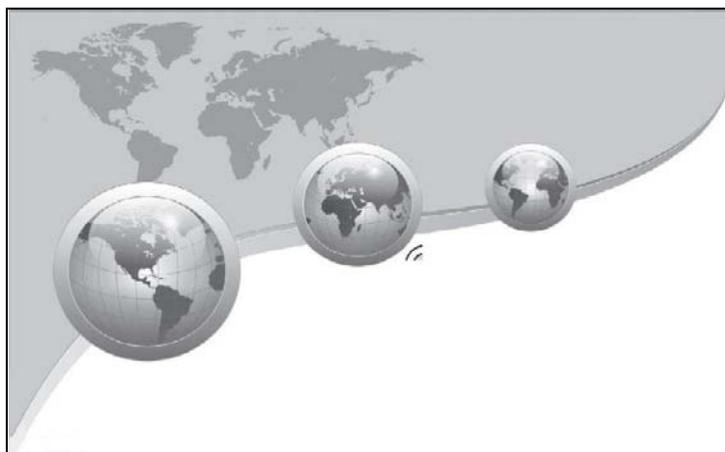


Российское общество социологов
Российская социологическая организация
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

**Бюллетень
Региональных
Социологических
Исследований**

№ 3 (19) Июль-сентябрь 2013

**Бюллетень региональных социологических
исследований №3(19) Июль-сентябрь 2013**



Бюллетень региональных социологических исследований основан в 1987 году. Его создателем и первым главным редактором был доктор социологических наук, профессор – Хохлов А.А.

Настоящий выпуск Бюллетеня знакомит читателей с ходом выполнения трех грантовых научных проектов, выполняемых в ФГБОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК»: «Мониторинг хода выполнения мероприятий Программы развития студенческого самоуправления», «Русская православная церковь и молодежь в современном мире: укрепление взаимодействия» и «Конструктивная модель развития образовательной среды в Орловской области».

Еще одна статья, подготовленная по результатам инициативного исследования, рассказывает об отношении студенческой молодежи к активно развивающейся форме приобретения товаров через интернет-магазины.

Рубрика «Социальная статистика» знакомит читателей с потреблением продуктов питания в домашних хозяйствах Орловской области в 2012 году.

Бюллетень может быть полезен представителям органов власти различного уровня, руководителям организаций, научным работникам, аспирантам, студентам и всем, кто в той или иной степени использует результаты социологических исследований в своей деятельности, а также тем, кому интересно научно выверенное и обобщенное общественное мнение жителей региона.

Редакция:

В.И. Уварова – главный редактор, кандидат философских наук, доцент

М.А. Федосеева – заместитель главного редактора, кандидат экономических наук

Н.А. Фролова – кандидат социологических наук, профессор

О.С. Никитенко – ответственный редактор, кандидат технических наук

Е.П. Мясина – кандидат социологических наук, доцент

Т.П. Устинова - руководитель Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Орловской области

Адрес редакции:

302030, г. Орел,
ул. Московская, 65.

Контактный

телефон / факс:

(4862) 55-19-46.

Сайт: www.brsi.soc-orel.ru

E-mail: social_centra@mail.ru

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельство

ПИ № ФС-77-53064 от
04.03.2013 г.

Содержание

ВСТУПИТЕЛЬНАЯ СТАТЬЯ	4
ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ ГОРОДА ОРЛА	5
В.И. Уварова Социологический анализ уровня мотивации студентов к профессиональной деятельности	5
Е.П. Мясина Православие в жизни провинциальной молодежи в оценках экспертов	15
М.А. Федосеева Социологический анализ профессиональных предпочтений, ориентаций и склонностей выпускников школ Орловской области	27
О.С. Никитенко Отношение молодежи к современным технологиям потребления	44
СОЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА	58
Л.П. Невзорова Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах Орловской области в 2012 году	58
К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ	69

Уважаемый читатель!

Предлагаем вашему вниманию новый выпуск Бюллетеня региональных социологических исследований. В него мы включили несколько интересных на наш взгляд статей, касающихся актуальных проблем современного общества.

Данный выпуск Бюллетеня выходит в преддверии нового учебного года, поэтому мы постарались включить в него статьи, касающиеся различных аспектов образа жизни учащейся молодежи. Некоторые предлагаемые вашему вниманию исследования выполнены в ходе реализации различного рода грантов, другие представляют собой собственные инициативные проекты ученых.

В работе «Социологический анализ уровня мотивации студентов к профессиональной деятельности» представлены некоторые результаты мониторинга хода выполнения мероприятий Программы развития студенческого самоуправления ФГБОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК», осуществляемого в 2012-2013 годах. Авторы концентрируют внимание читателей на желании и активности студентов в освоении профессиональной деятельности в период обучения в университете.

В статье «Православие в жизни провинциальной молодежи» анализируются результаты экспертного опроса, проведенного в рамках реализации проекта «Русская православная церковь и молодежь в современном мире: укрепление взаимодействия» при грантовой поддержке благотворительного фонда преподобного Серафима Саровского. Автором поднимаются вопросы и проблемы духовного, нравственного, религиозного воспитания молодых людей, что имеет определяющее значение для всего общества.

В статье «Социологический анализ профессиональных предпочтений, ориентаций и склонностей выпускников школ Орловской области» представлены результаты исследования, проведенного в ходе выполнения проекта РГНФ «Конструктивная модель развития образовательной среды в Орловской области». Данные позволяют получить целостную картину о профессиональных предпочтениях, ориентациях и склонностях выпускников школ Орловской области.

Еще одним интересным, на наш взгляд, является исследование, касающееся использования интернет-магазинов молодыми людьми. Эта новая технология электронной торговли обладает несомненным потенциалом для потребителей, поскольку позволяет пользователям онлайн, в своем браузере, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа. В представленной статье анализируется отношение студенческой молодежи к покупкам в интернет-магазинах.

В постоянной рубрике «Социальная статистика» поднимается тема потребления продуктов питания в домашних хозяйствах Орловской области. Данный параметр выступает как один из главных компонентов, определяющих развитие экономики.

Надеемся, что представленные в Бюллетене темы будут для вас интересны и продолжены в дальнейших публикациях наших постоянных и новых авторов.

Материалы статей печатаются в авторской редакции. Право использования произведений предоставлено авторам на основании п. 2 ст. 1286 Четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации.



Рубрику ведет М.А. Федосеева – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Научно-образовательного центра «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В.И.Уварова, кандидат философских наук, доцент, научный руководитель НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», e-mail: social_centra@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена определению уровня мотивации студентов к профессиональной деятельности. Социологический анализ основан на желании участвовать и реальной включенности студентов университета в мероприятия, ориентированные на повышение интереса к будущей профессии.

Ключевые слова: мотивация, профессиональная деятельность, активность, студенческая молодежь, социологический анализ, измерение.

Annotation: The article is devoted to the definition of a level of students' motivation to professional work. The sociological analysis is based on the desire to participate and real inclusiveness of university students in the actions focused on the increase of interest to the future trade.

Keywords: motivation, professional work, activity, student's youth, sociological analysis, measurement.

Формирование мотивации - неотъемлемая часть развития личности человека. Необходимость развития у студентов - будущих специалистов готовности к предстоящей профессиональной деятельности обусловлена существующей общественной и образовательной потребностью.

Под профессиональной мотивацией понимается совокупность факторов и процессов, которые, отражаясь в сознании, побуждают личность к изучению будущей профессиональной деятельности. Профессиональная мотивация становится внутренним движущим

фактором развития профессионализма и личности, так как только на основе высокого уровня ее формирования, возможно эффективное развитие профессиональной образованности и культуры личности.

Готовность к предстоящей самостоятельной деятельности студентов состоит из следующих компонентов: профессиональная направленность, креативность, ответственность, компетентность в области изучаемой специальности, коммуникативные и организаторские способности. Высокий уровень развития всех перечисленных компонентов может обеспечить в дальнейшем продуктивность в профессиональной деятельности.

Развитие творческой готовности студента к предстоящей профессиональной деятельности – важнейшая задача высшего учебного заведения. Решению этой задачи служит комплекс проводимых в вузе мероприятий, об эффективности которых можно судить по различным показателям, в том числе по результатам социологического опроса студентов.

Определение уровня мотивации обучающихся в университете – одно из направлений мониторинга хода выполнения мероприятий Программы развития студенческого самоуправления ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК», осуществляемого в 2012-2013 годах. Не претендуя на всесторонность подхода к оценке степени мотивации студентов, исследователи концентрируют внимание на желании и активности студентов в освоении профессиональной деятельности в период обучения в университете.

В качестве метода сбора эмпирических данных был применен групповой анкетный опрос студентов. Всего опрошено 615 респондентов, из них 48,8 % мужчин и 51,2 % женщин. Статистическая обработка данных осуществлялась с использованием программы SPSS 17.0.

Как показало проведенное исследование, университет предоставляет студентам немало возможностей для занятия профессиональной деятельностью во время учебы в вузе. И большинство опрошенных (62%) выразили желание пользоваться этими возможностями в рамках выбранного направления подготовки (рисунок 1). Откро-

Исследование социологических центров города Орла

венное нежелание продемонстрировали менее 10% респондентов, остальные не смогли определить своего отношения.

Согласно заложенной в Программу развития студенческого самоуправления методике определения значений целевых показателей, уровень мотивации студентов к профессиональной деятельности рассчитывается как процент студентов, желающих заниматься профессиональной деятельностью в рамках выбранного направления подготовки от общего количества обучающихся по очной форме обучения. Как показал опрос, 62 % респондентов выразили желание заниматься профессиональной деятельностью в рамках выбранного направления подготовки. Но эти данные не могут рассматриваться как окончательные, т.к. в группе из 28,5 % затруднившихся ответить на вопрос определенно присутствуют лица, которые, не будучи готовыми ответить на обобщенный вопрос, при возникновении возможности участия в конкретном профессиональном мероприятии примут решение о включении в него. Таким образом, имеются основания для прибавления к 62 % опрошенных по крайней мере третьей части затруднившихся с ответом (9 %), что составит 71 % студентов.

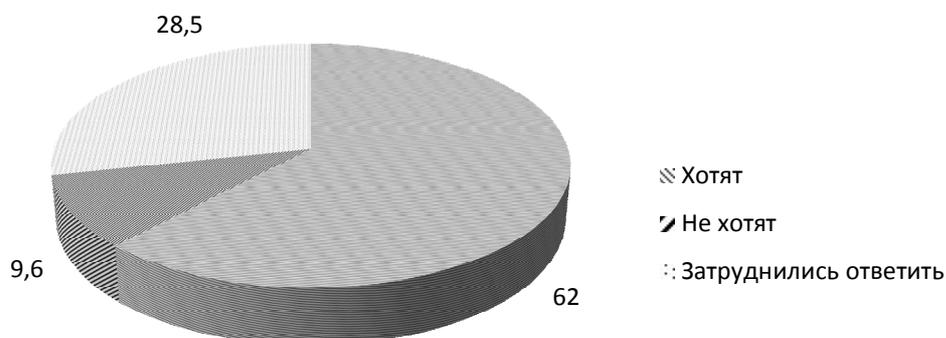


Рисунок 1 – Отношение к возможности заниматься профессиональной деятельностью в рамках выбранного направления подготовки, %

Мужчины более ориентированы на занятия профессиональной деятельностью в вузе, чем женщины. Готовность к ней выразили 64,7 % опрошенных мужского пола и 59,4 % женского. Желание зани-

материя профессиональной деятельностью студентов гуманитариев выше, чем у представителей технического и естественнонаучного направления (65,5, 60,1 и 57,1 % соответственно). Пик интереса к профессиональной деятельности приходится на обучающихся на третьем курсе, что объясняется началом в этот период активного изучения специальных дисциплин. Но с четвертого курса данный интерес заметно снижается (рисунок 2).

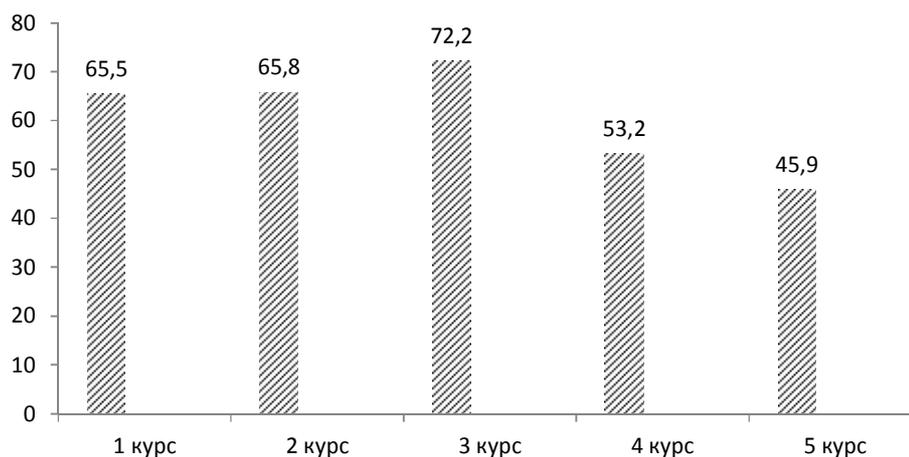


Рисунок 2 – Желание студентов пяти курсов заниматься профессиональной деятельностью, %

Стремление получить как можно больше профессиональных навыков и умений во время учебы в вузе коррелирует с общей успеваемостью студентов. При этом значение коэффициента корреляции Пирсона составило 0,14, что говорит о тесной связи. Точностные оценки показателей следующие: для получения профессиональных навыков среднее значение составляет 1,67, стандартное отклонение - 0,89 при количестве измерений 615; для успеваемости студентов среднее значение составляет 1,9, стандартное отклонение – 0,72 при количестве измерений 615.

С ростом успеваемости не только увеличивается доля желающих приобрести профессиональные навыки и умения, но также снижается численность затруднившихся определить свое отношение к проблеме (рисунок 3).

Студенты, входящие в состав студенческого актива, как правило, проявляют активность в различных направлениях, в том числе и в

Исследование социологических центров города Орла

занятия профессиональной деятельностью. 70,3 % студенческого актива продемонстрировали интерес к ней, в то время как среди остальных студентов такой интерес проявили только 59,5 % опрошенных. Это подтверждают и данные корреляционного анализа: значение коэффициента корреляции Пирсона между желанием заниматься профессиональной деятельностью и участием в студенческом активе составило 0,08. Точностные оценки следующие: для желаня заниматься профессиональной деятельностью среднее значение составляет 1,67, стандартное отклонение – 0,89 при количестве измерений 615; для участия в студенческом активе среднее значение составляет 1,78, стандартное отклонение – 0,42 при количестве измерений 615.

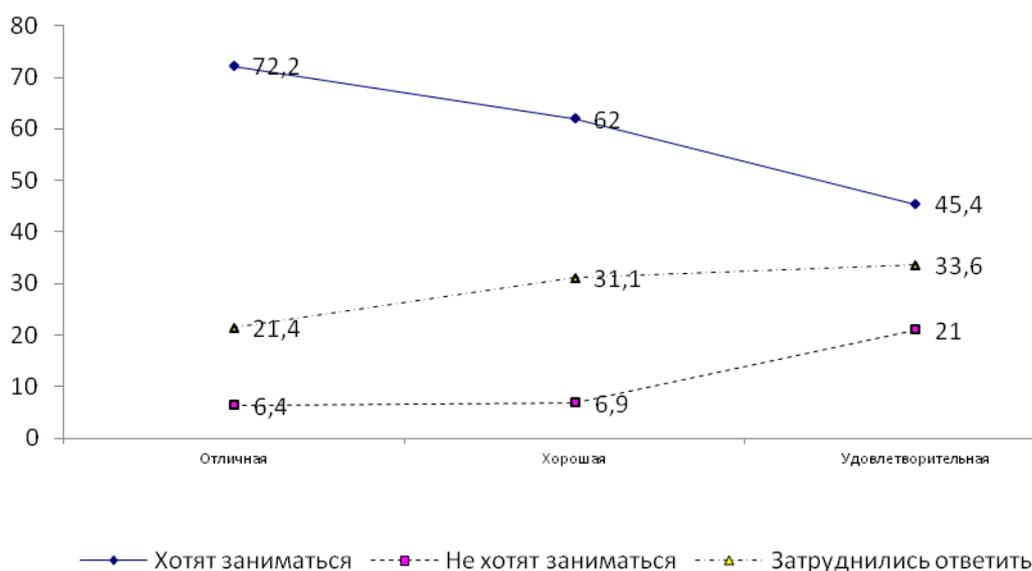


Рисунок 3 – Корреляция между успеваемостью студентов и желанием заниматься профессиональной деятельностью, %

Дальнейший анализ показывает, что реальное участие студентов в профессиональной деятельности в вузе заметно отстает от уровня высказанного желания. Как следует из приведенных в таблице 1 данных, только веревочный курс оказался поистине массовым мероприятием. Почти каждый третий принимал участие в ежегодной студенческой конференции «Неделя науки» в качестве выступающего или зрителя. Участие во всех остальных мероприятиях не затронуло (или не запомнилось) даже 10 % респондентов.

Студенческая конференция «Неделя науки» позволяет студентам представить результаты своей научной работы в любой области знаний, однако даже среди тех, кто выразил желание заниматься профессиональной деятельностью в университете, приняли в ней активное участие лишь 24,7 % респондентов. Остальные не знали о «Неделе науки», во что сложно поверить, или знали, но не сочли нужным в ней поучаствовать.

Опрошенные, входящие в состав студенческого актива, лучше информированы о проводимых в вузе мероприятиях, поэтому в их среде меньше не знавших о перечисленных мероприятиях. Степень участия членов студенческого актива выше во всех мероприятиях. Даже если по степени активного участия члены студенческого актива немного уступают рядовым студентам, как, например, в проекте «Профессионал: новый взгляд», то с учетом участия в качестве зрителя, они все равно оказываются более вовлеченными в любое университетское мероприятие.

Таблица 1 – Участие в мероприятиях, направленных на формирование профессиональных, лидерских качеств, %

№	Мероприятия	Ничего о нем не знаю	Знал, но не участвовал	Участвовал только в качестве зрителя	Принимал активное участие
1	Заседание студенческого дискуссионного клуба	79,3	16,4	2,1	2,1
2	Лидер года	60,8	31,2	5,2	2,8
3	Проект «Профессионал: новый взгляд»	79,7	15,1	3,6	1,6
4	Веревочный курс	12,0	15,4	8,5	64,1
5	Студенческий лидер ЦФО	67,3	26,5	4,4	1,8
6	Школа актива для студентов	51,9	38,2	2,3	7,6
7	Волонтерство	51,9	39,2	3,9	5,0
8	Конференция «Неделя науки»	36,1	33,5	8,5	22,0

Согласно полученным данным, наиболее активное участие во многих мероприятиях принимают студенты первого и выпускного курсов. Так, опрошенные первокурсники приняли самое активное участие в таких мероприятиях как студенческий дискуссионный клуб, лидер года. В свою очередь, пятикурсники лидировали по уровню активного участия в проекте «Профессионал: новый взгляд», школе актива для студентов, в волонтерском движении. Участие в научных проектах принимают в основном студенты старших курсов (4-го и 5-го), а доля участвующих в неделе науки возрастает пропорционально курсу обучения от 20,9 % на втором курсе до 45,9 % на пятом (рисунок 4).

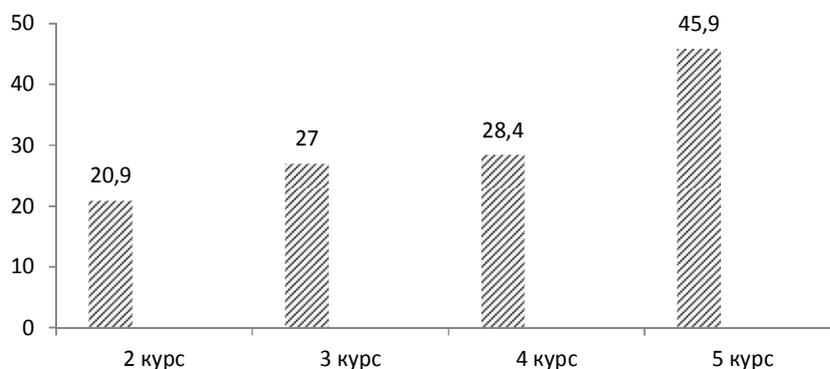


Рисунок 4 – Активное участие студентов в «Неделе науки», %

Студенты, обучающиеся на гуманитарных специальностях, чаще выступают на ежегодной студенческой конференции. Разница с техническим и естественнонаучным направлениями подготовки составляет 10 %. В свою очередь, студенты, обучающиеся на технических специальностях, имеют несколько больше возможностей участвовать в выполнении научных проектов.

Проявляются некоторые гендерные особенности. Так, девушки чаще принимают участие в «Неделе науки», а юноши – активнее подключаются к выполнению научных проектов.

Принадлежность к студенческому активу не обеспечивает более высокого уровня включенности в работу над научными проектами. Среди активистов участвуют в выполнении научных проектов 3,6 % респондентов, а среди остальных студентов – 4 %.

Существует прямо пропорциональная зависимость между научной работой студентов и их успеваемостью (рисунок 5).

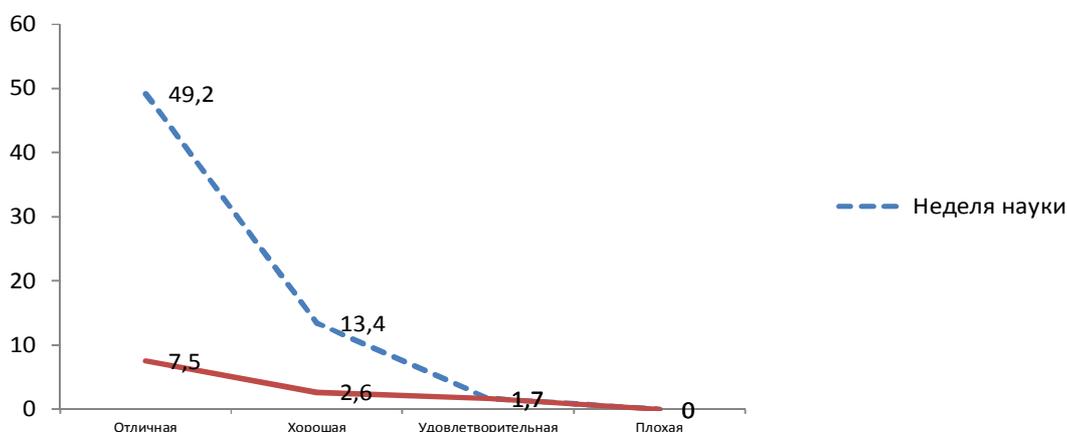


Рисунок 5 – Корреляция между активным участием в научной работе и успеваемостью студентов, %

Согласно результатам опроса, 45 % студентов в той или иной степени принимают участие в научной работе. 38,5 % из них полагают, что эта работа помогает им в освоении будущей профессии (рисунок 6).

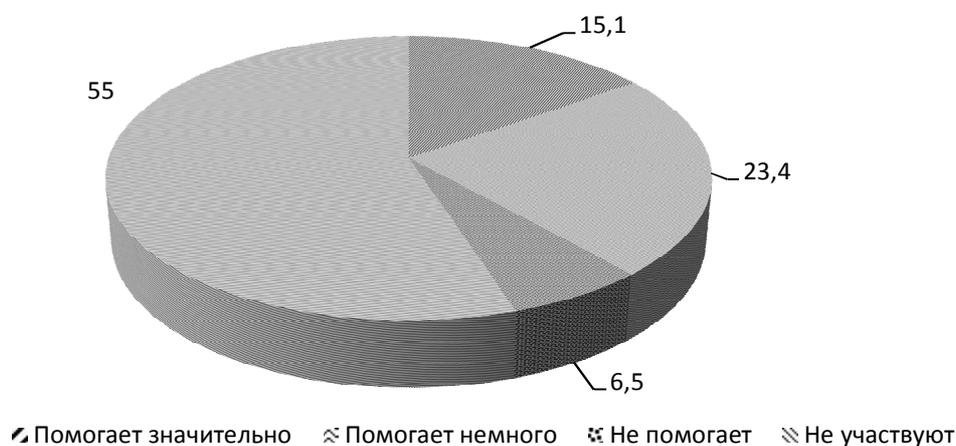


Рисунок 6 – Оценка влияния научной работы студентов на освоение будущей профессии, %

Уровень осознания взаимосвязи научной работы с освоением будущей профессии особенно высок у студентов, вовлеченных в выполнение научных проектов (таблица 2).

Таблица 2 – Оценка влияния научной работы на освоение будущей профессии активными участниками «Недели науки» и научных проектов, %

Оценки влияния	Участники «Недели науки»	Участники научных проектов
Значительно помогает	32,6	50,0
Немного помогает	51,9	41,7
Не помогает	14,8	4,2

По данным корреляционного анализа видно, что участники «Недели науки» принимают активное участие в научных проектах (коэффициент корреляции Пирсона составил 0,3; точностные характеристики для участия в «Неделе науки»: среднее значение составляет 2,16, стандартное отклонение - 1,14 при количестве измерений 615; для участия в научных проектах среднее значение составляет 1,52, стандартное отклонение - 0,77 при количестве измерений 615).

Девушки видят в научной работе больше пользы для будущей профессиональной деятельности, чем юноши (42,5 % и 34,3 % соответственно). Студенты – гуманитарии оценивают пользу научной работы выше, чем студенты технического направления. Понимание пользы научной работы в студенческие годы для освоения будущей профессии возрастает с каждым годом обучения респондентов. На рисунке 7 представлены доли опрошенных представителей пяти курсов, видящих определенную (небольшую или значительную) пользу научной работы для будущей профессиональной деятельности.

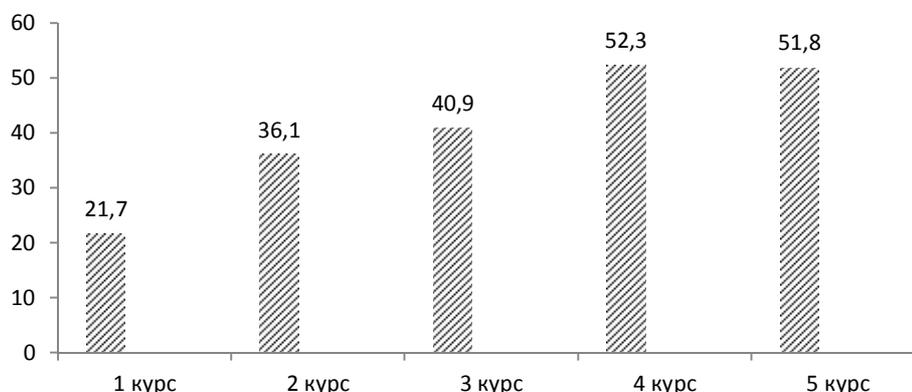


Рисунок 7 – Признание влияния научной работы на освоение будущей профессии студентами различных курсов обучения, %

Понимание связи научной студенческой работы с ростом профессионализма прямо пропорционально успеваемости респондентов: чем выше успеваемость, тем более осознанной становится данная связь (Таблица 3).

Таблица 3 – Корреляция оценки влияния научной работы на освоение будущей профессии с успеваемостью студентов, %

Успеваемость	Оценка влияния научной работы на освоение будущей профессии	
	Значительное	Небольшое
Отличная	26,2	30,5
Хорошая	12,8	21,3
Удовлетворительная	4,2	18,5

Среди разнообразных мотивов участия в общественной жизни университета 35,6 % опрошенных назвали приобретение качеств, необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности, и 26,5 % респондентов выделили мотив приобретения новых навыков, которые с определенным допущением можно считать полезными в будущей профессии. Все остальные мотивы участия в общественной жизни университета с будущей профессией не связаны. Самая высокая мотивация участия в общественной жизни вуза ради приобретения качеств, необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности, встречается у студентов третьего курса.

Литература

1. Виленский В.Я., Образцов П.И., Уман А.И. Технологии профессионально-ориентированного обучения в высшей школе/ Под ред. В.А. Сластенина. – М.: Педагогическое общество России, 2004.
2. Фролова Н.А., Николаева А.А. Социальная активность современной российской молодежи: монография – Орел: ОрелГТУ, 2010.

Исследование социологических центров города Орла
ПРАВОСЛАВИЕ В ЖИЗНИ ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ
МОЛОДЕЖИ В ОЦЕНКАХ ЭКСПЕРТОВ

Е.П. Мясина – кандидат социологических наук, доцент кафедры «Социология, культурология и политология» ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК», e-mail: e.myasina@mail.ru

Аннотация: В данной статье представлены результаты экспертного опроса о роли православия в жизни молодежи.

Ключевые слова: православие, экспертный опрос, молодежь.

Annotation: The results of expert interrogation about a role of Orthodoxy in the lives of youth are presented in the article.

Keywords: Orthodoxy, expert interrogation, youth.

Экспертный опрос проводился в марте 2013 года в рамках проекта «Русская православная церковь и молодежь в современном мире: укрепление взаимодействия» при грантовой поддержке благотворительного фонда преподобного Серафима Саровского (IX – 57 – 274 от 10.02.2013).

В качестве экспертов выступали три компетентных лица: священник РПЦ, сотрудник Администрации Орловской области, ученый. Все имеют глубокие познания о предмете исследования.

Опрос проводился в форме полуструктурированного индивидуального интервью, позволяющего интервьюеру направлять беседу в нужное русло.

Рассматривая роль и место религии в жизни современного общества, нельзя не указать на существенный вклад последней в процесс формирования духовно-нравственной основы личности. Без сомнения, значимость религиозных институтов в этом вопросе в виду секуляризационных процессов, существенным образом снизилась. Однако религия и церковь доказали свою жизненность и функциональную устойчивость, позволяющие им в современном секуляризованном мире сохранять свою значимость в процессе социализации молодого поколения.

Итак, церковь наряду с другими институтами занимается формированием духовности. Однако само понятие духовности в рамках церкви и науки имеет различную интерпретацию.

Духовность в религиозном (христианском) смысле понимается как жизнь духа (высшей сущностной части человека). Духовность – это действие в человеке Святого Духа, это общение человеческого духа со Святым Духом. Один из способов культивирования духовности – покаяние [1].

Духовность — это ценностная ориентация личности на добро или на зло [2].

Светская научная традиция толкует духовность иначе. Духовность - свойство души, состоящее в преобладании духовных, нравственных и интеллектуальных интересов над материальными [3].

Тем не менее, в различных пониманиях духовности в религиозной и светской литературе можно найти точки соприкосновения. Духовное – это всегда выход за пределы собственных узких эгоистических интересов, личной пользы, своекорыстия.

Оценивая общий уровень духовности и нравственности современной молодежи, эксперты пришли к разным выводам.

Представитель РПЦ, не давая прямого ответа, предлагает для объективности оценки нравственности и духовности молодых россиян обратиться к статистике подросткового и юношеского алкоголизма, наркомании, проценту разводов молодых семей. Таким образом, священник разделяет точку зрения людей, считающих, что уровень духовности и нравственности современной молодежи понижается.

Эксперт, представляющий управленческую элиту Орловской области, настроен более оптимистично. С его точки зрения, уровень духовности молодого поколения медленно, но неуклонно повышается. Показателем этого процесса, по мнению эксперта, является количество молодых людей, посещающих храмы:

«Сейчас все больше и больше молодых людей находятся в храме. Причем, это не только девушки, как было ранее, но и молодые люди в возрасте от студенческого до 35 лет. Это достаточно большой контингент. Кроме того, большое количество молодых мам и пап можно наблюдать в момент причастия... Причастие является одним из основных показателей приобщения к церковной и духовной жизни... Количественный показатель назвать, конечно, очень трудно, да и пытаться не будем, ограничимся общим впечатлением».

Наиболее развернутый ответ на данный вопрос дал эксперт-ученый. Прежде всего, он обратился к проблеме различения понятий светская и религиозная духовность:

«Если говорить об уровне духовности, то в целом общая массовая культурность светская растет благодаря активному участию [людей – авт.] в сети Интернет и СМИ.... Прошло время, когда люди расписывались крестиком... И образовательный бум 90-х годов сыграл свою роль в повышении общего уровня культуры.... Как бы мы не ругали несоответствующую требованиям, высшую школу, она сыграла свою роль.

Что касается духовности [религиозной – авт.], то, с моей точки зрения, сейчас нет тех проявлений, которые образовались сразу после перестройки, когда религия стала модной.

Люди... слабо представляют себе религию, но самое главное, они не представляют, что религия - некий механизм взаимодействия с Божеством, которое считается выражением идеала нравственности, доброты, чести, совести и достоинства. Поэтому, идя в храм, каждый из представителей молодежи видит свое, и хочет своего. Это либо досуг, либо культ, либо эйфорические состояния, отвлечение медитативное, отвлечение от действительности. Но далеко не все ищут там спасение души. Надо иметь в виду, что цель любой религии – спасение души».

Обращаясь к анализу косвенных признаков духовности, а именно к оценке посещаемости молодежью храмов, ученый отмечает, что уровень молодежной воцерковленности колеблется в районе 2-3%. Однако среди тех, кто в семье получил духовное воспитание, происходит более глубокая интеграция с православием:

«...я бы сказал, что сейчас эпоха глубокого проникновения традиционных ценностей РПЦ в подготовленные массы молодежи (там, где есть воспитание семьи, где есть подготовленные основы для этого). В подготовленное сознание это входит более серьезно, менее обрядово, более прочно».

Разговор о духовности невозможен без анализа нравственности. В обыденной жизни эти понятия часто употребляются как синонимы (повсеместно можно встретить публикации, посвященные духовно-нравственному воспитанию и т.п.).

Однако между ними существует серьезная разница. Обсуждение этого вопроса имеет длительную историю. По мнению ряда философов и психологов, духовность и нравственность соотносятся как часть и целое. Нравственность – часть, ядро духовности [4]. Достаточно подробно на соотношении этих понятий остановился в своих лекциях профессор Московской Духовной Академии А.И. Осипов.

Нравственность связана с определенными действиями человека. Однако за реальными действиями могут скрываться различные скрытые мотивы, в том числе весьма далекие от того, что мы считаем духовным. Духовность же – это то, что скрыто для внешнего взора, что находится в самом духе человека и что может внешне почти не выражаться или выражаться почти незаметно. Напротив, чем большие ценности духовные присутствуют в человеке, тем больше он их скрывает.

Нравственность является одним из необходимых, но не достаточных условий обретения духовности [5].

Эксперт-ученый в своем интервью обращается к проблематике различения духовности и нравственности.

«Я бы не стал ставить на одну доску уровень духовности и уровень нравственности...»

С моей точки зрения, уровень нравственности последнее время растет (т.е. светской нравственности). Мне кажется, что времена, когда молодые люди хотели быть киллерами, а девушки проститутками, ушли... Мне представляется очень важным такое изменение... Многие молодые люди сейчас хотят быть офицерами, такого раньше не было вообще».

Как известно, в школьную программу в качестве федерального компонента с 1 сентября 2012 года введен предмет «Основы религиозных культур и светской этики», включающий шесть модулей, из которых ученики по своему выбору или выбору их родителей выбирают для изучения один. Учебный курс ОРКСЭ является культурологическим и направлен на развитие у школьников 10-11 лет представлений о нравственных идеалах и ценностях, составляющих основу религиозных и светских традиций многонациональной культуры России, на понимание их значения в жизни современного общества и своей сопричастности к ним.

Цель учебного курса ОРКСЭ — формирование у младшего подростка мотиваций к осознанному нравственному поведению, основанному на знании и уважении культурных и религиозных традиций многонационального народа России, а также к диалогу с представителями других культур и мировоззрений [6].

В ходе интервью экспертов попросили оценить данный учебный курс с позиции повышения общего культурного уровня детей и развития их интереса к православию.

Дать какую-либо пространную характеристику эффекта от введения предмета эксперты затруднились, так как прошло слишком мало времени. Эксперты выразили надежду, что преподавание этой дисциплины будет способствовать формированию интереса детей к национальной религиозной традиции. Более подробно они остановились на характеристике проблем, связанных с преподаванием основ религиозных культур и светской этики.

Один из экспертов указал на некоторое обострение социальной напряженности при введении данного предмета (общественность разделилась на приверженцев и противников этой школьной дисциплины).

Двое других экспертов акцентировали внимание на качестве преподавания. Например, эксперт-представитель государственного управления отметил:

«[Многое – авт.] зависит от того, кто преподает. В ОГУ есть кафедра «Религиоведение и теология». В принципе выпускники этой кафедры – подготовленные преподаватели этого предмета. К сожалению, единицы из них работают по специальности. Вот я один из первых, кто выпустился. В прошлом году я пришел в одну из школ, и сказал, что у меня есть время, я готов взять нагрузку по преподаванию в 4 классе (небольшая группа детей), что у меня государственное образование, духовное образование, я имею огромный опыт работы, как в органах власти, так и в религиозных институтах (первая запись в трудовой книжке – преподаватель воскресной школы). И мне отказали. Сказали, что у нас есть свой человек, которому дадим дополнительную нагрузку. А к чему это ведет? К тому, что преподают эти предметы, в лучшем случае, люди, которые преподают русский язык и литературу. А дальше это может быть кто угодно, вплоть до учителя физкультуры. И священников, которые преподают – единицы, может быть 1 – 2 человека, которые преподают у нас в области. Директор школы сопротивляется, потому, что ограничен бюджетом, и ему приходится распределять средства между учителями, а привлечь совместителя со стороны тяжело, в том числе, и финансово. Лучше и проще использовать свои кадры, но это, конечно, сказывается на самом процессе. А в целом, теоретически – это нужно, это важно, но у нас теория сталкивается с реалиями жизни».

Известно, что принятие христианства более 1000 лет тому назад оказало огромное влияние на формирование русской национальной

культуры. С принятием христианства на Руси появилась письменность, получили сильный импульс развития архитектура, искусство, появляются первые летописи, школы и т.д. На протяжении многих столетий православие оказывало решающее влияние на формирование духовной составляющей нашей культуры. С появлением в 18 веке светской литературы, живописи, музыки тесная духовно-нравственная связь с религией сохраняется, позволяя лучшим представителям национальной культуры создавать шедевры, вошедшие в золотой фонд мировой культуры. После революции 1917 года религия оказалась фактически под запретом, и дальнейшее развитие русской культуры осуществляется уже на других идеологических основаниях. В постперестроечной России все религиозные ограничения и запреты были устранены. Насколько велико влияние религии на современную культуру и общество? Влияет ли знакомство с православной культурой на духовный облик и культурное развитие молодого человека?

Эксперты (священник и госслужащий) отметили несомненную связь нашей национальной культуры с православной традицией.

«...духовная [религиозная – авт.] культура неразрывно связана с нашей общей культурой, культурой нашего государства. И, зная духовные основы православия, связывая их с историческим процессом, и реализуя это в личной практике, молодой человек может развиваться полноценно, стать достойным членом общества, патриотом своей Родины. А без этого, я думаю, полноценный человек не сможет сформироваться и дальше жить будет трудно».

Эксперт-ученый не отрицая благотворного влияния общего знакомства с православной традицией на повышение общекультурного уровня молодого человека, тем не менее, заметил:

«Духовному... развитию может способствовать только одно – человек должен задумываться не о культуре, которая является внешней формой, а о внутренних, духовных, нравственных побуждениях, о целях человеческого существования. Поэтому изучение религиозной культуры, как и любой другой культуры, может быть чем-то сопутствующим, потом, что подталкивает к религии. Сутью религии является... стремление человека к самоочищению, улучшению... себя с помощью посещения церкви».

«Если мы будем сосредоточены только на культуре, то тогда мы будем воспитывать не религиозных людей, а культурологов. А куль-

Исследование социологических центров города Орла

тура сама по себе вещь абстрактная, и можно любить какие-то культурные достижения, но при этом выхолащивать содержание».

«Смысл жизни, понимание для чего ты живешь, понимание того, что является целью твоего существования, и в соответствии с этим временной и вечной жизни. Вот это человека настраивает на религиозность, и естественно, заставляет менять свое поведение, потому, что это понимание посмертного воздаяния за грехи, и не только посмертного».

Согласно данным ВЦИОМ в 2001 году назвали себя православными 53% респондентов. В опросах, проводившихся с 2005 по 2012 год, выявлено, что самоидентификация себя с православием постепенно возрастала (от 65 до 77% опрошенных россиян назвали себя православными). В 2001 году назвали себя неверующими 24% респондентов. В 2012 году заявили о своей неверии только 7% и столько же ходят в церковь хотя бы 1 раз в месяц [7].

Согласно опросам, проведенным ИС РАН в 2009 и 2012 года, получены сходные с ВЦИОМ данные относительно численности православных. Церковь посещают от 11 до 14% опрошенных православных [8].

Социологический опрос, проведенный Научно-образовательным центром «Теоретическая и прикладная социология» Госуниверситета - УНПК весной 2013 года среди студенческой молодежи Орловской области, выявил, что верующими себя считают 77,2% респондентов. Однако церковь посещают хотя бы 1 раз в месяц 5,5%.

Итак, социологические данные свидетельствуют о возросшем уровне культурной идентификации людей с православием, реальная же воцерковленность незначительна. Это касается всех групп населения, в том числе молодежи.

Эксперт-священник рассказал, что в будние дни среди прихожан насчитывается где-то 10% молодежи, в воскресные дни – до 30%:

«...молодежь в своем большинстве менее религиозна, чем люди среднего возраста».

Эксперты отмечают, что молодые люди порой, заявляя, что они православные, плохо понимают, что такое христианство вообще и православие в частности:

«...понятие религии для многих абстрактное понятие, которое связано с верой во что-то высшее».

В социальном плане религия реализуется как особый социальный институт — церковь, служители которой выступают своеобразными

«посредниками» между Богом и людьми. Как свидетельствует мировая история, отношения общества и церкви в определенные моменты истории носили драматический характер (европейская Реформация, преобразования Никона в России и т.п.). Очень важным аспектом исследования места православия в жизни молодежи является вопрос об отношении молодежи к церкви. В современной России (события последнего года) свидетельствуют о возникновении некоторого напряжения между обществом и церковью. Показателем этого явилось, например, возросшее число критических публикаций в адрес РПЦ и Патриарха, панкмолебен в храме Христа Спасителя, акции по спиливанию поклонных крестов и т.п. Ничего подобного нельзя было представить себе еще два десятилетия назад, ведь тогда РПЦ получила от общества огромный кредит доверия как институт, от которого россияне ждали реальной помощи в борьбе с конкретными социальными недугами: бездуховностью, алкоголизмом, наркоманией и т.п. Церковь постепенно начинает вмешиваться в политику (заниматься тем, что от нее не ожидали), что неминуемо сказалось на ее авторитете:

«В последнее время очевиден всплеск интернет-активности с критикой православия [церкви – авт.]».

«...если говорить об общем настрое, то он стал, особенно в последние месяцы, достаточно отрицательным [отношение к церкви – авт.]».

«Мы видим усиление поддержки государством РПЦ, как института, воспитывающего нравственность и патриотизм..., и в связи с этим резкий отток либеральной интеллигенции и либеральной молодежи из православия. Все события, связанные со сбрасыванием крестов, говорят о том, что это - некий протест и против государства в том числе, и государственной политики в области духовности».

Отталкивать молодежь от церкви могут не только вышеописанные обстоятельства. Эксперты говорили и о более конкретных вещах. Так, например, было названо некорректное отношение членов некоторых приходов или даже самих священников к молодежи, пришедшей в церковь в неподобающей одежде; раздражают и отталкивают от церкви священнослужители, думающие, прежде всего, о своем личном благосостоянии, демонстрирующие свой высокий уровень жизни

(дорогие машины, квартиры). Кроме этого, с точки зрения экспертов, на негативизм орловской молодежи влияют такие обстоятельства:

«... дисциплина, посты. Они отталкивают, но это необходимый компонент церковной дисциплины и без него ничего не будет. Вторым отталкивающим компонентом, что сейчас берется на вооружение, – не демократизм церкви, отсутствие возможности людям проявлять себя в церкви как угодно, необходимость соблюдать строгие правила приличия».

Тем не менее, существует много аспектов религиозно-церковной жизни, которые привлекают юношу или девушку. Известно, что религия как социальный институт выполняет определенные социальные функции: мировоззренческую, психотерапевтическую, компенсаторную, социально-критическую, регулятивную, интегративную и другие. Особенно часто люди вспоминают о Боге в трудные или трагические периоды своей жизни. Об этом, в частности, упоминали эксперты. Но религия может привлекать и другим, а именно формированием особого отношения к людям и жизни, ведь у духовного человека определен тип поведения, определенный образ мыслей, он руководствуется иными мотивами, чем недуховные люди:

«Молодой человек натура ищущая, и в церкви его привлекает тайна, которая раскрывается, когда ты познаешь те же таинства, святоотеческое наследие, и в какой-то мере, идя по пути православного человека, открываешь для себя новые пласты. Например, пост. Если правильно поститься (не просто ограничения в пище), то открываются некоторые особенности себя, своего организма, восприятие окружающего».

Российская молодежь для удовлетворения своих духовных потребностей с начала 90-х годов двадцатого века стала объединяться в молодежные общественные религиозные, в том числе, христианские организации. Целями таких организаций стало религиозное воспитание, религиозное просвещение, содействие духовному развитию молодежи, пропаганда христианского образа жизни и т.п. Не обошло стороной это веяние и Орловскую область. Именно в те годы появились «Православное молодежное братство во имя Святого Великомученика Георгия Победоносца», Орловское церковное историко-археологическое общество, молодежный туристический клуб «Молодой Орел» (организация религиозного туризма). До сегодняшнего дня функционирует Православное молодежное братство: устраивает кон-

церы духовной музыки, участвует в установке поклонных крестов по всей области, организует походы, спортивные соревнования и т.п.

Эксперты отмечают, что в России до сих пор не сложилось четкого взаимодействия между обществом, государством и церковью. Создание молодежных религиозных объединений в орловской области инициировалось снизу, их деятельность либо вообще не поддерживается РПЦ, либо поддерживается декларативно. А ведь, прежде всего, в подобных молодежных религиозных организациях должна быть в первую очередь заинтересована сама церковь:

«Нет такого, как было до революции, что церковь стремилась к созданию организаций, которые служили опорой церкви, их лидеры являлись крупными иерархами. Например, организаторы братства Святого Георгия Победоносца являются людьми, не входящими в структурные подразделения и не координируются епархией, не приглашаются на епархиальные собрания. Это говорит о том, что нет целостной системы взаимодействия. Программа действия этих организаций остается более общественной, даже, если это братство».

В современных условиях выжить общественной организации очень тяжело. Например, в нашей области исчезли несколько братств, из-за того, что очень сложная система оформления документов.

Серьезным обстоятельством, затрудняющим, как считают эксперты, развитие молодежных религиозных организаций в регионе является то, что в Администрации Орловской области (как и по всей стране) отсутствует чиновник, который занимался бы религиозными вопросами.

В Орловско-Ливенской епархии имеются отдел по работе с молодежью и миссионерский отдел. Священникам надо работать с молодежью не только в церкви, но идти к молодежи, встречаться с ней. *«...Церковь – это не закрытая организация. Она должна использовать все возможные площадки для того, чтобы идти в народ, общаться с народом, с молодежью, со взрослым населением».* Однако эффективной работе в этом направлении, по мнению экспертов, препятствует ряд причин, которые можно разделить на внутрицерковные и внецерковные.

Рассмотрим внутрицерковные причины:

1. недостаток грамотных, хорошо обученных кадров, способных работать с современной молодежью;

2. сильная загруженность священников, которые кроме миссионерской деятельности должны в полном объеме совершать службу в своем храме;

3. острый дефицит денежных средств;

4. недостаточное использование эффективных методов работы.

«[Стоит – авт.] задача в духовном просвещении..., а не только в курсах религиозной культуры. Нужно говорить о том, что есть альтернатива материальному миру, которая ему не противоречит. То есть мы будем воспитывать в людях идеализм в хорошем смысле, а религия и есть идеализм. Кстати мы забыли, что слово «идеализм» имеет несколько значений, и одно из них это – благородство, высшая цель. Поэтому, если будет осознание высшей цели (самопожертвования, идеализма), то в церковь будет приходить нормальный человек. А просто встречи с молодежью и рассказы о праздниках здесь не нужны».

Кроме этого эксперты предлагают возродить традицию проведения литургий вне стен храма. *«... Смысл не в лекциях, а в мистической составляющей, смысл в литургии. И в этом смысле можно было бы предлагать (и это широко афишировалось многими деятелями русской церкви) ввести в вузы литургическую практику. У нас ведь никогда в вузе не объявлялся день литургии, когда все могли бы причаститься в этот день. Это лучшие лекции. На самом деле это есть смысл церкви. А сама по себе лекция это просто культурно-образовательная вещь».*

К внецерковным причинам относятся:

1. нежелание многих вузов или школ видеть у себя священников (за исключением ОГИЭТ, где священник на протяжении нескольких лет ведет факультативный курс);

2. слабая активность гражданского общества (надо идти в церковь, чтобы исправлять ситуацию там, а не уходить оттуда);

3. использование администрацией некоторых учебных заведений методов работы, которые отвращают молодежь от церкви:

«На день Татьяны требуют подать списки [присутствовавших] студентов, а кого не будет – лишим стипендии. Требуют, чтобы деканы отчитывались, кто из преподавателей не пришел на день святой Татьяны. И вообще привлекают медовухой».

Мир очень сильно изменился, поэтому надо использовать для работы с молодежью новые методы, формы работы, социальные проек-

ты, электронные ресурсы Интернет, считают эксперты. Однако ничто не заменит слово пастыря.

«Любые формы, если они идут во благо, можно использовать. Большой интерес вызывает общение в сетях. Обсуждаются многие проблемы, которые трудно разрешить, трудно найти в жизни человека, который даст разумный совет. А если совет дает батюшка, то можно надеяться. В трансляции по телевидению, в Интернете – ничего плохого нет. Вот по каналу «Союз» иеромонах читает вечерние молитвы, мы семьей их слушаем. В этом нет ничего плохого».

Россия уже на протяжении почти ста лет является светским обществом, в котором церковь отделена от государства. Согласно последней Конституции России 1995 год в России ни одна религия не может быть обязательной; государство не вмешивается в церковные дела и не передает религиозным организациям свои функции; государство сотрудничает с религиозными организациями в области сохранения культурных памятников и образования.

Иными словами — религиозные организации в России, согласно законодательству, не выполняют функции государственной власти, религия не навязывается сверху, но сотрудничают с государством в тех вопросах, которые касаются общества [9].

Сегодня перед российским обществом остро стоит проблема духовно-нравственного воспитания молодежи, поэтому использовать в этом вопросе ресурс и возможности РПЦ представляется своевременным и уместным.

Литература:

1. <http://www.voskres.ru/pravilo/pravduh.htm>
2. <http://www.nne.ru/pub.php?id=225>
3. <http://www.ozhegov.org/words/7965.shtml>
4. <http://psyche.ru/catalog/is1/element.php?ID=1178>
5. http://azbyka.ru/nravstvennost_i_duhovnost/2g1-all.shtml
6. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%CE%F1%ED%>
7. <http://wciom.ru/fileadmin/nayka/sovet/fedorov.pdf>
8. <http://wciom.ru/fileadmin/nayka/sovet/mchedlova.pdf>

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ,
ОРИЕНТАЦИЙ И СКЛОННОСТЕЙ ВЫПУСКНИКОВ
ШКОЛ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ¹**

М.А. Федосеева – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», e-mail: fedoseevama@mail.ru

Аннотация: В статье представлены результаты социологического исследования, проведенного в ходе выполнения проекта «Конструктивная модель развития образовательной среды в Орловской области». Данные исследования позволяют получить целостную картину о профессиональных предпочтениях, ориентациях и склонностях выпускников школ Орловской области.

Ключевые слова: профессиональные предпочтения, ориентации, склонности, выпускники школ

Annotation: The article is presented the results of the sociological study, which was conducted in the course of the project «Constructive model of development of the educational environment in Orel area». Research data are allowed to get a holistic picture about the professional preferences, orientations and inclinations, which have school leavers in Orel area.

Key words: professional preferences, orientations, inclinations, school leavers

В последние годы проблемы отечественного образования нередко становятся предметом обсуждения заинтересованного сообщества на площадках разного уровня. Особое внимание уделяется доступности, качеству образования, а также нахождению новых методов оценки получаемого образования в соответствии с требованиями, предъявляемыми обществом, экономикой, а также работодателями. В этих условиях высшей школе приходится не только быстро реагировать на запросы рынка труда, но и активно влиять на этот рынок за счет создания нового знания и подготовки специалистов с новыми качествами. С другой стороны, и молодые люди, планирующие поступление в вузы, при выборе будущей профессии должны стремиться к нахождению соответствия между требованиями рынка труда и собственными профессиональными предпочтениями и наклонностями.

В рамках данной статьи интерес представляет второе проблемное поле. В ходе реализации проекта «Конструктивная модель развития

¹ Настоящая статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ. Проект № 12-13-57001.

образовательной среды в Орловской области» было проведено социологическое исследование, целью которого было выявление профессиональных предпочтений, способностей и наклонностей у выпускников школ Орловской области. Используемый метод сбора первичной информации: групповое анкетирование. Генеральная совокупность представлена следующим образом: выпускники школ Орловской области. Выборочная совокупность: отбор единиц анализа осуществлялся методом гнездовой выборки. В каждой школе методом случайного отбора выбирались классы, в которых проводился сплошной опрос. Объем выборочной совокупности составил 572 человека; 41,8% опрошенных – мужчины, 58,2% – женщины. Статистическая обработка первичной информации производилась с использованием программы SPSS Base 17.0. Используемый метод анализа – корреляционный. Приведем некоторые полученные в ходе исследования данные.

Проблема выбора будущей профессии является одной из самых непростых для молодых людей. С одной стороны, профессия должна соответствовать личным способностям, наклонностям человека, а с другой обеспечивать впоследствии достойную занятость и достижение благополучия на основе использования результатов образования. Еще одно, осложняющее процесс выбора, обстоятельство заключается в том, что зачастую молодые люди не готовы к принятию осознанного и самостоятельного решения, которое может повлиять на всю их дальнейшую жизнь.

Как показали результаты социологического исследования большинство выпускников школ Орловской области (86,2% опрошенных) считают себя способными самостоятельно сделать выбор своей будущей профессии и соответственно принять ответственность за это решение. Данная активная позиция молодых людей свидетельствует об их нежелании быть просто сторонними наблюдателями при выборе будущей профессии, а наличии стремления к реализации собственных желаний и потребностей, что является проявлением характеристик, присущих зрелой, сформированной личности. Вторая выявленная категория респондентов (13,8% опрошенных) неспособна самостоятельно принять такое важное решение. Эти выпускники готовы занять пассивную позицию человека реализующего чужие решения и

Исследование социологических центров города Орла

переложить ответственность за сделанный выбор на кого-то другого (родителей, педагогов, сверстников и т.д.), что может значительно снизить их шансы на успешную реализацию в жизни. Рассматривая вторую категорию более детально можно отметить, что здесь проявляются определенные гендерные различия – среди тех, кто не уверен в своих силах при выборе профессии, наблюдается большая представленность юношей, чем девушек. Таким образом, в ряде случаев представители мужского пола оказываются менее самостоятельными при принятии подобных серьезных решений.

Кроме рассмотренной проблемы самостоятельного выбора, еще одной трудностью, с которой сталкиваются выпускники школ, является выбор профессии. Он должен быть планомерным, детально обдуманным, взвешенным, поскольку последствия неправильного решения могут быть очень серьезными. Как показывают данные исследования, 84,1% выпускников школ размышляли о том, кем бы они хотели быть в будущем (рисунок 1). 15,9% опрошенных на момент опроса либо не определились с выбором профессии, либо еще не задумывались об этом. Данная ситуация вызывает некоторые опасения, т.к. эта группа выпускников сегодня не представляет, где будет учиться после окончания школы, либо еще не выбрала будущую профессию. Это может привести к тому, что сам выбор будет в итоге сделан необдуманно, спонтанно.

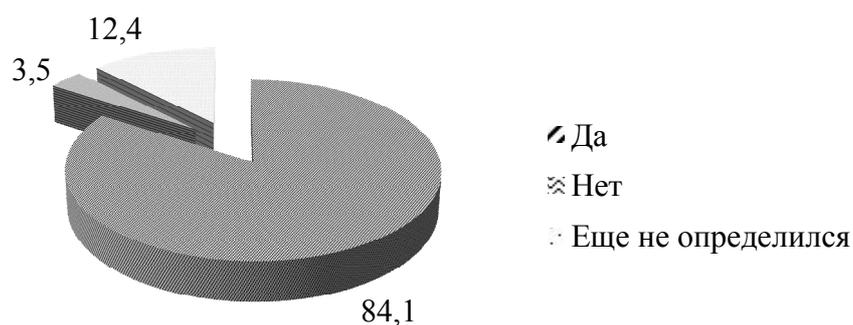


Рисунок 1 – Ответы на вопрос: «Задумывались ли Вы о своей будущей профессии», %

При рассмотрении самой критической, на наш взгляд, позиции – «не задумывался о своей будущей профессии» опять можно увидеть

**Бюллетень региональных социологических исследований
№3(19) Июль-сентябрь**

некоторое преобладание юношей над девушками. При этом представительницы женского пола чаще мужчин говорили о том, что еще не определились с выбором, т.е. не сформировали список потенциальных профессий (таблица 1).

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос «Задумывались ли Вы о своей будущей профессии» в зависимости от пола респондентов, %

Задумывались ли Вы о своей будущей профессии?	Юноши	Девушки	Всего
Да	84,9	83,5	84,1
Нет	5,4	2,1	3,5
Еще не определился	9,6	14,4	12,4

Важным моментом при рассмотрении возможностей, условий и содержания профессионального образования является соответствие собственных желаний с возможностями семьи. Негативное соотношение между этими параметрами может стать серьезным барьером на пути к достижению поставленных целей. 79,5% опрошенных говорят о подобном соответствии. Для каждого пятого выпускника это не является возможным, т.е. для них возможности семьи становятся одним из факторов, препятствующих получению желаемой профессии в желаемом месте.

Среди основных критериев, влияющих на выбор профессии молодежью, выделяются следующие: учет мнений и возможностей родителей и предположения о наиболее популярных и известных профессиях (рисунок 2). Такой параметр как знание перспектив развития региона по результатам опроса занимает только третью позицию. Можно предположить, что зачастую школьники не имеют реального представления о ситуации на рынке труда, а также о сущности и возможностях множества современных профессий. Отсюда нередкое для молодых людей неумение соизмерять свои желания и возможности и, как следствие, возникающее несоответствие между ожидаемыми и действительными результатами.

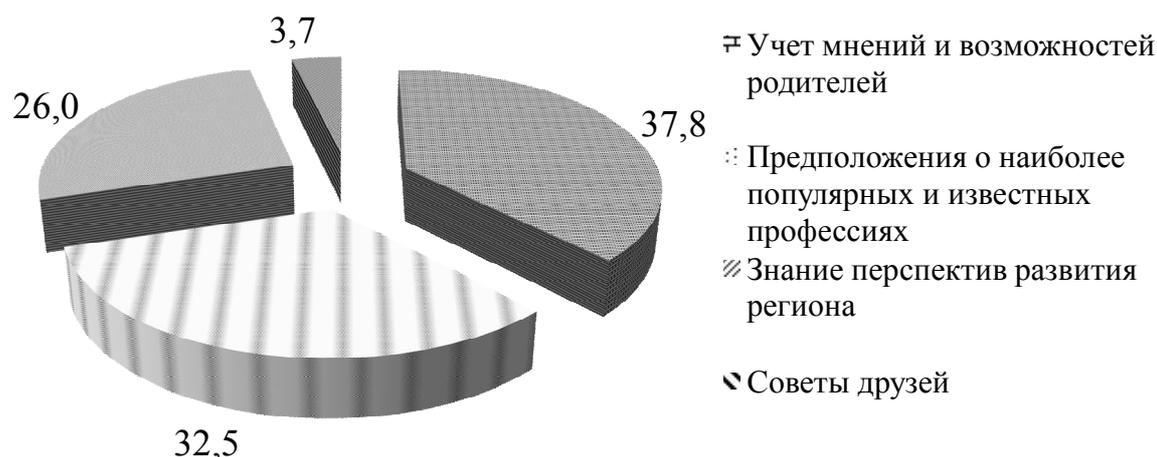


Рисунок 2 – Основания для ориентации на будущую профессию, %

Несколько отличаются основания для выбора профессии юношами и девушками. Для девушек более значимым параметром является популярность профессии (второе место в иерархии оснований), в то время как молодые люди более прагматичны – они чаще учитывают условия развития региона.

Выбирая будущую профессию, выпускники школ руководствуются различными доводами. Наиболее сильным мотивом является предполагаемый уровень заработной платы при работе по выбранному направлению подготовки (рисунок 3).

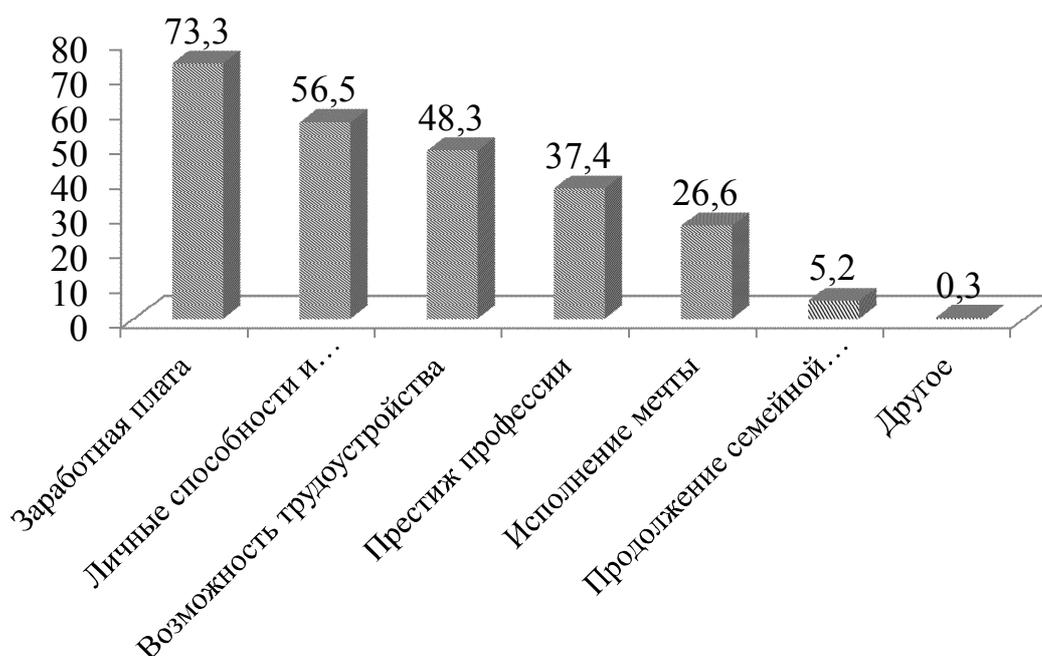


Рисунок 3 – Мотивы выбора будущей профессии, %

Такая важная составляющая профессиональной деятельности как личные наклонности и способности занимает второе место, однако существенно отстает от первой позиции. Т.е. можно сказать, что для старшеклассников при выборе будущей профессии на первый план выходят материальные ценности. Иерархия мотивов выбора профессии у представителей обоих полов совпадает.

Кроме собственно выбора профессии молодым людям и их родителям приходится также сталкиваться с проблемой выбора места получения образования. Значимость этой составляющей трудно переоценить, ведь такой выбор представляет собой один из важных этапов профессионального самоопределения личности. Как показали результаты опроса, практически все старшеклассники имеют намерение продолжить свое образование в различных учебных заведениях. Большинство респондентов планируют поступление в высшие учебные заведения (по результатам опроса эта цифра практически приближается к 100%), т.е. подавляющее большинство выпускников считают, что высшее образование дает определенные преимущества и является необходимым в современных условиях (рисунок 4). Подобная ситуация отражает общие тенденции в сфере образования, при которой в последние годы наблюдается систематический рост приема в вузы. Не популярным среди сегодняшних школьников является овладение профессиональными навыками и умениями в учреждениях среднего профессионального образования – только 3% опрошенных планируют продолжить свое обучение в училищах и техникумах, причем среди тех, кто выбрал этот путь больше юношей, чем девушек, т.е. девушки в большинстве своем ориентированы на получение высшего образования.

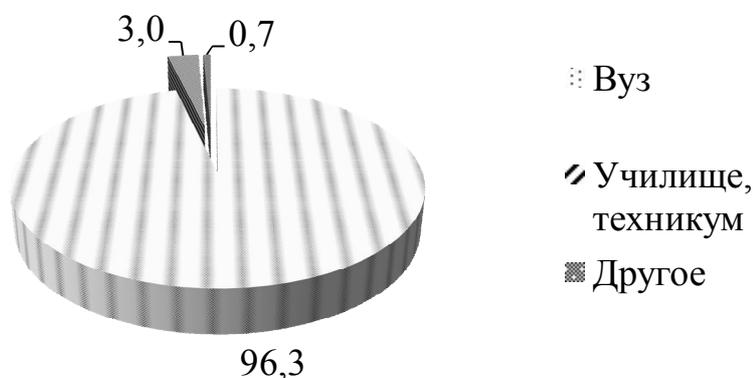


Рисунок 4 – Предпочтительные места для получения профессиональной подготовки, %

Исследование социологических центров города Орла

Вполне ожидаемо, что одним из важнейших факторов, способствующих поступлению в вуз, являются полученные в школе знания. Это означает, что поступление в вуз более ожидаемо от учащихся с хорошей и отличной успеваемостью. Однако по результатам опроса отмечается интересный факт: учащиеся вне зависимости от своей успеваемости в школе имеют достаточно оптимистические настроения относительно дальнейшего поступления в вуз (рисунок 5). Выявленная ситуация свидетельствует о том, что выпускники школ не рассматривают успеваемость в школе как важную детерминанту доступности высшего образования. Тем не менее, эта характеристика в действительности может оказать существенное влияние на поступление в вуз.

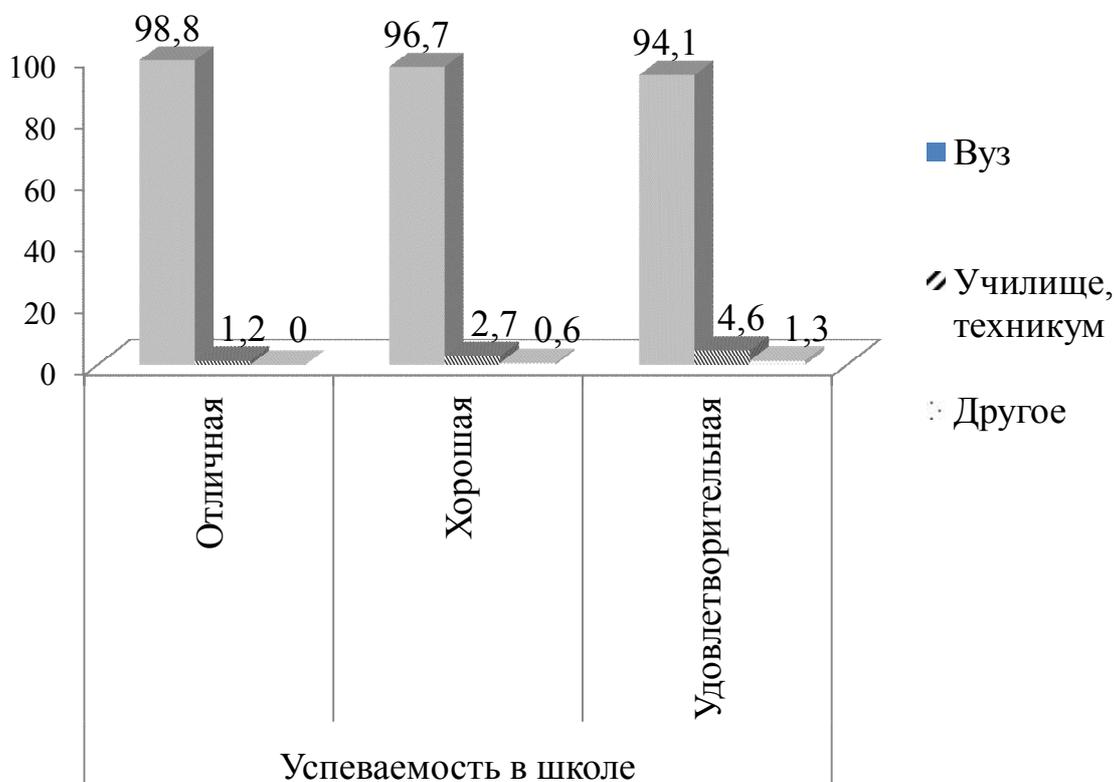


Рисунок 5 – Распределение мнений респондентов о предпочтительных местах получения профессиональной подготовки в зависимости от успеваемости в школе, %

Еще одним фактором, от которого может зависеть намерение получить высшее образование является материальное положение семьи (таблица 2). Эта характеристика достаточно значима и может стать одним из барьеров на пути к высшему образованию.

Таблица 2 – Предпочтительные места получения профессиональной подготовки в зависимости от материального положения семьи, %

Предпочтительное место получения профессиональной подготовки	Уровень дохода семьи				Всего
	На продукты хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	Денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является проблемой	Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования, но приобретение действительно дорогих вещей затруднительно	Мы можем позволить себе дорогие покупки – машину, квартиру, дачу и многое другое	
Вуз	100	91,3	97,5	97,7	96,3
Училище, техникум	0	7,1	1,9	2,3	3,0
Другое	0	1,6	0,6	0	0,7

Как показывают данные корреляционного анализа, чем выше уровень дохода, тем более вероятно получение высшего образования: подавляющее большинство выпускников, чье материальное положение может быть оценено как хорошее и очень хорошее, стремятся продолжить дальнейшее обучение в вузе. Особенно ощутимы различия в намерениях получить высшее образование между этими группами и категорией респондентов с менее хорошим материальным положением (группа с уровнем дохода при котором денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является проблемой). Однако при рассмотрении этой зависимости прослеживается интересный факт: представители группы, чье материальное положение можно обозначить, как плохое также имеют сильное намерение поступить в вуз, что, скорее всего, связано с их ориентацией на карьеру и доходы в будущем.

Молодые люди, поступая в высшие учебные заведения, преследуют разные цели, которые можно обозначить как материально-прагматические, личностно-творческие, духовно-нравственные. 60% опрошенных планируют поступление в высшие учебные заведения ради возможности дальнейшего трудоустройства. Второе место с не-

Исследование социологических центров города Орла

значительным отставанием от первого занимает желание самореализоваться в жизни. Стремление повысить собственный интеллектуальный уровень вышло на третье место в иерархии целей получения высшего образования. Приблизительно по одной четвертой респондентов рассчитывают на повышение своего статуса в обществе, возможность много зарабатывать и получение интересной профессии. Сохраняется определенная часть школьников, для которых обучение в вузе – в первую очередь, диплом или отсрочка от армии (таблица 3).

Таблица 3 – Цели получения высшего образования, %

Цели получения высшего образования	
Чтобы устроиться на работу	59,8
Чтобы самореализоваться в жизни	54,7
Для повышения собственного интеллектуального уровня (самосовершенствования)	37,9
Повысить свой статус в обществе	25,7
Чтобы много заработать	24,1
Получить интересную профессию	22,9
Для того чтобы принести пользу обществу	7,9
Для головокружительной карьеры	7,2
Для того чтобы стать известным и приобрести общественное признание	5,8
Само по себе высшее образование сегодня не нужно, нужен только диплом	4,9
Для получения отсрочки от армии	3,8
Другое	0

Девушки возлагают на высшее образование больше надежд в личностно-творческом плане, чем юноши. Среди их основных целей получения высшего образования выделяются: самореализация в жизни, возможность устройства на работу, самосовершенствование, повышение собственного статуса в обществе. Для представителей мужского пола иерархия целей выглядит следующим образом: возможность устройства на работу, самореализация в жизни, самосовершенствование, возможность много заработать, т.е. их установки носят более материально-прагматический характер.

Большинство выпускников школ ориентировано на получение высшего образования в своем регионе, а именно в вузах Орловской

области (рисунок 6). Москва и Санкт-Петербург как места для продолжения обучения после школы привлекают меньший процент опрошенных – 28,7% учащихся считают, что образование лучше получать в этих городах. Подобная ситуация может свидетельствовать о понимании сегодняшними выпускниками наличия различных барьеров на пути к получению высшего образования в столичном городе (например, значительные финансовые затраты, большая конкуренция и др.). Что касается иных мест для получения высшего образования, то можно отметить, что провинциальная молодежь еще не переориентировалась на зарубежные вузы и программы – только 10% опрошенных считают, что реализации их карьеры будет способствовать обучение в иностранных вузах.

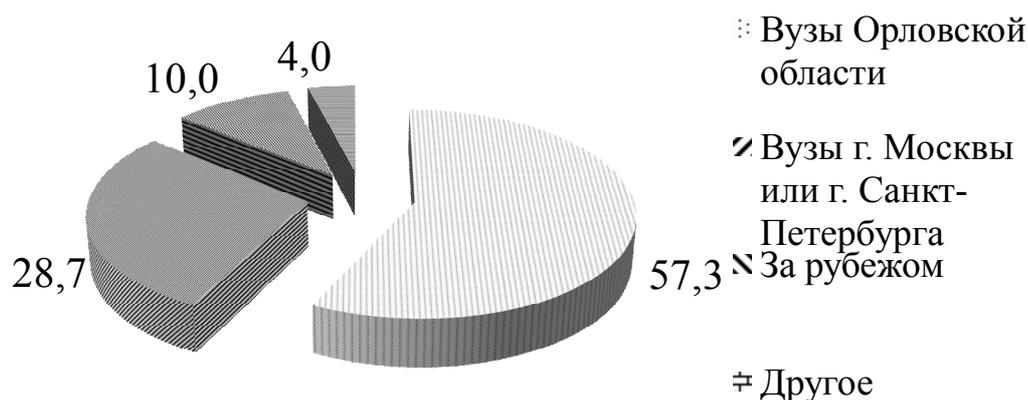


Рисунок 6 – Места, в которых школьники планируют продолжить свое обучение, %

Мнения юношей и девушек о продолжении обучения в родном городе или отъезде на учебу в другие города различаются незначительно. При этом представительницы женского пола чаще рассматривают возможности обучения за рубежом, а мужчины в столичном городе.

Определенное влияние на выбор места для дальнейшего обучения оказывает успеваемость школьников. Как показали результаты опроса, среди тех, кто ориентирован на учебу в крупных городах, преобладают наиболее талантливые и способные учащиеся. Однако

Исследование социологических центров города Орла

фактор успеваемости не является значимым при выборе зарубежного вуза – здесь представленность респондентов с разной успеваемостью практически одинакова, т.е. в этом случае на первый план выходят другие факторы.

Отъезд на учебу в крупные города (Москву и Санкт-Петербург) чаще планируют респонденты, характеризующие материальное положение своей семьи, как очень хорошее (52,3% опрошенных). Также вполне определенные планы на учебу в вузах г. Москвы и г. Санкт-Петербурга или за рубежом имеют учащиеся из малообеспеченных семей, среди которых (по сравнению с другими категориями) отмечена высокая доля принявших подобное решение на момент опроса (таблица 4).

Таблица 4 – Места, в которых школьники планируют продолжить свое обучение в зависимости от материального положения семьи, %

Места, в которых школьники планируют продолжить свое обучение	Уровень дохода семьи				Всего
	На продукты хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	Денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является проблемой	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но приобретение дорогостоящих вещей затруднительно	Мы можем позволить себе дорогие покупки – машину, квартиру, дачу и многое другое	
За рубежом	14,6	8,7	9,4	13,6	10,0
Вузы г. Москвы или г. Санкт-Петербурга	36,6	17,5	28,8	52,3	28,7
Вузы Орловской области	46,3	68,3	58,7	25,0	57,3
Другое	2,4	5,6	3,0	9,1	4,0

Поскольку сегодняшние выпускники имеют множество возможностей для получения высшего образования (региональные, столичные, зарубежные вузы), очевидно, что борьба вузов за привлечение каждого конкретного студента в этих условиях будет только обостряться. В связи с этим все большую важность

**Бюллетень региональных социологических исследований
№3(19) Июль-сентябрь**

приобретает наличие положительного имиджа вуза у потребителей образовательных услуг и заказчиков образовательного продукта. Не является исключением и ситуация сложившаяся в вузах г. Орле. Рассматривая предпочтения старшеклассников в отношении орловских вузов можно отметить следующее. В первую тройку образовательных учреждений, обеспечивающих качественную профессиональную подготовку в регионе (по мнению выпускников школ), входят Госуниверситет – УНПК, Федеральная академия правительственной связи и Орловский государственный университет. Как видно из рисунка 7, чуть больше половины опрошенных считают, что качественную профессиональную подготовку можно получить в Госуниверситете – УНПК, причем по ответам данный вуз во многом опережает другие учебные заведения. Наименьшей популярностью среди старшеклассников пользуется Орловский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

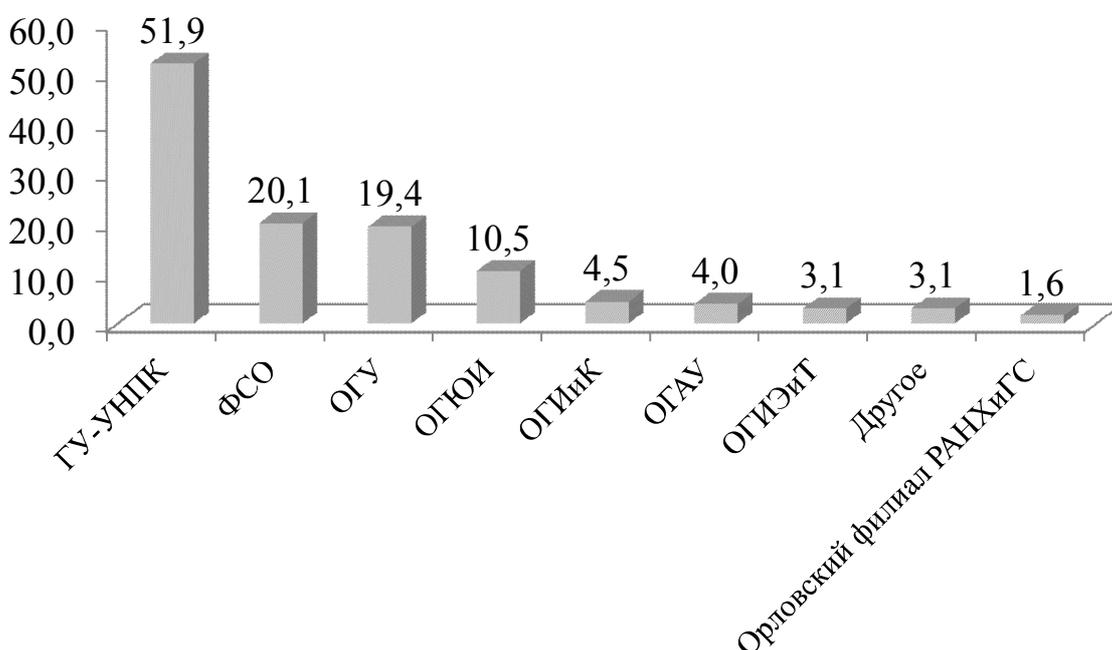


Рисунок 7 – Представления респондентов о вузах г. Орла, обеспечивающих качественную подготовку, %

Выбирая высшее учебное заведение, большинство старшеклассников руководствуются такой характеристикой как его престижность. На втором месте по частоте ответов (с незначительным отставанием от первого) находится возможность

Исследование социологических центров города Орла

найти работу после обучения в вузе. Не совсем понятно, каким образом выпускники школ оценивают этот параметр, т.к. для его прогнозирования требуется учет множества факторов, как со стороны индивида, так и экономической ситуации в целом. Тем не менее, он является значимым для выпускников. В тройку приоритетов (хотя и со значительным отставанием) также входит профиль образования, полученного в школе. Другие составляющие (в частности, советы родителей, стоимость обучения и др.) не являются столь важными для выпускников школ (рисунок 8). Юноши и девушки руководствуются сходными приоритетами при выборе учебного заведения.

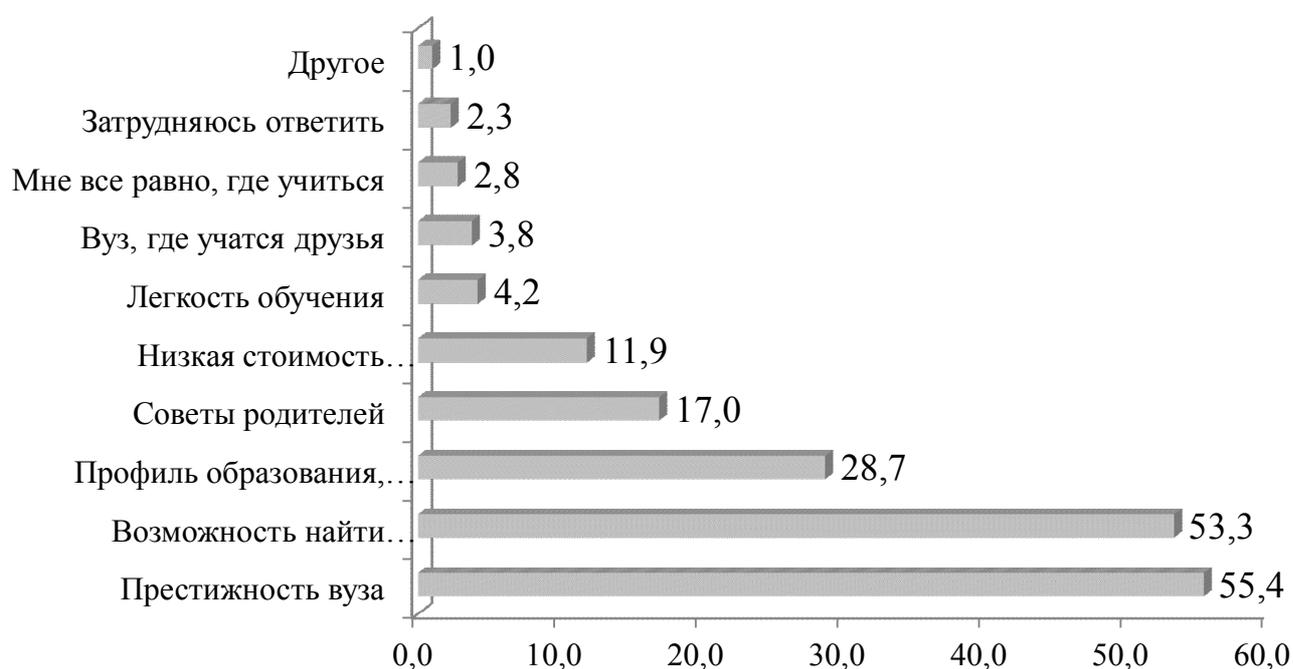


Рисунок 8 – Приоритеты при выборе вуза, %

Одним из конкурентных преимуществ конкретного вуза может стать предлагаемый им формат обучения. Сегодня вузы предлагают поступающим различные формы обучения: очную, заочную, вечернюю и дистанционную. Согласно результатам опроса большинство выпускников школ Орловской области отдадут предпочтение традиционному формату обучения – очной форме (рисунок 9). Каждый десятый учащийся стремится к большей независимости от родителей, и при этом хочет иметь возможность совмещать учебу с работой и сразу применять полученные знания и навыки на практике. Эта категория молодых людей выбирает

заочную, вечернюю и дистанционную формы обучения, причем здесь не отмечается существенных гендерных отличий.

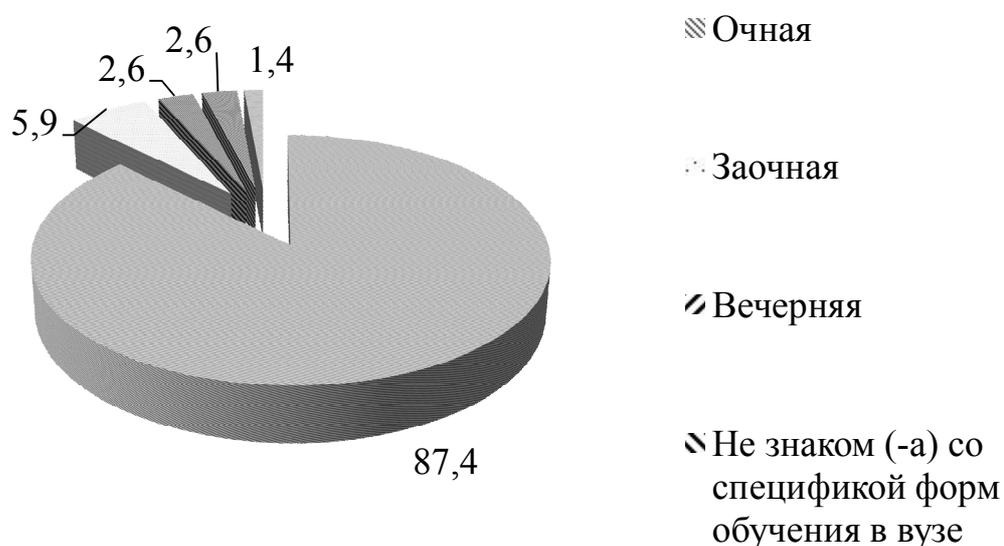


Рисунок 9 - Предпочтительные формы обучения в вузе, %

Существует определенная зависимость между выбираемой формой обучения в вузе и материальным положением семьи (таблица 5). Очную форму обучения чаще других выбирают респонденты с хорошим и очень хорошим материальным положением. Приблизительно четверть учащихся, назвавших свою семью плохо обеспеченной, в большей степени ориентированы на заочную форму обучения. Формат обучения по вечерам или дистанционно чаще других выбирают представители семей с удовлетворительным материальным положением.

Выбирая профессию, вуз, форму обучения, абитуриент в той или иной степени представляет, где бы он хотел работать по окончании учебы в вузе. В целом анализ предпочтений старшеклассников показывает, что доминирующие приоритеты молодежи связаны, в первую очередь с работой в органах государственной и муниципальной службы, сфере культуры, образования и науки, службой в вооруженных силах, правоохранительных органах, работой на промышленном предприятии (таблица 6).

Исследование социологических центров города Орла

Таблица 5 – Предпочтительная форма обучения в вузе в зависимости от материального положения семьи, %

Предпочтительная форма обучения в вузе	Уровень дохода семьи				Всего
	На продукты хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	Денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является проблемой	Мы можем без труда приобрести вещи длительного пользования, но приобретенные действительно дорогие вещи затруднительно	Мы можем позволить себе дорогие покупки – машину, квартиру, дачу и многое другое	
Очная	73,2	81,7	90,9	86,6	87,4
Заочная	24,4	4,8	4,4	4,5	5,9
Вечерняя	0	4,0	2,8	0	2,6
Дистанционная	0	4,8	0,6	0	1,4
Не знаком с формами обучения в вузе	2,4	4,8	1,4	6,8	2,6

Таблица 6 – Потенциальные места работы после получения диплома об образовании, %

Потенциальные места работы	
Органы государственной и муниципальной службы	23,8
Сфера культуры, образования и науки	16,3
Вооруженные силы, правоохранительные органы	15,3
Промышленное предприятие	14,7
Сфера торговли, бытового обслуживания	13,1
Финансово-кредитное учреждение	12,8
Другое	9,1
Сфера транспорта и связи	6,6
Вообще не хочу работать	6,0
Место, куда устроят родители (родственники)	3,2
Сельскохозяйственное предприятие	2,0

В ходе исследования были выявлены определенные различия в планах на будущую трудовую деятельность в зависимости от гендерного признака и, соответственно, социальных установок об исключительно мужских или женских профессиях. В тройку предпочтительных для женщин потенциальных мест для работы входят сферы государственного и муниципального сектора, культуры, образования и науки, а также финансово-кредитная сфера. Мужчины чаще хотят работать в вооруженных силах, правоохранительных органах, на промышленных предприятиях, в органах государственной и муниципальной службы (рисунок 10).



Рисунок 10 – Распределение мнений респондентов о потенциальных местах работы в зависимости от половой принадлежности, %

В заключении можно сделать следующие выводы:

1. Большинство выпускников школ на момент опроса задумывались о своей будущей профессии.

Исследование социологических центров города Орла

2. Основными критериями, влияющими на выбор профессии молодежью, являются: учет мнений и возможностей родителей и предположения о наиболее популярных и известных профессиях.

3. Высшее образование рассматривается школьниками как обязательная ступень достижения жизненного успеха. Лишь незначительная часть учащихся планируют продолжение обучение в учреждениях среднего профессионального образования.

4. Основными целями получения высшего образования являются: возможность устроиться на работу, самореализация в жизни, повышение собственного интеллектуального уровня.

5. Большинство выпускников школ ориентировано на получение высшего образования в своем регионе.

6. Самыми желанными местами работы после получения диплома о высшем образовании выпускникам школ представляются государственная и муниципальная службы, сфера культуры, образования и науки, вооруженные силы, правоохранительные органы, промышленное предприятие.

Литература:

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области URL: http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/ru

2. Лукичев Г.А. В поисках эффективного взаимодействия высшего образования и работодателей // Экономика образования. – 2005. – № 4. – С. 5-21.

3. Артюшина И. Инструмент коммуникации между вузами и рынком труда // Высшее образование в России. – 2006. – № 6. – С. 28–32.

4. Рощина Я.М. Доступность высшего образования: по способностям или по доходам // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – № 1. – С. 69–79.

**ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СОВРЕМЕННЫМ
ТЕХНОЛОГИЯМ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

**О.С. Никитенко – кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник НОЦ «Теоретическая и практическая социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»,
e-mail: lavanda777@bk.ru**

Аннотация: Статья посвящена определению отношения студенческой молодежи к покупкам в интернете, выявлению причин желания и ограничения покупок в интернете.

Ключевые слова: покупки, Интернет, интернет-магазин, студенческая молодежь, социологический анализ, фокус-группа.

Annotation: Article is devoted to definition of the relation of student's youth to purchases on the Internet, to identification of the reasons of desire and restriction of purchases on the Internet.

Keywords: porches, Internet, e-commerce shop, student's youth, sociological analysis, focus-group.

Информационные технологии все больше стали проникать в нашу жизнь. Интернет есть почти в каждом доме, что позволяет решать многие вопросы на расстоянии: отправлять почту, общаться с людьми, а также совершать покупки. Кроме этого руководство страны активно поддерживает информатизацию нашего общества, например, установкой беспроводных точек доступа WiFi в транспорте и на территории городов, в общественных местах, а также создавая новые интернет-проекты (система электронного правительства, оплата услуг ЖКХ и пр.).

По прогнозам Morgan Stanley 2013 год станет переломным для российского рынка интернет-торговли: по оценкам банковских экспертов объем российского рынка электронной коммерции вырастет с 12 млрд. долларов в 2012 году до 36 млрд. долларов к 2015 году и достигнет 4,5% общего оборота розничной торговли в стране [1]. Несмотря на это, Россия пока еще сохраняет отставание от стран Европы и США по уровню пользования Интернетом: 51% россиян старше 18 лет хотя бы раз в месяц заходят на страницы всемирной паутины, а в США данный показатель составляет почти 80%, в Германии - 83%. Тем не менее, Россия довольно быстро наверстывает свое отставание, что выражается в высоких темпах роста пользователей Интернета [2].

Интернет-магазин - сайт, торгующий товарами в Интернете, позволяющий пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа в сети Интернет.

Российские потребители уже оценили преимущества интернет-торговли. По данным исследования, проведенного в 2012 г. на вопрос «Совершали ли Вы когда-либо покупки через Интернет?» 80% респондентов ответили, что когда-либо совершали подобную покупку [3].

По данным Фонда Общественное Мнение в 2011 г. количество интернет-покупателей в России увеличилось до 8 млн. человек, что больше, чем в любой из европейских стран. Как показало исследование, среди российских онлайн-покупателей консалтинговой компании PwC, самые активные покупатели – это представители возрастных групп от 18 до 24 лет и от 31 года до 35 лет. Из числа этих двух групп доля респондентов, делающих еженедельные покупки в Сети, составляет 15% и 14% соответственно [4].

В связи с ростом информатизации общества и увеличением интернет-торговли у научно-образовательного центра «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК» появился интерес определить отношение студенческой молодежи к интернет-покупкам.

Студенческая молодежь – это молодые люди в возрасте от 18 до 23 лет, которые являются активными пользователями Интернет, а также, по мнению компании PwC, самыми активными покупателями [4].

В качестве метода сбора эмпирических данных был применен групповой анкетный опрос респондентов. Всего опрошено 656 студентов 1 - 4 курсов разных вузов г. Орла, из них 50,8 % мужчин и 49,2 % женщин. Статистическая обработка данных осуществлялась с использованием программы SPSS 17.0. А также была проведена фокус-группа из 9 участников.

В результате опроса 55% респондентов ответили, что у них был опыт покупки в интернет-магазине, в частности, 10 % регулярно покупают, а 45 % делают это иногда. Необходимо отметить, что мужчины больше покупают в отличие от женщин: 63,6 % мужчин регулярно покупают в Интернете против 36,4 % женщин, 55,3 % мужчин иногда совершают покупки в интернете против 44,7 % женщин.

В зависимости от направления подготовки студентов регулярность покупки в интернет-магазинах представлена на рисунке 1.

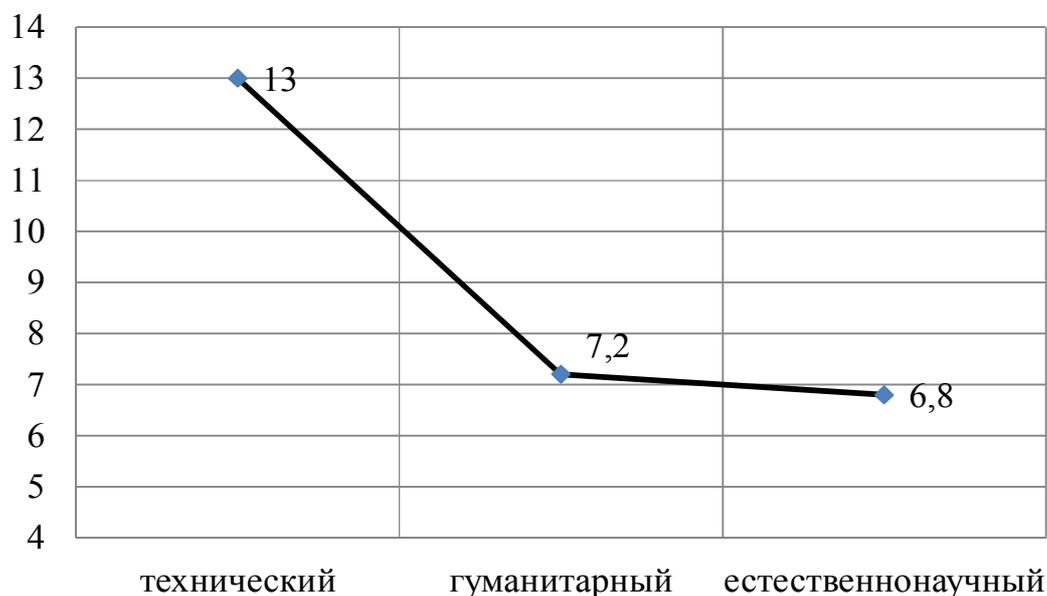


Рисунок 1 – Зависимость регулярности покупки в интернет-магазинах от направления подготовки студентов, %

Как видно из рисунка 1, лидирующее место по регулярности покупок в Интернете занимают студенты, обучающиеся на технической специальности, они в два раза больше совершают интернет-покупок в отличие от студентов естественнонаучных специальностей. Таким студентам доступен Интернет, им интересно посещать различные сайты, они интересуются технологическими новинками, читают форумы, много времени проводят за компьютером.

В опросе респондентам было предложено 8 причин, по которым они совершают покупки в интернет-магазинах. Наиболее популярными ответами стали следующие: «дешевле, чем в обычных магазинах» (65,1 %), «нет возможности купить в обычном магазине» (64,5 %), «нет желания ходить по магазинам» (9,1 %). На рисунке 2 представлено в процентах распределение причин покупок товара в интернет-магазинах в зависимости от гендерного признака.

Как видно из рисунка 2, основными причинами покупок в интернет-магазинах у мужчин являются отсутствие свободного времени (66,7 %), нравится процесс покупки (65 %) и не нравится общаться с

Исследование социологических центров города Орла

продавцами (63,6 %). У женщин основные причины следующие: нет в магазинах города (44,6 %), любят получать посылки (41,9 %) и нет желания ходить по магазинам (40,5 %). В нежелании ходить по магазинам мужчины и женщины солидарны.

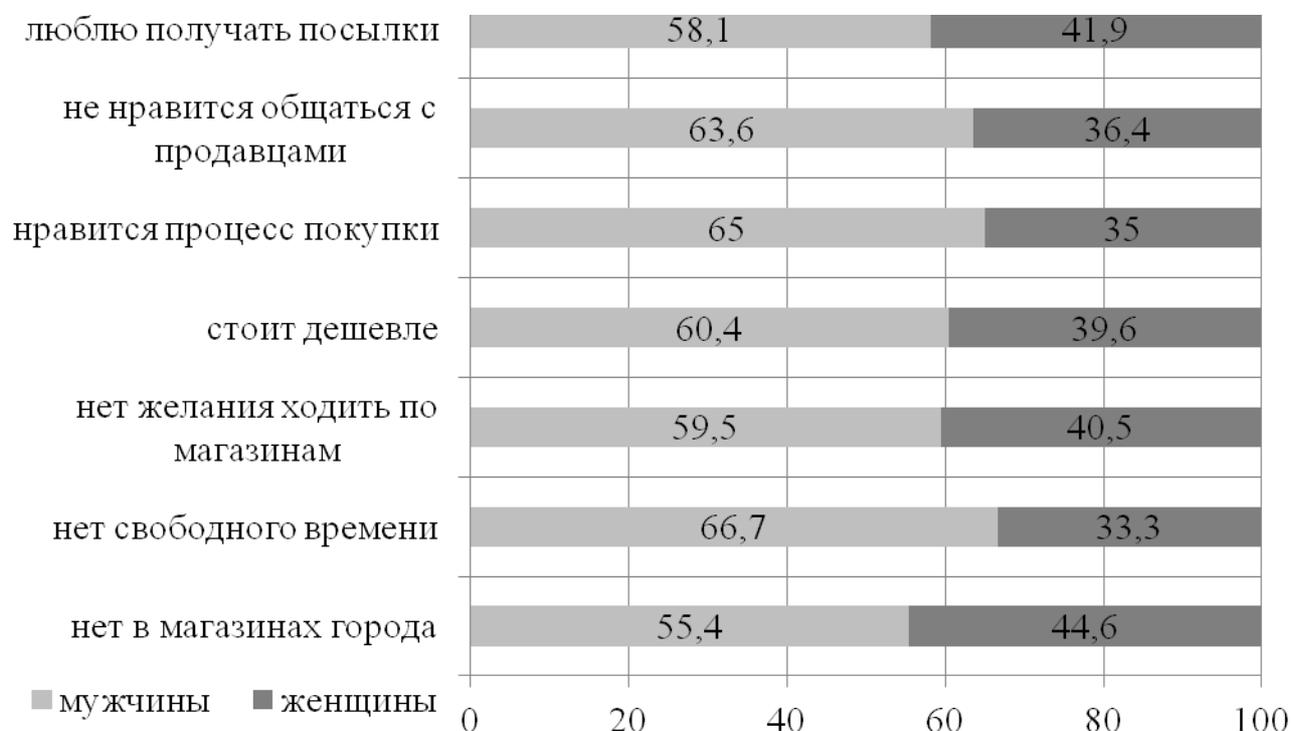


Рисунок 2 – Причины покупок товара в интернет-магазинах в зависимости от гендерного признака, %

В условиях постоянно развивающихся Интернет-технологий, а также больших затрат времени на работу и перемещение по городу на совершение покупок остается мало времени. В этом случае покупка в интернет-магазинах становится гораздо удобней: не отходя от компьютера или от своего рабочего места можно приобрести товар для себя или друзей, купить подарок или обновить гардероб. Кроме этого в интернет-магазине на одном сайте часто собраны товары различной категории, поэтому заходя всего лишь на один сайт можно найти товары различной категории, различных производителей и торговых марок в разном ценовом диапазоне, не перемещаясь по городу. Такие магазины отнимают мало времени. Кроме этого в интернет-магазине можно посмотреть сразу разноплановый товар, не отходя от компью-

тера. Покупатель сам может заполнить необходимые формы и оформить заказ удобным для него способом в отличие от обычных магазинов, а также нет необходимости общаться с продавцами. При необходимости структура интернет-магазина предусматривает он-лайн консультирование. В современном мире это становится удобным.

Для более глубокого анализа причин использования интернет-магазинов была проведена фокус-группа. Почти все участники фокус-группы пользовались услугами интернет-магазинов. Среди причин использования именно интернет-магазина, а не обычного магазина респонденты называли следующие:

- участник А: *«... Я покупал в нашем орловском интернет-магазине 488200... Мне сказали, что там получится дешевле. Оказалось действительно дешевле рублей на 100 – 150.»* ;

- участник Б: *«... Я покупаю запчасти к автомобилю в нашем магазине exist.ru. Там, во-первых, выбор больше, можно заказывать и оригинальные запчасти и заменители, а дешевле там почти вполцены. В обычных магазинах в наличии часто не бывает нужных запчастей. Все равно приходится заказывать и ждать...»*;

- участник В: *«Я заходил, искал музыкальные диски на ebay.com. И вообще, если на ebay нет, то нигде нет»*;

- участник Г: *«Я покупал компьютерные игры (Counter-Strike) на сайтах зарубежных интернет-магазинов, например, steambuy.com.»* ;

- участник Д *«Я пользуюсь интернет-магазинами Aliexpress.com и ebay.com для покупки техники, электроники, гаджетов, одежды и прочих устройств. Они получаются дешевле и зачастую у нас таких нет в магазине...»*.

В отечественных интернет-магазинах студенческая молодежь чаще совершает покупки в отличие от зарубежных магазинов, при этом мужчины занимают лидирующую позицию (рисунок 3).

На вопрос «Как долго Вы являетесь покупателями в интернет-магазинах?» 41 % респондентов ответили «Менее одного года», 37,4 % являются покупателями от 1 до 3 лет и 9,4 % более 3 лет совершают он-лайн покупки. Мужчины покупают больше, чем женщины.

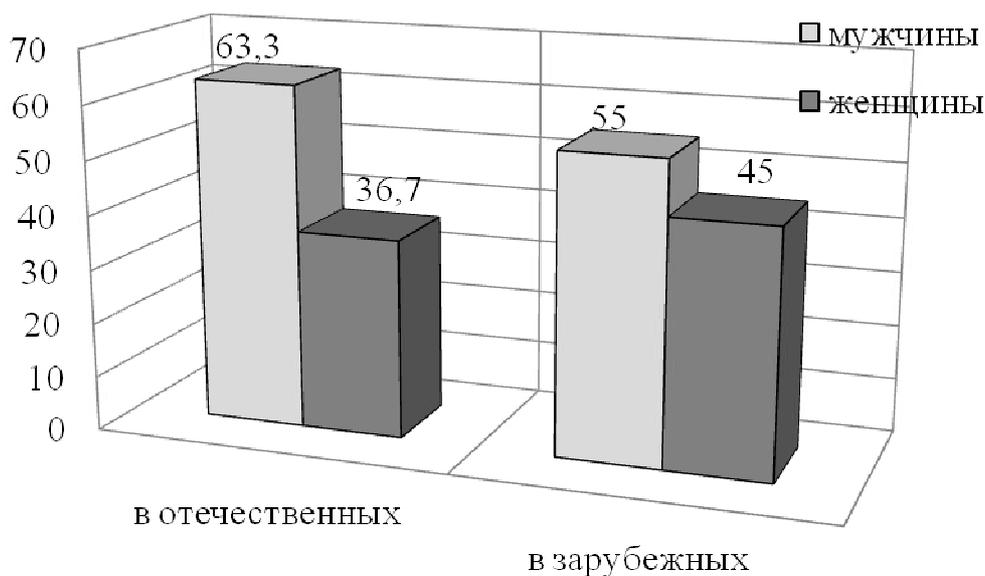


Рисунок 3 – Процент покупок в отечественных и зарубежных интернет-магазинах в зависимости от гендерного фактора, %

При самооценке себя как интернет-покупателя 44,3 % респондентов считают себя начинающими, 45,2 % - периодическими, 5,5 % - постоянными и 5 % - потерянными (раньше пользовались, но перестали).

Среди всех видов покупателей по самооценке респондентов больше мужчин, чем женщин: среди начинающих на 8 %, среди периодических – на 18 %, среди постоянных – на 30 %, среди потерянных – на 11%. Необходимо отметить, что больше всего мужчин среди постоянных покупателей (65 %).

На рисунке 4 представлена зависимость отнесения себя к тому или иному виду покупателей респондентами, обучающимися на различных курсах.

Первокурсники по всем видам самооценки занимают лидирующую позицию, но больше всего их среди периодических (38,7 %) и потерянных (38,9 %) интернет-покупателей. Больше всего постоянных покупателей среди второкурсников (30 %). Среди студентов третьего курса больше всего потерянных покупателей (27,8 %). На четвертом курсе оказалось примерно равномерное распределение среди разных видов интернет-покупателей, но больше всего периодических покупателей (23,9 %).

Среди начинающих и постоянных покупателей студентов технических специальностей в два раза больше гуманитариев, среди периодических покупателей представителей технических специальностей

больше на 20 %, а среди потерянных одинаковое количество респондентов технических и гуманитарных специальностей.

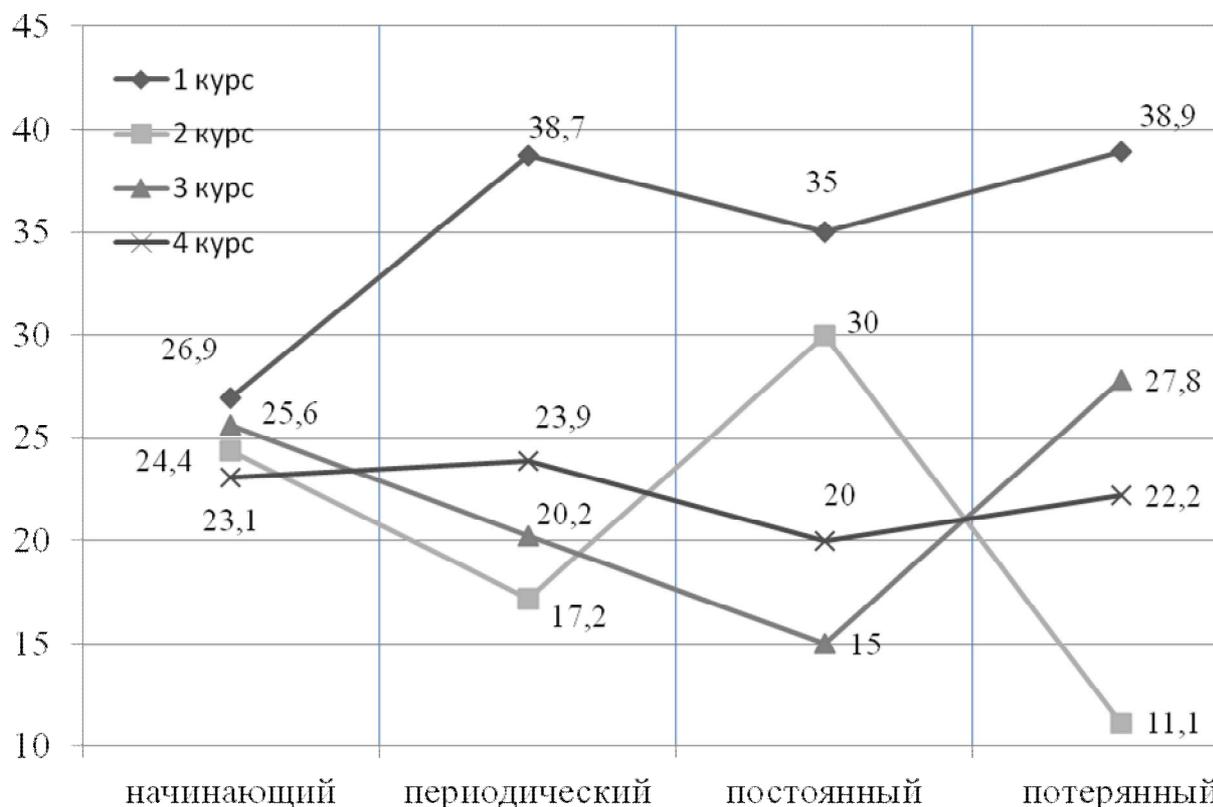


Рисунок 4 - Зависимость отнесения себя к тому или иному виду покупателей респондентами, обучающимися на различных курсах, %

На сегодняшний момент создано очень много сайтов, на которых представлены товары с отзывами людей, купивших и эксплуатировавших этот товар. Очень много форумов, где люди обсуждают свои покупки и дают им оценки. Такие сайты позволяют задать возникшие вопросы пользователям соответствующего товара и получить достоверную информацию. Когда человек совершает недешевую покупку, он хочет получить товар с нужным ему набором функций и долговечный. В отзывах всегда можно найти нужную и полезную информацию, а также определиться с моделью необходимой покупки. Такие сайты становятся сегодня очень популярными.

В связи с этим интересно узнать, читали ли опрашиваемые респонденты отзывы на товары перед покупкой, и каким образом это повлияло на выбор товара. Согласно полученным данным, 61,5 % опрошенных ответили, что читают отзывы и ориентируются на них при покупке, 32,4 % читают, но не слишком ориентируются на них при покупке товара и 6,1 % не читают отзывов. При этом женщины

Исследование социологических центров города Орла

чуть больше мужчин читают отзывы и ориентируются на них (рисунок 5).

Такие цифры еще раз подтверждают популярность сайтов с отзывами о товарах. Кроме этого, такие покупатели осознанно делают выбор товара, покупая не лишь бы что, а выбирая именно тот товар, который необходим.

Все участники фокус-группы ответили, что читают отзывы перед покупкой. Например, участник Е на вопрос «Читаете ли вы форумы или отзывы перед покупкой товара?» ответил следующее: «Да. Потому, что там есть отзывы почти на все товары. Я покупал пять товаров, и все отзывы сходятся с качествами товаров. О принтере было написано, что он хороший, но быстро кончается краска и плохо сканируются документы, так оно и оказалось. А про телефон было написано, что проблем никаких нет, только затирается крышка слева, и тоже так и оказалось».

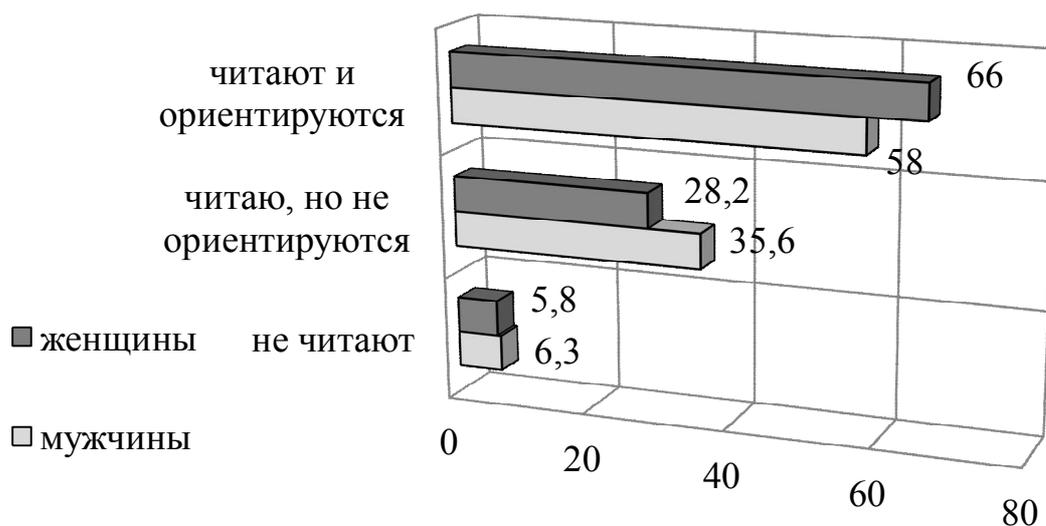


Рисунок 5 – Зависимость чтения отзывов на товары от гендерного фактора, %

Таким образом, прочтение отзывов и соответствующих сайтов помогает сделать осознанный и правильный выбор покупателям интернет-магазинов, т. е. выбрать модель, отвечающую всем требованиям.

Если говорить о сумме, которую тратит на покупки в Интернете студенческая молодежь, то в 32,7 % - это сумма от 1000 до 3000 рублей, в 15 % от 500 до 999 рублей и в 13 % от 3000 до 5000 рублей.

При этом мужчины тратят больше женщин, но в диапазоне от 1000 до 3000 рублей женщин на 3,4 % больше, чем мужчин (рисунок 6).

По всем позициям лидируют первокурсники. В диапазоне от 3000 до 5000 рублей наблюдается снижение числа покупателей в зависимости от увеличения курса обучения.

Как показал опрос, студенческая молодежь живет на стипендию или другие доходы, но при этом не работает. Так из опрошенных только 26,2 % респондентов подрабатывают, 27 % подрабатывали раньше и 46,8 % не подрабатывают. При этом мужчины почти в 2 раза чаще подрабатывают, чем женщины.

Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что многим современным студентам хватает их дохода, в том числе на интернет покупки, им не требуется подработка, или же они учатся, находя другой источник дохода, но не подработку. При этом у первокурсников больше всего возможности совершать интернет покупки, что они и делают, тщательно выбирая товар по отзывам.

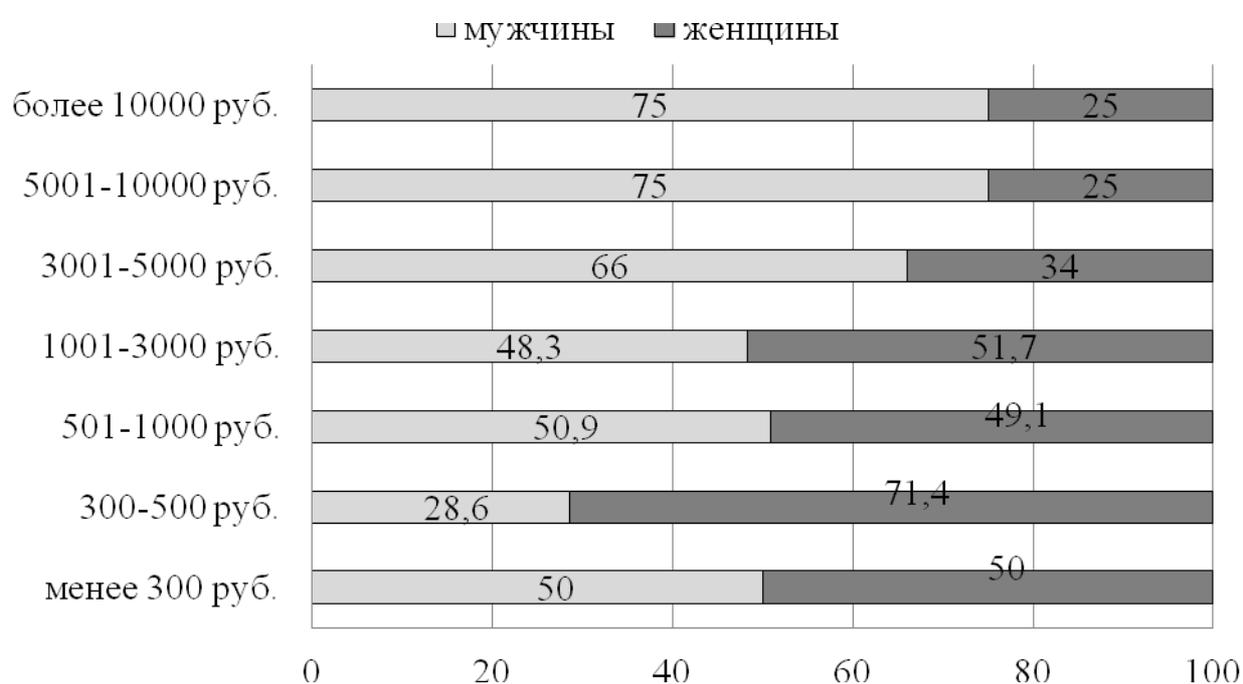


Рисунок 6 – Сумма, которую тратят респонденты на покупки в интернет-магазине в зависимости от гендерного фактора, %

В проведенном исследовании было интересно узнать, какие факторы останавливают или ограничивают покупки в Интернете. Самы-

Исследование социологических центров города Орла

ми распространенными причинами стали следующие: невозможность «пощупать товар» (51,7 %), опасность получения товара ненадлежащего качества (52,9 %), опасение, что товар может не прийти (38,6 %), опасность операций с денежными средствами (36,7 %), медленная доставка (25,9 %) и обман продавца (21,2 %).

Мужчины ограничивают число интернет-покупок в основном из-за нежелания оставлять личные данные в Интернете, медленной доставки и обмана продавца, а женщины из-за опасности операций с денежными средствами, невозможности «пощупать товар» и опасности получить товар ненадлежащего качества (рисунок 7).



Рисунок 7 – Причины, останавливающие или ограничивающие покупки в Интернете в зависимости от гендерного фактора, %

Полученные данные согласовываются с проведенным исследованием компании [Profi Online Research](#), в котором было установлено, что среди более чем половины респондентов в возрасте до 30 лет, которые никогда не совершали покупки через Интернет, наибольшее нежелание делать это вызывают такие факторы как отсутствие возможности увидеть товар заранее, страх обмана, а также отсутствие информации о степени надежности того или иного магазина. Среди

основных причин отказа от свершения покупок посредством Онлайн-магазинов более половины опрошенных отмечали такие, как невозможность увидеть заранее предмет покупки и страх быть обманутым [5].

Среди факторов, сдерживающих развитие интернет-коммерции в нашей стране, эксперты Morgan Stanley отмечают относительно низкое проникновение интернета, недостаточный уровень семейных доходов, слабое использование банковских карт для покупок, недоверие к онлайн-платежам и качеству приобретаемой в сети продукции, а также отсталая почтовая инфраструктура. Это подтверждает мнение Лизы Рыбаковой, руководителя PR-направления Umisoft: «Особенность российской электронной торговли такова, что цена – это главный фактор выбора покупателем интернет-магазина, и возможно, всегда им будет...» [1].

Участники фокус-группы среди ограничивающих причин интернет-покупок назвали долгую доставку и отметили следующее:

- участник Е: *«... Оплачивал покупки электронным кошельком. Удобно. В терминал зашел, положил, и не мучиться с карточками.»*;
- участник Ж: *«Там можно распечатать квитанцию для доказательства оплаты. И если товар пришел не надлежащего качества, то деньги должны вернуть...»*.

У двух участников фокус-группы был опыт общения с интернет продавцом:

- участник Е: *«Да, был. Просто обычный чат. Можно зайти и поговорить. Что-то уточнить. Есть специальные программы для такого общения и, если продавец он-лайн, то можно и поговорить с ним или оставить ему сообщение. Если это иностранный интернет-магазин, то придется воспользоваться переводчиком. Многие китайцы сами английского не знают и пользуются тоже переводчиком. Учитывая, что с двух сторон пользуются переводчиками на английский язык, то в итоге получается «белеберда», что тяжело будет разобраться...»*;

- участник Г подтверждает слова участника Е и добавляет: *«Смотря кто. Некоторые нормально понимают и отвечают адекватно».*

На вопрос «А вы не боитесь, что Ваши данные куда-то могут уйти после регистрации электронного кошелька или при регистрации аккаунта?» участник Е фокус-группы ответил следующее: *«Да куда это может уйти. При регистрации кошелька вводится только мобильный телефон. И пусть кто-то узнает. ФИО можно оставить совершенно другие... А так при регистрации есть форма, в которой указано, что сайт должен соблюдать конфиденциальность данных. И если будет утечка, то можно и в суд подать и пр. И если люди тебе звонят, то можно у них спросить, откуда номер. И если выяснится, что утечка, то можно и номер сменить».*

На вопрос «У кого-нибудь был случай получения не того товара, который заказывали?» участник Е ответил: *« У знакомого был случай, что пришел товар с Allyexpress, который он не заказывал. Пришлось отсылать назад за свой счет, и потом ему прислали то, что надо. Деньги не вернули. В качестве бонусов прислали какие-то брелки».*

На вопрос «Есть доверие к интернет-магазинам? В том смысле, что заказываете «кота в мешке», то есть, не видя товар. Нет страха, что получите не то, что заказывали?» участники фокус-группы ответили следующее:

- участник Е: *«Почему «кота в мешке»? Все ведь можно рассмотреть на экране»;*

- участник А: *«Есть такие опасения, но это, как правило, проблемы нашей почты... Еще смотря что заказывать. Крупную технику заказывать гораздо надежнее. Вероятность ее доставки очень высока. А вот билеты на концерт теряются по дороге гораздо чаще»;*

- участник И: *«Еще был случай с моей знакомой, связанный с почтой. Она собирает монеты. В интернете списалась с продавцом, который выслал ей монеты. В результате получила вскрытый конверт. Ничего не вернули».*

Почти у половины опрошенных был негативный опыт покупки в интернет-магазине. При этом 45 % респондентов отметили, что товар не совпал с ожидаемым по цвету, размеру и пр., 27,8 % получили товар с дефектом, 16,2 % не получили товар и 11 % отметили недоставку товара в срок.

По поводу негативного опыта доставки интернет товаров участник Е фокус-группы ответил следующее: *«У знакомого был. Пришла пустая коробка. Стали сравнивать вес посылки. При вывозе из Германии и после пересечения границы вес был одинаковый, а на почте вес посылки оказался меньше. После переписки с продавцом и пересылки фото квитанций с разным весом он получил заказанный товар. Кроме потерянного времени проблем не было. То есть украли уже при доставке...».*

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1 В интернет-магазинах покупают товары больше половины опрошенных респондентов, при этом мужчины покупают больше женщин. Студенты технических специальностей больше совершают он-лайн покупок в отличие от студентов гуманитарных и общенаучных специальностей. Кроме этого первокурсники покупают больше представителей старших курсов.

2 Самыми распространенными причинами покупок в интернет-магазине являются дешевизна товара в интернет-магазине по сравнению с обычным магазином и невозможность купить товар в обычном магазине.

3 Опрошенная студенческая молодежь примерно в равной степени использует для покупок отечественные и зарубежные интернет-магазины.

4 Около половины опрошенных считают себя начинающими и периодическими покупателями интернет-магазинов, при этом 5 % являются потерянными покупателями.

5 Больше 90% респондентов читают отзывы при покупке товаров, поэтому их выбор не случаен и осознанный, при этом 32,4 % из них не сильно ориентируются на отзывы.

6 Треть опрошенных покупали товар в ценовом диапазоне от 1000 до 3000 рублей.

7 Из причин, ограничивающих покупки в интернете респонденты выделили невозможность «пощупать товар», опасение получить товар ненадлежащего качества и опасность операций с денежными средствами. При этом для мужчин оказались важнее причины: нежелание оставлять личные данные в Интернете, медленная доставка и обман продавца, а у женщин - опасность операций с денежными средствами, невозможность «пощупать товар» и опасность получить товар ненадлежащего качества.

8 Негативный опыт интернет-покупок был у половины респондентов.

9 В основном негативный опыт покупок в Интернете респондентов связан с получением товара, не совпадающего с ожидаемым по цвету, размеру и т.п., а также с имеющимся дефектом.

Литература:

1. <http://emagnat.ru/razvitie-internet-magazina/trendy/trendy-elektronnoj-kommercii-2013.html>
2. <http://www.zoospravka.ru/article/about046.htm>
3. Мальченко О. Н. Роль социальных сетей в развитии рынка онлайн торговли в отечественном сегменте интернета [Текст] / О. Н. Мальченко // Молодой ученый. — 2012. — №5. — С. 382-383.
4. <http://www.retailer.ru/item/id/52791/> E-commerce: портрет покупателя 23 Апреля 2012, 12:34 Retailer.RU
5. <http://rumetrika.rambler.ru/review/0/4361> Исследователи компании Profi Online Research



**Рубрику ведет Т.П. Устинова - руководи-
тель Территориального органа Федераль-
ной службы государственной статистики
по Орловской области**

ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВАХ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2012 ГОДУ

**Л.П. Невзорова, заместитель начальника отдела
статистики уровня жизни, населения и
здравоохранения Территориального органа
Федеральной службы государственной статистики по
Орловской области,
e-mail:bud@orel.gks.ru**

Аннотация: в статье приведены статистические данные потребления про-
дуктов питания в домашних хозяйствах Орловской области в 2012 г.

Ключевые слова: статистика, потребление, продукты питания.

Annotation: In article statistical data of consumption of food are provided in
house farms of the Oryol in 2012.

Keywords: statistics, consumption, food.

Потребление – это один из главных компонентов, определяющих развитие экономики. В 2012 году отмечался рост основных показателей, характеризующих уровень жизни населения: среднедушевых денежных доходов, начисленной заработной платы и назначенных пенсий, как в номинальном, так и в реальном выражении (таблица 1).

Таблица 1 – Изменение показателей уровня жизни населения Орловской области

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.	4857	5972	7325	10027	10927	13115	14824	16844 ¹⁾
Реальные среднедушевые денежные доходы населения, %	124,4	123,0	122,6	136,9	109,0	120,0	113,0	113,6 ¹⁾
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в экономике, руб.	5431	6774	8611	11152	11854	13174	14529	16886
Реальная начисленная заработная плата, %	110,7	115,5	117,6	113,3	94,8	104,0	101,2	110,9
Средний размер назначенных месячных пенсий, руб.	2468	2748	3567	4383	5938	7343	7994	8856
Реальный размер назначенных месячных пенсий, %	114,3	103,4	116,6	107,4	124,8	112,4	104,9	103,3
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Величина прожиточного минимума, руб.	2333	2633	2985	3626	4171	4617	5186	5157

¹⁾ Предварительные данные.

Общая стоимость питания складывается из расходов на покупку продуктов для домашнего питания, расходов на питание вне дома и

**Бюллетень региональных социологических исследований
№3(19) Июль-сентябрь**

стоимости натуральных поступлений (сельскохозяйственная продукция собственного производства).

В структуре стоимости питания преобладают расходы на покупку продуктов для домашнего потребления (76,1%). Стоимость натуральных поступлений составляет 17,0%, из них 12,7% - из личного подсобного хозяйства. При этом, в сельских домохозяйствах стоимость натуральных поступлений занимает 24,5% от общей стоимости питания, в городских – 13,0%. В домашних хозяйствах с различным уровнем располагаемых ресурсов стоимость натуральных поступлений колеблется от 11% в группе наиболее обеспеченного населения до 26% у наименее обеспеченного населения (таблица 2).

Таблица 2 - Структура стоимости питания, %

	Все домашние хозяйства		Домашние хозяйства, проживающие в			
			городской местности		сельской местности	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Стоимость питания	100	100	100	100	100	100
в том числе: расходы на покупку продуктов для домашнего питания	74,5	76,1	75,9	78,8	72,0	71,1
расходы на питание вне дома	7,2	6,9	10,5	8,2	1,3	4,4
стоимость натуральных поступлений	18,3	17,0	13,6	13,0	26,7	24,5
из них: стоимость поступлений из личного подсобного хозяйства	13,8	12,7	9,7	8,8	21,4	19,8

Денежные расходы на питание, включая расходы на питание вне дома, в 2012 году в сравнении с предыдущим годом снизились на 0,5% и составили 2874 рубля в месяц на члена домашнего хозяйства, в городской местности – 2984, в сельской - 2665 рублей. Доля расходов на питание в потребительских расходах существенно варьирует в группах населения с различным уровнем обеспеченности. Так, в наиболее обеспеченных домохозяйствах на питание выделялось 18% потребительских расходов против 42% в наименее обеспеченных домохозяйствах.

В структуре расходов на покупку продуктов для домашнего питания наименее обеспеченной 10%-ой группы обследуемого населения 25% занимали затраты на мясо и мясопродукты, 22 - на покупку хлеба и хлебных продуктов, 15% - на молоко и молочные продукты. В наиболее обеспеченных домохозяйствах доли затрат на эти группы продуктов составили 31, 13 и 17%, соответственно.

Дифференциация расходов между 1-ой и 10-ой децилями по всей группе мясных изделий достигла 3,6 раза, в том числе, на покупку мясных и мясорастительных консервов – 19, мяскопченостей и мясных закусок - 16, на покупку свинины – 4,8, мясных полуфабрикатов и готовых изделий – 3,5 раза.

Потребление продуктов питания, по результатам обследования бюджетов домашних хозяйств, существенно отклоняется от рациональных норм, отвечающих современным требованиям здорового питания.

Таблица 3 - Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах, в среднем на потребителя в год; кг

Наименование продуктов питания	Рациональные нормы ¹⁾	Все домохозяйства		в том числе:			
				в городской местности		в сельской местности	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012
Хлеб и хлебные продукты	95-105	70	69	68	67	73	73
Картофель	95-100	66	66	63	64	72	68
Овощи и бахчевые	120-140	80	78	77	79	86	75
Фрукты и ягоды	90-100	60	65	62	66	57	62
Мясо и мясные продукты	70-75	66	67	62	66	72	68
Яйца, шт.	260	198	191	188	186	214	200
Молоко и молочные продукты	320-340	234	239	231	246	239	228
Рыба и рыбные продукты	18-22	21	23	19	22	23	25
Сахар и кондитерские изделия	24-28	22	23	22	22	22	25

¹⁾Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 02.08.2010 №593н «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающим современным требованиям здорового питания».

**Бюллетень региональных социологических исследований
№3(19) Июль-сентябрь**

Средний уровень потребления каждым членом домохозяйства за рассматриваемый период соответствует рациональным нормам только по рыбе и рыбным продуктам. Картофеля и овощей потреблено на треть меньше нижних границ рациональных норм питания, яиц, хлебных и молочных продуктов, фруктов и ягод – на четверть (таблица 3).

В сравнении с 2011 годом потребление хлеба и хлебных продуктов, овощей, яиц снизилось на 1 - 3%; мясных, молочных продуктов, сахара и кондитерских изделий, фруктов и ягод, рыбы и рыбных продуктов увеличилось на 2 - 10%, потребление картофеля осталось на прежнем уровне (таблица 4).

Таблица 4 - Изменение среднедушевого потребления основных продуктов питания, в % к предыдущему году

Наименование продуктов питания	Все домохозяйства		в том числе:			
			в городской местности		в сельской местности	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Хлеб и хлебные продукты	92	99	93	99	88	100
Картофель	100	100	97	102	104	94
Овощи и бахчевые	100	98	100	103	100	87
Фрукты, ягоды	97	108	98	107	97	109
Мясо и мясные продукты	99	102	97	107	100	94
Молоко и молочные продукты	100	102	97	107	104	95
Яйца	103	97	102	99	103	94
Рыба и рыбные продукты	105	110	106	116	100	109
Сахар и кондитерские изделия	96	105	96	100	96	114

Уровень потребления продуктов питания зависит от уровня благосостояния населения. С ростом среднедушевых располагаемых ресурсов увеличивается уровень потребления всех основных продуктов питания. Мясных и рыбных продуктов, яиц в группе с наибольшими располагаемыми ресурсами потреблялось примерно в 1,5 раза больше, чем в группе, с наименьшими ресурсами, молока и молочных продуктов, овощей – в 1,6, фруктов – в 2 раза.

В домохозяйствах, состоящих из одного и двух человек, показатели по потреблению молока и молочных продуктов, яиц на душу сложились выше, чем в домохозяйствах, состоящих из 5 и более человек, почти в 2 раза, фруктам и ягодам – в 1,5, овощам и бахчевым, мясным и рыбным продуктам – в 1,3 раза.

По данным выборочного обследования домашних хозяйств, набор продуктов питания семей с тремя детьми качественно отличается от рациона семей с одним ребенком. Многодетные семьи в 2012 году потребляли меньше мяса и мясных продуктов - на 6%, сахара и кондитерских изделий – на 8, рыбных продуктов - на 9, молочных продуктов - на 10, фруктов и ягод - на 16, яиц - на 23% (рис.1-9).

В структуре потребления продуктов питания имеются определенные различия в домохозяйствах городской и сельской местности. Сельские жители отдают предпочтение хлебным продуктам, причем, существенная доля приходится на хлеб ржаной, мясным и рыбным продуктам. На столе у горожан больше овощей, фруктов, молока и молочных продуктов.

Из мясных продуктов и городское, и сельское население преимущественно употребляет мясо птицы, свинину, колбасные изделия, сосиски и сардельки, из молочных - молоко цельное, кисломолочные продукты, творог и сырковую массу, сыр.

Общая калорийность питания увеличилась с 2103 ккал в 2011 году до 2143 ккал в 2012 году, причем в сельской местности калорийность питания была на 4% выше, чем в городской местности, что определялось более высоким уровнем потребления хлебных, мясных, рыбных продуктов, яиц, сахара и кондитерских изделий.

В структуре энергетической ценности суточного рациона городских домохозяйств доля хлебных продуктов составила 30,7%, сельских домохозяйств - 31,5%, доля мясных продуктов - 17,3 и 17,4, молочных продуктов - 13,4 и 12,4, масла растительного и других жиров - 12,7 и 12,2, сахара и кондитерских изделий - 10,2% и 11,0%, соответственно.

Более подробная информация о потреблении продуктов в домашних хозяйствах городской и сельской местности, различных по составу и количеству детей представлена в таблице 5 и диаграммах.

**Бюллетень региональных социологических исследований
№3(19) Июль-сентябрь**

Таблица 5 - Динамика потребления продуктов питания в домашних хозяйствах в среднем на потребителя в год, кг

	Хлеб и хлебные продукты	Картофель	Овощи и бахчевые	Фрукты и ягоды	Мясо и мясные продукты	Молоко и молочные продукты	Яйца, шт	Рыба и рыбные продукты	Сахар и кондитерские изделия
Все домашние хозяйства									
2000	127	104	92	30	50	221	253	18	38
2001	124	121	89	32	53	214	226	18	31
2002	115	104	84	34	56	230	233	17	29
2003	113	97	86	34	60	232	229	16	29
2004	107	95	88	38	59	234	222	16	30
2005	107	97	93	47	63	220	229	17	28
2006	99	88	78	49	60	205	216	17	28
2007	93	77	75	55	63	210	223	18	27
2008	90	72	75	58	69	214	211	20	27
2009	80	63	74	52	62	222	188	19	23
2010	76	66	80	62	67	235	193	20	23
2011	70	66	80	60	66	234	198	21	22
2012	69	66	78	65	67	239	191	23	23
Домашние хозяйства в городской местности									
2000	104	92	94	36	50	220	253	17	32
2001	109	101	90	36	52	229	220	16	29
2002	98	92	86	37	58	244	233	13	24
2003	100	85	90	38	65	241	223	16	26
2004	95	82	89	42	61	235	214	14	26
2005	98	81	89	55	66	233	224	16	27
2006	88	69	73	57	61	221	204	16	26
2007	85	67	76	63	68	224	226	16	26
2008	83	65	72	62	74	223	210	18	26
2009	76	60	76	55	65	236	195	18	23
2010	73	65	77	63	64	239	184	18	23
2011	68	63	77	62	62	231	188	19	22
2012	67	64	79	66	66	246	186	22	22
Домашние хозяйства в сельской местности									
2000	163	124	89	23	52	221	253	19	47
2001	144	151	86	26	54	192	235	20	34
2002	140	121	82	26	53	212	234	23	36
2003	134	116	82	26	53	216	239	17	34
2004	127	118	85	31	55	232	234	18	35
2005	123	123	98	35	58	199	236	18	30
2006	119	121	87	36	59	177	235	18	32
2007	107	95	73	42	56	186	218	21	27
2008	100	85	80	52	62	199	212	22	29
2009	86	67	71	48	57	198	176	21	24
2010	83	69	86	59	72	229	208	23	23
2011	73	72	86	57	72	239	214	23	22
2012	73	68	75	62	68	228	200	25	25

**Потребление продуктов питания по домохозяйствам,
имеющим детей в возрасте до 16 лет
(в среднем на потребителя в год, кг)**

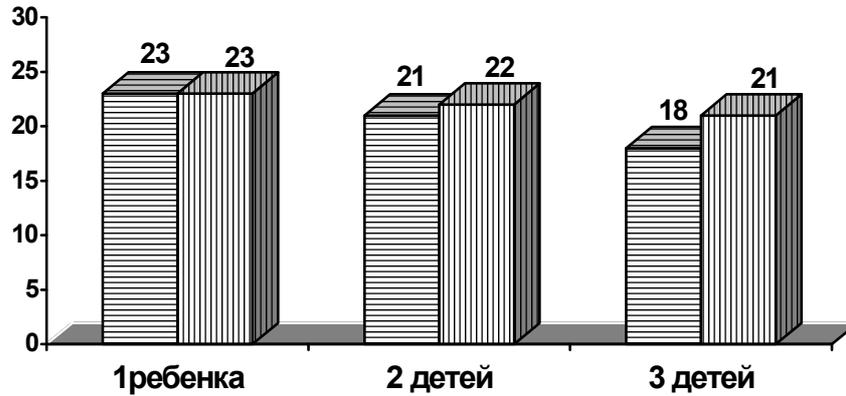


Рисунок 1 – Хлеб и хлебные продукты

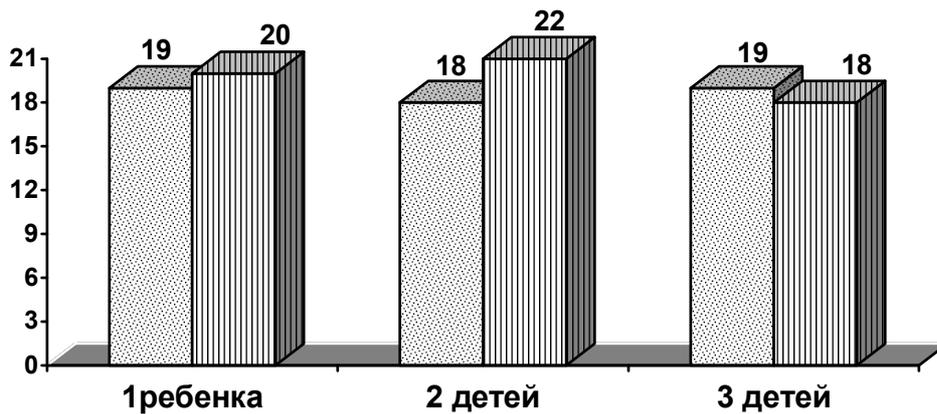


Рисунок 2 – Картофель

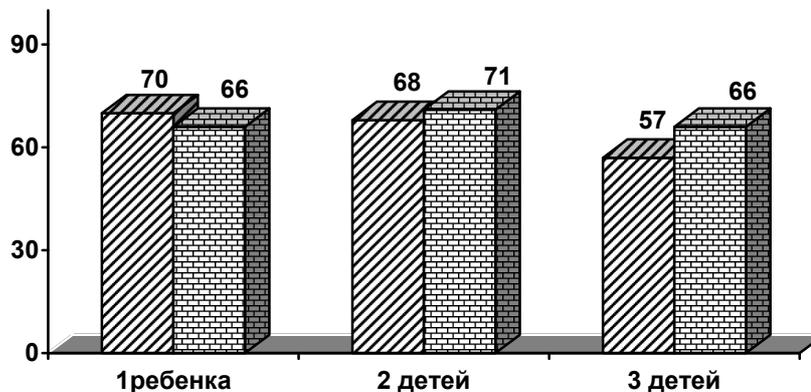


Рисунок 3 – Овощи и бахчевые

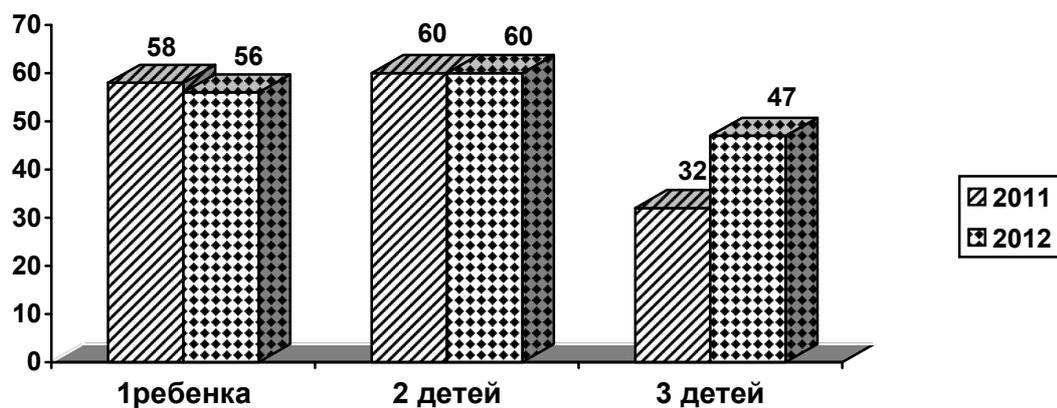


Рисунок 4 – Фрукты и ягоды

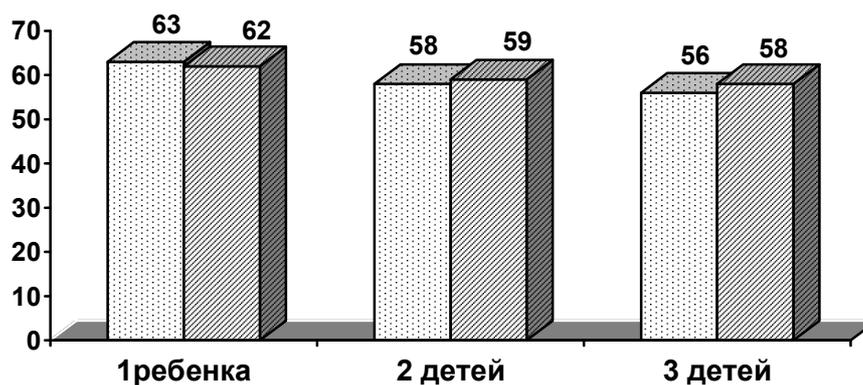


Рисунок 5 – Мясо и мясные продукты

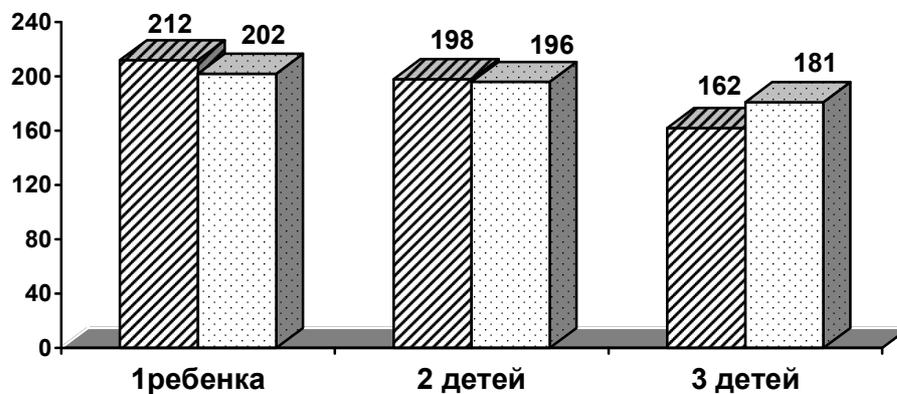


Рисунок 6 – Молоко и молочные продукты

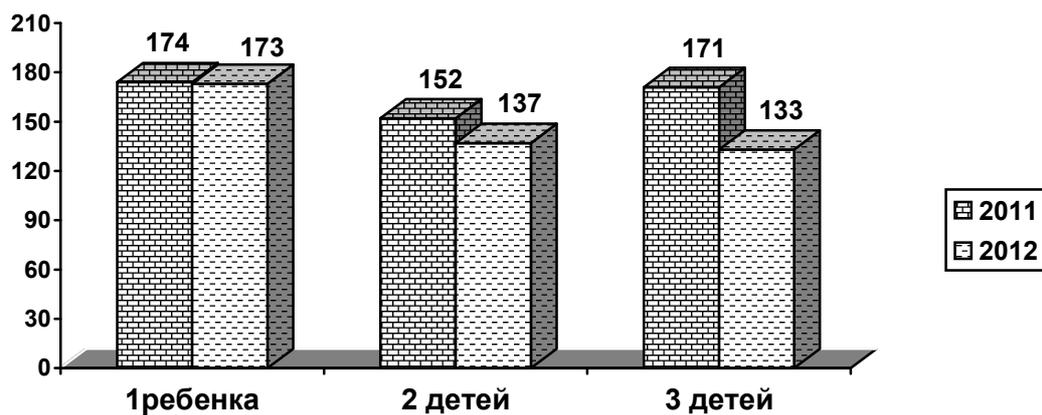


Рисунок 7 – Яйца, штук

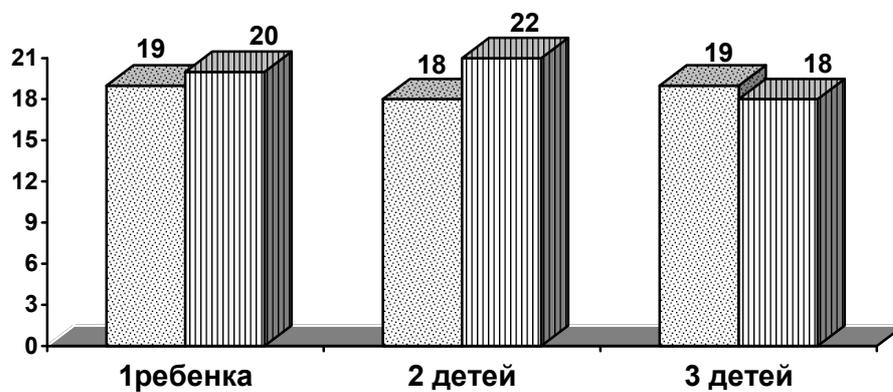


Рисунок 8 – Рыба и рыбные продукты

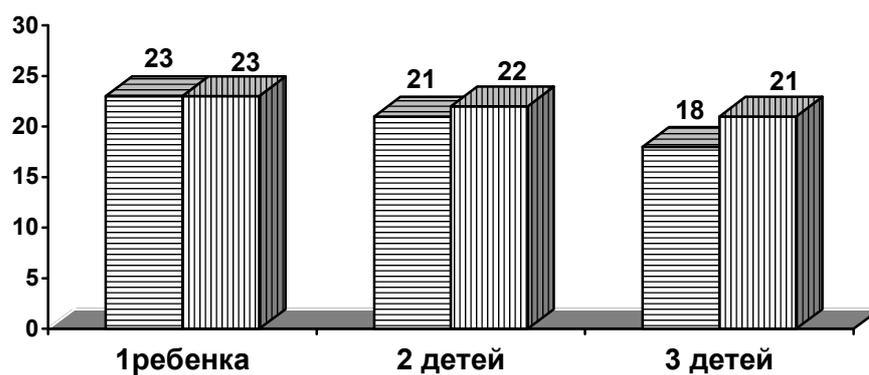


Рисунок 9 – Сахар и кондитерские изделия

КРУГЛЫЙ СТОЛ «МОЛОДЕЖЬ И РПЦ: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА»

Уважаемые коллеги!

Информируем Вас, что Научно-образовательный центр «Теоретическая и прикладная социология» ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК» совместно с Орловско-Ливенской епархией продолжают реализацию проекта «Русская Православная Церковь и молодежь в современном мире: укрепление взаимодействия». Подобное стало возможным благодаря тому, что мы стали победителями конкурса «Православная инициатива – 2012», проводимого, по инициативе Благотворительного фонда преподобного Серафима Саровского.

В рамках проекта предполагается проведение целого ряда интересных мероприятий: социологического опроса студентов вузов г. Орла и глубинных интервью с экспертами; конкурса студенческих творческих работ; летней школы, круглого стола и др. (на страницах нашего издания вы можете познакомиться с основными результатами реализации проекта).

Одним из завершающих этапов проекта является проведение итогового круглого стола. На круглом столе планируется обсуждение итогов проведения летней школы «Молодежь и РПЦ», перспектив дальнейшего сотрудничества с представителями РПЦ. Мероприятие направлено на создание основ для долгосрочного сотрудничества РПЦ с образовательными учреждениями г. Орла. Участниками мероприятия станут представители Орловско-Ливенской епархии, университетов города Орла, специалисты по молодежной политике и др.

Ориентировочная дата проведения мероприятия 25 сентября 2013 г. Место проведения: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК».

Более подробная информация будет размещена на сайте НОЦ «Теоретическая и прикладная социология» (адрес в интернете <http://www.soc-orel.ru/?Novosti>).

Приглашаем всех заинтересованных лиц принять участие в круглом столе.

Требования, предъявляемые к рукописи статьи

для Бюллетеня региональных социологических исследований

- 1) Статья, представляемая в редакцию, должна соответствовать профилю издания и представлять результаты проведенных эмпирических исследований с обязательным описанием методологии. Изложение материалов должно быть ясным, без длинных введений и повторений, с разъяснением узкоспециальных терминов.
- 2) Статья должна быть набрана в текстовом редакторе Microsoft Office Word, напечатана на одной стороне листа формата А4. Шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – одинарный. Ширина полей: слева 2 см; справа 2 см; сверху – 2 см; снизу – 2 см. Абзацный отступ – 0,75.
- 3) Все материалы должны быть представлены в электронном виде.
- 4) В первой строке приводится название статьи, которое дается прописными буквами и полужирным шрифтом (выравнивание по центру).
- 5) Во второй строке указываются инициалы и фамилия автора (-ов).
- 6) В третьей строке приводится авторская справка, в которой необходимо указать фамилию, имя, отчество (полностью), ученую степень и звание, должность, город и учебное заведение / место работы, домашний адрес, контактные телефоны, факс, e-mail. Если авторами статьи являются несколько человек, то информация дается о каждом авторе. Учебное заведение, место работы даются полным названием без каких-либо аббревиатур.
- 7) Далее приводится аннотация статьи (на русском и английском языке), которая описывает цели и задачи проведенного исследования, а также возможности его практического применения, указывает, что нового несет в себе материал; рекомендуемый средний объем – 300 печатных знаков.
- 8) Ключевые слова (на русском и английском языке) – это текстовые метки, по которым можно найти статью при поиске и определить предметную область текста; обычно их выбирают из текста публикуемого материала, достаточно 5-10 ключевых слов.
- 9) В конце статьи приводится список литературы, на которую автор ссылается в тексте статьи.
- 10) Сокращения слов, кроме общепринятых, в статье не допускается. Аббревиатуры включаются в текст лишь после их первого упоминания с полной расшифровкой.
- 11) Количество таблиц должно соответствовать объему представленной информации. Данные, представленные в таблицах, не должны дублировать данные графиков, схем и текста, и наоборот. Таблицы должны быть наглядными, иметь название, заголовки должны точно соответствовать содержанию граф. В статье на каждую таблицу должна быть обязательная ссылка. Название таблиц выделяется полужирным шрифтом.
- 12) Формулы должны быть набраны в редакторе формул Microsoft Equation и вставлены в текст по формату абзаца. Формулы следует нумеровать. Если формула единственная, то в ее нумерации нет необходимости.
- 13) Количество рисунков (графиков, схем) должно соответствовать объему представляемой информации. Рисунки, графики и схемы не должны дублировать текст статьи. Каждый рисунок должен быть четким, иметь нумерацию и название. Рисунки должны быть сделаны с помощью Microsoft Office Word и быть черно-белыми. Название рисунков выделяется полужирным шрифтом.

Информация о журнале представлена на сайте www.brsi.soc-orel.ru.

Публикация в журнале бесплатная.

Адрес учредителя журнала:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет-учебно-научно-производственный комплекс»
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29
Тел.: (4862) 42-00-24
Факс: (4862) 41-66-84
www.gu-unpk.ru.
E-mail: unpk@ostu.ru

Адрес редакции:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет-учебно-научно-производственный комплекс»
302030, г. Орел, ул. Московская, 65
Тел./факс: (4862) 55-19-46
www.brsi.soc-orel.ru.
E-mail: social_centra@mail.ru.

*Материалы статей печатаются в авторской редакции
Право использования произведений предоставлено авторам
на основании п. 2 ст. 1286 Четвертой части
Гражданского Кодекса Российской Федерации*

Ответственный редактор
канд. техн. наук О.С. Никитенко

Подписано в печать 24.06.2013
Формат 60×90, 1/16. Усл. печ. л. 4,9.
Тираж 500 экз.

Заказ № 73/13П2 .

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК»
302030, г. Орел, ул. Московская, 65