен; Главный недостаток – относительно малый капитал. Главные направления маркетинговой деятельности заключаются в сравнительно недорогостоящих мероприятиях продвижения товара. Необходимо также учитывать все показатели компании для проведения наиболее эффективной деятельности.

Также нами было опрошено 20 малых и средних предприятий (анкета прилагается; см. приложение 1).

По результатам анкетирования большинство опрошенных компаний относятся к малому (70%), а оставшаяся часть к среднему (30%) бизнесу (по классификации, основанной на количестве получаемой выручки).

Таблица 3. SWOT – матрица маркетинговой деятельности

	<p>ВОЗМОЖНОСТИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Увеличение доли доходов начинающего предприятия – Увеличение объема продаж – Повышение престижа и имиджа организации – Увеличение популярности компании и товара среди потребителей – Увеличение конкурентоспособности малого и среднего предприятия 	<p>УГРОЗЫ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Неожиданные изменения модных предпочтений потребителей – Непредвиденные действия конкурентов (появление новой компании на рынке) – Личные предпочтения отдельных групп потребителей
<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Проведение маркетинговых исследований, получение необходимой информации о внешнем рынке – Возможность изменения ценовой политики (дешевле, чем у конкурентов) => привлечение дополнительных клиентов – Появление сетевого маркетинга (менее затратный, большая аудитория) 	<p>СИВ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Систематическое проведение комплексного изучения внешнего рынка и рынка конкурентов – Заключение договоров о представительстве известных компаний – Поиск новых ниш на рынке 	<p>СИУ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Систематическое обновление ассортимента (внесение в каталог новых товаров) – Переход на более качественное обслуживание – Поддержание общественных компаний (защита окр. среды => вторичное использование упаковки продукта и т.д)
<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Необходимость учета всех возможных факторов – Отсутствие больших финансовых ресурсов на маркетинговую компанию у малых и средних предприятий – Для проведения качественной маркетинговой политики необходим дополнительный персонал, большие трудовые затраты 	<p>СЛВ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Использование недорогих методов рекламы (Интернет (соц. сети, сайты), раздача информационной рекламной продукции (буклеты, лифлеты)) – Привлечение местной администрации к поддержке малых и средних предприятий – Формирование систем стратегического менеджмента – Формирование эффективной кадровой политики 	<p>СЛУ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Стратегии выживания (пассивное, активное) – Привлечение собственных сил для укрепления конкурентоспособности – Рассмотрение возможности усовершенствования технологий, материалов, каналов поставок – Проведение недорогой рекламной компании (Интернет, Рекламные листы и т.д)

Анкетирование показало, что все из опрошенных фирм используют маркетинговую политику в своей деятельности, но только 10 из них (50%) полностью удовлетворены проводимой маркетинговой политикой, 8 из них удовлетворены частично (40%), а 2 и вовсе не довольны результатами (10%) (рис. 1).

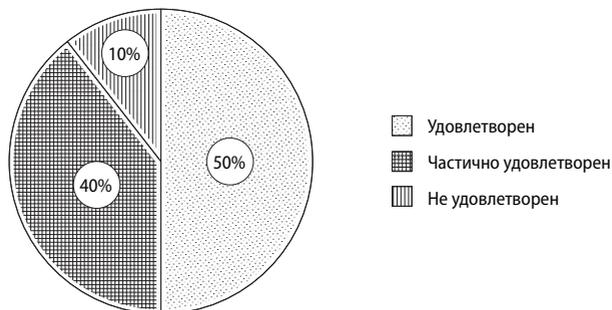


Рисунок 1. Уровень удовлетворенности маркетинговой политикой

Среди опрошенных большинство компаний, а именно 18, используют наружную рекламу (чаще всего вывески) как средство продвижения товара, также достаточно популярным оказался интернет-маркетинг – им пользуются 16 фирм. Менее популярны раздаточный материал, СМИ и выставки, их используют 12, 10 и 5 компаний соответственно. Самый невостребованный на сегодняшний момент является метод прямых продаж, им пользуется только одна фирма из всех, которые были нами опрошены (рис. 2).

По результатам опроса среди наиболее эффективных, по мнению анкетированных, оказались такие виды маркетинговой деятельности, как СМИ (39%), интернет-маркетинг (39%) и раздаточный материал (22%) (рис. 3).

В целом методы продвижения товара, которые опрашиваемые считают наиболее эффективными, не совсем подходят для продвижения малого и среднего бизнеса, так как являются дорогостоящими. Но в современном обществе некоторая часть предпринимателей уже используют методы альтернативного привлечения клиентов. Интернет индустрия достаточно полноценно основалась в маркетинговой политике компаний. Можно считать, что инновационный подход к продвижению товара достаточно успешен и ничем не хуже традиционной рекламной политики.

В ходе научного исследования нам удалось проанализировать маркетинговую деятельность малых и средних предприятий, ее плюсы и минусы, сильные и слабые стороны. В качестве заключения стоит отметить, что маркетинговая политика данного вида предприятий может быть достаточно успешной, особенно если учитывать потенци-

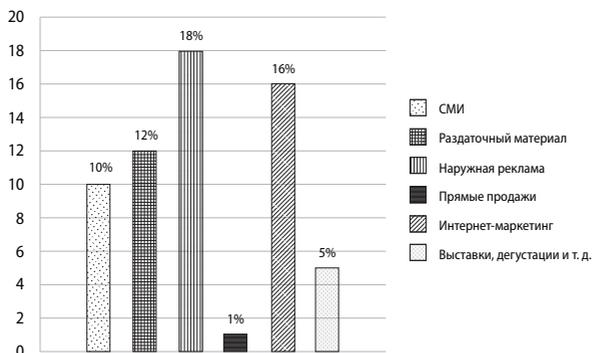


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Какие методы вы используете для продвижения продукции вашей компании?»

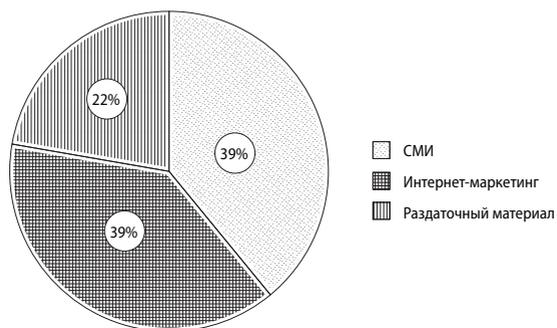


Рисунок 3. Наиболее эффективные методы маркетинговой политики по мнению опрошиваемых

ал развития, даже несмотря на наличие большого количества ограничений по каждому из направлений политики компании. Руководство малых и средних предприятий при организации маркетинговой политики может прислушаться к следующим из рекомендаций:

- следует, прежде всего, ориентировать маркетинговую деятельность на возможности, которые могут вытекать из конкурентных преимуществ для малого бизнеса, по сравнению с более крупными фирмами;
- не стоит исключать малобюджетные инструменты и технологии продвижения;

– возможно комплексное взаимодействие с другими малыми и средними предприятиями для проведения совместной маркетинговой политики;

– использование публикаций и представленных в них разработок исследователей-специалистов в качестве небольшой помощи, посвященных маркетинговой деятельности, конкретно для малых и средних предприятий.

В результате социологического исследования выявлено, что все опрошенные компании используют маркетинговую политику в своей деятельности, но не все из них полностью удовлетворены ею, встречаются и те, кто полностью ею неудовлетворен. Но благодаря появившимся новым методам продвижения товара, рекламные компании малых и средних предприятий могут быть очень успешны и эффективны, а также могут не требовать больших затратных средств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Административно управленческий портал. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aup.ru>
2. Белановский, А.С. Продающие сайты от А до Я [Текст] / А.С. Белановский, К.Г. Белоусов. – М.: Омега-Л, 2016. – 232 с.
3. Гаитянова, А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса [Текст] / А. Гаитянова. – Тюмень, 2012. — 66 с.
4. Дмитриев, Л.М. Основы рекламы [Электронный ресурс] / Л.М. Дмитриев. – Режим доступа: <http://www.uamconsult.com>
5. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] : учеб. пособие / Л.А. Дробышева. – 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2014. – 152 с.
6. Кейплз, Д. Проверенные методы рекламы [Текст] / Д. Кейплз. – М.: Карьера Пресс, 2015. – 400 с.
7. Классика маркетинга: сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг [Текст] / под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 746 с.
8. Королевский институт маркетинга (The Chartered Institute of Marketing – CIM) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cimmoscow.ru/cim.html>

9. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; под ред. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1991. – 657 с.
10. Манин, И. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манин. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 304 с.
11. Нагапетьянц, Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Н. Нагапетьянц. – Курск: Региональный финансово-экономический инс-т, 2012. – 145 с.
12. Никулина, Т. Маркетинг на предприятиях малого и среднего бизнеса : учебное пособие [Текст] / Т. Никулина. – Владивосток: Тихоокеанский государственный экономический университет, 2011. – 88 с.
13. Панкрухин, А. Маркетинг [Текст]: учебник. – М.: Омега-Л. – 6-е изд. – 2010. – 656 с.
14. Семенова, В. Экономика предприятия [Текст]: учебник для вузов / В.М. Семенова. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 416 с.
15. Школа рекламиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cap-design.ru>
16. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.
17. Энциклопедия менеджера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// e-executive.ru](http://e-executive.ru)
18. Ogilvy Group Russia [Electronic resource]. – Available at: <http://www.ogilvyrussia.ru>

Приложение 1

Анкета для малых и средних предприятий

Уважаемый участник анкетирования!

Просим Вас принять участие в опросе, направленном на выявление общественного мнения по вопросу наиболее эффективных методов продвижения товара.

1. Какова численность работников вашего предприятия: _____.
2. Объем вашей выручки от:
 - 1) 40 – 100 млн. руб./год
 - 2) 100 – 500 млн. руб./ год
 - 3) 500 – 1000 млн. руб./год
 - 4) Более 1000 млн. руб./год
3. Используете ли вы методы продвижения товара вашего предприятия (реклама) на рынке?
 - 1) Да
 - 2) Нет
4. Какие методы вы используете для продвижения продукции вашей компании?
 - 1) СМИ (радио, телевидение, пресса);
 - 2) раздаточный материал (каталоги, буклеты);
 - 3) наружная реклама;
 - 4) организация выставок, дегустаций, презентаций и др.
 - 5) Прямые продажи
 - 6) Интернет – маркетинг
 - 7) Другие (перечислить)
5. Какие из методов вы считаете наиболее эффективными? (напишите) _____

6. Насколько вы удовлетворены проводимой маркетинговой политикой?

- Удовлетворен
- Частично удовлетворен
- Не удовлетворен

Благодарим вас за сотрудничество!

Ю.А. Дурягина
(9 кл. МОУ «Лицей № 32», г. Вологда)
научн. рук-ль А.И. Россошанский

Проект строительства крытого конноспортивного манежа в городе Вологде

Введение

Спорт - это колоссальная индустрия, в которую вовлечены миллионы людей, тысячи спортивных клубов и федераций, общественно-политических объединений и бизнес-структур, формирующих предпосылки для развития сильной, успешной и здоровой России, и конный спорт не исключение. Конный спорт хорош тем, что очень демократичен к возрасту спортсмена, то есть в конный спорт можно «прийти» в любом возрасте и при этом достичь неплохих результатов, было бы желание, возможности и позволяло бы здоровье.

За последние годы появилось много новых конных комплексов, руководство которых стало проводить старты разных уровней, оказывать различные услуги населению и всячески развивать данное направление. Однако при нашем непостоянном климате одной из острых проблем является состояние полей, на которых проводятся турниры и занятия, поэтому вопрос о наличии крытого манежа на территории конноспортивных клубов является как нельзя более насущным [4].

Тема данной работы «Проект строительства крытого конноспортивного манежа в городе Вологда».

Актуальность темы заключается в том, что проект направлен на развитие в г. Вологде конного спорта, популяризацию здорового образа жизни и спортивную социализацию вологжан, в том числе социально незащищённой категории граждан, инвалидов, детей-сирот и детей из многодетных, неблагополучных семей. Прочная база взрослого и детско-юношеского спорта является важнейшим направ-



Ю.А. Дурягина



А.И. Россошанский

лением развития всего конного спорта в Вологде. Данная конноспортивная база даст возможность вологжанам заниматься конным спортом, оздоровительной верховой ездой в комфортных условиях, кроме того, это единственное место в районе, где занимаются реабилитацией детей – инвалидов. Привлечение и удержание детей в конном спорте позволит в будущем значительно расширить количество его приверженцев, сформировать широкую базу для создания полноценной команды и будет в целом содействовать популяризации конного спорта в области.

Цель исследования:

- выявить возможные источники финансирования проекта;
- обосновать его эффективность.

Задачи исследования:

- провести анализ данной отрасли услуг;
- изучить существующую деятельность клуба;
- составить примерный организационный план реализации проекта;
- установить возможные риски и дать рекомендации по их снижению.

Объект исследования:

Развитие в Вологодской области конного спорта.

Предмет исследования:

Деятельность конно-спортивного клуба «Виват».

1. Понятие и структура конного спорта в России.

Конный спорт - сборное понятие, под которым понимаются спортивные игры с использованием лошадей. Современный конный спорт делится на несколько видов: выездка, конкур, троеборье, скачки.

Выездка - высшая школа верховой езды. Вид конного спорта, в котором всадник должен продемонстрировать: способность лошади к правильным движениям на всех аллюрах, правильную стойку, простые и сложные движения, требуемые программой.

Конкур - преодоление препятствий, самый массовый и популярный вид конного спорта. В этом виде всадник должен пройти маршрут, преодолевая установленные на нем препятствия, состоящие из отдельных частей.

Троеборье - один из видов олимпийских игр. Троеборье состоит из манежной езды, полевых испытаний и преодоления препятствий.

Манежная езда чаще всего проходит на открытой площадке и реже в закрытом манеже, по программе, которая включает в себя демонстрацию упражнений на основных аллюрах.

Скачки - это соревнование на быстрейшее прохождение дистанции на ипподроме или ровной местности.

Вольтижировка и джигитовка (обязательная или произвольная программы) – спортсмены выполняют гимнастические упражнения на лошади [4].

2. О пользе конного спорта

Конный спорт и конные прогулки сегодня популярны. Их актуальность обуславливает здоровый образ жизни, который является залогом крепкого и здорового организма. Несмотря на противопоказания, конным спортом занимаются не только взрослые, но и дети.

Первым плюсом занятия конным спортом является то, что человек находится на свежем воздухе. Легкие обогащаются кислородом, сердце начинает быстро биться и в итоге спорт служит профилактикой сердечно-сосудистых и легочных заболеваний. После верховой езды спортсмен чувствует себя как никогда бодро, так как общение с лошастью дарит ему дополнительную энергию, уверенность и спокойствие. Во время езды у человека задействуются весь комплекс мышц. Осанка становится ровной, реакция становится быстрой, движения четкими и собранными. При езде развивается и опорно-двигательный аппарат — чем быстрее наездник скачет на лошади, тем выше нагрузка на него. Для того чтобы все мышцы и органы получали щадящую нагрузку, достаточно устроить шаговую верховую езду.

Конный спорт требует собранности и внимания, что в дальнейшем укрепляет нервную систему, а также повышает стрессоустойчивость.

Заниматься конным спортом полезно и для детей, и польза состоит не только в укреплении здоровья. Во время езды за животным нужно ухаживать, что развивает в наездниках чувство любви к лошади и заботы о ней.

Отдельно следует сказать о таком направлении, как иппотерапия. Иппотерапия (от греческого *hippo* – лошадь) – лечение с помощью лошади, при котором с больными занимается иппотерапевт или специально обученный инструктор по лечебной верховой езде (ЛВЕ). Больной выполняет упражнения, разработанные для него специали-

стом по иппотерапии, сидя верхом на идущей лошади. Иппотерапия рекомендуется при различных ментальных заболеваниях (умственная отсталость, ЗПР, аутизм, синдром Дауна и др.), повреждениях опорно-двигательного аппарата (ДЦП, ампутация конечностей и др), наследственных нарушениях развития. Занятия иппотерапией способствуют развитию мелкой и крупной моторики, формируют навыки концентрации внимания, укрепляют баланс и равновесие, общую координацию тела. При глухоте и слепоте необходимость держать равновесие обостряет работу органов чувств. И еще один любопытный факт: во время верховой езды у больных сахарным диабетом показатель уровня сахара в крови приближается к нормальному значению. Терапевтический эффект оказывает не только верховая езда, но и общение с лошадью, так как это создает позитивный эмоциональный настрой, укрепляет уверенность в себе, повышает самооценку, способствует самопринятию, удовлетворяет потребность человека в признании со стороны значимого окружения. Многие люди выздоравливали после контакта с лошадьми [6].

3. Проблемы конного спорта.

По мнению многих авторитетных специалистов, сегодня, как впрочем все последние 20 лет, конный спорт России, да и весь спорт, переживает тяжелые времена. Будучи одним из самых затратных, конный спорт у нас не очень популярен. Безусловно, острая потребность в дополнительном финансировании – здесь основная проблема. Федерация конного спорта России и Международная федерация конного спорта поддерживают его развитие среди молодежи, ведь воспитательная роль конного спорта для людей всех возрастов, и особенно для детей, еще не до конца оценена. Нехватка государственных конноспортивных баз и детско-юношеских школ, где этот вид спорта мог бы активно развиваться, приводит к тому, что практически вся финансовая нагрузка ложится на плечи немногочисленных частных клубов, меценатов и спонсоров. Конечно, возможностей взять урок верховой езды или прокатиться на лошади сейчас немало, особенно в крупных городах. Но большинство из них дают новичку возможность освоить лишь азы этого вида спорта, а дальше после нескольких первых шагов его ожидает пропасть – развиваться без заоблачных сумм уже некуда. Из-за короткого сезона и недостатка крытых манежей конные соревнования в России – редкость. [5] Состояние

турнирных полей является серьезной проблемой в сфере конного спорта. Это напрямую связано с климатическими условиями нашего региона. Общее представление о климате Вологды можно составить по средним значениям метеорологических величин, полученным из многолетних рядов наблюдений. В среднем за год в Вологде выпадает около 564.0 мм. осадков. Показателем сухости погоды служат сухие дни, когда в один из сроков наблюдений относительная влажность равна 30 % и менее. В Вологде в среднем за год таких дней насчитывается всего 4. [3] Для полноценных занятий верховой ездой в условиях средней полосы, учитывая особенности климата Вологодской области, крытый манеж жизненно необходим.

4. Описание деятельности конноспортивного клуба (КСК) «Виват»

Клуб расположен в зоне промышленного парка Вологда-Восток. На охраняемой территории, окруженной забором, расположены левяды, огороженный плац с дренажем и освещением в темное время суток. Налаженная инфраструктура: электричество, водоснабжение (есть возможность мыть лошадей из шланга). Для частников - раздевалка со шкафчиками, комната отдыха.

В клубе регулярно проводятся соревнования среди любителей, в которых могут принять участие все желающие.

На данном этапе клуб обеспечен конюхами (2 чел.), инструкторами (4 человека), есть иппотерапевт (1 человек), ветеринарный врач (1 человек). Руководит клубом Соболева Галина Анатольевна, кандидат в мастера спорта по конному спорту, тренер, судья 1 категории по конному спорту. Конно-спортивная база располагает земельным участком площадью 1,3 га, взятым в аренду. Место постройки манежа и конно-спортивная база имеет удачное географическое положение, в 20 минутах езды от центра города.

Данные по доходности клуба приведены в таблице 1.

5. Анализ отрасли и рынка услуг.

На территории г. Вологды расположены два конно-спортивных клуба «Амистр» (район ул. Карла Маркса), с поголовьем 6 лошадей и конно-спортивный клуб «Виват» (район ул. Промышленная 1б), с поголовьем 32 головы. На долю рассматриваемой конной базы на рынке аналогичных компаний в г. Вологде приходится 72 % услуг.

В Вологодском районе существует еще два конных клуба: Конно-фермерское хозяйство «Фаворит», занимающееся разведением ло-

Таблица 1. Анализ доходности конно-спортивной базы

	Ежемесячно	Ежегодно
Валовый доход	208 000,00р.	2 496 000,00р.
Расходы		
Кормление	162 120,00р.	1 945 440,00р.
Содержание	8 500,00р.	102 000,00р.
Прочие расходы	42 416,67р.	509 000,00р.
	213 073,67р.	2 556 440,00р.
Маржинальная прибыль *		- 113 240,00р.

*Маржинальная прибыль — это разница между выручкой от реализации продукции, которая была произведена предприятием, и теми затратами, которые появились в результате создания этой продукции.
Маржинальная прибыль (МП) — это разница полученных доходов и прямых расходов:
$$MP_{пр} = V * MP_{ед.пр}$$

где $MP_{пр}$ – маржинальная прибыль продукта;
 V - объем выпуска [2]

шадей, и конное подразделение колхоза «Племзавод Родина» клуб «Антарес». Оба этих клуба находятся более чем в 10 км от города Вологды.

Территориальное расположение клубов, а также низкое поголовье не позволяют данным клубам составить достойную конкуренцию КСК «Виват», месторасположение и более чем 30-летняя история существования которого делают его базу наиболее благоприятной для вложения инвестиций и развития конного бизнеса. Сравнительная характеристика клубов приведена в таблице 2.

Важной характеристикой рынка является увеличение доли людей со средним достатком и выше среднего, которые готовы заниматься верховой ездой, а также использовать другие услуги конного клуба. Так, за последние пять лет количество занимающихся конным спортом увеличилось в четыре раза, и ожидается, что в дальнейшем прирост будет на достаточно высоком уровне.

Целевой сегмент:

Дети (от 8 до 18 лет);

Взрослые (от 18 до 50 лет);

Семьи (со средним доходом или выше среднего);

Таблица 2. Сравнительная характеристика действующих конно-спортивных клубов

Наименование	Достоинства	Недостатки
КСК «Виват»	Удобное расположение, высокое поголовье лошадей, налаженная инфраструктура, тренировочный плац, квалифицированный персонал, сильный тренерский состав	Отсутствие крытого манежа
КСК «Армистр»	Удобное расположение	Низкое поголовье лошадей, отсутствие инфраструктуры и тренировочного плаца, нет квалифицированных тренеров.
КСК «Антарес»	Хорошая инфраструктура и бытовые условия, наличие крытого отапливаемого манежа	Неудобное расположение, недостаточное количество лошадей для проката (в основном содержатся частные лошади), высокие цены.
КФХ «Фаворит»	Высокое поголовье лошадей.	Неудобное расположение, нет тренировочной базы и тренеров высокой квалификации.

Дети, имеющие проблемы со здоровьем;

Юридические лица;

Муниципальные организации (школы, детские дома и сады).

Количество клиентов на 2015 год составляло 11480 чел./год.

Относительно некоторых видов услуг заказчиками могут выступать как физические, так и юридические лица (в т.ч. администрация города), это связано с обслуживанием праздничных мероприятий, участие в параде и т.д.

На данном этапе клуб принимает, невзирая на погодные условия, около 15-20 детей и взрослых в будние дни и около 30-40 человек в выходные. Мощности клуба позволяют вдвое увеличить это количество. С появлением манежа занятия в клубе перестанут зависеть от погодных условий и появится возможность наладить регулярные занятия и планировать заранее не только тренировочный, но соревновательный процесс.

6. Финансовый план проекта

Для реализации проекта по открытию и запуску в эксплуатацию конного крытого манежа необходимо оценить финансовые поступления и затраты клуба «Виват», который будет эксплуатировать манеж и заниматься развитием конного спорта в г. Вологде.

Как уже говорилось выше, клуб функционирует на протяжении 18 лет, имеет устойчивый спрос на услуги.

Данные по поступлениям и затратам клуба приведены в таблице 3.

Таблица 3. Финансовые поступления и затраты организации в 2015 году

	на 1 клиента за посещение			Кол-во клиентов в мес.	Ежемесячно	Ежегодно
Валовый доход	200,00 р.			1040	208 000,00р.	2 496 000,00р.
Расходы						
Кормление					162 120,00р.	1 945 440,00р.
	на 1 голову в сутки	на 1 голову в месяц	на 1 голову в год	на 28 голов	цена 1 кг	итого
сено	12,00р.	360,00р.	4 320,00р.	120 960,00р.	4,00р.	483 840,00р.
овес	7,00р.	210,00р.	2 520,00р.	70 560,00р.	11,00р.	776 160,00р.
отруби	5,00р.	150,00р.	1 800,00р.	50 400,00р.	8,00р.	403 200,00р.
комбикорма	2,00р.	60,00р.	720,00р.	20 160,00р.	14,00р.	282 240,00р.
						1 945 440,00р.
Содержание						102 000,00р.
опилки		4 500,00р.	54 000,00р.			
электричество		3 000,00р.	36 000,00р.			
вода		1 000,00р.	12 000,00р.			
Прочие расходы						561 800,00р.
Заработная плата					24 400,00р.	292 800,00р.
коневод (по договору подряда)	2 шт/ед				10 000,00р.	
НДФЛ 13% (освобо- ждены)						
Отчисления в пенсио- ный и ФСС (22%)					2 200,00р.	
Амуниция						50 000,00р.
Расходы на инвентарь и оборудование						5 000,00р.
Транспортные услуги						24 000,00р.
Медикаменты						50 000,00р.
Выезд на соревнования		20000 выезд				140 000,00р.
ИТОГО						2 609 240,00р.
Маржинальный доход						- 113 240 р.

С учетом того, что на данный момент уход за лошадьми осуществляется не наемными работниками, а привлеченными лицами из числа участников клуба и статья «прочие расходы» является дотационной и оплачивается из привлеченных спонсорских средств, стабильные ежегодные финансовые поступления составляют 2 496 000 руб., чистая прибыль составляет 57000 руб. в год. В рамках реализации проекта – постройки манежа и привлечения дополнительных клиен-

тов – прогноз продаж: к 2016 году увеличение числа клиентов ежемесячно на 360 человек, рост средней оплаты с одного клиента до 250,00 руб. и суммарный рост валового дохода до 4,2 млн руб. в год.

В таблице 4 приведена примерная смета на реализацию проекта строительства.

Таблица 4. Смета на реализацию проекта

№ п/п	Направления расходующих средств	Финансирование (тыс. руб.)			Сроки реализации
		За счет средств субсидии	За счет собственных средств	За счет средств, привлеченных из иных источников	
1.	Планирование участка	150	30	10	Сентябрь 2015
2.	Подготовка технической документации		100	150	Октябрь 2015
3.	Фундамент	150			Ноябрь 2015
4.	Ангар /конструктив, стены, кровля/	450	50	5 670,950	Декабрь 2015 –сентябрь 2016
5.	Монтаж		50	2 000	Август-ноябрь 2016
6.	Внутреннее покрытие манежа		100	500	Ноябрь-декабрь 2016
	ИТОГО	750	330	8 330,950	

Таким образом, сроки окупаемости проекта:

Планируемый валовой доход за год: 4200 тыс. руб.

Планируемые расходы за год: 2609 тыс. руб.

Планируемая прибыль за год: $4200 - 2609 = 1591$ тыс. руб.

Затраты на строительство: 8330,95 тыс. руб.

Срок окупаемости: $8330,95 : 1591 = 5,23 - 5-6$ лет.

7. Возможные проблемы реализации проекта

При реализации данного проекта возможны некоторые риски [1].

Их виды и возможное отрицательное влияние сгруппированы в таблице 5.

8. Действия для снижения рисков.

В настоящее время проводятся следующие мероприятия:

– в целях предотвращения неустойчивости спроса или негативного влияния конкурентов ежегодно проводится социально-экономический мониторинг рынка и целенаправленный маркетинг;

Таблица 5. Риски

Виды рисков	Отрицательное влияние
Риски, связанные со строительством	
Риски проектирования	Эти риски взаимосвязаны и относятся к основным рискам, сопровождающим любой строительный проект. Помимо общих затруднений, которые могут быть вызваны задержкой ввода в действие объекта или отсрочкой предоставления услуг, эти риски могут повлечь прямые и косвенные финансовые последствия – штрафные санкции за задержку сроков, убытки при эксплуатации, рост банковских процентов и т. д. Они способны вызвать полное нарушение сбалансированности проекта и, в худшем случае, привести к отказу от его реализации.
Риски, связанные с выполнением строительно-монтажных работ	
Риски превышения стоимости строительства	
Риски несоблюдения сроков строительства	
Риски гарантийных обязательств	
Риски, связанные с реализацией проекта развития конной базы	
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Увеличение производства у конкурентов	Падение продаж или снижение цен
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Снижение платежеспособности потребителей	Падение продаж
Рост цен на корма, перевозки	Увеличение издержек, снижение производства (услуг)
Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернативы	Увеличение издержек
Риск заболевания, гибели животных	Снижение производства, большие финансовые потери
Форс-мажорные обстоятельства	Снижение производства, большие финансовые потери

– в случае падения спроса или платежеспособности населения предусмотрена гибкая ценовая политика (введение скидок). Риск увеличения издержек в связи с ростом цен на корма или зависимостью от поставщиков может быть снижен благодаря привлечению дополнительных инвестиций и спонсорской помощи;

– риск заболевания лошадей снижается за счет проведения регулярных ветеринарных осмотров и профилактических мероприятий.

Дополнительно можно предусмотреть следующее:

– при заключении аналогичных видов контрактов все риски, связанные со строительством, берет на себя строительное предприятие. К рискам, с которыми оно сталкивается и которые увеличивают стоимость объекта, могут относиться: сбои в поставках материалов, плохие погодные условия, забастовки, хищение строительных материалов и др. В контракте обычно оговариваются штрафные санкции за несвоевременное возведение объекта, определяется, кто несет риск физических повреждений конструкций в период строительства. В соответствии со ст. 741 ГК РФ риск случайной гибели или случайного

повреждения объекта строительства, составляющего предмет договора строительного подряда, до приемки этого объекта заказчиком несет строительная организация-подрядчик. В случае если объект строительства поврежден вследствие недоброкачества предоставленного заказчиком материала или оборудования либо исполнения ошибочных указаний заказчика, все потери ложатся на заказчика;

- осуществление контроля на всех стадиях оказания услуги;
- ориентация на среднюю норму прибыли, продуманное распределение доходов, привлечение инвестиций. Создание системы резервов и регулярное их пополнение (ежемесячные отчисления);
- страхование лошадей, имущества и производства.

В последнее время в России значительно возрос интерес к верховой езде, активно развивается конный спорт, в связи с чем открывается всё больше конноспортивных школ, предназначенных для детей и взрослых. Кроме того, довольно динамично развивается отрасль экологического туризма, а вместе с ней спрос растёт и на услуги, предоставляемые конноспортивными комплексами: иппотерапию, верховые прогулки на лоне природы, обучение верховой езды. Основными сооружениями любого конноспортивного комплекса является конюшня и манеж. Строительство конных манежей по всей территории России требует максимально взвешенного подхода, ведь наши климатические условия нередко угрожают внести свои коррективы в соревновательный и тренировочный графики. Именно поэтому конный крытый манеж является предметом самой первой необходимости. Такие закрытые манежи дают возможность проводить полноценные тренировки в межсезонье, сохраняя хорошую спортивную форму и показывая наилучшие результаты на всевозможных соревнованиях.

В данной работе проведен анализ существующего положения в конном спорте города Вологды, обоснована необходимость строительства конноспортивного манежа в КСК «Виват», рассмотрены затраты и поступления клуба, смета на строительство манежа, проведен анализ возможных рисков и путей их снижения.

Крытый манеж является огромным преимуществом любого клуба. Его наличие значительно увеличивает финансовые поступления от работы, что позволяет в достаточно короткие сроки окупить все затраты на его строительство. Вместе с тем существует ряд рисков при строительстве, которые можно значительно сократить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия [Текст]: учебник / В.Я. Горфинкель, «ЮНИТИ-ДАНА», 2007. – 670 с.
2. Иванов, С.И. Основы экономической теории [Текст]: учебник для 10 – 11 классов / С.И. Иванов, Вита-пресс, 2004. – 304 с.
3. Климат Вологды [Текст] / под редакцией д-ра геогр. наук Ц.А. Швер, А.С. Егоровой. – Ленинград: Гидрометеиздат, 1988. – 178 с.
4. Урусов, С.П. Книга о лошади. Настольная книга коннозаводчика, коневода, коневладельца и любителя лошади [Текст] / С.П. Урусов. – М.: ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2000. – 1020 с.
5. Чебышев, Н.И. Современные проблемы конного спорта. История вопроса и вариант решения [Текст] / Н.И. Чебышев // Коневодство и конный спорт. – 2011. – № 1.
6. Конный мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.horseworld.ru>

**Б.И. Стешук,
Д.А. Вячеславов
(9 кл. МОУ «Лицей № 32», г. Вологда)
научн. рук-ль Г.В. Белехова**

Роль экономики в развитии общества

Введение

Человечество не стоит на месте, люди прошли путь от века каменных орудий к веку покорения космоса, высоких технологий и робототехники. Путь был долгим и тернистым, были взлёты и были падения, но в конечном итоге общество сформировалось таким, каким его знаем мы. Однако изменялось не только само общество, составляющие его институты, системы социальных отношений, но и то, что его формировало.

Так что же создало современное общество, почему мы не остались в каменном веке, а встали на путь прогресса и дошли до невероятных прорывов в приборостроении, генной инженерии, и даже начали осваивать космос? Надеемся, что данная работа сможет ответить на этот вопрос или по крайней мере поможет вам ответить на него. Вместе мы пройдем путь от зарождения человечества до наших дней, проследим процессы, характерные для того или иного этапа развития общества, а также постараемся выявить факторы, определившие переход общества на новый этап развития. Естественно, к решению данного вопроса можно подойти с разных позиций. Для нас научный интерес представляет исследование особенностей развития общества с точки зрения трансформации экономики, ведь, как писал К. Маркс, «... с изменением экономической основы более или менее быстро происходит переворот во всей громадной общественной надстройке».

Мы отводим экономике одну из самых важных ролей в процессе становления общества. Историю развития общества мы будем рассматривать как смену общественно-экономических формаций, ана-



Б.И. Стешук



Г.В. Белехова

лиз которых и положен в основу проведенного исследования. Данный подход отображает структуру общества, характеризующуюся определённой ступенью развития производительных сил и соответствующим этой ступени историческим типом экономических производственных отношений, которые зависят от неё и определяются ею. Впервые такую структуру предложил великий учёный-экономист К. Маркс, впоследствии этот подход развили другие исследователи, в том числе и отечественные.

Представленное исследование преследует своей **целью** доказательство тезиса о том, что экономика является одной из главных движущих сил общественного развития. В соответствии с поставленной целью были определены следующие **задачи исследования**:

1. Описание системы хозяйствования на том или ином этапе развития общества.
2. Выявление процессов, определивших структуру общества и его дальнейшего развития.
3. Выделение факторов, определивших переход общества на новый этап развития.

Объект исследования – эволюция общества. **Предмет исследования** – экономические процессы, протекающие в обществе на том или ином этапе его развития.

Методология исследования

Так как мы рассматриваем историю человечества как смену экономических формаций, то логично и рационально эти формации выделить и привести их в должный порядок, т.е. систематизировать. Вначале определим, что подразумевает под собой категория «экономической формации». Экономическая формация – это структура общества, возникающая на определённом этапе развития общества на основе определённого способа производства¹.

Прежде чем дать классификацию экономических формаций, принятую в нашем исследовании, отметим, что всю историю человечества мы делим на два этапа согласно марксистской теории исторического развития – доклассовый и сословно-классовый. Данные периоды наглядно отображают влияние способа производства на политическую, социальную, культурную и иные системы общества, что

¹ Словарь терминов и понятий по обществознанию / автор-составитель А.М. Лопухов. – 7-е изд. пе-реб. и доп. – М., 2013. – С. 441-443.

непосредственно демонстрирует роль экономики. Соответствующие им типы экономических формаций наиболее полно раскрыты в современной концепции формационного подхода (без азиатского способа производства, подобная точка зрения не нашла поддержки у подавляющего большинства историков и востоковедов и была отвергнута²), которая выделяет четыре общественно-экономические формации: первобытно-общинную, рабовладельческую, феодальную, капиталистическую (коммунистическая формация в данной работе рассматриваться не будет, так как история ещё не знала прецедентов данной формации; см. табл.).

Таблица. Классификация общественно-экономических формаций

Доклассовый период	Словно-классовый период
1) Первобытно-общинный	2) Рабовладельческий
	3) Феодальный
	4) Капиталистический
Примечание. Цифры показывают хронологическую последовательность.	

Необходимо подчеркнуть, что методология, используемая в исследовании, заимствована из марксистского (формационного) подхода, так как она наиболее оптимальна для достижения нашей цели. Мы не отрицаем значения других факторов, повлиявших на ход развития общества в целом (природно-климатических, культурных, политических и проч.)³. Но в нашем исследовании данный аспект можно опустить, так как нас непосредственно интересует сама роль экономики в становлении общества, а не история развития человечества в целом.

ПЕРВОБЫТНО-ОБЩИННЫЙ ПЕРИОД

Слово «экономика» произошло от двух древнегреческих слов «ойкос» – дом, хозяйство, «номос» – правило, закон. Т.е. по сути это правила управления домашним хозяйством. Началом в развитии экономики мы будем считать момент, когда люди начали обрабатывать землю и одомашнивать диких животных, то есть заниматься земледелием и скотоводством соответственно.

² Советская историческая энциклопедия. Том. 1. / гл. ред. Е.М. Жуков. – М.: Советская энциклопедия, 1961.

³ История человечества и становления обществ не линейны, они не развивались однородно и в жёстком хронологическом порядке.

Данная точка отсчёта была выбрана в связи с тем, что до освоения двух этих занятий человечество представляло из себя разрозненные и малочисленные группы охотников и собирателей, ведущих кочевой образ жизни, что сильно затрудняет исследование, поскольку такое общество ещё не имело прочных форм социальной организации и собственности. Именно в период использования земледелия и скотоводства первобытно-общинное общество достигает апогея своего развития, т.е. имеет оформленную структуру социальных взаимосвязей. Во-первых, данный факт упрощает наше исследование данного этапа, так как в таком обществе ярко выражена форма собственности, а также чёткое социальное устройство, что позволяет подвергнуть их анализу. А во-вторых, в обществе, достигшем пика своего развития, можно выявить предпосылки и причины его дальнейшего перехода на новый этап.

Каким же было общество данного периода? Мы можем представить себе общину людей, связанных кровным родством, занимающихся земледелием и скотоводством, каждый член общины выполнял посильный для него труд, а весь продукт, производившийся в общине, распределялся в связи с потребностями каждого из членов. Во главе такой общины обычно стояли старейшины – самые опытные и мудрые люди в общине. Если же случалась угроза в виде войны, то во главе общины становился военный вождь – самый сильный, ловкий и смелый человек в общине⁴.

Такая система была достаточно устойчивой, коллективная собственность и уравнительное распределение не создавали социального неравенства, урожай созревал каждый год, домашние животные шли на убой, но и оставляли потомство, этого хватало для удовлетворения всех жизненно необходимых потребностей человека. Что же послужило причиной перехода общества на новую ступень развития, его структурного изменения? Как было сказано ранее, основой данного общества являлись: коллективная собственность, родственные узы, отсутствие какого-либо чёткого социального деления, то есть доклассовое устройство общества. Исходя из проведенного анализа процессов общественного развития, можно выделить три условия, возникновение которых стало причиной трансформации общественного устройства:

⁴ Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права: учебник. – М.: Юристъ, 2004.

- переход от коллективной собственности к собственности частной;
- потеря роли родственных связей как общественно образующего фактора;
- появление социального неравенства в процессе имущественного расслоения.

Эти направления и станут основным предметом исследования для данного периода развития общества, мы постараемся подробно описать причины данных процессов, а также те преобразования, которые они принесли в общество.

Но прежде чем подробно разбирать все эти направления, перенесём своё внимание на роль земледелия и скотоводства, так как с момента их становления мы рассматриваем историю развития общества.

- Земледелие и скотоводство привнесло в жизнь людей стабильность, людям больше не требовалось мигрировать за популяциями животных, переходить с места на место, когда плоды и корни кончались на той или иной территории. Теперь люди знали, что каждый год они получают урожай или смогут прокормиться мясом и молоком домашнего скота, больше не требовалось переходить с места на место, люди стали вести оседлый образ жизни.

- Земледелие сильно отличалось от собирательства и охоты, оно было более трудоёмким, а также требовало более совершенных орудий труда. Дабы сделать земледелие более продуктивным и менее трудоёмким, люди стремились совершенствовать орудия труда и способы ведения хозяйства, что способствовало развитию технологий и повышению производительности труда.

- С течением времени земледелие и скотоводство давало всё больше и больше продукции, в какой-то период времени оно начало давать избытки продукции, что в дальнейшем породило обмен. Земледелие и скотоводство способствовали росту населения, они давали много продукции, а также привнесли в жизнь общества стабильность, эти факторы благоприятно отразились на демографии. С ростом численности населения родственные связи начинают ослабевать, а впоследствии они перестают играть роль общественно образующего фактора и принимают лишь локальный характер, на уровне семей, родов, кланов и т.д., что стало одним из факторов распада общины и смены социально-экономической формации.

Переход от коллективной формы собственности в форму частную

Перед началом проведения анализа по данному направлению введём два понятия: необходимый продукт и прибавочный продукт, так как, во-первых, мы будем применять их в ходе анализа и исследования в целом, а во-вторых, появление прибавочного продукта является одной из главных причин распада общины, в процессе которого и произошёл переход от частной собственности к собственности частной.

Необходимый продукт – часть вновь созданного работником материального производства продукта, предназначенная для поддержания и нормального воспроизводства его жизни⁵.

Прибавочный продукт – часть общественного продукта, создаваемая в сфере производства его непосредственными производителями сверх необходимого продукта⁶.

Как мы уже отметили ранее, земледелие было очень трудоёмким занятием, один человек или небольшая семья не могла приложить достаточно труда для того, чтобы получить необходимый продукт, обеспечивающий выживание. Только община могла обеспечить необходимое количество труда для производства необходимого продукта, за счёт труда каждого из членов общины. Люди были в прямой зависимости друг от друга, каждый трудился в силу своих возможностей, чтобы получить хороший урожай, который делился между всеми членами общины. Такая система возможна лишь при коллективной форме собственности, где средства производства находятся в руках общины (орудия труда, земля), а продукт, произведённый с помощью них, равномерно распределяется между членами общинами. Итак, мы можем сделать вывод о том, что коллективная собственность появилась и существовала в связи с тем, что производственная деятельность человека была крайне трудоёмкой, при низкой производительности труда самого человека осуществить такую деятельность можно лишь сплочённой работой множества людей.

Теперь же рассмотрим непосредственный переход от коллективной собственности к собственности частной. Коллективная соб-

⁵ Краткий экономический словарь / под ред. Ю.А. Беликова. – М.: Политиздат, 1987.

⁶ Там же.

ственность была необходима для использования трудоёмких способов производства, но постепенное развитие технологий и разделение труда сделали способы производства гораздо менее трудоёмкими, производительность труда кратно возросла, теперь для производства жизненно необходимых благ не требовалось столь многих усилий, труд членов одной семьи не только обеспечивал их существование, но и производил излишки продукции, которые шли на обмен, то есть появился *прибавочный продукт*.

Как мы видим, коллективная форма собственности и уравнительное распределение изжили себя, также постепенное отмирание родственных связей как главной связующей общества сыграло немалую роль в становлении частной собственности.

Потеря роли родственных связей как общественно образующего фактора

Первобытно-общинное общество основано на родственных связях, но постепенно они начали ослабевать вплоть до того, что перестали быть базисом для общественного устройства. Что же привело к их ослабеванию и постепенному отмиранию как общественно образующего фактора? Во-первых, как было отмечено ранее, земледелие и скотоводство создало благоприятную демографическую среду, что привело к росту населения, что в свою очередь привело к постепенному ослабеванию родственных связей, семьи росли, у членов общины появлялись свои семьи, часть членов общины уходили и организовывали свои общины и т. д. Во-вторых, происходило постепенное разделение труда, первое разделение труда произошло между мужчиной и женщиной – различие в физических способностях привело к тому, что мужчина стал заниматься трудом, требующим выносливости и силы, а женщине досталась роль «хранительницы домашнего очага», где требуется аккуратность, усидчивость и т. д. Но такое разделение появилось ещё до оседлого общества, основанного на земледелии и скотоводстве. В первобытно-общинном, оседлом обществе разделение труда происходит по ряду направлений. Первое из них связано с разнообразными природно-климатическими условиями, с того момента как люди стали вести оседлый образ жизни, они занимались и земледелием, и скотоводством, так как оба эти занятия были низкопродуктивными, древние люди часто комбинировали два этих занятия для получения большего продукта, но с течением времени

повышалась производительность труда, повышалась продуктивность земледелия и скотоводства, но вместе с тем росли и нужды человека. Постепенный рост продуктивности земледелия и скотоводства показал людям, проживающим на определённой территории, что одно из занятий в их случаи более продуктивно, при таких климатических условиях оно даёт больше продукта. Обнаружив это, группы людей перестали заниматься другими видами деятельности и стали заниматься чем-то одним, либо земледелием, либо скотоводством. Такое разделение, а также появление прибавочного продукта породило обмен, скотоводам нужны были продукты земледелия, а земледельцам нужны были продукты скотоводства, что и заставило людей обмениваться.

Вторым направлением стало разделение труда внутри общины, люди вели натуральное хозяйство, то есть производили все необходимые им блага сами, первоначально разделения труда не было, один человек мог заниматься и земледелием, и выделкой шкур, и гончарным делом и т. д. В разделении труда мы видим несколько причин, во-первых, природные задатки самих людей: у кого-то лучше получалось пахать землю, а у кого-то заниматься ремеслом, а во-вторых, это преемственность рода занятий и усложнение технологий. Родители передавали знания своим детям, в том числе и в отношении занятий: родители часто преуспевали в каком-либо роде деятельности, а значит, делали что-то лучше, чем остальные, они передавали эти знания детям, которые помимо того, что преуспевали среди родичей из-за опыта и знаний, которые передали им родители, так и сами, практикуясь, становились мастерами большими, чем их родители, и передавали опыт своим детям. Таким образом, технологии оттачивались, становились более совершенными, повышали качество изделий и т.д. Такой путь проходили все виды занятий. Но сложные технологии требуют длительного обучения, а также наличия знаний, получение и обучение которым требует много времени и сил, человек больше не мог производить всё для него необходимое, так как у него не хватало ни времени, ни сил. Так происходило разделение труда, оно привело к обмену между людьми. Становление обмена внутри общины постепенно приводило к вытеснению родственных связей, как главнейших связей в обществе, и замене их экономическими интересами.

Расслоение общества

Первобытно-общинное общество было достаточно однородным по своей структуре, коллективная собственность, уравнилельное распределение, а также отсутствия прибавочного продукта – всё это препятствовало накоплению богатств в отдельных руках, продукт равномерно распределялся среди членов общины. Но процессы, происходившие в обществе, постепенно меняли социальную структуру общества. Появление прибавочного продукта, становление частной собственности, разделение труда – всё это кардинально изменило социальную структуру общества, общество, основанное на родственных связях и коллективной собственности, изжило себя полностью.

Появление частной собственности всегда сопровождается социальным и имущественным неравенством, семьи получили в собственность землю и весь продукт, который с этой земли можно собрать. Одни семьи богатели и процветали, иные же, наоборот, приходили в упадок и разорялись. Богатые и влиятельные люди впоследствии захватят власть и образуют государство, что будет более детально рассмотрено в следующей главе.

Второй процесс расслоения общества связан с войной. Появление богатых и процветающих поселений, вследствие появления прибавочного продукта, изменило характер войн. «Прирост населения охотничьих племен так незначителен, что фактор народонаселения очень редко может оказаться причиной завоевательной войны одной общины против другой. И даже если бы такое случилось, то, скорее всего, это не привело бы к настоящей битве. Вероятнее всего, дело обошлось бы даже без борьбы: просто более многочисленная и сильная община предъявила бы свои претензии на «чужую территорию», реально начав там охотиться или собирать плоды. А кроме этого, какая прибыль от охотничьего племени? Там и взять-то нечего. У него мало материальных ценностей, нет стандартной меновой единицы, из которых складывается капитал. Наконец, такая распространенная в новое время причина войн, как обращение в рабство военнопленных, на стадии первобытных охотников не имела никакого смысла из-за низкого уровня производства. У них просто не хватило бы сил и средств на содержание военнопленных и рабов»⁷. Войны стали при-

⁷ Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм. – М.: АТС, 2004. – 635 с.

быльным делом, ведь ограбить гораздо легче, чем возделывать и производить. Следствием таких войн стало появление целой прослойки людей, занимающаяся военным ремеслом, что также стало ещё одним шагом на пути к переходу к классовому обществу. Люди, проявившие себя в сражениях, часто становились военачальниками, им доставалась большая часть награбленного, что делало их богатыми и очень влиятельными людьми. Также появились и первые формы эксплуатации, в войнах часто брали военнопленных, которые в большинстве случаев становились рабами.

Итак, практически всё готово к тому, чтобы общество перешло к полностью классовой структуре, так как же это произошло? В обществе появилась элита, то есть самые богатые и влиятельные, в интересах каждого из представителей элиты было расширение влияния и собственного благосостояния, началась борьба за власть. Одна часть элиты победила все остальные и установила свою власть над обществом. Дабы удержать всю полноту власти, было создано государство, а также первые институты власти. Этот момент является сменой экономической формации, на смену доклассовому, первобытно-общинному обществу, приходит общество классовое, рабовладельческое.

Выводы

В первобытно-общинный период существования общества хозяйство носило натуральный характер.

1. Производственная деятельность была крайне трудоёмкой, что заставляло людей объединяться в общины и вести хозяйственную деятельность сообща.

2. Разделение труда, совершенствование орудий труда и технологий, повышение производительности труда привели к тому, что постепенно отдельная семья могла обеспечивать себя всем необходимым. Значение общины как системы хозяйствования сокращалось, начался процесс распада общины и переход к новой экономической формации.

3. Обособление отдельных семей и зарождение обмена привели к имущественному расслоению общества, которое стало причиной появления элиты, впоследствии захватившей власть ставшей во главе первых государств.

РАБОВЛАДЕЛЬЧЕСКИЙ СТРОЙ

Появились первые государства, начала складываться классовая структура общества. Первым проявлением происходящих изменений стал расцвет рабовладельческого общества. Как можно понять из названия, такое общество характеризуется появлением нового крупного класса – рабов, а также масштабным применением рабского труда. Нам предстоит определить причину этих событий, а также их влияние на ход истории общества. Нельзя отбрасывать и государство, его развитие, роль в эволюции общества и рабовладельческого строя в частности. Стоит сразу отметить, что при рассмотрении рабовладельческого строя мы будем ссылаться на анализ Римской Империи, так как это самое мощное, развитое, в том числе и экономически, и крупное государство того времени, его можно считать высшей точкой развития рабовладельческого строя, а значит, в нём можно обнаружить процессы и явления, происходившие и в других государствах того времени. Другими словами, Римская Империя для нас является квинтэссенцией всего античного мира.

Как нам уже известно, государство создала элита, захватившая власть, и впоследствии сама также подвергшаяся разделению труда стала заниматься лишь государственным управлением. Для поддержания власти были созданы государственные институты, а именно:

1. Армия – для охраны государства как от внешних, так и от внутренних врагов.

2. Система налогообложения – захват власти элитой носил корыстный характер, а именно желание обогащения. Налогообложение являлось средством обогащения элиты, а также обеспечивало приток средств для существования государства.

3. Система законов – для охраны интересов элиты, статуса правителей и поддержания порядка в обществе.

4. Система правосудия – для поддержания законов и их исполнения была организована система правосудия, подвергавшая наказанию тех, кто не исполнял законы, тем самым поддерживающая порядок в обществе.

В нашем исследовании мы придерживаемся следующего определения «государства»: это организация политической власти, осуществляющая управление обществом и обеспечивающая в нем порядок и стабильность. Основными его признаками выступают⁸:

⁸ Электронная энциклопедия Grandars.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ponyatie-gosudarstva.html>

5. Принудительность – государственное принуждение первично и приоритетно по отношению к праву принуждать других субъектов в пределах данного государства и осуществляется специализированными органами в ситуациях, определяемых законом.

6. Суверенность – государство обладает наивысшей и неограниченной властью по отношению ко всем лицам и организациям, действующим в пределах исторически сложившихся границ.

7. Всеобщность – государство выступает от имени всего общества и распространяет свою власть на всю территорию.

8. Территория – определяется границами, разделяющими сферы суверенности отдельных государств.

9. Население – подданные государства, на которых распространяется его власть и под защитой которого они находятся.

10. Аппарат – система органов и наличие особого «класса чиновников», посредством которых функционирует и развивается государство. Издание законов и правил, обязательных для всего населения данного государства, осуществляется государственным законодательным органом.

Выделим направления исследования на данном этапе:

1. Определение причин массового использования рабства и роль государства в этом процессе.

2. Определение роли рабства в развитии государства и общества.

3. Определение причин отмирания рабства.

Причины массового использования рабства

Как нам известно, производственная деятельность человека была крайне тяжелой и трудоёмкой, человек всеми силами старался облегчить её, совершенствуя орудия труда, применяемые технологии и методы. Но одним из самых очевидных путей решения оказалось рабство – вовлекая рабов в хозяйственную деятельность, владелец ресурсов (средств производства) сначала облегчал свою производственную деятельность, а после и полностью заменил личный труд трудом рабским. Этому также способствовало постепенное развитие товарного производства (товарное производство – форма общественного производства, при которой продукты производятся не для собственного потребления, а для обмена⁹), людям требовалось произ-

⁹ Товарное производство [Электронный ресурс] // Академик. – Режим доступа: <https://goo.gl/8PsPbL>

вести больше продукта с целью его реализации и получении прибыли, с целью уменьшения расходов, а, следовательно, увеличения прибыли. Рабский труд в товарных хозяйствах стали применять в огромных количествах, так как выгоднее купить несколько рабов и выжимать из их физических возможностей максимум, чем нанимать работников, которым нужно платить каждый определённый период. Развитие обмена между странами также способствовало развитию рабства, так как на обмен шли и рабы (что и было по своей сути источником рабства).

Государство же выступало главным владельцем рабов: во время войн и завоеваний победившее государство захватывало огромное количество рабов, которые попадали на невольнические рынки, откуда в свою очередь попадали непосредственно к новым хозяевам, собственникам производственных ресурсов. Государство также само часто использовало труд рабов для возведения зданий, дорог и прочей инфраструктуры, а раз рабство требовалось самому государству, то его (рабства) существование всячески поддерживалось «власть предержащими».

Роль рабства в развитии государства и общества

Во-первых, рабство активно применялось в товарных хозяйствах, что делало их более эффективными, и способствовало как развитию самих хозяйств, так и развитию товарной системы производства в целом. Во-вторых, рабство дало обществу ресурсы для осуществления многих грандиозных проектов разного назначения, от оросительных систем до грандиозных храмов и усыпальниц, что способствовало развитию архитектуры, искусств, ремёсел и экономики в целом. В-третьих, рабство способствовало становлению крупного землевладения, так как мелкие крестьянские хозяйства, основанные на труде самого землепашца и его семьи, не могли конкурировать с хозяйствами, основанными на рабском труде, вследствие чего разорялись, а их территории приращивались к хозяйствам, основанным на рабском труде, то есть складывалось крупное землевладение. Данный процесс приводил к сильному имущественному расслоению общества, крестьянские хозяйства разорялись, в то время как рабовладельческие процветали и расширялись. В связи с притоком разорившихся крестьян, искавших лучшей доли, росли города, а также происходило постепенное вытеснение натурального хозяйства небольших крестьянских хозяйств хозяйством товарным, основанном на рабстве и крупном землевладении, ремеслах.

Стоит отметить, что рабство также повлияло и на законодотворчество – с появлением рабства в законодательстве античных государств описывается то, кого считать рабом, какие у него есть права и обязанности и т.д. Наряду с этим появляется понятие свободного человека, его положения, прав и обязанностей. Положение рабов закрепляется в законе, такой инструмент позволил влиять на использование и содержание рабов, своеобразное официальное признание рабства, а также максимально его использовать, так как были чёткие понятия раба как собственности, возможности наказания раба, оформление сделок на куплю-продажу рабов, а также наследования титула раба всего потомства раба, что заметно упрощало использование рабства.

Низкая цена рабов, связанная с эпохой становления империй, в том числе и Римской, определила вектор развития хозяйств – они развивались за счёт вовлечения всё большего числа рабов и ресурсов, то есть экстенсивным путём. Это привело к тому, что развитие орудий производства тормозилось, так как в их совершенствовании не было необходимости, гораздо эффективнее было купить раба и использовать весь его ресурс на максимум, и если потребуется заменить¹⁰. Из данных рассуждений видно, что рабство стало мощнейшим экономическим двигателем того времени. Но какие силы привели его к кризису в поздние периоды существования античных империй (начало нашей эры)?

Причина отмирания рабства

Одной из самых главных причин является отсутствие восполняемых источников рабства. Римская Империя, как самая могущественная и крупная империя того времени, перестала расширяться и лишилась постоянного источника получения рабов. Отсутствие большого притока рабов поставило под удар весь рабовладельческий строй, рабы стали стоить во много раз дороже по сравнению с периодами колоссальной экспансии Рима. И данный факт не мог не отразиться на хозяйственной деятельности. В экономике, основанной на рабском труде, наступил кризис. Больше всего от кризиса пострадала торговля; товарное производство, основанное на рабском труде, начало свёртываться из-за дороговизны рабов. Крупные землевладельцы стали массово сдавать свою землю в аренду безземельным крестьянам, крестьянин и его семья производили небольшое коли-

¹⁰ Сергеевко М.Е. Жизнь древнего Рима. – СПб.: Издательско-торговый дом «Летний Сад», 2000. – 368 с.

чество продукции, часть её шла на выплату аренды, а всё остальное на личное потребление, то есть происходит процесс натурализации хозяйств.

От этого пострадали города: во-первых, в связи с натурализацией сельского хозяйства продукция перестала в нужных количествах поступать в города, а во-вторых, ремесленники, производившие орудия труда и иные приспособления для сельского хозяйства, остались без работы, ведь крестьяне отдавали весь прибавочный, хоть и малочисленные продукт землевладельцам, а значит, у них не было средств покупать орудий труда, такое положение дел заставляло их самих делать орудия труда, что не могло не отразиться на их качестве, и, как следствие, приводило к снижению производительности труда. Кроме того, всё чаще и всё с большей силой происходили восстания рабов. Рабы восставали и до кризиса, но в период упадка рабовладения их активность сильно возросла, они желали свободы. Восстания рабов при низкой стабильности внутри государства случались постоянно, что ещё больше подрывало государства изнутри. Внешние враги Рима также не дремали, видя его слабость, они усиливали набеги, и даже вступали в открытую войну с Римом. Такое положение дел не устраивало ни государство, ни элиту. Государству нужна была стабильность и мощь, а элите власть и богатство. Были предприняты меры, которые во многом определили будущую экономическую формуацию – феодальную. Перечислим эти меры¹¹.

1. Закрепощение арендаторов: по указу императора Константина I Великого арендатор был прикреплен к поместью своего землевладельца.

2. Рабовладельцы начинают наделять своих рабов землей, хозяйством, инвентарем, скотом и т.д. Этот новый социальный слой вольноотпущенников получил название «рабы с хижинами». Рабы с хижинами должны были нести определенные оброки в пользу своего господина. Как правило, это был поземельный оброк (барщина).

3. Ремесленники также подверглись процессу закрепощения – закрепощения городу. В III-IV вв. в Римской империи ремесленники принудительно объединялись в советы, получившие название коллегий. Члены коллегий назывались коллегиятами. Как и все остальные городские слои населения, коллегияты указом императора были ли-

¹¹ Карева В.В. История Средних веков, ранний период феодализма.

шены права покидать город. Коллегиаты были принуждаемы поставлять рабовладельцу свою продукцию.

4. Чтобы поддержать господствующий класс империи – рабовладельцев, их приходящие в упадок хозяйства, имперское правительство пошло навстречу магнатам, наделив их обширнейшими иммунитетными правами. За ними был закреплен полицейский надзор, сбор налогов, право суда (уголовные дела из судопроизводства рабовладельцев-магнатов были изъяты). Им поручался сбор ополчения.

Во всех этих мерах мы можем видеть зарождающийся феодализм, который основывался на отдельных крупных землевладельцах, а также на закрепощенных крестьянах, несущих повинности своему феодалу, в том числе и в уплате барщины.

Как показала история, эти меры не спасли некогда могучую империю, Римская Империя раскололась, западная часть ее пала под натиском варварских племен, а вместе с ней пал и рабовладельческий строй, некогда сделавший Рим самым могущественным государством своего времени.

Выводы

1. Государство и первые его институты создала элита для поддержания и увеличения своего влияния и благосостояния.

2. Развитие обмена, как внутри государств, так и между ними, породило новый тип хозяйствования — товарный, в котором продукты производятся не для личного потребления, а на обмен.

3. Товарное хозяйство требовало больших объемов производства, которые на начальных этапах обеспечивало рабство. Рабский труд также сделал товарные хозяйства более эффективными, чем хозяйства натуральные, что послужило причиной разорения мелких крестьян и становления крупной земельной собственности, её концентрация в отдельных руках.

4. Основным источником рабства стали завоевательные походы.

5. Рабство позволило людям совершить качественный скачок в развитии, огромные трудовые ресурсы в лице рабов позволяли создавать такие сложные структуры, как дороги, крупные храмы, укрепления и оросительные системы, можно сказать, что рабство стало главным экономическим двигателем того времени.

6. Кризис рабства заключался в том, что были отрезаны самые важные источники рабства – завоевания. Рабам также не нравилось

их бедственное униженное положение, случались массовые восстания рабов, что в дальнейшем привело к краху системы рабовладения.

ФЕОДАЛИЗМ

Римская Империя пала под натиском варваров и внутренних конфликтов. Варвары сильно отставали от уровня развития римлян, что привело к тому, что варварские народы начали осваивать и применять накопленные римлянами знания, перенимать часть культуры и методов хозяйствования. В самом Риме на момент его распада сформировался класс крупных землевладельцев, имевших в подчинении отдельные территории с их жителями, которые были обязаны нести повинности своему господину, в том числе и натуральные оброки. Имелись также и собственные боевые соединения. Завоеватели расселились по огромной территории империи и составляли меньшинство среди её жителей. Варвары не создавали сплошные поселения, а жили бок о бок с римлянами и другими народами. Тем самым происходил процесс романизации варваров¹².

Варвары стали властителями земель, они поделили между собой земли Римской Империи, вместе с тем они перенимали способы владения у римской знати, то есть феодальный тип владения. Появлялись и первые варварские государства. Знать в лице крупных землевладельцев, имевших в подчинении людей и даже войска, сформировала новый тип государственного устройства – феодальный. Во главе государства становился главный феодал или король, остальные феодалы имели свои наделы, армию, поселения и т.д. – они являлись вассалами короля, во время войны должны были предоставлять королю войска, а также платить особый налоговый сбор. В остальном же их свободу ничего не ограничивало, они могли воевать друг с другом, а также сами иметь вассалов.

На процесс развития феодализма также повлияла и религия. Варвары переняли у Рима христианство. Отличительной особенностью христианства выступает то, что эта религия является монотеистической, т.е. религией, где существует один, единый бог, в отличие от язычества, где был целый пантеон богов. Монотеистическая религия была способна сплотить людей, причём разных национальностей

¹² История средних веков [Электронный ресурс] / под ред. Н. Колесниченко. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/kol_istr/01.php

и культур. Религия постепенно стала инструментом для поддержания власти – христианство признавало божественное происхождение власти монарха, взамен церковь получала надель земли вместе с крестьянами. При этом каждый житель христианских стран должен был уплачивать в пользу церкви десятую часть своих доходов – десятину. Эти события сделали церковь крупным и влиятельным субъектом того времени, в её руках сосредоточились богатые надель с крестьянами, которые помимо десятины несли повинности церкви как феодалу. Более того, церковь имела огромное влияние на политическую жизнь. Папа – глава церкви – мог отлучать правителей от церкви, делая их незаконными, своими приказами мог останавливать войны, объявлять крестовые походы.

В период феодализма происходит также активный рост городов, которые становились важнейшими экономическими центрами.

Можно выделить ряд общих черт, которые характеризуют производственные отношения периода феодализма. Первая черта заключается в наличии феодальной собственности на основное средство производства (землю), которая неразрывно связана с господством над непосредственными производителями – крестьянами (для феодала ценность представляла земля только в соединении с работниками, её возделывающим). Вторая черта состоит в наличии у крестьян индивидуального, самостоятельного хозяйства, ведущегося на «уступленном» им феодалом наделе. Эта земля фактически находится в наследственном пользовании одной и той же возделывавшей его крестьянской семьи, обладающей правом собственности на свои орудия труда, рабочий скот и другие предметы. Третьей чертой является «право» феодала на безвозмездное присвоение прибавочного продукта крестьянского труда. В целом для феодализма как общественного строя с преобладанием аграрной экономики, натурального хозяйства, мелкого индивидуального производства были характерны медленное развитие агротехники, большая роль традиции, обычая¹³.

Основные направления, которые мы постараемся осветить в данной главе, состоят в следующем:

1) определить причины становления и развития крупных городов, последствия данного процесса;

¹³ Феодализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/115/732.htm>

2) выявить роль крепостного права в развитии общества и государства;

3) определить причины упадка феодализма, предпосылки начала развития капитализма.

Причины становления крупных городов

Во время упадка Римской Империи торговля пришла в упадок. В большинстве средневековых государств господствовал натуральный тип хозяйствования (крестьяне производили всё необходимое для жизни, часть продукции шла на выплату барщины.) Города того периода представляли собой остатки римских поселений, они были административными центрами, в них селились феодалы и иные представители знати, духовенство. Население городов было значительно крупнее и богаче жителей деревни¹⁴. Крестьяне и мелкие ремесленники уходили или бежали из деревень из-за своего положения в качестве крепостных, они селились около городов, поселений и стен монастырей¹⁵.

Наличие обеспеченного населения создавало отличные условия для сбыта продукции «натуральных хозяйств», стало процветать и ремесленное дело. Города росли, вместе с тем росла и торговля, вблизи места пересечения важных торговых путей, как сухопутных, так и водных, строились новые города. Города стали процветающими центрами ремесла и торговли. Установилась торговая связь между городом и деревней – города поставляли в деревни продукцию ремесла, в том числе и орудия труда, деревня снабжала города продовольствием и сырьём. Такое разделение, постепенно привносило товарные отношения и в саму деревню, крестьянину больше не нужно было изготавливать всё необходимое для своей жизнедеятельности (к тому же крестьяне не способны были изготавливать сложные орудия труда).

Города располагались на территории феодала, поэтому их жители были обязаны платить ему разнообразные налоги и сборы. Поборы феодала душили развитие города. По мере развития городов как центров ремесла и торговли важнейшим орудием феодальной эксплуатации стали вводившиеся сеньорами всевозможные пошлины: провозные, проходные, въездные, выездные, судопрогонные, мостовые, по-

¹⁴ История средних веков / под общ. ред. С.Д. Сказкина. – 2-е изд., перераб. – Т. 1. – М.: Высшая школа, 1977. – 471 с.

¹⁵ Там же.

дорожные, рыночные, торговые (с продавца и покупателя при каждой сделке), пошлины на соль, вино и др.¹⁶

Ремесленники и торговцы стали бороться с феодальным гнѐтом за самоуправление, иногда такая борьба доходила до вооруженных конфликтов. Горожане в этом противостоянии стремились разрешить не конституционные или юридические, а социально-экономические задачи: упразднить систему феодальной эксплуатации ремесла и торговли, обеспечить условия для свободного функционирования товарного производства и обращения, сократить неподъемные поборы и неприемлемые привилегии феодалов. Достижению этих целей должно было способствовать создание и правовое оформление системы городского самоуправления, которая бы юридически и политически обеспечивала экономические и социальные завоевания горожан. Этот процесс получил название коммунального движения (Западная Европа, X–XIII вв.).

Коммунальные движения в различных странах проходили в разных формах (иногда удавалось откупиться за деньги, но чаще всего развязывалась длительная вооруженная борьба). В результате одни города стали самоуправляющимися городами-коммунами, однако большая часть городов, особенно мелких, либо не смогли добиться полного самоуправления, либо остались под властью сеньоров (феодалов). Но, несмотря на разные для европейских городов результаты коммунального движения, ключевым достижением этого явления стало то, что жители всех без исключения городов стали свободными, то есть освободились от крепостничества. «В средневековой Европе установилось правило, согласно которому бежавший в город крепостной крестьянин, прожив там определенный срок (в Германии и Англии обычно один год и один день), также становился свободным»¹⁷.

В городах появились производственные объединения – цеха, они сохраняли мелкое производство и смягчали конкуренцию, что позволяло развиваться ремеслам на раннем этапе. Но позже, с появлением технических новинок и расширением потребительского спроса, подобные цеха стали играть роль «тормоза». Сдерживала развитие торговли и новых форм производственных отношений и феодальная

¹⁶ Коммунальное движение (коммуна) [Электронный ресурс] // Академик. – Режим доступа: <https://goo.gl/j8eUx>

¹⁷ История средних веков / под общ. ред. С.Д. Сказкина – 2-е изд., перераб. – Т. 1. – М.: Высшая школа, 1977. – 471с.

раздробленность: торговец, проезжавший ту или иную территорию, должен был уплатить пошлины каждому властителю данной территории.

Однако нельзя не отметить, что постепенно в руках торговцев складывался крупный капитал, и они стремились осваивать новые рынки и места сбыта, тем самым товарно-денежные отношения проникали из города в деревню. В свою очередь ремесленники также были нацелены на развитие производства и увеличение рынков сбыта. Таким образом, начался процесс накопления капитала (у купцов, торговцев), а также появился спрос на рабочую силу (со стороны мелких производителей и ремесленников). Данные изменения в обществе стали одними из предпосылок к появлению капитализма.

Роль крепостного права в развитии общества и государства

Крепостное право было основой феодальной экономики, крестьяне, попавшие в крепостную зависимость, отдавали часть произведённого продукта своему господину, а также церкви. Крестьяне были основным источником дохода феодала, а также самым многочисленным сословием того времени. Однако именно вытеснение феодальной системы крепостного труда монетизированным сельским хозяйством стало впоследствии фактором разложения феодальной системы.

Сначала у крепостных развился собственнический интерес к земле, имевший форму ожидания, что их арендные права будут возобновляться от года к году, и затем перейдут к наследникам (например, при уплате налога на наследство). Затем у крестьян появилась возможность откупаться от феодальных обязательств, иногда сразу и целиком, иногда с помощью периодических денежных выплат. Такой способ избавления от феодальных повинностей и податей (откуп от обязательств в сочетании с приобретением крестьянами отчуждаемого права на возделываемую землю), начавшийся в Голландии, Франции, Англии, обозначили конец поместной системы и появление бок о бок с сохранившимися поместными хозяйствами большого монетизированного сектора, состоявшего из малых хозяйств¹⁸. Утвердившаяся хозяйственная самостоятельность крестьянина (в сравнении с положением раба при рабовладельческом строе) открывала некоторый простор для повы-

¹⁸ Н. Розенберг, Л. Бирдселл мл. Как Запад стал богатым: экономическое преобразование индустриального мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://polbu.ru/rosenberg_richwest/ch11_all.html

шения производительности крестьянского труда и развития производительных сил общества¹⁹. Происходили изменения в экономической организации сельскохозяйственного производства, улучшались приемы ведения хозяйства, росло производство продуктов питания, что, в конечном итоге, усиливало процессы урбанизации общества²⁰.

Рост производительных сил феодального общества проявился прежде всего в значительном расширении культивируемой площади (т. н. внутренняя колонизация), в распространении трёхполья, улучшении обработки земли, повышении урожайности, распространении технических культур, виноделия, садоводства, огородничества и т.д. В крестьянском хозяйстве по мере роста производительности труда земледельца возрастала масса прибавочного продукта, часть которого, не изъятая у крестьянина, в виде ренты присваивалась им самим. На этой основе углублялась имущественная дифференциация крестьянства, в частности рос слой малоземельной сельской бедноты, вынужденной подрабатывать наёмным трудом. Процесс перестройки всей системы феодальной эксплуатации, происходивший в Западной Европе в 14–15 вв., знаменовал переход на более высокую стадию его развития, когда центром производства феодальной ренты почти полностью стало крестьянское хозяйство²¹.

Период 14–15 вв. ознаменовался и новым этапом в классовой борьбе крестьянства. Наряду с повседневными локальными формами проявления крестьянского протеста, редко выходившими в 11–13 вв. за пределы отдельных вотчин, теперь происходили массовые крестьянские восстания²², последствиями которых явился упадок феодальных хозяйств.

Власть видела всю силу крестьян, понимала, что сохранение крепостного права «душит» развитие товарно-денежных отношений. Поэтому постепенно государственные управленцы взяли курс на последовательное смягчение, а в дальнейшем и на полную отмену крепостного права.

¹⁹ Феодализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/115/732.htm>

²⁰ Н. Розенберг, Л. Бирдцелл мл. Как Запад стал богатым: экономическое преобразование индустриального мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://polbu.ru/rosenberg_richwest/ch11_all.html

²¹ Феодализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/115/732.htm>

²² Там же.

Причины упадка феодализма, предпосылки начала развития капитализма

Феодализм стал ослабевать не только по экономическим причинам, его упадок также связан с образованием централизованных государств и совершенствованием военных технологий. На власть монарха часто посягали сами феодалы, они строили козни и заговоры или объявляли ему войну. Монархи вводили законы, ограничивающие феодалов, а также запреты на внутренние войны между феодалами, запреты откупа от службы и т.д. Феодалы не были согласны с таким положением вещей, происходили войны между монархом и феодалами, в которых монарх в большинстве случаев побеждал. Власть правителей и монархов сохранялась внутри династии, что исключало феодалов из списка возможных властителей. Происходило становление централизованных государств, в таких государствах не было места междоусобицам и внутренним таможенным сборам, что благоприятно отразилось на торговле, ремесле и экономике в целом.

Идеалами феодальных институтов были стабильность и безопасность, а не изменения и рост. По мере того как западное общество начинало ориентироваться не на стабильность, а на рост, взаимоотношения между его институтами и классами изменялись. Стоит отметить, что упадок ориентированного на стабильность феодального общества был вызван инновациями того типа, отвергнуть которые было нелегко, поскольку они затрагивали военное дело. Сердцевина феодализма – военный союз короля и вассалов и развитие военной технологии, разрушившее военную основу этого союза, привело к его развалу. В конце 15 века боевые возможности феодальной конницы начали быстро убывать, а феодальный замок стал бесполезен в качестве опоры армии²³.

Исторически феодал – это «конный воин, закованный в тяжёлые доспехи и использующий оружие ближнего боя». Но неизбежная профессионализация армии, появление войск, оснащенных новейшим вооружением, стали причиной упадка боевого значения феодальной знати. Например, «швейцарские копейщики под Семпахом в 1387 году нанесли поражение германским рыцарям, а английские лучники в ходе

²³ Н. Розенберг, Л. Бирдселл мл. Как Запад стал богатым: экономическое преобразование индустриального мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://polbu.ru/rosenberg_richwest/ch11_all.html

Столетней войны утвердили свое превосходство над французскими рыцарями под Креси (1346) и Агинкуре (1415)»²⁴. Появление мощной осадной техники, а в дальнейшем и первой артиллерии, сделали крепостные стены феодальных замков «бумажной оградой». Подобные изменения привели к тому, что роль феодала как элитного война и защитника отпала, больше не было нужды давать феодалам землю и различные привилегии за военную службу. Специально набранные воины теперь составляли вооруженные силы, которые действовали на постоянной основе, то есть постепенно складывалась постоянная централизованная армия. «Королевская военная служба превращалась в один из важнейших источников «благородного существования»²⁵.

Однако ключевыми причинами отмирания феодализма были все же экономические процессы. По словам В. И. Ленина, для возникновения капитализма требуется «...во-первых, накопление известной денежной суммы в руках отдельных лиц при сравнительно высоком уровне развития товарного производства вообще и, во-вторых, наличие «свободного» в двояком смысле рабочего, свободного от всяких стеснений или ограничений продажи рабочей силы и свободного от земли и вообще от средств производства...»²⁶.

В результате перестройки феодальных аграрных отношений, появления зажиточных крестьянских хозяйств и, наконец, освобождения в 14–15 вв. крестьян от личной зависимости возникла одна из важных предпосылок капиталистического производства – личная свобода труженика. Появились и некоторые технологические предпосылки крупного производства, совершенствовались орудия труда, развитие получили производство энергии, металлургия, текстильное и горное дело, типографская деятельность, судостроение и мореходство. Большое значение имело совершенствование навыков и профессионально-технической квалификации работников. Углублялась специализация труда, выделялись новые профессии, что способ-

²⁴ Н. Розенберг, Л. Бирдцелл мл. Как Запад стал богатым: экономическое преобразование индустриального мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://polbu.ru/rosenberg_richwest/ch11_all.html

²⁵ Феодализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/115/732.htm>

²⁶ Ленин В.И. Карл Маркс: краткий биографический очерк с изложением марксизма. По тексту полн. собр. сочинений В.И. Ленина. – изд. 5-е. – Т. 26.

ствовало общему повышению производительности труда. Всё это способствовало формированию капиталистического производства, прежде всего в промышленности. В сельском хозяйстве эти процессы приводили ко всё большему подчинению производства требованиям рынка, к развитию форм аренды земли, к распространению наёмного труда и к появлению земельной ренты. Развитие промышленности и повышение спроса на сельскохозяйственные продукты способствовали росту сельскохозяйственного производства. Расширение товарного хозяйства в городе и деревне создавало предпосылки для замены мелкого индивидуального производства крупным капиталистическим производством.

Развитие городов и городского ремесла, торговли и ростовщичества способствовало накоплению крупных капиталов в руках купцов и мануфактурщиков. Результатом этого первоначального накопления было, с одной стороны, появление обладателей крупных денежных богатств – потенциальных предпринимателей и купцов буржуазного типа, а, с другой стороны, – превращение массы сельского и городского населения в лишенных средств производства и существования людей, исторической перспективой для которых было превращение в наемных рабочих капиталистических предприятий. Такие предприятия (как и капиталистический способ производства в целом) возникли только вследствие соединения капитала и наемного труда, в процессе производства создававшего прибавочную стоимость²⁷.

На этом фоне происходил экономический подъем средневекового города. С падением барщинной системы началось постепенное втягивание деревни в орбиту городского хозяйства. Развитие товарно-денежных связей между деревней и городом серьезно подрывало натуральные основы феодального производства. «Экономическая структура капиталистического общества, – писал К. Маркс, – выросла из экономической структуры феодального общества. Разложение последнего освободило элементы первого»²⁸.

²⁷ История средних веков под ред. Н. Колесниченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/kol_istr/01.php

²⁸ Маркс, К. Капитал. Том 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Kapital1/index.html>

Выводы

1. Феодализм зародился на осколках Римской Империи.
2. Основа феодализма – наличие феодальной собственности на основное средство производства (землю), которая неразрывно связана с господством над непосредственными производителями – крестьянами.
3. Ослабление «военной власти» феодалов-дворян, массовые крестьянские восстания и отмена крепостного права, «монетизация» сельхозпроизводства, накопление капитала и появление свободное наемной силы, экономический подъем городов и развитие товарных отношений города и деревни стали предпосылками развития капиталистического общества.

КАПИТАЛИЗМ

В XIV–XV вв. в некоторых крупных торгово-промышленных городах Нидерландов и Северной Италии возникли первые формы капиталистического производства, но началом эры капиталистического производства признается XVI столетие.

Феодализм породил огромное социальное и имущественное неравенство, что привело к скоплению крупных капиталов в частных руках. Рост крупных городов, также начавшийся в период феодализма, способствовал развитию ремёсел, а нужда в их расширении обеспечила прилив капиталов в производственную сферу. Предприниматели стали играть важнейшую роль в функционировании общества, их амбиции и желание увеличивать свой капитал привели к тому, что изменился и сам тип общества. Они упорно боролись за экономические, а в дальнейшем и политические свободы. Власть видела, что именно они являются источником развития, и в дальнейшем стала их всячески поддерживать.

Капитализм – это экономическая система производства и распределения, основанная на частной собственности, всеобщем юридическом равенстве и свободе предпринимательства. Главным критерием для принятия экономических решений является стремление к увеличению капитала, к получению прибыли. Исходя из этого, мы можем отметить направления нашего исследования:

- появление класса буржуазии, начало развития капитализма;
- причины становления правовых государств, принятие политических и экономических свобод;
- определение роли капитализма в развитии общества.

Появление класса буржуазии, начало развития капитализма

К началу XVI века произошёл ряд технических открытий, которые привели к появлению более совершенных, сложных и дорогостоящих орудий труда, таких как прядильный станок, водяное колесо верхнего боя, доменные печи и т.д. Мелкие ремесленники уже не могли самостоятельно обслуживать столь сложные механизмы, а также у них не было необходимых денежных средств для их приобретения и содержания.

Владельцы капиталов обратили внимание на сферу производства, у них было необходимое количество денежных средств для покупки данных орудий труда и организации соответствующих производств. Капиталы хлынули в сферу производства, эффективность новых производств привела к тому, что мелкие ремесленники, как основа производственной сферы начали терять свою роль, а впоследствии, не выдержав конкуренции, разорвались. Разорившиеся ремесленники были отличными наёмными рабочими, их было достаточно много, а также они владели многими производственными навыками, что ещё сильнее повышало эффективность производства. Разорившиеся ремесленники образуют новый класс – пролетариат – класс наёмных рабочих, эксплуатируемых капиталом.

Развитие капиталистических отношений в деревне имело схожий характер, но поскольку сельскохозяйственное производство было в меньшей мере охвачено товарно-денежными отношениями, шло более медленно, чем в городах. Развитию капитализма в деревнях послужил процесс расслоения крестьянского общества – зажиточные крестьяне, чьи хозяйства были товарными, постепенно начинают разорять своих соседей, их угоды переходят к нему, а сами соседи становятся наёмными рабочими.

Часть разорившихся крестьян стала искать лучшей доли в городах, где в большинстве случаев они становились рабочими мануфактур, что обеспечивало развитие капиталистическому производству благодаря притоку рабочей силы. Так постепенно происходила урбанизация населения.

Великие географические открытия также повлияли на экономику. Новый Свет стал крупным рынком сбыта, что сильно подстёгивало производство. Произошла революция цен, колонии обладали огромными запасами золота, которое начало вывозиться в Европу в огромных количествах, переизбыток благородных металлов на рын-

ке породил сильную инфляцию, «это вызвало повышение товарных цен к концу века в 2,5-4 раза»²⁹. Такая ситуация ускорила развитие капитализма, особенно в сельскохозяйственной сфере, повышение цен сделало выгодным производство, как промышленное, так и сельскохозяйственное.

Причины становления правовых государств, принятие политических и экономических свобод

Постепенное становление буржуазии привело к серьёзнейшим изменениям в обществе, частная собственность стала основой для новой – капиталистической – экономики. Однако развитие капитализма тормозили феодальные пережитки, отсутствие жёсткой юридической системы и т. д. Капиталисты постепенно набирали вес в обществе, они становились новой элитой, заменяя старую элиту – дворян и феодалов. Они рвались к власти, найдя также поддержку у других слоёв населения, начинались буржуазные революции. В ходе таких революций были устранены феодальные пережитки, отменены все сословные привилегии, провозглашена свобода торговли и предпринимательства, а также проведена секуляризация, что дало сильный толчок к развитию капитализма.

Поскольку средства производства находились в руках частных лиц – капиталистов, они были прямо заинтересованы в создании и утверждении принципов неприкосновенности частной собственности. Это легло в основу становления правовых государств. Свободы решали сразу несколько проблем, во-первых, с появлением правовой базы у капиталиста открывались новые возможности, теперь его права на предпринимательство и частную собственность охранялись государством, отмена сословных привилегий также упрощала ведение коммерческой деятельности. Во-вторых, в результате революций изменялись формы политического устройства, появлялись парламенты, выполнявшие функцию ограничителя власти монархов. Вхождение в парламент зачастую было ограничено высоким имущественным цензом, что давало буржуазии практически полную монополию на политическую власть в стране, в парламенте, они лоббировали свои интересы, что также положительно отразилось на развитии капитализма. Новый виток развития получили наука и научные исследова-

²⁹ Революция цен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Революция_цен

ния, а новые научные достижения ускорили развитие капитализма, обеспечив его материально-техническую базу. Впоследствии стали говорить, что наука стала одним из двигателей капитализма. Свобода предпринимательства дала возможность многим людям проявить себя, число капиталистов разного уровня росло, а вместе с тем развивался и сами капиталистические отношения.

Роль капитализма в развитии общества

Стремительное развитие капитализма оказало сильнейшее влияние на жизнь общества.

– Использование технических новшеств. Так как в капиталистической среде между предприятиями происходит конкурентная борьба, то каждое из предприятий пытается вытеснить конкурента, стать эффективнее и в дальнейшем получить большую прибыль. Технические нововведения и стали инструментом к повышению эффективности. Такая ситуация подстёгивала науку, её разработки нашли широкое практическое применение, изобретатели патентовали свои изобретения, и в дальнейшем получали деньги от капиталистов за право использовать их разработки. Именно капиталисты стали массово применять и внедрять в производственную деятельность машины и механизмы, конвейерные системы и т.д. В дальнейшем наука стала одним из двигателей развития экономики и общества в целом. Владельцы капиталов стали напрямую поддерживать науку, создавать научно-исследовательские центры, сотрудничать с передовыми вузами и т.д., то есть капитализм дал сильный толчок в развитии науки, которая в свою очередь обеспечила развитие капитализма.

– Становление правовых государств, гарантирующих политические, гражданские и экономические права, дали капитализму сильный толчок к развитию. Частная собственность, а также предпринимательская деятельность защищалась и поощрялась. Свобода предпринимательства дала возможность многим людям проявить себя, стать успешными и разбогатеть. Вместе с этими людьми приходили новые взгляды, приёмы и подходы к ведению бизнеса. Правовые государства также стали спасением для многих людей, теперь они были защищены от произвола монархов или иной знати, часть людей постепенно стала принимать непосредственное участие в жизни государства, определять вектор его развития и т.д., что так-

же дало возможность многим людям проявить себя в части государственного управления. Капитализм создал первые устойчивые социальные лифты.

– *Развитие культуры.* Как ни странно, но капитализм также послужил развитию культуры. Капиталисты осознали, что на искусстве можно много заработать – появляются издательства, труды и произведения великих авторов попадают в массы, книгопечатание делает книги доступными для людей, несёт просвещение. Талантливые люди теперь могли стать знаменитыми, их идеи и мысли могли попасть к огромному числу людей посредством, например, книги. Авторам также полагались выплаты в виде части доходов с продажи их произведений. В дальнейшем предприниматели и владельцы капиталов способствовали развитию киноиндустрии и музыкального бизнеса (можно сказать, что капитализм оказала огромное влияние в развитии массовой культуры).

– *Развитие системы образования.* С совершенствованием орудий труда их обслуживание и изготовление требовало всё больших знаний, лучшей квалификации. Образование становилось всё более доступным, в школах и университетах появлялись новые предметы и дисциплины, появлялись профильные технические учебные заведения и т. д.

Вывод

1. Разрушение цехового и мелкоремесленного строя, которые развивались в феодальный период, произошло из-за усложнения и удорожания орудий производства. Владельцы крупных торговых капиталов направили свои средства в создание крупных производственных предприятий, а за счёт технических новшеств они были эффективнее ремесленников. В результате ремесленники стали массово разоряться, и в дальнейшем они пополнили ряды наёмных рабочих.

2. Массовое применение новейших технологий подтолкнуло науку к развитию, её плоды находили широкое практическое применение, наука в свою очередь подталкивала капитализм, впоследствии наука станет одним из основных двигателей развития экономики и общества в целом.

3. Феодальные пережитки ограничивали развитие капитализма. Происходили буржуазные революции, результатами которых стало юридическое закрепление разнообразных экономических и полити-

ческих прав и свобод капиталистов, что дало возможность многим людям проявить себя, став предпринимателями. Вместе с ними приходили новые взгляды и методы ведения хозяйства.

4. Капитализм оказал огромное влияние на все сферы общества, начиная от государственного устройства, заканчивая образованием и наукой.

В ходе проведения научно-исследовательской работы мы выяснили, что экономика во многом определила ход развития и становления общества, стала причиной перехода общества от одной экономической формации к другой. Экономика, по мере развития общества, охватывала и вносила изменения во все сферы человеческой жизни, начиная от принципов земледелия, заканчивая культурой и юриспруденцией, а, значит, она является двигательной силой в развитии общества. Помимо того, что экономика преобразовывала всевозможные сферы общества, она менялась и сама.

Мы рассмотрели системы хозяйствования на разных этапах развития общества, процесс перехода от одного этапа к другому, и мы можем с уверенностью сказать, что именно характер экономического устройства определяет устройство общества в целом, то есть именно с изменением характера экономического устройства меняется всё общество в целом. Мы также выделили основные процессы и факторы, определившие развитие общества, и его переход на более высокие ступени развития. Как сказал великий русский писатель Максим Горький, «...*Не зная прошлого, невозможно понять смысл настоящего и цели будущего*». Можно сказать, что выявленные нами факторы и процессы смогут помочь при изучении экономики и истории, ответить на некоторые вопросы, а также составлять прогнозы для дальнейшего развития экономики и общества в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Библиотека Гумер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/kol_istr/01.php
2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
3. История средних веков [Текст] / под общ. ред. С.Д. Сказкина. – 2-е изд., перераб. – Т. 1. – М.: Высшая школа, 1977. – 471 с.

4. История средних веков [Электронный ресурс] / под ред. Н. Колесницкого. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/kol_istsr/01.php
5. Коммунальное движение (коммуна) [Электронный ресурс] / Академик. – Режим доступа: <https://goo.gl/j8eIUx>
6. Краткий экономический словарь [Текст] / под ред. Ю.А. Беликова. – М.: Политиздат, 1987.
7. Ленин, В.И. Карл Маркс: краткий биографический очерк с изложением марксизма [Текст] / В.И. Ленин. – изд. 5-е. – Т. 26.
8. Лопухов, А.М. Словарь терминов и понятий по общественнознаанию [Текст] / А.М. Лопухов. – 7-е изд. переб. и доп. – М., 2013.
9. Маркс, К. Капитал. Том 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Kapital1/index.html>
10. Матузов Н.И, Теория государства и права [Текст]: учебник / Н.И. Матузов, А.В. Малько. – М.: Юристъ, 2004. – 245 с.
11. Розенберг, Н. Как Запад стал богатым: экономическое преобразование индустриального мира [Электронный ресурс] / Н. Розенберг, Л. Бирдцелл мл. – Режим доступа: http://polbu.ru/rosenberg_richwest/ch11_all.html
12. О количестве, цене и распространении рабов [Текст] / М.Е. Сергеенко // Жизнь древнего Рима. – СПб.: Издательско-торговый дом «Летний Сад»; Журнал «Нева», 2000. – 368 с.
13. Революция цен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Революция_цен
14. Сергеенко, М.Е. Жизнь древнего Рима [Текст] / М. Е. Сергеенко. – СПб.: Нева, 2000.
15. Советская историческая энциклопедия. Том I. [Текст] / гл. ред. Е.М. Жуков. – М.: Советская энциклопедия, 1961-1976. – 530 с.
16. Товарное производство [Электронный ресурс] // Академик. – Режим доступа: <https://goo.gl/8PsPbL>
17. Феодализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/115/732.htm>
18. Фромм, Э. Анатомия человеческой деструктивности [Текст] / Э. Фромм. – М.: АТС, 2004. – 635 с.
19. Электронная энциклопедия Grandars.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ponyatie-gosudarstva.html>

ЭССЕ

Если бы я был предпринимателем

Бизнес – это сочетание войны и спорта
Эрих Ремарк

Я не случайно выбрал в качестве эпитафии слова Ремарка. В современном мире, как мне кажется, все чаще бизнес превращается в войну: войну с конкурентами, войну за рынок, войну за потребителя. А на войне, как известно, все средства хороши. Такая позиция мне не близка, я вижу бизнес и предпринимательство иначе.

Обратимся к истории. Первые «предприниматели» появляются еще в античные времена, это древнегреческие купцы и судовладельцы, занимавшиеся выгодной морской торговлей. И что интересно, каждый успешный предприниматель имел серьезные обязательства перед полисом – на свои средства он должен был построить и оснастить один военный корабль – триеру.

Европейские предприниматели Нового времени стали прообразом современных бизнесменов. Предприниматели конца XV века – это люди деятельные, готовые принимать самостоятельные решения и брать за них ответственность, идти на риск и быть готовым к любым поворотам судьбы. Но были в характере предпринимателей того времени и черты, которыми я не могу восхищаться. Наиболее точно их отражают слова немецкого купца и банкира Якоба Фуггера: «Я хочу наживаться, пока могу». Речь идет о наживе, обогащении любой ценой, порой невзирая ни на какие моральные принципы и нравственные ценности. Вспомним только покорение европейцами Нового света...

На мой взгляд, предпринимательство – явление противоречивое: с одной стороны предпринимательская деятельность дает возможность человеку проявить себя в самостоятельной деятельности, открывает поле для творчества, помогает проявлять ответственность и



А.С. Лепехин

решительность, с другой – может разбудить в человеке такие качества, как корысть, страсть к накопительству, стремление к бесконечному обогащению.

Если бы я был предпринимателем, я бы постарался, чтобы мое дело меньше всего напоминало войну и больше походило на спорт, с его здоровым азартом, честностью и уважением к твоим соперникам. Я бы постарался быть похожим на тех древнегреческих купцов, которые заботились не только о собственной выгоде, но и не забывали об обязательствах перед обществом.

Нельзя не согласиться с тем, что мы живем в обществе потребления. Это, безусловно, стимулирует развитие предпринимательства, рост рынка потребительских товаров и услуг, но в то же время культура общества потребления меняет отношения человека к вещам. Все чаще потребитель покупает вещь не из-за необходимости, а ради совершения покупки. Изменилось и отношение к вещам старым, с небольшими изъянами или поломками. Человек общества потребления скорее предпочтет купить новую вещь, чем отремонтировать испорченную.

Но ведь основа общества потребления – это невозполнимые природные ресурсы. И где же наша ответственность и забота о будущем..? Я не думаю, что в одиночку смогу изменить такое бездумное отношение современных людей к приобретаемым вещам, но сделать свой вклад я могу. В качестве идеи бизнес проекта я предлагаю следующее: магазин-мастерская по ремонту и последующей продаже мебели. Устаревшую, пришедшую в негодность или просто надоевшую мебель, с которой человек готов расстаться, сотрудники фирмы будут самостоятельно вывозить из квартир клиентов. В мастерской фирмы эта мебель будет реставрироваться, обновляться, дизайнеры и художники будут «вдыхать» в нее новую жизнь, декорируя, добавляя новые детали, после чего мебель будет выставляться на продажу.

Я полагаю, что подобный товар будет пользоваться спросом. Во-первых, цена на такую мебель будет несколько ниже рыночной цены на новую мебель, во-вторых, это будет мебель уникальная, индивидуализированная, в своем роде «дизайнерская», в-третьих, это заинтересует тех покупателей, которые сознательно относятся к заботе о сохранности окружающей среды, ведь наша фирма не множит новые вещи, а продлевает жизнь уже существующим вещам.

В контексте общества потребления моя идея может показаться нелепой: кому нужны старые вещи, когда в каждом магазине прилавки ломятся от новых товаров. Но я убежден, что бизнес должен быть социально ответственным, должен вдохновлять людей на сознательное отношение к потреблению, приносить своему владельцу кроме материальной выгоды еще и моральное удовлетворение.

Подводя итог, мне хотелось бы отметить, что предпринимательство как социальное явление может дать многое: помочь проявить лучшие качества человека, решительность, самостоятельность, заботу о благе общества. Но уважения, на мой взгляд, заслуживает лишь социально ответственный бизнес, стремящийся развивать местное сообщество и заботящийся об окружающей среде.

С.В. Рассмагин
(8 кл. МОУ «Лицей №32», г. Вологда)

Если бы я был начальником Департамента образования Вологодской области

Начнём с того, что меня частично не устраивает современная система образования. В данном эссе я попробую рассказать о том, что я бы сделал, какие издал указы. Главной моей целью станет улучшение качества образования. Главной проблемой, на мой взгляд, является то, что в нынешних школах, в частности в старших классах, обучение настроено на то, чтобы учащийся успешно сдал вступительные экзамены, что не есть хорошо, ведь школа должна подготовить не только к сдаче экзаменов, но ещё и к дальнейшей жизни в современном обществе. Ниже я перечислю указы (реформы касаются школьной системы).



С.В. Рассмагин

Первым моим указом станет обязательное смещение начала занятий. Как правило, в школах первый урок начинается в 8:00. Многие сильно недосыпают, вследствие чего не могут вести активную работу не только на первом уроке но, зачастую, и на всех последующих (личный опыт). Также зимой, когда солнечный день короткий, в это время всё ещё темно и не самая хорошая видимость, что не исключает несчастные случаи, ведь в темноте можно просто не заметить гололёд и вследствие чего упасть и повредить или сломать себе что-то. Также в темноте, переходя дорогу, можно не заметить машину и стать жертвой аварии. Я бы перенёс начало занятий на более позднее время. Первый урок в школах должен начинаться минимум в 10:00. В это время зимой начинает светать и ученикам будет проще вставать и идти в школу. Вторым моим указом станет добавление нескольких новых обязательных предметов. В современном нашем обществе мало кто знает, как полностью и правильно защищать свои права. Думаю, такой предмет, как «Основы права», очень пригодится ученикам в будущем. Я знаю, что во многих классах уже существует такой предмет, но не во всех. Также в современном обществе очень актуальна проблема детского

ожирения, поэтому необходимо сделать такой урок, как «Здоровье и как его уберечь», на котором более подробно рассказывали бы о том, как правильно питаться, заниматься спортом и так далее. Ещё необходимо увеличить количество уроков физкультуры для оздоровления учащихся. Я знаю, что в школе №10 учащихся каждую неделю водили в частный бассейн. Данную практику, я считаю, нужно сделать обязательной, но необходимо, чтобы на таких уроках присутствовали несколько следящих спасателей, дабы исключить несчастные случаи. Третьим моим указом будет вне учебного времени создание необязательных, недорогих, но платных кружков, причём кружков будет огромное количество, чтобы учащийся мог определиться, какие ему посещать. Все данные о посещении кружков пойду в аттестат, и тем, кто посетил в учебное время определённое количество часов, будут начисляться на экзаменах дополнительные баллы. Четвёртым моим указом будет усложнение учебной программы и увеличение часов на её освоение. Учащиеся Вологодской области должны быть самыми образованными. Также школы будут получать определённые субсидии от государства за каждого учащегося, который успешно сдал экзамены, это будет мотивацией для многих школ улучшить качество обучения. Пятым моим указом будет создание организаций в каждом городе, которые еженедельно будут проводить обходы школ с целью проверки всех правил – прежних и новоизданных.

Думаю, на данную тему можно рассуждать очень долго. Я высказал основные свои идеи на тему «Что бы я сделал, если бы я был начальником департамента образования Вологодской области». Надеюсь, современная система образования с каждым годом будет становиться всё лучше и лучше.

Если бы я был президентом

Многие люди хоть раз в жизни задавали себе вопрос: «А вот если бы я был Президентом Российской Федерации, я бы тогда...». Но так ли легко быть Президентом России? Стать Президентом не так уж просто. Президента у нас в стране выбирает народ. У Президента в руках сосредоточена огромная власть, но прежде всего это ответственность и огромный титанический ежедневный труд. Россия – это крупнейшая по территории держава с разнотипной экономикой. Россия имеет огромную армию и флот, умнейших учёных, развитую социальную структуру, огромный человеческий потенциал и ресурсы для развития. Сегодня наша страна пребывает в глубоком экономическом кризисе. Курс рубля падает, рост ВВП уменьшается, ухудшаются взаимоотношения с соседними странами, квалифицированные кадры покидают страну, растёт безработица и инфляция, увеличивается количество населения с доходом ниже прожиточного минимума.



В.О. Баранов

Нам срочно нужны перемены! Но как этого добиться? Хорошо было бы просто взять и взмахнуть волшебной палочкой – и все исправилось... Но, нет, нужно работать, чтобы всё это наладить, и прежде всего это задача Правительства и его главы – Президента. Именно от них должна исходить инициатива по исправлению сложившейся ситуации.

Я думаю, что добиться поста Президента способен далеко не каждый, но, если на секунду представить, что я всё-таки выставил свою кандидатуру на выборы и победил?

Во-первых, я бы предложил изменить Антикризисный план, принятый Правительством РФ в 2014 году. Государственная поддержка сейчас осуществляется не напрямую предприятиям, а через банки, следовательно, деньги оседают в карманах банкиров, идут на выплаты бонусов топ-менеджерам. Этого можно избежать при прямом направлении финансовых средств предприятиям, нуждающимся в финансовых инвестициях.

Во-вторых, наша страна некогда была крупнейшим производителем сельскохозяйственной продукции. За последние десятилетия эти позиции утрачены. Поэтому я бы запретил ввоз любой сельскохозяйственной продукции из других стран. Это бы дало толчок местным товаропроизводителям развивать наше сельское хозяйство. Я бы не субсидировал производство с существующей на сегодня практикой, а выделял бы средства из бюджета под представленные готовые проекты, в которых бы был виден конечный результат. После предоставления помощи ввел бы практику проверки этих результатов, чтобы не было злоупотреблений. Те предприятия, которые не достигли запланированных результатов, исключал бы в будущем из списков получателей финансовых средств.

В-третьих, я бы запретил вывоз сырья из страны: не переработанной древесины, нефти, газа и других ископаемых. Постарался бы наладить выпуск уже готовой продукции, например, пластмассы, мебели, бумаги и другое.

В-четвертых, я бы реально постарался развивать производство товаров разного профиля в России, занялся импортозамещением. Стимулировал с помощью экономических рычагов (например, налоговых льгот или налоговых каникул) предприятия, которые стали бы производить высокотехнологичную продукцию, наши отечественные товары, превосходящие по качеству импортные.

В-пятых, я бы сделал Россию великой транспортной державой, способной перевозить товары из Азии в Европу и Америку. Только представьте поезда, идущие с огромной скоростью, самолёты и корабли, перевозящие многотонные грузы не только по привычным путям, но и по новому северному потоку Северного Ледовитого океана.

В-шестых, я бы предпринял все усилия для того, чтобы у нас по всей стране открывались новые институты, техникумы и училища, ведь они так важны для подготовки квалифицированных кадров. Учебные заведения должны идти в ногу со временем, готовить специалистов, необходимых экономике сегодня. Перепрофилировать работников технических специальностей, которые не пользуются спросом сейчас.

Таким образом, я бы попытался вывести нашу страну из кризиса, в котором она сейчас находится, и направить её по новому пути развития.

Если бы я была директором школы

Если бы я была директором школы, то в первую очередь я бы направила все свои силы во благо школы и всех учащихся, а также работающего персонала.

Лично для себя я бы выбрала пару немаловажных критериев, которые в будущем мне бы пригодились. По моему мнению, одним из самых важных качеств директора являются:

1. Ответственность
2. Работоспособность, трудолюбие
3. Исполнительность



М.В. Черняева

Строго исходя из вышеперечисленного, думаю, только тогда я действительно могла бы стать хорошим, а может, даже и лучшим директором.

Первым делом я бы провела ремонт не только в тех местах, где он потребуется, а именно во всей школе, как капитальный, так и косметический. Особое внимание я бы уделила:

1. Потолкам (потолочные работы), а именно очищение старой отделки, обработка потолочной поверхности и др. Зачастую все мы встречались с такими проблемами (или не встречались), когда с потолка падала штукатурка.
2. Ремонт напольного покрытия (на установку новых плитингов, паркетов, линолеумов, ламинатов и др.)
3. Ремонт стен в школе (заделка трещин и др.)
4. Установка качественных экологически чистых (безвредных) стеклопакетов.

Для этого я бы пригласила только высококвалифицированных работников (мастеров), которые способны предоставить качественные услуги в срок и с наилучшим качеством выполнения своих работ и гарантии.

Ведь чистота, уют школы, комфортные условия для обучения немаловажны для поддержания работоспособности учеников.

А чистота – залог здоровья!

Также я бы оборудовала информационные классы более современной компьютерной техникой, отвечающей всем стандартам. Занялась бы закупкой учебных наглядных пособий, таких как плакаты, брошюры, карты и др., оборудования для лабораторных, практических и контрольных работ, для таких предметов, как химия, биология, физика. Отдельно для уроков физкультуры приобрела бы необходимый инвентарь (мячи, скакалки, обручи, лыжи и др.) для тех, у кого нет возможности принести их в школу (для далеко живущих от школы детей или по другим причинам). Также оснастила бы заведение (все классы) хорошей высококачественной мебелью (парты, стулья, учительские столы, классные доски и др.).

Отдельный вопрос – школьная столовая, питание учащихся и учителей. Обязательно должны присутствовать регулярная проверка продуктов, из которых готовится еда; проверка поваров (санитарная книжка); чистота на кухне/обеденном зале.

В школе должен быть детский психолог для работы с учениками и их родителями.

Будь бы я директором школы, я бы открыла медицинский кабинет со всем необходимым для этого оборудованием, лекарственными препаратами (всё необходимое для оказания первой медицинской доврачебной помощи). Обязательно открыла бы стоматологический кабинет для осмотра и возможного лечения учащихся, чтобы в дальнейшем все ученики находились под медицинским наблюдением врача и по окончании школы имели здоровые крепкие зубы.

Также я бы занялась подбором кадров, хорошего и дружного, сплоченного коллектива (учителей), которые в свою очередь были бы высококвалифицированными и имели возможность повышать свой профессиональный уровень, могли бы учиться, совершенствоваться, пополнять свои знания, иметь возможность посещать научные конференции, собрания, семинары, а при необходимости обучения выезжать в другие города и за рубежом.

Для учащихся создала бы профильные и базовые классы, чтобы они могли их выбрать по своему желанию, направлению и своим способностям. Организовала бы досуг для учащихся (различные секции в вечернее время), такие как гимнастика, баскетбол, борьба и др. Для желающих изучать предметы более углублённо учителям следует вести факультативы. Школьную форму отменять не собираюсь, она должна стимулировать учащихся к учебному процессу.

Результаты моей работы должны заключаться в том, чтобы учителя хотели сотрудничать со мной, чтобы им было комфортно и приятно работать под моим руководством. А для учащихся я бы сделала все возможное, чтобы для каждого ученика школа стала вторым домом.

А.Д. Наговицына
(8 кл. МОУ «СОШ №39 им. С.А. Ловенецкого», г. Вологда)

Если бы я была начальником Департамента культуры и охраны объектов культурного наследия Вологодской области

Культурное наследие Вологодской области включает памятники археологии, истории и монументального искусства, архитектуры и градостроительства, исторические городские и сельские поселения, исторические сухопутные и водные пути сообщений, культурные ландшафты, а также музеи, места бытования художественных ремесел и промыслов. Под охраной государства находятся 742 памятника истории и культуры, среди них ансамбли Вологодского кремля (Архиерейского дома), ансамбли Спасо-Прилуцкого монастыря, Кирилло-Белозерского, Ферапонтова и Горицкого монастырей, Михайло-Архангельского и Троице-Гледненского монастырей (Великий Устюг), усадьба Брянчаниновых в д. Покровское Грязовецкого района, а также десятки храмов, жилых и гражданских зданий.



А.Д. Наговицына

Проблема состоит в том, что изученность этого материала крайне слаба. Поэтому перед обществом стоит задача, как заинтересовать и сохранить историю и культуру своей малой родины. Василий Осипович Ключевский говорил: «Народ, не помнящий своего прошлого, не имеет будущего». «Культурная память» не закладывается в гены, а «вкладывается» в человека в процессе воспитания. Если бы я была начальником департамента культуры и охраны объектов культурного наследия Вологодской области, то старалась бы исправить эту ситуацию. Например, предлагаю создать общественный клуб с названием «Исток», целью которого станет повышение роли сохранения культуры как способа передачи культурной и исторической информации, как способа выживания и развития общества. В данный клуб могли бы вступить все желающие, независимо от возраста: это были бы общественные деятели, ученые, литераторы, художники, искусствоведы, ветераны войны и труда и т.д. Участники клуба

приходили бы в учебные заведения, где рассказывали бы о героях войны, писателях, поэтах, художниках, а также об историко-культурном наследии Вологодского края. В рамках существования клуба можно было проводить игры по темам: выдающиеся люди, природные и архитектурные памятники, занятия и промыслы людей, важные исторические события. Можно было бы создать экскурсии «По земле Вологодской». Цель данных экскурсий – получение знаний о родной земле и приобщение к нашей истории. Участники экскурсий проехали бы по историческим местам области, в том числе принимая участие в мастер-классах по ремеслам: кружевоплетению, резьбе по дереву, берестоплетению, росписи по дереву, гончарному и валяльному делу. Клуб «Исток» должен был бы призывать людей к сохранению культурного наследия. Для развития литературного наследия Вологодчины проводились бы поэтические вечера, посвященные жизни и творчеству вологодских писателей, таких как Константин Батюшков, Василий Белов, Николай Рубцов, Александр Яшин и др. Для знакомства людей с творчеством художников организовывались бы выставки картин известных вологодских художников, например, Василия Верещагина, Джанны Тутунджан, Владимира Корбакова и др. Проводились бы мероприятия, посвященные памяти павших в годы мировых войн и региональных конфликтов, с приглашением ветеранов Великой Отечественной войны, воинов-интернационалистов, участников боевых действий, их родных и близких людей.

В начале XXI века проблема сохранения культурного и исторического наследия стал еще более актуальной. Вопрос «Что сохраним?» перешел в новую плоскость: «Что оставим?». Знание истории Вологодской области – основа духовной культуры вологжан. Объекты культурного наследия хранят в себе историю вологжан. Они наполнены духом того времени, в которое были созданы. И мы обязаны хранить и беречь их. Мы не хотим, чтобы история Вологодской области на этом закончилась! Мы хотим, чтобы наши потомки знали историю, знали своих предков! Именно поэтому мы обязаны сохранить объекты культурного наследия, сохранить обычаи и традиции вологжан.

А.А. Сакова
(8 кл. ГУО «Гимназия №1 г. Старые Дороги»,
Республика Беларусь)

Если бы я была частным предпринимателем

У каждого человека есть мечта. Все дети задают себе вопрос: «Кем же я стану, будучи взрослым?» Я не исключение. Мода среди молодёжи на достойную, успешную жизнь определила и мой выбор – стать бизнес-леди. Меня, как и многих моих сверстников, привлекает красивая жизнь успешных женщин с экрана телевизора. И только занимаясь в интернет-школе и постигая законы экономики, я все больше стала понимать, какой титанический труд и ответственность скрывается за красивой картинкой преуспевающих женщин.



А.А. Сакова

Как же я представляю для себя деятельность предпринимателя?

Для того чтобы стать предпринимателем, кроме знаний нужны такие качества, как трудолюбие, терпение и целеустремленность. Чем больше я познаю секреты экономической науки, тем яснее понимаю, что сразу стать богатой не получится и что нужно еще учиться и учиться экономике, но самое главное – иметь желание стать частным предпринимателем.

Для себя выбираю предпринимательскую деятельность более привлекательную и интересную – книгоиздательство. Я хочу выпускать книги для детей. В нынешней экономической ситуации книги становятся роскошью. Не каждая семья может позволить купить ребёнку хорошую книгу. А в своем производстве я буду стремиться к тому, чтобы книги стали реальностью для каждого ребенка, независимо от доходов в его семье.

Предпринимательство – это не только собственные финансовые интересы, но еще и ответственность перед потребителями и работниками моего производства. Конечно же, все, кто будет трудиться в моем издательстве, будут иметь ряд предпочтений в приобретении книг для своих детишек.

А еще обязательно необходим свой книжный магазин (а может даже и несколько), где книги будут намного дешевле, поскольку их реализация пойдет без посредников. А за счет количества реализованного товара и более дешевых технологий в производстве я бы смогла иметь определенную прибыль для развития своего бизнеса. Ведь потребители стараются приобрести товар там, где цена будет ниже всего, а продукция более качественная. Ещё я проводила бы ярмарки, в которых принимали бы участие и другие издательства. Таким образом, я хотела бы поддерживать дружеские отношения с другими издательствами и объединить их общей целью – доступность книг для детей! Обязательно часть своих доходов я тратила бы на благотворительность.

Книги для библиотек детских учреждений, многодетных и малообеспеченных семей станут наилучшим подарком моего издательства.

Меня волнует и то, что в мире много талантливых писателей, о которых знают лишь немногие. Это обидно, когда у человека есть талант и потенциал, но о нём почти никто не знает. Если у меня будет своё издательство, то я буду стараться создать условия для того, чтобы открыть обществу как можно больше писателей, издавая их произведения и организовывая встречи с читателями, рекламируя их произведения в средствах массовой информации. А еще мне хочется организовать праздник книги для всей семьи, который позволит больше общаться детям и родителям. Я бы даже создала свою школу для писателей и помогала бы людям воплотить их мечту в реальность и учить детишек писательскому искусству.

Пока только мечта! Но так хочется, чтобы она стала реальностью! Я буду прилагать все усилия, чтобы все задуманное свершилось!

Если бы я была частным предпринимателем

Предприниматель – это человек, который имеет личное дело, приносящее доход. Мне очень хотелось бы иметь свой бизнес в сфере красоты. У меня есть образование визажиста, поэтому я могу открыть свой салон красоты. Для этого мне нужно выполнить несколько пунктов.

Во-первых, нужно собрать нужные документы для открытия собственного дела, а именно:

1) Документ на помещение (свидетельство о собственности, договор аренды).

2) Уведомление о начале предпринимательской деятельности в РосПотребНадзор.

3) Заключение СЭС о соответствии помещения и оборудования, согласно правилам СанПиН 2.1.2.1199-03.

4) Товарная накладная на косметологические и косметические средства (шампуни, бальзамы, маски, краску для волос и прочие).

5) Прайс с актуальными ценами на оказываемые услуги.

6) Книга жалоб и предложений (в обязательном порядке).

Во-вторых, нужен начальный капитал: чтобы получить деньги в кредит, нужно доказать рентабельность своего бизнеса и найти поручителя. Также нужна справка о постоянном доходе. Некоторую часть суммы можно внести из своих сбережений или попросить материальной помощи у родителей.

Во-третьих, нужно выбрать место, которое будет благополучным и недорогим по аренде и отличаться наибольшей посещаемостью.

В-четвертых, здание должно быть привлекательно на внешний вид, фасад ухоженным и крыльцо в приличном состоянии. Также неотъемлемой частью моего бизнеса будет вывеска и название. Ведь именно это привлекает посетителей и указывает на уровень обслуживания. Название не должно быть избитым, банальным, скучным, как во многих местах сферы обслуживания. Обычно этому не придают особого значения, но это очень важно.



Е.П. Хлапова

В-пятых, нужно определиться с разнообразием услуг: подумать, сколько нужно работников и каких специальностей. Набирать работников нужно с опытом работы и хорошими записями в трудовой книжке. Ведь лицом салона являются мастера. Рассчитать заработную плату, график работы. Я думаю, у меня будет салон среднего класса с привычным перечнем услуг. Цены будут доступные, но услуги на высоком уровне. Я сама могу оказывать услуги по макияжу и созданию имиджа. Нужно подумать про инвентарь, на этом лучше не экономить, так как это тоже очень важно для общей картины. Каким бы хорошим мастер не был, если у него в руках дешевая сломанная техника, ничем хорошим для клиента это не закончится.

В-шестых, нужно заняться маркетингом и рекламой. Самая эффективная реклама – это радио и рассказы посетителей своим знакомым. Так называемое «сарафанное радио» работает лучше всего. А маркетингом будет являться частое поступление новых товаров, смена услуг по мере их появления в индустрии красоты, то есть все новинки будут как можно быстрее появляться в нашем салоне. Это всегда привлекает клиентов.

Также можно продавать продукцию по уходу за собой в салоне, для поддержания результата можно проводить занятия по обучению на визажиста, мастера по маникюру, парикмахера.

Чтобы прибыль была больше, нужно задуматься об открытии филиалов, но для этого нужно поставить на ноги самый первый салон и заработать популярность среди жителей города.

Открывая новый салон красоты, нужно помнить одну большую истину: «Клиент всегда прав». Руководствуясь ею, можно привлечь массу новых клиентов. Нужно учитывать мнение каждого и исправлять «ошибки», это будет огромным плюсом в «раскрутке» салона, ведь клиенты обычно недовольны подобными моментами.

СОДЕРЖАНИЕ

О Научно-образовательном центре ИСЭРТ РАН.....	3
Бабич Л.В. К читателям	5
Научно-исследовательские работы.....	7
<i>Шеметова Д.С.</i> Проблемы выбора будущей профессии выпускниками 9 классов (на примере МОУ «Лицей №32»).....	8
<i>Лунькова Е.Д.</i> Влияние демографических факторов на развитие трудовых ресурсов региона (на примере Ленинградской области)	26
<i>Шиповская А.Д.</i> Финансовая грамотность школьника (на примере обучающихся МОУ «Гимназии №37»)	43
<i>Копысова М.С.</i> Маркетинг как основной фактор ведения предпринимательской деятельности (на примере малого и среднего бизнеса)	54
<i>Дурагина Ю.А.</i> Проект строительства крытого конноспортивного манежа в городе Вологде.....	74
<i>Стешук Б.И., Вячеславов Д.А.</i> Роль экономики в развитии общества.....	86
Эссе.....	118
<i>Лепехин А.С.</i> Если бы я был частным предпринимателем	119
<i>Рассмагин С.В.</i> Если бы я был начальником Департамента образования Вологодской области.....	122
<i>Баранов В.О.</i> Если бы я был президентом	124
<i>Черняева М.В.</i> Если бы я была директором школы.....	126
<i>Наговицына А.Д.</i> Если бы я была начальником Департамента культуры и охраны объектов культурного наследия Вологодской области	129
<i>Сакова А.А.</i> Если бы я была частным предпринимателем	131
<i>Хлапова Е.П.</i> Если бы я была частным предпринимателем	133
Содержание	135

Научное издание

**ЭКОНОМИКА РЕГИОНА
ГЛАЗАМИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

*Сборник конкурсных работ
Выпуск 13*

Технический редактор	И.В. Артамонов
Подготовка материалов	Л.М. Сухарева
Дизайн обложки	Л.М. Сухарева
Корректоры	Т.В. Алешина М.В. Чумаченко

Подписано в печать 10.11.2016.

Формат 60×84/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 7,32. Тираж 500 экз. Заказ № 323.

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а
Тел. 59-78-03, e-mail: common@vscc.as.ru

ISBN 978-5-93299-348-4



9 785932 993484