

Таким образом, построение различных обобщающих показателей, отражающих уровень и качество жизни населения, развитие человеческого потенциала, по методикам, принятым мировым сообществом, позволяет проводить межстрановые и региональные сравнения, давать надежную сравнительную характеристику различных аспектов социального прогресса.

Список использованных источников

1. Абрамова, Е.А. Самозанятость населения в антикризисном развитии депрессивного региона: монография / Е.А. Абрамова, А.Н. Ильченко; Иван. гос. хим.-технол. ун-т. – Иваново, 2012. – 208 с.
2. Ресурсный центр поддержки малого предпринимательства. Роскомстат России. Малый бизнес России: проблемы и перспективы. Доклад Президента и Правительства РФ. Российская ассоциация развития малого предпринимательства. М.: РАМП, 2011. – 50 с.
3. Курнышев В.В. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования: учебное пособие / В.В. Курнышев, В.Г. Глушкова. - 2-е изд., перераб. и доп. — М.: КноРус, 2013. – 479 с.
4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
5. Информационное агентство «REGNUM». <http://www.regnum.ru>
6. IV «Студенческий научный форум»: <http://www.rae.ru/>
7. Информационный портал «IvanovoNews»: <http://www.ivanovonews.ru/news>

УДК 339:004.38

## АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА КОМПЬЮТЕРНУЮ ТЕХНИКУ

*К.т.н., доц. Власова Е.Н.*

*Текстильный институт Ивановского государственного политехнического университета*

Компьютерная техника нашла применение во всех отраслях производства и науки, используется во многих сферах деятельности человека. Расширяется ассортимент компьютерной техники, каждый год появляется много новинок, облегчающих решение разных задач, меняется и эстетическое оформление компьютеров. В связи с расширением ассортимента и функциональных свойств компьютерной техники тема исследования на сегодняшний день является весьма актуальной.

Компьютеры - это серьезный бизнес. Анализ тенденций развития мирового компьютерного бизнеса, новинкам компьютерной индустрии посвящают свои статьи многие журналы. У компьютерного рынка г. Иваново (Россия) тоже существует собственная история. На конец 1997 года - начало 1998 года, согласно нашим исследованиям, порядка 20 фирм, предлагало и поставляло на рынок г. Иваново компьютерную технику и программное обеспечение. Иваново является полноправной частью информационного сообщества, что подтверждает тот факт, что 97% организаций города имеют хотя бы один компьютер. Существуют области полной компьютеризации: банки, крупные или средние промышленные предприятия города, крупные и средние коммерческие фирмы. Вряд ли государственные учреждения и малые предприятия, у которых показатели не дотягивают до 100 %, испытывают меньшую необходимость в применении персональных компьютеров (ПК).

Компьютеры в Иванове реализуют более 30 магазинов и салонов. В последнее время в Ивановской области на рынке компьютерной техники появляется все больше представителей федеральных сетей. Однако не становится меньше и региональных фирм, которые занимаются реализацией, ремонтом и сервисным обслуживанием оргтехники. Часть фирм ориентирована на потребителей — физических лиц, другая часть занимается созданием рабочих мест для организаций. Доля потребителей компьютерной техники в г. Иваново примерно одинакова для всех основных лидеров, реализующих ПК. Данная равномерность обусловлена географическим фактором, позволяющим каждому магазину функционировать в рамках отведенного ему пространства. Так, располагая свои точки продаж в разных частях города, компании уравнивают предложение ПК на общем рынке. Далее приведены магазины-лидеры по продажам ПК в г. Иваново и число магазинов в городе: Элиот – 4, Никс – 2, DNS – 3, Техносила – 2, Эльдорадо – 2, Sunrise – 2, ООО «Компьютер сервис» - 2, Центр «Самсунг» - 2, Академический – 2, Энтер – 1, Позитроника – 1.

Наибольшую концентрацию компьютерных салонов можно отметить в местах более интенсивного пребывания молодого поколения. Большое количество магазинов располагается в центре города, вблизи вузов и офисных помещений.

Для анализа потребительского рынка компьютерной техники г. Иваново было выбрано несколько магазинов. Оценка основных торговых организаций вначале проводилась на качественном уровне, затем перешли к оцениванию магазинов в баллах (таблица 1). Максимальное проявление критерия оценивалось в 5 баллов, минимальное – в 1 балл. Важность выбранных критериев в итоговой оценке принималась одинаковой. Средний балл по каждому магазину определялся путем деления суммарной оценки на 8 (число критериев).

На основании данных, полученных по итогам оценки магазинов по рассматриваемым критериям, можно сделать вывод, что наиболее предпочтителен для покупки компьютерной техники в г. Иваново магазин «Никс».

Таблица 1 – Оценка магазинов в баллах

Критерии оценки	Элиот	Никс	Позитроника	Техно-сила	Эльдорадо	Sun-rise	Центр «Самсунг»	Академический	Энтер
Удобство режима работы	5	4	5	5	5	4	4	4	4
Удобство месторасположения	5	5	5	5	5	5	5	3	4
Широта ассортимента	3	5	4	4	4	5	4	5	5
Уровень цен	3	5	3	3	3	5	4	5	4
Интерьер	5	5	5	5	5	3	4	3	4
Оформление фасада	5	5	4	5	5	3	4	3	4
Культура обслуживания	5	5	4	4	4	4	4	4	4
Дополнительные услуги	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Всего	36	38	34	35	35	33	33	31	33
Средний балл	4,50	4,75	4,25	4,38	4,38	4,13	4,13	3,88	4,13

Также высокие показатели демонстрирует магазин «Элиот», однако благодаря малому ассортименту компьютерной техники для большинства потребителей он остаётся менее привлекательным. Таким образом, специализированные магазины компьютерной техники по ряду показателей превосходят магазины бытовой техники, в которых также представлены компьютеры. Однако последние имеют более высокую культуру обслуживания, более привлекательный интерьер, более удобный режим работы.

Базой исследования потребительского спроса является предприятие, выпускающее компьютерную технику – ОАО «Шуйский завод Аквариус» г. Шуя Ивановской области, РФ. В ассортименте компании представлена полная линейка компьютерного оборудования для корпоративных и государственных заказчиков. «Аквариус» производит персональные компьютеры, ноутбуки, графические станции, серверы, мониторы, системы хранения данных, а также комплексные программно-аппаратные решения для разных отраслей хозяйственной деятельности.

Основным конкурентным преимуществом компании «Аквариус» является гибкий подход к формированию ассортимента и работа «под заказ», что позволяет удовлетворить любые желания клиента. В совокупности с системой скидок и специальных условий оплаты для бюджетных организаций это формирует гибкую ценовую политику. Официальный прайс-лист компании определяет цены на комплектующие и готовую продукцию стандартной комплектации, т.е. «базовые варианты». При реализации такого подхода основной анализ потребительского спроса на компьютерную технику «Аквариус» менеджерами проводится на стадии работы с клиентом при формировании заказа. Повышение удовлетворённости клиентов достигается за счёт постоянного расширения ассортимента комплектующих, а также улучшения и развития системы сервисного и гарантийного обслуживания.

Основным направлением анализа потребительского спроса на компьютерную технику компании «Аквариус» является работа на стадии подбора ПК для клиента. Вторым направлением, дающим информацию об удовлетворённости клиента приобретёнными ПК и динамике спроса, является анализ обращений в службу технического обслуживания и ремонта. По итогам анализа выявляются проблемные моменты с технологической точки зрения. Анализ спроса на компьютерную технику компании по итогам продаж выявил следующие тенденции. Во-первых, увеличивается спрос на разные накопители информации больших ёмкостей. Во-вторых, для негосударственных офисных учреждений наблюдается постепенный переход от использования сложных компьютерных сетей, объединённых мощным сервером с управляющим компьютером, к сетям с независимо работающими портативными ноутбуками, подключёнными к серверу – накопителю данных, но без управляющего компьютера. Это позволяет экономить средства на сервисном обслуживании сложных компьютерных сетей. За год доля продаж серверов, снабжённых накопителем данных большого объёма, возросла почти вдвое. Возрастает и суммарный объём продаж офисных компьютеров. Данная тенденция обусловлена двумя причинами. Во-первых, наметился переход на новую версию бухгалтерских учётных программ, что требует более мощных системных ресурсов и замены ПК во многих частных и государственных фирмах. Во-вторых, с развитием малого предпринимательства возросло общее количество частных фирм в области, для снабжения которых компьютерными требуется увеличение объёмов выпуска и продаж. Увеличивается доля продаж нетбуков по сравнению с другими категориями ноутбуков с 12 до 26%. Эта тенденция около года тому назад начала проявляться среди частных лиц, а затем распространилась на офисы и мелкие фирмы.

Для изучения потребительских предпочтений покупателей ПК было проведено Интернет-анкетирование. Возрастные категории респондентов распределились следующим образом: до 20 лет – 3%, 20-30 лет – 47%, 31-40 лет – 20%, 41-50 лет – 13%, старше 51 года – 17%. Данные о социальном статусе респондентов выглядят следующим образом: предприниматели – 6%, служащие – 11%, домохозяйки – 7%, пенсионеры – 8%, рабочие – 51%, учащиеся – 17%. По уровню доходов лидирует группа респондентов со средним душевым доходом более 15 тыс. руб. в месяц (66%).

По результатам проведенного опроса выявлены потребительские предпочтения на конкретные виды компьютерной техники: настольные ПК – 44%, ноутбуки – 34%, нетбуки – 6%, карманные ПК – 4%, смартфоны – 4%, планшеты – 8%. При выборе ПК 78% покупателей обращают внимание на качественные характеристики и 22% - на цену. Предпочтение готовой комплектации ПК отдало 39% опрошенных, что объяснимо акциями, скидками и другими специальными предложениями магазина. Самостоятельно подбирают конфигурацию 37%, обращаются за помощью к знакомым – 2%, через Интернет заказывают ПК 22% покупателей.

При выборе ПК потребители оперируют как собственными знаниями, так и информацией, приобретенной с помощью компьютерных журналов. Консультацией продавца пользуются 33% респондентов, Интернетом – 22%, советами знакомых – 27%, рекламой – 18%. Наиболее часто посещаются покупателями следующие магазины компьютерной техники г. Иваново: Никс – 26%, Позитроника – 13%, Эльдorado – 17%, Sunrise – 12%, Энтер – 18%. В других магазинах г. Иваново совершили покупку 14% опрошенных. Наиболее приемлемая цена при покупке ноутбука находится в диапазонах 12-18 тыс. руб. (48%), и 18-24 тыс. руб. (32% респондентов). Остальные покупатели готовы заплатить более 24 тыс. руб. (20%). Название компьютерной марки Aquarius не знакомо 71% рядовых потребителей, так как в основном предприятие работает с корпоративными клиентами. Дальнейшее продвижение данной марки возможно при увеличении рекламной поддержки производителя в местных газетах и журналах.

Таким образом, в целом рынок компьютерной техники г. Иваново достаточно насыщен. Выявлено, что основными покупателями ПК являются мужчины 20-30 лет, рабочие с доходом более 15 тыс. руб. Результаты анализа показали необходимость детального изучения факторов формирования спроса, конкурентоспособности и потребительских свойств компьютерной техники.

УДК 338.46:378

## НЕОБХОДИМОСТЬ ОБНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*Асс. Соловьева В.И.*

*Белгородский государственный университет*

В современный период, когда осуществляется в России переход к рыночным отношениям в сфере образования, высшая школа оказалась в очень сложной ситуации. Это повлекло сокращение бюджетного финансирования высших учебных заведений и отказ от обязательного государственного распределения выпускников. В этот период появилось новое для России экономическое понятие «образовательные услуги». До этого в СССР оно отсутствовало, так как присуще не плановой, а только рыночной экономике.

В условиях снижения финансовых поступлений из государственного бюджета вузы были вынуждены искать новые источники финансирования через образовательные услуги. Наиболее распространенные из них – введение платы за обучение, образование коммерческих факультетов, отделений, курсов. Кроме того, вузы идут на предоставление своих площадей и территорий в аренду, сокращают расходы на приобретение нового оборудования и штаты работников. Такие изменения негативно влияют на учебный процесс и качество подготовки будущих специалистов [2].

Данные проблемы не могли не привлечь внимание отечественных ученых. Это, в первую очередь, Г.А. Балыхин, Е.А. Давыдова, С.А. Дюжиков, В.И. Ерошин, Л.В. Соловьева, В.П. Щетинин и многие другие. В их научных работах получили освещение такие аспекты, как реформирование системы образования и оплаты труда в образовании, экономика знаний, вопросы социально-экономического развития системы образования. Анализировались рынок образовательных услуг в современной России; соотношение экономики, права и управления образованием; взаимодействие рынков образования, услуг, труда.

Эффективная рыночная экономика предполагает системное взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг. Для современной России характерен институциональный конфликт между рынком труда, который переполнен выпускниками вузов с наличием дипломов и одновременно невысоким профессиональным уровнем, и рынком образовательных услуг, не способным предоставлять образование высокого качества, которое было бы легко, без необходимости в переподготовке, востребовано на рынке труда.

Фактор образования часто является лишь формальным атрибутом соискателя вакансии на рынке труда, не подтверждая его реальных знаний и социальную востребованность. Поэтому существует острая потребность коррекции взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, между которыми наблюдается явная диспропорция. Эта коррекция должна подразумевать более активное взаимодействие между собой государства – макрофактора, рынка труда и рынка образования, принимающего необходимые меры по повышению реальной ценности экономического образования [3].

Рынок образовательных услуг и рынок труда тесно взаимосвязаны, зависят друг от друга, что дает право утверждать о влиянии спроса на определенную профессию, существующего на рынке труда, на спрос и предложение на рынке образования. Таким образом, видно, что существующая динамика спроса на трудовом рынке представляет собой неценовую детерминанту образовательного рынка. В качестве детерминант двухстороннего действия служат детерминанты, оказывающие влияние на существующий спрос и предложение услуг в области образования.