2. Гродский С.А., Кудрявцев В.Н. Восстановление профиля плотности по натурным дисперсионным соотношениям короткопериодных внутренних волн // Методы обработки океанологической информации. – Севастополь, МГИ АН УССР, 1983. – С. 59-66.

3. Корн Г., Корн Т. Справочник по математике для научных работников и инженеров Определения, теоремы, формулы. – М.: Изд-во «Наука» Главная редакция физико-математической литературы, 1968. – 720 с.

4. Миропольский Ю.З. Динамика внутренних гравитационных волн в океане. – Л., Гидрометеоиздат, 1981. – 302 с.

5. Нелепо Б.А., Коротаев Г.К., Суетин В.С., Терехин Ю.В. Исследование океана из Космоса. – Киев: Наукова думка, 1985. – 168 с.

6. Потетюнко Э.Н., Черкесов Л.В., Шубин Д.С., Щербак Е.Н. Свободные колебания и обратные спектральные задачи. – М.:, Вузовская книга, 2001. – 288 с.

Экономические науки

ИЗМЕНЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Горшкова В.И.

Государственный экономический университет, Самара, e-mail: ket_sseu@mail.ru

К занятым в экономике относятся лица, которые в рассматриваемый период выполняли работу по найму за вознаграждение, а также приносящую доход работу не по найму. В число занятых включаются также лица, которые выполняли работу без оплаты на семейном предприятии, а также лица, которые временно отсутствовали на работе из-за болезни, ухода за больными, ежегодного отпуска, выходных дней, обучения, учебного отпуска, отпуска без сохранения содержания или с частичным содержанием по инициативе администрации, забастовки.

Уровень и характер занятости населения – это важные макроэкономические показатели, отражающие демографические и социальные процессы в обществе. Структура занятости в известной степени отражает структуру рабочих мест и изменяется в значительной степени под влиянием последней. Но структура занятого населения лишь часть структуры всего населения, его трудоспособной, экономически активной части, рабочей силы. Поэтому не следует абсолютизировать значение структуры занятого населения, учитывая, что оно в России представляет меньшую часть населения. Так, в 2009 г. население составило 144 819 тыс. человек (100%), в том числе: трудоспособные – 87 054 тыс. человек (60,1%), экономически активное население – 70 968 тыс. человек (49,0%), занятое население – 65 000 тыс. человек (44,9%), старше трудоспособного возраста – 29 885 тыс. человек (20,6%), моложе трудоспособного возраста – 27 880 тыс. человек (19,3%)[1]. Согласно приведенным данным, занятое население составляет всего 44,9%, т.е. менее половины от общей численности населения Российской Федерации. Материальной основой структуры занятости рабочей силы и ее изменений являются производительные силы общества, т.е. вещественный, технический базис народного хозяйства. «Социально-экономической основой структуры занятости и ее изменений являются отношения собственности и формы хозяйствования – в данном случае нужно иметь в виду государственную и частную собственность, плановую и рыночную формы хозяйствования; их структурные изменения находят отражение в изменениях структуры занятости, хотя материальная основа может оставаться неизменной. Основные звенья структуры занятости: социальная, государственно-частная, территориально-региональная, отраслевая, профессионально-квалификационная, половозрастная, национальная, семейная. Все эти звенья структуры занятости не существуют отдельно друг от друга, они взаимопроникают и присутствуют в занятости как единое целое. Например, структура занятости по возрасту, полу, образованию, территории содержится в профессионально-квалификационной, отраслевой, социальной и в других звеньях структуры. Вместе с этим все звенья структуры занятости в определенном отношении автономны и имеют самостоятельное значение»[2].

Профессиональная структура занятости в российской экономике в настоящий момент отличается доминированием профессий преимущественно физического труда. По данным Росстата, в 2009 г. им было занято около 56% работников, хотя по сравнению с 2003 г. наблюдается тенденция роста доли работников, занятых преимущественно умственным трудом. Налицо также наличие гендерно-доминируемых профессиональных групп. В частности, 19% занятых в экономике мужчин сосредоточено в профессиях водителей и машинистов подвижного оборудования; более 12% женщин имеют профессии продавцов и демонстраторов товаров. Согласно официальной статистике, значительная доля мужчин работает также по профессиям рабочих металлообрабатывающей и машиностроительной промышленности (11,35%) и на руководящих должностях (20%). Женщины же широко представлены в профессиях прочих специалистов высшего уровня квалификации (около 23% всех занятых женщин). При этом занятость в профессиях, популярных у представителей другого пола, ни среди мужчин, ни среди женщин практически не распространена. Исключением является группа профессий неквалифицированных рабочих, общих для всех отраслей экономики, которая достаточно популярна у обеих гендерных групп: в ней занято около 8% всех мужчин и более 9% женщин.

Если говорить об изменениях в профессиональной структуре занятости, произошедших за

[1] См.: Чернина Н. О новой модели занятости // Российский экономический журнал. № 234.

[2] Сорокина Р.Т. Структура занятости населения // Экономист. 2009. №1524.

период с 2003 по 2009 год, то они затронули несколько профессиональных групп, удельный вес занятых в которых относительно высок. Например, доля занятых на руководящих должностях и в органах власти выросла с 5,43 до 7,44%. Этот рост был обеспечен увеличением доли имеющих соответствующие профессии среди обеих гендерных групп, хотя темпы прироста у мужчин были заметно выше, чем у женщин. Официальная статистика распределения работников по группам занятий не предполагает детальной классификации профессий, входящих в эту группу, что не позволяет выявить гендерную структуру должностной иерархии в достаточно пестрой группе «Руководители».

Практически исключительно за счет роста доли женщин, имеющих профессии продавцов и демонстраторов товаров, увеличился процент занятых в этих профессиях в общей численности занятых (с 7,81% в 2003 г. до 9,39% в 2009 г.). То же можно сказать и о профессиях сферы индивидуальных услуг и защиты граждан и собственности, где удельная занятость выросла почти на 2 п.п., составив 10,11% в 2009 г.[1]

За почти 20 лет – с 1990 по 2009 год – в профессиональной структуре занятого населения России произошли существенные перемены, связанные и с перераспределением занятых между профессиональными группами, и с изменением гендерного состава профессий. Прежде всего, отметим, что профессиональная структура занятости в значительной мере согласуется с отраслевой. В наибольшей степени перемены в экономике затронули имеющих профессии, востребованные в промышленности (доля рабочих профессий операторов машин и работников сборочных производств снизилась с почти 22 до 17,02% в 2009 г.) и в торговле (в советское время по соответствующим профессиям работал лишь каждый двадцатый занятый в экономике, в 2009 г. – уже каждый пятый)[2].

Занятость населения играет важную роль в социально-экономическом развитии регионов и государства в целом. Поэтому осуществляется целый комплекс мероприятий для достижения полной занятости.

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ НЕЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Горшкова В.И., Безгласная Е.А.

Государственный экономический университет, Самара, e-mail: ket_ssеu@mail.ru

Ведущую роль в формировании потребительского спроса играет рекламирование любой продукции.

Мировая история рекламы уходит своими корнями в глубокую древность и богата традициями. «Чтобы глаза сияли, чтоб алели щеки, чтоб надолго сохранилась девичья краса, разумная женщина будет покупать притирания и благовония по разумным ценам у Экслиптоса», – так вполне в современном стиле рекламировались товары более двух тысяч лет назад в античных Афинах. Первоначально реклама существовала в форме вывесок и объявлений, а также выкриков зазывал и глашатаев (приведенный нами пример – образчик устной рекламы). С XVII в. появилась газетная реклама, а XX век породил телевизионную и радиовещательную рекламу. Прогресс же электроники в последние десятилетия выдвинул на первый план так называемую прямую рекламу – личное обращение к каждому клиенту в отдельности, что стало возможным благодаря компьютерным досье на всех потенциальных потребителей. Новые виды дополняли или вытесняли старые, но в целом развитие не прерывалось никогда. Напротив, в нашей стране реклама долгие десятилетия практически отсутствовала. Короткий период ее расцвета приходился на годы нэпа, когда она использовалась государственными, но не действовавшими на строго коммерческой основе трестами и синдикатами.

Реклама вызывает активность клиентов тремя путями: она может побудить их к прямому действию (покупателя просят немедленно прийти и купить, прислать заказ и т.д.); косвенному действию (постоянно напоминая торговую марку и побуждая покупать только этот продукт); комбинацию двух указанных видов, прося покупателя сделать шаг в направлении покупки, но не требуя делать это немедленно.

Реклама преследует цель ускорить продвижение продукции от производителя к потребителю. Цель достигается с помощью следующих разновидностей рекламы. Информативная – применяется для информирования потенциальных потребителей о появлении на рынке новых товаров, услуг, идей. Увещевательная – при наличии преимуществ перед другими товарами формируется избирательный спрос. Сравнительная – проводятся основные характеристики рекламируемого товара в сопоставлении с аналогичными характеристиками товаров-конкурентов. Напоминающая – рекламируется товар, который уже завоевал рынки сбыта. Виды рекламы различают также по каналам распространения (средства массовой информации, наружная реклама на транспорте, на месте продажи, посредством сувениров, экранная реклама, печатная продукция) и по непосредственным источникам.

Реклама выполняет следующие задачи: информирует потребителя о наличии товара; повышает спрос на товар и побуждает увеличивать его производство; стимулирует конкуренцию; помогает средствам массовой информации оставаться независимыми, принося им определенный доход.

Все это свидетельствует о том, что реклама – неотъемлемая часть рыночного процесса.

[1] Официальный сайт Рынок труда и рынок образовательных услуг http://www.labourmarket.ru/internet_res.

[2] Официальный сайт Рынок труда и рынок образовательных услуг http://www.labourmarket.ru/internet_res.