

История одного наследства: приумножить или разориться?

На примере рассказа А.П. Чехова «История одного торгового предприятия»

Екатерина Питерцева, 7 класс, города Ярцево Смоленской области

Номинация «Научно-исследовательская работа»

1. Введение

На одного человека, мечтающего заработать 50 тысяч фунтов, приходится сто человек, мечтающих унаследовать 50 тысяч фунтов.
А. Милн

Кто не мечтает разбогатеть, не прикладывая при этом никаких усилий? Представьте, вы неожиданно находите клад или вдруг получаете огромное наследство! Ваша мечта сбылась! Вы стали обладателем крупной суммы денег. И что же с этим делать? Ведь сразу появляется столько соблазнов! Вы теперь можете приобрести все, о чем так долго мечтали. И тут возле вас оказывается масса людей, которые вдруг хотят с вами дружить и даже готовы помочь вам потратить неожиданно появившиеся деньги. Именно такие примеры иногда встречаются нам в литературных произведениях. Например, всем нам известный Буратино. Он не смог найти правильное применение золотым монетам, но возле него сразу же оказались мошенники — лиса Алиса и кот Базилио. А курочка Ряба, которая преподнесла своим хозяевам замечательный, дорогой подарок — золотое яичко! Оказалось, что Дед с Бабой не знали, что с ним делать. Уж лучше — простое яйцо, ведь здесь все просто и понятно, не нужно ломать голову о его назначении.

Могли ли наши сказочные герои распорядиться появившимся богатством по-другому? С пользой для себя и, возможно, для других персонажей? Я думаю — да, если бы они были знакомы с финансовой грамотой.

Мы в школе тоже этот предмет пока не изучаем. Но у нас есть масса других возможностей: средства массовой информации, которые в последнее время много говорят о финансовой грамотности населения, в сети Интернет мы тоже можем обнаружить много полезной информации по этому вопросу. Сбербанк России проводит сегодня онлайн занятия по финансовой грамотности.

Я считаю, что вопрос повышения финансовой грамотности населения является сегодня актуальным. Ведь если человек финансово грамотен, то он всегда сможет правильно распорядиться своими доходами и вряд ли поверит таким мошенникам, как Алиса с Базилио. Чтобы научиться грамотно решать финансовые вопросы, я решила поучаствовать в конкурсе «Учимся финансовой грамоте на ошибках и успехах литературных героев». Я долго искала произведение, которое бы мне понравилось, перечитала несколько рассказов А.П. Чехова и решила остановиться на произведении «История одного торгового предприятия». Это небольшое произведение, но почти каждая его строчка рассказывает нам о финансовом поведении героя. Мне кажется, что в этом рассказе можно найти много полезной информации о том, как распорядиться неожиданно появившимися финансовыми средствами, в данном случае — наследством, и какими качествами характера должен обладать человек, который идет к финансовому успеху.

Литературное произведение подтолкнуло меня к мысли о проведении небольшого исследования. Я составила план, который поэтапно выполняла.

Задачи работы:

- Прочитать и проанализировать произведение А.П. Чехова
- Разработать вопросы для анкеты и провести анкетирование среди учащихся
- Обработать результаты анкеты
- Посетить книжные магазины и побеседовать с их владельцами
- Проанализировать современный книжный рынок и книжный рынок в России XIX века

В работе я использовала следующие методы:

- Изучение литературы
- Анализ
- Сравнение
- Анкетирование
- Беседа
- Обобщение

Цель работы: выяснить, возможен ли был успех предприятия при более узкой специализации торговли.

Гипотеза: если бы герой А.П. Чехова продавал в своем магазине только книги, то он потерял бы все свои деньги.

Основная часть

2.1. Финансовое поведение героя

Рассказ «История одного торгового предприятия» был написан А.П. Чеховым в марте 1892 года во время пребывания писателя в его имении Мелихово. Впервые он был опубликован в журнале «Осколки» 2 мая 1892 года (в выпуске № 18) под псевдонимом «Грач».

Главный герой рассказа Андрей Андреевич Сидоров получает в наследство от матери четыре тысячи рублей.

Свод законов Российской империи, принятый в 1835 году в ст. 1104 дает следующее определение наследства: «совокупность имущества, прав и обязательств, оставшихся после умершего».

Нашему герою повезло, потому что никаких обязательств после смерти матери по наследству ему не перешло, а достались только деньги — четыре тысячи рублей. По сегодняшним меркам — это сумма небольшая, ею можно оплатить, например, обязательные расходы на ЖКХ. А много это было или мало по тем временам? Я узнала, чему равен был дореволюционный рубль, и пришла к выводу, что четыре тысячи рублей во второй половине XIX века были немалой суммой: квартира на окраине Петербурга стоила 100-200 рублей в год, городской получал жалованье в размере 240-250 рублей в год (*Приложение №1*). А наш герой жил в небольшом провинциальном городке и, следовательно, цены на все товары и услуги там были дешевле, чем в столице. Поэтому я считаю, что сумма в четыре тысячи рублей при правильном планировании — это хороший капитал для старта начинающего предпринимателя XIX века.

Мы знаем, что недостаточно получить большую сумму денег, ведь все хорошее быстро заканчивается, и жить одним днем — не лучший вариант финансового поведения. Поэтому хорошо бы эти деньги сохранить, а еще лучше приумножить. А как это сделать? Есть хороший способ — вложить их в инвестиционные продукты, товары или услуги, что и делает наш герой.

Инвестиции — размещение капитала с целью получения прибыли. Но отличительная черта инвестиций — это высокая степень риска для инвестора, поскольку инвестированный

капитал возвращается и приносит доход только в прибыльных проектах. Если проект убыточен — инвестиции могут быть утрачены частично или полностью.

Андрей Андреевич решает инвестировать полученные деньги в открытие книжного магазина. При этом цель перед собой он ставит — в первую очередь, не получить прибыль, а сеять разумное, доброе, вечное в маленьком, провинциальном городке, который «коснел в невежестве и в предрассудках...». Сам наш герой был, скорее всего, человеком образованным, творческим, ищущим. Поэтому он все время подстегивает себя фразой: «Идей, побольше идей!»

Но главная его идея — открытие книжного магазина — осуществляется, и мы видим, как по-хозяйски он о нем заботится, обустривает его.

Но, чтобы привлеченные инвестиции работали, предприятию необходимо:

1. Иметь хорошо отработанный и перспективный план деятельности на будущее.
2. Иметь хорошую репутацию в обществе.
3. Вести отчетность.

Пока у Андрея Андреевича не было ни хорошо отработанного плана, ни репутации, поскольку на рынке он являлся новым продавцом. Но у него была финансовая цель — открытие небольшого торгового предприятия. Он смог реально оценить свои финансовые возможности и, исходя из них, нанять помещение, т.е. арендовать на какое-то время, а не приобрести собственное, которое потребовало бы больших вложений и издержек. Из Москвы он привозит товар — «много старых и новейших авторов и много учебников». Мечта Андрея Андреевича сбылась — книжный магазин в городе (скорее всего, единственный) появился.

Но дальше мы видим, что за первые три недели ни один покупатель в магазин так и не заглянул. Предложение книг не вызвало спроса у покупателей — жителей городка. И инвестиции не принесли пока нашему герою ни копейки прибыли.

Закон рынка таков, что каждый продавец старается продать свой товар, чтобы удовлетворить интересы покупателей и получить выгоду в виде прибыли или дохода. И получает ее только тот, чей товар будет больше соответствовать интересам покупателя. А интереса к книгам жители этого города сами не проявляли. Тут бы не помешала реклама, но нашему герою и в голову не приходят мысли об этом. Зато «читая Михайловского, он старался честно мыслить». Видимо, автор предполагал, что его герой все-таки анализировал свою деятельность, поскольку денег у него, скорее всего, оставалось немного и ему приходилось экономить. Ведь он мечтает о том, «что недурно бы покушать леща с кашей».

И все-таки предпринимательская смекалка у Андрея Андреевича была, ведь он замечает, что людям нужны другие товары, и это шанс для его магазина. Он корректирует свою финансовую цель. Спрос рождает предложение. И в магазине появляются грифели, перья, карандаши, ручки и другие школьные принадлежности — все то, что спрашивают покупатели. Наш герой понимает, что «в провинции нельзя узко специализироваться». Но мысли о просвещении населения он пока не оставляет и утешает себя тем, что будет продавать все, что способствует просвещению.

Постепенно ассортимент товаров в магазине расширяется, Андрей Андреевич ориентируется на разных потребителей, на их вкусы и желания.

Здесь мы можем предположить, что торговые дела у него идут уже неплохо, его торговое предприятие приносит прибыль. Андрей Андреевич приобретает опыт, строит планы на будущее, у него появляется репутация в обществе, он может позволить себе делать инвестиции в новые товары и даже воспользоваться кредитом. В рассказе мы читаем:

«Наторговавши много денег, он поехал в Москву и купил там разных товаров тысяч на пять, за наличные и в кредит». А как же книги? К сожалению, «Он собрал все книги, связал их крепко веревкой и спрятал под прилавок».

Дальнейшая судьба героя подтверждает, что он верно определил для себя профессиональный выбор — занятие предпринимательством (торговлей), потому что дело его расширяется: он приобретает вторую лавку, снимает на базаре ренсковый погреб (в Российской империи —

магазин, торгующий алкогольными напитками навынос) и собирается открыть семейные бани с номерами. Он становится одним «из самых видных торговцев» в городе.

Что полезного для себя мы можем почерпнуть в этом рассказе? Прочитав и проанализировав произведение, я, с одной стороны, порадовалась за главного героя, а с другой, мне стало немного грустно и жаль его.

Не обладая специальными знаниями, но имея все-таки предпринимательскую интуицию, Андрей Андреевич смог правильно распорядиться полученным наследством и даже приумножить его. Сам он приобретает предпринимательский опыт, входит во вкус этой деятельности, ему нравится зарабатывать и расширять свое дело. С позиции финансовой грамотности он делает все верно: ставит перед собой финансовые цели, корректирует их, в результате чего его инвестиции приносят ему прибыль и он добивается финансового успеха своего торгового предприятия.

А вот с позиции человеческой, мне жаль, что в городе все так и осталось по-прежнему.

Прекрасная идея просвещения народа была забыта. Наш герой отказался от нее в пользу денег. Но я думаю, что все могло бы сложиться по-другому. Ведь наличие денег и успеха Андрея Андреевича как раз могли способствовать формированию читательского интереса у населения. Есть немало способов продвижения книжной продукции на рынке: грамотная реклама, организация читательских конференций, буккроссинг, составление буктрейлеров. Конечно, я перечислила современные способы продвижения книг. Однако такой предприимчивый и образованный человек, как Андрей Андреевич, вполне мог бы что-нибудь придумать. Ведь людей не интересовали книги, потому что никто им их, по большому счету, даже и не предлагал.

Мне стало интересно, как развивалась книжная торговля в других российских городах в конце XIX века. Везде ли была такая же ситуация? И был бы шанс на успех у этого предприятия, если бы герой занимался только книготорговлей?

2.2. Книжная торговля в XIX веке.

В книге О.В. Андреева «Книжное дело в России в XIX — начале XX века» мы можем прочитать, что в начале XIX века в России стала успешно развиваться книжная торговля. Это было связано с развитием бумажного производства и широким развитием литографии, которое частично вытеснило более дорогую гравюру. Стали появляться в свет не очень дорогие книги, рассчитанные на широкий сбыт. В Москве и Петербурге в этот период было немало книжных лавок. Многие из них были вполне крепкими и жизнеспособными предприятиями. В провинции же книжная торговля развивалась крайне медленно, книжных лавок еще практически не было. В 1820-х годах книги нередко продавались лишь на ярмарках, на которые крупные столичные книгопродавцы присылали своих доверенных. Хороший пример — книготорговец М.П. Глазунов. Он хорошо знал спрос, предвидел запросы завтрашнего дня, большое значение придавал рекламе, издавал каталоги, и его торговля имела успех.

Подъем хозяйства страны в результате проводимых реформ во второй половине XIX века выразался, в том числе, и в резком увеличении объема книжной продукции. Книжной торговлей стало выгодно заниматься, особенно в крупных городах, таких, как Москва и Петербург. Многие предприниматели вкладывали в нее большие средства. Ведущую роль в развитии книжной торговли второй половины XIX века сыграли М.О. Вольф, К.Л. Риккер, Н.Г. Мартынов, Д.И. Тихомиров и другие. Большую роль в улучшении распространения книг сыграли активные приемы и способы торговли, широковещательная реклама, библиографическая работа. Но положительные сдвиги в этом направлении сдерживались низким покупательским спросом населения.

В то же время книжная торговля во второй половине XIX века выросла значительно. Уже в 1885 году в Санкт-Петербурге насчитывалось 327 книжных лавок и магазинов, в Москве — 224, в губерниях — от 1 до 70.

Потребность в книге нарастала по всей стране, и книжная торговля наряду с библиотеками способствовала пробуждению умственной жизни и росту культуры в провинции. Однако во многих городах России состояние книготорговли оставалось плачевным. Удаленность от книжных центров, дороговизна и сложность доставки книг, отсутствие библиографической информации делали книгу малодоступной на большей части территории страны. Книжная торговля концентрировалась главным образом в губернских городах.

М.О. Вольф был прекрасным психологом и новатором в области использования разнообразных пропагандистских приемов. Он считал элементом рекламы интерьер и витрины магазина, активно рекламировал свои книги в печати. Вольф регулярно публиковал каталоги, однако, в отличие от традиционных монументальных росписей они преследовали чисто практические цели. Книготорговая деятельность Вольфа была тесно связана с его издательской работой. В своих магазинах и через журналы он организовывал изучение спроса покупателей. У Вольфа можно было приобрести любую отечественную и иностранную новинку: в его магазине было представлено до 100 тысяч названий.

Одним из крупнейших русских книготорговцев стал выдающийся просветитель П.И. Макушин. В 1873 году он открыл в Томске первый за Уралом книжный магазин и библиотеку. До проведения Транссибирской магистрали он ежегодно отправлял обозы за книгами в Нижний Новгород, Москву и Петербург. В магазине была широко представлена литература по всем отраслям знаний. Только иногородних покупателей насчитывалось 5 тысяч. Чтобы приблизить книгу к народу, Макушин открывал книжные лавки в селах, на базарах, на лесосплаве, на железной дороге. Были организованы магазины в Омске, Красноярске, Иркутске, налажена рекламная-библиографическая работа. Макушин вел большую общественно-просветительскую, благотворительную деятельность. Он направил около 600 тысяч рублей на организацию сотен народных библиотек, музея, больницы и аптеки для бедных.

Вывод: как видим, на книжном рынке XIX века были успешные предприниматели. Конечно, в основном они были ориентированы на более крупные города, где можно было привлечь к чтению новые слои населения — купечество, мещанство, духовенство, крестьянство, чиновничество. Это была небогатая, но активная группа покупателей. Но эти книготорговцы не сидели и не ждали, когда придут покупатели и спросят какую-либо книгу. Они сами активно искали новые пути их привлечения и использовали для этого различные пропагандистские приемы: реклама, каталоги, расширение рынка сбыта, изучение спроса. И стоит отметить, что достигнув успеха на этом поприще, книготорговцы часто занимались благотворительной и общественно — просветительской деятельностью.

2.3. Книжный рынок сегодня.

Я решила поинтересоваться, а как же сегодня развивается книжный рынок в России, особенно в маленьких городах?

Проанализировав найденную информацию, я узнала, что если с 2009 по 2011 гг. наблюдался рост числа покупателей в книжных магазинах, то в последние годы наблюдается их отток. По данным НИУ ВШЭ экономическое положение россиян в 2017 году было следующим: 29% семей не хватало денег на одежду, 8% — даже на еду.

Россияне сокращали расходы на досуг и отдых (47%), одежду и обувь (43%), продукты (43%). Каждая четвертая семья (27%) сэкономила на медицине и лекарствах, каждая десятая — на образовательных услугах.

41% семей, особенно в регионах, столкнулись с негативными изменениями на рынке труда: снижением оплаты труда и задержками с ее выплатой.

Замедление темпов потребления у российских граждан, переход на режим экономии и сосредоточение на приобретении товаров первой необходимости неблагоприятно отразились и на рынке книжной продукции.

Так же негативно влияют на развитие книжного рынка в России сегодня следующие факторы:

- Самые крупные книжные рынки, так же, как и издательства, сконцентрированы в крупнейших российских городах — Москве и Санкт-Петербурге, в то время как в регионах наблюдается дефицит книготорговых и издательских компаний. Это может привести к уменьшению продаж и общему падению интереса к чтению.

- Сокращение населения России и падение интереса к чтению, может привести к сокращению числа потребителей книг.

- Слабая маркетинговая стратегии приведет к тому, что издательства потеряют потребителей.

Правда, отмечаются и позитивные факторы. Это развитие сетевой книжной торговли, увеличение Интернет-торговли книгами, большой спрос на аудио-книги, потенциальное увеличение доходов населения, проекты сотрудничества издателей и киноиндустрии, разработка эффективных маркетинговых стратегий.

Вывод: как мы видим, если в XIX веке было сложно создать спрос на книжную продукцию, то сегодня, после подъема в этой отрасли (в определенные годы), из-за различных факторов происходит сокращение потребителей книжной продукции. И особенно сложная обстановка складывается опять-таки в маленьких городах. Получается, что так же, как и в XIX веке, книготорговля в маленьких городах сегодня испытывает кризис и «остается плачевной».

Правда, сегодня у нас есть много других источников для чтения и получения информации.

Но вопрос «обращения людей лицом к книге» остается актуальным.

Я узнала, что сегодня разрабатывается новая стратегия привлечения покупателей в магазины.

Алексей Андриянов, директор по развитию сети «Моя книга» (ООО «Гемера-Плюс», г. Саратов): «У книжного магазина в старом формате нет будущего».

Ксения Семенова, руководитель книжного департамента казахстанской сети «Меломан»:

«Мы ежедневно придумываем темы, создавая настроение. Формирование ассортимента сети происходит под девизом: “У нас интересно”».

Наталья Короткая, коммерческий директор ОЦ «Московский дом книги» (МДК): «Магазин должен работать как социокультурный центр. Основная его цель — продвижение концепции книги как части культурного пространства страны. Мы понимаем: сегодня важно, чтобы в магазин хотелось приходить. А для этого важно создавать эмоцию. Люди должны помнить, что такое книга и чтение. Без этого невозможно двигаться вперед».

И я считаю, что в первую очередь в книжные магазины нужно привлекать детей и подростков. Необходимо прививать саму привычку — читать.

Издательская мудрость гласит: «Хочешь иметь читателя — воспитывай его с пелёнок».

Практическая часть

3.1. Посещение книжных магазинов нашего города. Беседа с владельцами.

А теперь давайте представим, что наш герой оказался в XXI веке. Интересно, смог бы он сегодня воплотить свою мечту о книжном магазине в небольшом провинциальном городе. Я решила провести небольшое исследование.

Я живу в городе, население которого составляет примерно 45 тысяч человек. По статистике в среднем в России как раз на каждые 50-60 тысяч населения имеется книжный магазин. У нас в городе их два, хотя еще 2-3 года назад было четыре.

Я отправилась в наши книжные магазины для того, чтобы побеседовать с их владельцами.

Кстати, они одновременно являются и продавцами своей продукции, как и герой рассказа А.П. Чехова.

Назовем условно наши магазины — №1 и №2. Дело в том, что у каждого продавца есть свои маленькие секреты, которые им не хотелось бы раскрывать, и меня попросили в одном магазине обойтись без имен и фотографий, это законное право владельца, и мы его нарушать не будем.

Итак, и один, и второй магазины расположены на первых этажах жилых домов, т.е. когда-то их владельцы выкупили квартиры в этих домах и оборудовали под магазины. Они посчитали,

что в данном случае приобретение помещения в собственность обойдется им дешевле, чем плата за аренду чужого помещения (наш герой наоборот — сначала арендовал помещение). Конечно, они рассчитывали на долгий и успешный бизнес. И он действительно таковым был. Я вспоминаю, когда я была маленькой, мы с мамой заходили и в один, и во второй магазин — там всегда был народ и все что-то выбирали. Иногда к книжным полкам нельзя было подойти. Как говорят книготорговцы, полки «дышали», т.е. товар на них менялся. Сегодня многие полки «не дышат». Когда в этот раз я зашла в магазины — за все время нашего общения с хозяевами, ни один покупатель так и не зашел. И владельцы магазинов готовы были закрыть их раньше времени. В первом случае это был будний день после обеда, а во втором — суббота, выходной день.

Вопросы я задавала следующие: Какая литература продается в магазине? Что пользуется большим спросом? Выгодно ли сегодня заниматься книжной торговлей?

В магазине №1 продается различная литература и плюс канцелярские товары: ручки, карандаши, а также тетрадки, дневники, прочие школьные товары и даже игры для детей. В магазине №2 более ограниченный выбор литературы, и других товаров там не продают. В магазинах №1 и №2 чаще покупают детскую литературу и раскраски, а также учебную литературу (как правило, на заказ), рабочие тетради, атласы, контурные карты по предметам. На вопрос о том, выгодно ли заниматься сегодня книжной торговлей в нашем городе, оба владельца дали отрицательный ответ.

На вопрос «Почему не выгодно и что мешает?» в магазине №1 мне назвали следующие причины: стали меньше читать, появились другие источники для чтения, небольшой материальный достаток жителей нашего города.

В магазине №2 мне сказали о том, что все авторские права сегодня вынесены в общий доступ, в интернете можно найти практически все, происходит оцифровка всех ресурсов. Небольшой уровень дохода и «практичность» мешает некоторым покупателям, т.е. когда перед некоторыми покупателями стоит выбор «книга или что-то еще», решение принимается не в пользу книги. Некоторые покупатели приходят в магазин за каким-то конкретным товаром. Еще одна причина — сегодня просто «не модно» иметь книжные полки и шкафы в квартире — в моде минимализм и свободное пространство.

Продолжая разговор в магазине №2, я решила задать еще один вопрос: «А можно ли сегодня в нашем городе открыть книжный магазин, имея 6 млн. рублей?» Примерно такая сумма была бы сегодня у нашего героя в пересчете на современные деньги. Ответ был следующим: «Да, такая сумма позволит будущему владельцу снять помещение в аренду или приобрести его в собственность (правда это потребует больших затрат на переоборудование помещения, и не факт, что это будет оправданный риск вложения денег), завезти первоначальный товар, естественно, оплатить все обязательные расходы. Но спроса на товар у него практически не будет. Во-первых, этот продавец на рынке окажется новым, не имеющим своих клиентов, ассортимент товара у него пока будет ограниченным, а угадать, что сегодня будет интересовать покупателя, а что завтра — очень сложно. В результате полки не будут «дышать», а завозить новый товар будет не на что. А в книжном магазине, чтобы «выжить», ассортимент товара постоянно должен обновляться, и обязательно должны появляться новинки. Поэтому, начать дело, имея такие деньги можно, но выгодным оно, по крайней мере, сегодня, не будет. Начинаящий предприниматель только потеряет свои деньги».

Вывод: и в одном, и во втором магазине сегодня ощущается недостаток покупателей. Это связано с невысоким материальным положением граждан, которое ставит человека перед выбором, с появлением альтернативных возможностей чтения литературы, с ушедшей «модой» на книжные шкафы в интерьере квартиры. Книжной торговлей сегодня конкретно в нашем городе заниматься не выгодно, не говоря уже о том, чтобы открыть новый книжный магазин. Все новые инвестиционные вложения в этой отрасли могут оказаться убыточными.

3.2. Анкетирование учащихся

На следующем этапе работы я решила проанализировать поведение моих одноклассников и учащихся 5х классов на книжном рынке. В анкетировании приняли участие 19 человек из 5-х классов и 23 человека из 7-го класса. Были заданы следующие вопросы: «Как часто ученики посещают книжные магазины, совершают там покупки, в каком варианте предпочитают читать книги?» Результаты анкеты показали следующее: из 19 учащихся 5-х классов 63% любят посещать книжный магазин, и 63% — делали покупку в магазине в течение последних шести месяцев. 68% любят читать книги в бумажном варианте, 26% — в электронном и только 1 человек — не любит читать книги ни в каком виде.

Результаты анкетирования в 7 классе показали, что из 23 человек — 52% любят посещать книжный магазин, 61% у делали покупки в последние 6 месяцев, 65% любят читать книги в бумажном варианте, 17,5% — в электронном и 17,5% — ни в каком.

При этом нужно отметить, что 42% покупок в 5 классе и 31% покупок в 7 классе совершались перед Новым годом в качестве подарков для себя, родных, друзей.

Вывод: к сожалению, мы видим, что чем старше становятся дети, тем меньше они читают и даже просто заходят в книжный магазин. И здесь неважно — в бумажном переплете книга или электронная (*Приложение №2*).

Вывод

Подводя итоги своей работы, я могу сказать, что мне удалось решить все поставленные задачи: я прочитала рассказ А.П. Чехова и проанализировала финансовое поведение главного героя. Я провела маленькое исследование, которое заставило меня поработать над вопросами для анкеты и над вопросами для беседы. Мне пришлось проанализировать свою деятельность и обобщить полученные результаты.

Я считаю, что достигла цели своей работы и выяснила, возможен ли был успех предприятия при более узкой специализации. Мои исследования подтверждают, что в маленьком городе, который «коснел в невежестве и в предрассудках» на тот период успех был невозможен. Гипотеза, выдвинутая мной в работе, оказалась верной. Хорошо и успешно развивалась книготорговля в XIX веке в крупных городах, так же, как и сегодня. Что касается маленьких городов, состояние книготорговли можно назвать «плачевным». Часто она выживает, благодаря другим товарам, которые соседствуют с книгами, или тем выдумкам и ухищрениям, которые используют владельцы магазинов. Большую роль в торговле играет реклама. А сегодня в эту борьбу включаются маркетинговые службы.

Как же сложно было Андрею Андреевичу начинать свой бизнес! У него не было клиентов, не было заработанной репутации, не было четкого плана, которому бы он следовал, «раскручивая» свой книжный магазин. Он не занимался рекламой своего предприятия, а у людей не было привычки читать и покупать книги. Они были заняты другими делами, более привычными для них. Поэтому проект с открытием книжного магазина был убыточен. И если бы наш герой продолжил специализироваться на продаже книг, то он вскоре лишился бы всех своих денег. Начиная прислушиваться к покупателям и ориентируясь на их потребности, Андрей Андреевич поступал мудро. Он постепенно заменял товар в магазине, расширяя ассортимент. И именно корректировка плана в вопросе профильности предприятия сделала его «видным торговцем в городе».

Финансовое поведение героя — удачный пример подражания для некоторых начинающих индивидуальных предпринимателей, которые, осуществляя свою мечту, принимают не всегда верные экономические решения, продолжают вести неприбыльное дело и в результате теряют все. Нужно уметь корректировать финансовую мечту, чтобы идти дальше к финансовому успеху.

А чтобы деньги приносили не только прибыль, но и удовлетворение, их можно использовать на благие цели. И у Андрея Андреевича был шанс стать еще и видным просветителем своего маленького городка, но он о нем не подумал. Христианская мораль учит, что богатство дается Богом не для единоличного удовлетворений прихотей. Богатый человек —

накопитель средств, проводник богатства Вселенной, которое должно перейти в мир, людям. За этот труд купец награждается Всевышним счастьем жить в достатке.

Приложения

Приложение №1

Исторические параллели всегда интересны. Особенно, когда речь заходит о быте и о деньгах. С учетом курса доллара и текущей стоимости золота в царской России 1 царский рубль был равен сегодняшним 1513 рублей 75 копеек (это одна из мер стоимости). Доходы некоторых работников были следующими:

Должность	Жалование	Размер жалования в современном рублевом выражении
Рабочие	37,5	56 765,73
Дворник	18	27 247,55
Старший дворник	40	60 550,11
Кухарка	8	12 110,02
Учитель начальной школы	25	37 843,82
Фельдшер	40	60 550,11
Коллежский асессор (чиновник среднего класса)	62	93 852,67
Тайный советник (чиновник высшего класса)	500	756 876,40
Подпоручик (лейтенант)	70	105 962,70
Городовой (сотрудник полиции)	20,5	31 031,93
Околоточный надзиратель (участковый)	50	75 687,64
Полковник	325	491 969,66
Генерал	500	756 876,40

Вот цены на некоторые товары:

Мука пшеничная, 1 фунт (0,4 кг) — 8 копеек

Рис (0,4 кг) — 12 копеек

Бисквит (0,4 кг) — 60 копеек

Молоко (1 бутылка) — 8 копеек

Рыба (судак) (0,4 кг) — 25 копеек

Виноград (кишмиш) (0,4 кг) — 16 копеек

Яблоки (0,4 кг) — 3 копейки

Батон чёрного черствого хлеба весом в 0,4 кг — 3 копейки

Батон ржаного свежего хлеба весом в 0,4 кг — 4 копейки

Картофель, свежий урожай (1 кг) — 15 копеек

Картофель, старый урожай (1 кг) — 5 копеек

Курица парная (1 кг) — 80 копеек

Одежда для гражданского населения:

Рубаха выходная — 3 рубля

Костюм деловой для приказчиков — 8 рублей

Пальто длинное — 15 рублей

Сапоги яловые — 5 рублей

В месяц за небольшую квартиру в Москве приходилось платить 15-20 рублей в месяц, 3-5 рублей стоило отопление, 1 рубль — освещение.

Свое имение в Мелихово А.П. Чехов купил за 13 тысяч рублей.

Приложение №2

Анкета:

1. Любите ли вы посещать книжный магазин?

2. Когда в последний раз покупали книгу (для себя или в подарок)?
3. Вы предпочитаете читать книгу: а) в бумажном варианте б) в электронном в) ни в каком г) другой ответ

Класс/ вопрос	Любите ли вы посещать книжный магазин?		Когда в последний раз покупали книгу?		Вы предпочитаете читать книгу		
	да	нет	0 — 6 мес. назад	более 6 мес. назад	бум. вариант	электр. книга	никакой
5 класс — 19 чел.	12 чел. (63%)	5 чел. (26%)	12 чел. (63%)	7 чел. (37%)	13 чел. (68%)	5 чел. (26%)	1 чел. (6%)
7 класс — 23 чел.	12 чел. (52%)	10 чел. (43%)	14 чел. (61%)	9 чел. (39%)	15 чел. (65%)	4 чел. (17,5%)	4 чел. (17,5%)

На первый вопрос 2 человека в 5-м классе и 1 человек в 7-м классе дали другие ответы — «по настроению», «только на отдыхе».