ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«ДОНСКОЙ БАНКОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

ШАГ В НАУКУ

Материалы XI научно-практической конференции исследовательских работ студентов

26 января 2023 г.

Ростов-на-Дону – 2023

Тезисы студенческой конференции. – Ростов-на-Дону, 2023г.- 66 стр.

Печатается по решению педагогического совета ГАПОУ РО «ДБК» №1 от 31.08.2022г.

Составитель: Медведева Н.Л., заместитель директора по учебно-методической работе ГАПОУ РО «Донской банковский колледж»

Сборник содержит материалы XII научно-практической студенческой конференции «Шаг в науку», прошедшей 26 января 2023 года на базе Донского банковского колледжа. В сборнике представлены результаты исследований студентов.

содержание

1 Памятники литературным героям в Ростове-на-Дону
Кружилина А., Яргина В.
2 Неологизмы в современных русских и английских языках
Максимова К.
3 Сложный процент
Ларионова Я.
4 Здоровый образ жизни как основа полноценной профессиональной деятельности
Меликджанян Л.,Габриелян М.
5 Герои русских былин: вымышленный образ или реальные люди?
Кильдеев Т., Мановицкая А.
6 Приоритетные и стратегические направления импортозамещения: анализ российского рынка в экономической ситуации
Меликджанян Л.
7 Маркетинговая модель 4Р на примере банковской дебетовой карты
Бельясова М.
8 Цифровизация в банковской сфере: современные тенденции
Тутуева А.
9 Конфликт интересов банка и клиента. Методы управления и защиты
Резникова О., Бывайлова В.
10 Мисселинг в России
Клыш В., Ревенко П.
12 Спрос на оплату платежей QR-кодами
Кудря М., Колесник К.

Памятники литературным героям в Ростове-на-Дону

Кружилина А.
студентка I курса

Научный руководитель:
Макиенко Е.Н.

Памятник – это всё, что сделано для облегчения памяти,
для того, чтобы помнить…
В. И. Даль

По всей России и по всему миру установлены памятники героям книг. Возникает вопрос: а почему, зачем? И первое, что приходит в голову, это то, что многие из этих героев литературных произведений внесли вклад в нашу жизнь не меньше, чем реальные люди. Каждый день они дают возможность читателям всего мира чувствовать разные эмоции и развивать в себе такие качества и умения, как сопереживание, радость, любовь, чувство справедливости, верности и другие. Традиция ставить скульптурные памятники героям литературных произведений родилась сравнительно недавно, но подобных памятников в мире, как нам думается, накопилось уже немало, и это означает, что люди ценят книжных героев не меньше, чем настоящих.

"Памятники литературным героям" - тема, на наш взгляд, интересная, важная. В последние десятилетия наблюдается тенденция спада интереса подрастающего поколения к чтению. Наша страна давно уже утратила звание самой читающей страны мира. Сегодня дети отдают предпочтение компьютеру, планшету, смартфону. Как заставить душу трудиться? Что противопоставить набирающим популярность гаджетам? Ответов, наверное, можно найти немало. Мы думаем, что одним из действенных способов является знакомство с памятниками знаменитым писателям, поэтам и их художественным детищам. Такая встреча не может не пробудить интерес к чтению литературных произведений. А, может быть, уже пробудила?

Чтобы выяснить художественные предпочтения своих сверстников, мы провели анкетирование среди студентов 1 и 3 курсов, включив в него два вопроса:

1.Какие памятники литературным персонажам вам известны?

2.Какому литературному герою установили бы памятник и почему?

Выяснилось, что **48%** опрошенных назвали памятник Нахалёнку (кстати, их два в Ростове-на-Дону), **32%** студентов назвали памятник Деду Щукарю. Григория и Аксинью вспомнили **15%** от всех респондентов. Такая известность этих памятников связана, скорее всего, не с чтением знаменитого на весь мир романа Михаила Александровича Шолохова «Тихий Дон», а с популярностью ростовской набережной. По **2%** студентов знают, что установлены памятники Гене и Чебурашке, Бабе-Яге и **1%** Айболиту.

Что касается второго вопроса, то здесь все опрошенные проявили активность.

Студенты установили бы памятник Тарасу Бульбе за смелость и мужество; Трём богатырям, олицетворяющим русский дух и силу; Муму из одноимённого рассказа И. С. Тургенева как символ верности. Даже Обломов не обойдён вниманием. Студент так обосновал свой ответ: «Я тоже люблю полежать», а студентка аргументировала свой выбор тем, что памятник мог бы стать наглядным примером для малочитающих, для тех, кто от жизни ничего не берёт и не делает. А ещё памятники предлагали установить Мастеру и Маргарите как символ вечной любви, Золотой рыбке, при виде которой люди, веря в волшебство, могли бы загадывать свои желания и верить, что они исполнятся. А

ещё студенты написали, что сказка Пушкина учит тому, что если просить у жизни многое и нагло себя вести по отношению к судьбе, то она сыграет с вами плохую шутку.

Таким образом, после изучения литературы и результатов опроса мы пришли к выводу, что выбранная нами тема достаточно актуальна. К сожалению, сегодня многие люди мало читают, плохо ориентируются в литературном потоке, не знают героев художественных произведений, их авторов. В немалой степени это продемонстрировал и проведенный нами опрос: многие из респондентов затруднились назвать персонажей, которым установлены памятники. В связи с этим думаю, что презентация памятников литературным героям, которую мы подготовили, будет способствовать приобщению студентов к чтению.

Ведь и сами скульптуры призваны влиять на людей, учить их быть добрыми, верными, отважными и благородными, дарить счастье общения. Кроме того, появление такого рода памятников связано, прежде всего, с популярностью конкретного персонажа. Иногда одному и тому же литературному герою устанавливают несколько памятников в разных городах. Если еще лет 30-40 назад памятники литературным героям были редкостью, то в последние 10-15 лет их установка стала делом привычным, почти в каждом крупном городе найдется хотя бы одно такое изваяние.

В словаре Сергея Ивановича Ожегова читаем: «Памятник - скульптура или архитектурное сооружение в память кого-нибудь или чего-нибудь». Памятник в широком смысле – объект, составляющий часть культурного наследия страны, народа.

Люди и события, увековеченные в памятниках, не только напоминают нам о себе, но и показывают, что же ценит в своём прошлом сегодняшний человек, что считает важным в своей истории и культуре.

Есть совершенно особенные памятники. Те, кого они изображают, никогда не жили на свете, они существуют в нашем воображении и на страницах любимых книг. Это памятники литературным героям.

Памятники литературным героям в России не редкость. Но только на Дону увековечены те персонажи, жизнь которых протекала именно здесь. Иначе с шолоховскими героями и быть не могло.

В нашем городе есть несколько памятников шолоховским героям. И один – самому писателю. Весьма символично, что он установлен на берегу реки, воспетой Шолоховым. А ещё на набережной есть 3 памятника шолоховским героям.

Нахалёнок. Озорной мальчик Мишка из «Донских рассказов» сидит на плетне. Наверное, все помнят его фразу: *«Погоди, погоди, дедУнюшка! Вот выпадут у тебя зубы, а я жевать тебе не буду!»* Но одного Нахаленка донской столице оказалось мало — настолько любим оказался этот персонаж. В 1979 году появился еще один «Нахалёнок с гусями»: фигура Мишаньки — с выводком гусей. Эта скульптурная композиция размещена у Дворца бракосочетания в Университетском переулке.

Дед Щукарь. Рядом с Нахалёнком – скульптура ещё одного яркого шолоховского персонажа, Деда Щукаря, героя романа «Поднятая целина». Бронзовый старик стоит у котелка, варит уху, рассказывая очередной смешной случай. Он был большим любителем рассказывать весёлые истории из своей жизни.

В июне 2013 года на Набережной, в рамках программы по улучшению облика Донской столицы, была установлена скульптурная композиция «Григорий и Аксинья в

лодке» – памятник персонажам культового романа писателя М. А. Шолохова «Тихий Дон». Скульптура изображает обоих персонажей, сидящими в весельной лодке.

Фигуры шолоховских персонажей пользуются неизменным успехом у гостей города. Нет туристического маршрута в донской столице, который не проходил бы мимо фигур шолоховских персонажей на ростовской Набережной.

В 2022 году в ростовском парке Октябрьской революции установили Скульптуру Бабы Яги. Ростовскую Бабу Ягу сделали в Екатеринбурге, автор скульптуры – Игорь Казанцев. Колдунья сидит на скамейке, и сфотографироваться с ней может каждый желающий. И хотя ростовская старушка разместилась на скамейке в парке совсем недавно, с ней уже связана волшебная примета: нужно загадать желание и потереть нос Бабы Яги. *Баба Яга – пожалуй, самый интересный, харизматичный и неоднозначный персонаж русских сказок, поэтому не будет преувеличением сказать, что и скульптуры её пользуются всенародной любовью.*

А ещё на улице Советской, недалеко от нашего колледжа, установлены деревянные скульптуры всеми нами любимых персонажей из Простоквашино. Эти милые герои радуют как маленьких любителей мультфильма, так и взрослых.

С помощью нашего исследовательского проекта мы систематизировали и проанализировали информацию о памятниках персонажам литературных произведений, установленных в Ростове-на-Дону. И хочется верить, мы смогли заинтересовать наших студентов к дальнейшему изучению литературы.

В одиночестве, в покое
Дремлют книжные герои
На страницах книг своих.
Пробудите к жизни их!
Что им маяться от скуки?
Все герои любят труд!
Вам, друзья, и книги в руки,
Пусть герои оживут!

Литература

1. Ожегов, С.И. Толковый словарь [текст] / С.И. Ожегов, под ред. Л.И. Скворцовой – М: Мир о образование ОНИКС,2012. – с.569

2. Воронов Н. Люди. События. Памятники / Н.Воронов.-М.:Просвещение,1984.-208с.

Неологизмы в современном русском и английском языках

Максимова К.,
Студентка I курса

Научный руководитель
Татаркина Е.В.

Лексика — самая подвижная часть языка, она непрерывно обновляется и развивается вместе с жизнью общества. Появление неологизмов, или новых слов, — это

прямое свидетельство жизнеспособности языка, его стремления выразить все богатство человеческих знаний и прогресса цивилизации.

Сегодня языком общения выступает английский язык, получивший статус глобального т.к. почти 2 млрд. человек говорят на английском). Изучение неологизмов способствует расширению словарного запаса и пониманию реалий современной жизни. А изучение новых слов в языке, носителем которого человек является, и в языке международного общения путём их сравнения способствует этому вдвойне. Далеко не все люди понимают значения неологизмов, и это для них является проблемой. Этим определяется **актуальность исследования.**

Цель исследования: сравнение неологизмов в современном русском и английском языках.

С появлением новых вещей, предметов культуры, новых технологий и представлений о мире в языке появляются новые слова или словосочетания. Их называют неологизмами (др. греч. νέος — новый + λόγος — слово). Неология — наука, которая занимается изучением неологизмов. Это молодая и перспективная отрасль языкознания.

Наиболее разработанной и общепринятой точкой зрения на определение неологизма является позиция доктора филологических наук Н. З. Котеловой, которой характерен широкий подход к новым словам. Котелова предложила свою систему «параметров-конкретизаторов». Автор считает, что понятие неологизма необходимо определять по сущностным, отличительным параметрам: Параметр **«время»** — основной параметр: неологизмы — это такие слова какого-либо периода, которых не было в предшествующий период. Можно выделить определенные периоды возникновения неологизмов, например, неологизмы эпохи Петра I, советской эпохи, периода перестройки и т. д. Параметр **«языковое пространство»**: перемещение слов из одной сферы употребления в другую, взаимодействие между литературным языком и языком наук, профессий, диалектов, устной речью. Параметр **«новизна языковой единицы»:** новым может быть не только слово, но и значение слова (семантический неологизм), а также неразложимое сочетание слов (идиома). Параметр **«установление структурных признаков новизны слова»**: выявление закономерностей словообразовательной системы в структуре неологизмов [6, с. 33]. Определение неологизма Н. З. Котеловой основано на понимании неологизмов как социально-исторической категории с учетом многосторонней относительности понятия «новое».

Виды неологизмов

В современном русском языке неологизмы делятся на две группы: языковые и авторские. **Языковые неологизмы** — это слова, которые возникают как названия для новых предметов, явлений, понятий, не имеющих ещё названий в языке (терминологические неологизмы) или как новые названия для уже существующих предметов или понятий (стилистические неологизмы). Они могут войти в словарный запас и словари русского языка. В связи с развитием производства и других областей человеческой деятельности возникает большое количество **терминологических неологизмов**. Например, компьютер, принтер, сайт, сервер; Internet, digital — цифровой. **Стилистические неологизмы** — слова и выражения, которые используются в целях создания выразительности, точности. Например, релакс — отдых; trigger-happy — воинственный. **Авторские неологизмы** (или окказионализмы (от лат. occasionalis — случайный) — индивидуально-авторские слова, созданные поэтом или писателем в

соответствии с законами словообразования языка, по тем моделям, которые в нем существуют, и использующиеся в художественном тексте как лексическое средство художественной выразительности или языковой игры. Неологизмы этого типа «прикреплены» к контексту, имеют автора. Яркими примерами окказионализмов являются слова, созданные советским поэтом В. В. Маяковским. Например, выражения «темно свинцовоночие», «сливеют губы с холода» позволяют автору передать ужасные условия труда, несмотря на которые рабочие строят «город-сад». Эпитеты «серпастый», «молоткастый» выражают гордость Маяковского за паспорт великой страны — СССР. Некоторые авторские неологизмы оказались настолько удачными, что стали общеупотребительными словами. Так, Н. В. Гоголь гордился ушедшим в народ «не вытанцовывается», Ф. М. Достоевский ввел в литературную речь слово «стушеваться», М. Е. Салтыков-Щедрин — «мягкотелость», «халатность», А. П. Чехов — «недотёпа». В настоящее время окказионализмы часто используются в рекламе с целью привлечь внимание к товару или услугам, например, «восхрустительный» (о сухариках), «аромагия» (о кофе), «фрумеладки» (о мармеладе).

Способы образования неологизмов

Учёные-лингвисты выделяют следующие способы образования неологизмов: фонологический, семантический, конверсия, аффиксация, словосложение, аббревиация, заимствования, словослияние.

Фонологические неологизмы появляются благодаря сочетанию отдельных звуков. Они выглядят как уникальное сложение звуков, часто используя звукоподражательные междометия. В литературе такие слова называют «искусственными» или «изобретенными» [8, с. 33]. Примеры: мимишный — милый (от звуков умиления); to whee — волноваться (от междометия, выражающего восторг), yeck, yuck — междометия, выражающие отвращение (американский сленг).

Семантические неологизмы образовываются способом, при котором уже существующие слова приобретают новое значение. Своеобразие семантических неологизмов состоит в том, что как лексемы они давно известны в языке, но, обновив свое значение, перемещаются из одной сферы языкового пространства в другую, изменяя при этом лексическую сочетаемость, стилистическую закрепленность, экспрессивную окраску. Примеры: взломать — ломая, открыть, вскрыть что-либо запертое, новое значение — преодолеть систему защиты компьютера; whaling — охота на китов, новое значение — вид кибермошенничества с целью похищения конфиденциальных данных высокопоставленных людей.

Конверсия — морфолого-синтаксический способ словообразования, при котором осуществляется переход слов, принадлежащих к какой-либо части речи, в иную часть речи. Примеры: прил. больной (человек) — сущ. больной; сущ. Google (поисковая система) — гл. to google («гуглить», искать информацию по поисковой системе), to amazon – покупать товары на сайте Amazon.com.

Аффиксация — морфологический способ словообразования, при котором части слова складываются в рамках словообразовательных норм, их морфологическая структура не вызывает проблемы с адаптацией в словарях носителей языка. Аффиксальные новообразования подразделяются на префиксальные и суффиксальные. Суффиксальные единицы уступают префиксальным в количественном отношении, однако они более употребительны в повседневном общении и в большей степени маркированы пометкой

«сленг». Примеры: супероружие; googlable — то, что можно найти в поисковой системе. Словосложение — способ, основанный на соединении отдельных слов, их корней. Примеры: марсоход; friendzone — зона дружбы.

Аббревиация — способ, образующий в настоящее время большое количество неологизмов, применяемых при общении в социальных сетях. Инициальный способ сокращения — для создания используются первые буквы слов. В свою очередь есть два отдельных вида инициальных аббревиатур: буквенные аббревиатуры (произносятся побуквенно, например, НЛО, ФРГ) и звуковые (читаются как полноценные слова, например, NATO, UFO).

Заимствование — это процесс усвоения одним языком слова, выражения или значения другого языка. Заимствованные слова имеют свою отдельную большую классификацию по способам заимствования. Примеры английских заимствований в русском языке: менеджер, триллер, дайвинг, чизбургер; русские заимствования в английском языке: kvass — квас, shuba -шуба, pirozhki — пирожки.

Словослияние — это такой способ словообразования, при котором часть одного слова сливается, чтобы образовать единое целое с частью другого слова или с целым словом. Примеры: Минпромторг (Министерство промышленности и торговли); staycation (stay, vacation) — отпуск, проведенный у себя дома; bail -out выручка, Bridezilla - Женщина, которая готовится к свадьбе, но при этом несговорчива и придирчива, постоянно вмешивается в процесс подготовки; bromance – Крепкая мужская дружба; Flexitarian – Показушное вегетарианство; Floordrobe - кипа вещей, которая хранится на полу; Frenemy - Поддержание дружеских отношений с человеком, к которому испытывается неприязнь; gloatgram - фотографии в сети Инстраграм, демонстрирующие отличную жизнь их автора, путешествия или еду.

Словосложение - способ словообразования, состоящий в морфологическом соединении двух или более корней (основ). В результате образуется сложное слово. Примеры: Коронаскептик - человек, настроенный скептически по отношению к пандемиии коронавируса Covid-19, Bookoholic- человек, одержимый книгами, blogebrity- блогер, знаменитость, wasband – бывший муж ,skype family – семья, поддерживающая свои отношения через интернет, busy-brain – псих.состояние при котором возникает быстрая смена мыслей, earworm – навязчивая мелодия, cyberchondriac - киберхондрик - тот, кто воображает, будто болен какой-либо болезнью после прочтения о ее симптомах в интернете, cyberslacking – использование интернета на рабочем месте в личных целях.

В русском языке за последние три года появилось больше тысячи новых слов. В 2022 году официально было включено в словарь 152 слова. Русский язык, сейчас занимает 5 место по распространенности в мире. И второе место в интернете после английского. Мы выбрали самые яркие примеры новых слов, которые официально вошли в русский язык - они включены в орфографический словарь Института русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук.

Изучив полученные данные о способах формирования неологизмов в русском языке, мы видим, что самым активным способом словообразования является заимствование – 52%, менее активными являются суффиксация – 18% и сокращение – 13%. Конверсия, аффиксация и аббревиация проявляют наименьшую активность – доля каждого из них составляет менее 10%.

Изучив полученные данные о способах формирования неологизмов в английском языке, мы видим, что самым активным способом словообразования является словосложение – 42%, менее активными являются сокращение – 21%, аффиксация – 17% и аббревиация – 12%. Слова, образованные путем конверсии и заимствования из других языков, практически отсутствуют - доля таких неологизмов составляет всего лишь по 2% на каждую из групп.

Итак, основными способами образования неологизмов в английском языке являются аффиксация, словосложение, семантический способ и слияние. Доминирующий способ образования русских неологизмов — заимствование, преимущественно из английского языка, остальные способы применяются незначительно. В русском языке неологизмы наиболее часто встречаются в сфере бизнеса, искусства и моды, психологии и коммуникации. В английском языке — в области психологии и коммуникаций. Неологизмов — великое множество. Не все они нужны обычным людям. Но без некоторых не обойтись в бизнесе, общении или других сферах. Поэтому неологизмы нужно знать, понимать и правильно применять, они интересны. Кроме того, русские неологизмы в большинстве своем являются англицизмами (английскими заимствованиями). Поэтому знание неологизмов может способствовать изучению английского языка. Но стоит помнить, что злоупотребление новыми «модными» словами может превратить язык в простословие. Поэтому необходимо помнить, что русский язык – это богатство, правильное и бережное отношение к нему помогает сохранить это бесценное состояние и приумножить его!

Литература:

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие / 2–е изд., перераб. М.: Наука, 2012. С. 376.
2. Елисеева В. В. Лексикология английского языка: учебник / СПб.: СПбГУ, 2003. С. 44.
3. Курбанова Н. А. Основные модели словообразования неологизмов // Молодой ученый. 2014. № 17 (76). С. 602–603.
4. Сырескина С. В. Неологизмы в современном английском языке // Молодой ученый. 2017. № 42 (176). С. 207–210.
5. Хромачёва, В. А. Неологизмы в современном русском и английском языках / В. А. Хромачёва, А. А. Лариков. — Текст : непосредственный // Юный ученый. — 2022. — № 7 (59). — С. 17-34.

Электронные источники

6. https://englex.ru/words-of-the-year-2022
7. https://www.kp.ru/daily/27473.5/4680055/
8. https://4brain.ru/blog/neologizmy-novye-slova-novyh-vremen/

Сложный процент

Ларионова Я.,
Студентка II курса

Научный руководитель
Купцова С.В.

Актуальность работы:

В настоящее время понимание процентов и умение производить процентные расчёты, необходимы каждому человеку. И мы должны уметь пользоваться процентами на практике, ведь значение этой темы очень велико, и она затрагивает финансовую, экономическую, демографическую и другие сферы жизни

Цели исследовательской работы

1. Узнать историю возникновения процентов, процентных ставок.
2. Научиться различать простые и сложные проценты.
3. Узнать, как используются проценты в банковских вкладах, и в каких случаях применяют те или иные проценты.

В своей исследовательской работе я хочу наглядно показать решение задач на простые и сложные проценты, описать некоторые свойства кредитования и вклада денежных средств в банки.

II. Основная часть

В практике финансовых расчётов проценты применяются для определения наращенной суммы. Если деньги «работают», то они должны приносить доход, пропорциональный некоторой ставке. Если доход начисляется только на вложенную сумму, то начисляются простые проценты.

Ключевые различия между простым и сложным процентом

1. Проценты, начисляемые на основную сумму за весь срок кредита, известны как простые проценты.
2. Проценты, начисляемые как на основную сумму, так и на ранее заработанные проценты, называются сложными процентами.
3. Сложный процент дает высокую доходность по сравнению с простым процентом.
4. В Простом Проценте основное значение остается постоянным, в то время как в случае Сложного Процента Основное значение изменяется из-за эффекта сложения.
5. Темпы роста Простых процентов ниже, чем сложных процентов.
6. Расчет простого процента прост, а расчет сложного процента сложен.

Понятие сложного процента

Почему инвесторы утверждают, что можно создавать капитал даже с небольшими суммами? Откладывая 5 000 в месяц на счет, разве накопишь что-то существенное? Ведь даже на маленьких суммах каждый человек способен создать свой собственный капитал. Именно МЫ заставляем наши деньги работать и находиться в обращении. В этом нам может помочь сложный процент

Сложный процент – это процент, который рассчитывается от первоначальной суммы, затем к ней присоединяется, далее рассчитывается уже от новой суммы с учетом ранее начисленного дохода и так далее до окончания расчетного периода. В банковской сфере такой процесс называется капитализацией.

В 1-й год маленькая сумма прирастает маленьким доходом. На 2-й год доход будет начислен уже на “Сумма + Доход за 1-й год”, на 3-й – “Сумма + Доход за 1-й и 2-й годы” и т. д.

Формулы расчета. Простой процент

Простой процент каждый расчетный период (месяц, квартал, год) начисляется только на первоначальную сумму. Сумма увеличивается медленно

SN = SП * (1 + % ст * N)

S*N* – сумма в конце периода N;

S*П* – первоначальная сумма капитала;

% *ст* – процентная ставка (доход);

N – расчетный период.

Например

Положили на счет 100 000 под 10 % годовых на 10 лет. В конце срока получите:

100 000 * (1 + 0,1 * 10) = 200 000

Формулы расчета. Простой процент

В реальной жизни понятие простого % применяется, например, в экономических расчетах по банковским вкладам без учета капитализации. В договоре обязательно указывается годовая процентная ставка. Проценты начисляются за каждый день нахождения денег на вкладе. А получать доход вкладчик может ежемесячно, ежеквартально или раз в год. В этом случае нам понадобится формула расчета:

SN = SП * (1 + % ст * Д / 365) *Д* – количество полных дней нахождения денег на депозите.

Положили на счет 100 000 ₽ под 10 % годовых на 91 день. В конце срока получите:

100 000 * (1 + 0,1 * 91 / 365) = 102 493,15 ₽.

На 180 дней:

100 000 * (1 + 0,1 * 180 / 365) = 104 931,51 .

На 2 года (730 дней):

100 000 * (1 + 0,1 * 730 / 365) = 120 000 .

Формула расчета: Сложный процент с начислением дохода 1 раз в год SN = SП * (1 + % ст)N

Пример.

В банк положили 100 000 ₽ под 10 % годовых на 2 года. Будущая стоимость вклада составит:

100 000 * (1 + 0,1)*2 = 121 000 .

Формула расчета: Сложный процент с начислением дохода чаще, чем 1 раз в год

SN = SN * (1 + % ст / К)^N*К

К – частота начисления дохода (12, 4 или 2 раза в год).

Пример. В банк положили 100 000 под 10 % годовых на 2 года с ежемесячным начислением процентов. Будущая стоимость вклада составит:

100 000 * (1 + 0,1/12)*24 = 122 039,1 .

Ключевые параметры, влияющие на результат расчетов:

1. Процентная ставка – доходность, которую вы получаете от вложения своих средств в тот или иной инструмент, или плата за использование «чужих» денег (например, кредит). Чем выше %, тем больше вы заработаете или заплатите.

2. Расчетный период – срок (дни, месяцы, годы), в течение которого планируется получать доход или расплачиваться за кредитные средства. Чем он выше, тем больше будет накопленная или выплаченная кредиторам сумма.

3. Стартовый капитал – сумма, которую вы первоначально выделили для накопления или получили в кредит.

4. Частота дополнительных взносов . на коротком промежутке времени эффект от дополнительного внесенных на счет сумм незначительный. Снежный ком начинает расти заметными темпами с 5-7го года накопления или погашения.

5. Частота начисления % - ежедневно, ежемесячно, ежеквартально или ежегодно. Чем чаще, тем выше скорость наращения суммы.

Механизм работы на примере банковского депозита

При выборе банковского депозита вкладчик должен обращать внимание на несколько параметров: надежность банка, его участие в государственной системе страхования, условия пополнения и снятия денег, минимальная сумма на счете. Но главный из них – процентная ставка и условия её начисления.

Механизм сложный процентов подключен к вкладам с капитализацией процентов. А сама ставка, которая будет действовать на высшем счете, называется эффективной.

Механизм работы в инвестициях

Сложный процент работает не только в банковской, но и в инвестиционной сфере. Если в банках процесс начисления процентов на проценты называют капитализацией, то в инвестициях – реинвестированием, т. е. повторным инвестированием. Но суть остается одинаковой.

Долгосрочные инвесторы хорошо знакомы с механизмом сложных % и стараются его использовать по максимуму. Рассмотрим, как он работает в различных инвестиционных инструментах, таких как ***облигации и акции***

Механизм работы в инвестициях. Облигации

Облигации — это долговые ценные бумаги, которые выпускаются государством или компаниями, чтобы получить деньги на развитие бизнеса.

Доходность облигации складывается из двух источников – рост котировок и купоны. Последние выплачиваются в виде % от номинала ценной бумаги. Как правило, раз в полгода.

Эффект сложного процента можно наблюдать на купонных выплатах, но только в одном случае – если вы полученную прибыль не тратите на текущее потребление, а повторно вкладываете в инвестиции, т. е. реинвестируете. Но если ценных бумаг несколько десятков или сотен, то сумма достаточна для покупки еще нескольких облигаций.

Если вы не держите облигацию до погашения, а пытаетесь заработать на росте котировок, то и в этом случае полученную прибыль от перепродажи лучше реинвестировать для включения механизма сложных %

Механизм работы в инвестициях. Акции

Точно такой же эффект, как и в облигациях может давать *реинвестирование* дохода от акций в покупку новых акций. Для этого полученные дивиденды не надо выводить со счета, а повторно инвестировать.

Не все эмитенты выплачивают дивиденды. Некоторые инвесторы покупают в свои инвестиционные портфели акции роста, т. е. бумаги, которые в перспективе могут вырасти в цене. Купил дешевле, продал дороже – одна из стратегий инвестирования.

Выгода сложного процента для инвесторов

Есть масса инструментов для моделирования механизма работы сложного процента – начиная со всем известного Excel, заканчивая продвинутыми калькуляторами сложного процента. Но принцип их работы един: задаются исходные условия в виде суммы капитала, процента доходности инвестиций, суммы и периодичности пополнений, срок инвестирования… и далее идет стандартный механизм расчета.

Заключение

В ходе исследовательской работы я узнала много нового и увлекательного о простых и сложных процентах, поняла, какие лучше использовать проценты при кредитовании, порешала задачи на проценты.

Надеюсь, что в будущем этот опыт мне пригодится в жизни, ведь математика окружает нас повсюду, НА ТО она и Царица Наук

Список литературы:

1. https://iklife.ru/investirovanie/slozhnye-procenty-chto-ehto-takoe/
2. https://fin-plan.org/blog/investitsii/slozhnyy-protsent-v-investirovanii-kak-eto-rabotaet/
3. https://vc.ru/finance/110492-chto-takoe-slozhnyy-procent-i-kak-investoru-na-nem-zarabotat

Здоровый образ жизни как основа полноценной профессиональной деятельности

Меликджанян Лилит
Габриелян Милена
студентки 3 курса

Научный руководитель:
Калмыкова Е.М.

В настоящее время большая часть человечества давно уже не живет в природной, то есть в естественной среде. Чаще оно окружено средой искусственной, придуманной и созданной самим человеком, к естеству имеющей отношение весьма отдаленное. Блага цивилизации: теплое жилище, центральное отопление, искусственное освещение, транспорт, средства связи, качественная медицинская помощь, высокопродуктивное производство продуктов питания – все это повышает качество и продолжительность жизни.

Однако ее высокий темп, информационная перегрузка, высокая плотность населения, социальная конкуренция, нестабильное экономическое и политическое устройство общества, слабая организация медико-санитарных служб, выступает одним из главных социальных факторов, способствующих возникновению болезненных состояний.

Здоровье – это что-то противоположное болезни. Болезнь – процессии состояние организма, характеризующееся повреждением его органов и тканей в результате действий вредоносных факторов (причин болезни), развертыванием его защитных реакций, направленных на ликвидацию повреждений; обычно сопровождается снижением работоспособности приспособляемости организма к условиям окружающей среды и

ограничением трудоспособности. По определению Всемирной организации здравоохранения, здоровье является состоянием полноценного физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствием болезней и физических дефектов. Одним из важных условий и факторов, обусловливающих уровень здоровья, выступает здоровый образ жизни.

Кроме того, влияние оказывают индивидуальные и личностные качества человека: наследственность, адаптационные возможности организма, психические качества личности, культурное окружение и воспитание, образование, образ жизни, особенности поведения. Понимание этих условий и факторов риска, воспитание способности организовывать свою жизнь, умение применять методы физической культуры для укрепления здоровья, необходимых для обеспечения социальной активности и полноценной профессиональной деятельности, — все это выступает одними из главных задач образования.

Здоровый образ жизни — это образ и формы жизнедеятельности, привычек, традиций, поведенческих стереотипов, направленность личности на профилактику болезней и укрепление здоровья. Здоровый образ жизни предполагает безусловный отказ от курения. Россия является одной из пяти стран, лидирующих в мире по потреблению табака.

По данным ВОЗ, при сохранении тенденции по распространению курения в 2020-2030 годах вклад курения в смертность населения России достигнет 70%. Среди взрослых мужчин курение служит причиной большого количества смертей от различных заболеваний. Вы можете это увидеть по данным диаграммы.

Другим слагаемым здорового образа жизни выступает рациональное питание. Энергетическая ценность рациона рассчитывается по тому, сколько в граммах и какой пищи человек съел за сутки. Роспотребнадзором 18 декабря 2008 года были утверждены нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации.

Режим труда и отдыха выступает одним из главных условий и факторов поддержания на оптимальном уровне работоспособности и здоровья человека. В самом общем виде — это порядок чередования периодов продолжительности работы и отдыха. При разработке образа рационального режима труда и отдыха исходят из трех основополагающих положений: эффективное достижений целей профессиональной деятельности.

Характеризуя изменение работоспособности в течение рабочего дня, выделяют три фазы. Физиологи установили, что работоспособность - величина непостоянная. Она связана с изменениями характера протекания физиологических и психических функций в организме человека. Высокая работоспособность при любом виде деятельности обеспечивается только в том случае, если ритм трудовой деятельности совпадает с естественной периодичностью суточного ритма физиологических функций организма. В разное время суток организм человека реагирует на физическую и нервно-психическую нагрузку по-разному. Поэтому его работоспособность, способность противостоять утомлению в течение суток объективно и неизбежно подвержены колебаниям.

И, несомненно, одним из слагаемых здорового образа жизни выступает уровень физического развития и физической активности. Физические развитие человека является одним из объективных показателей состояния здоровья. Те, кто регулярно занимаются физическими упражнениями, в два раза меньше подвержены развитию коронарно-артериальных заболеваний. У них на 35- 52% снижается риск развития гипертонии, а артериальное давление снижается в среднем на 10 мм рт. ст.

Физические упражнения способствуют профилактике остеопороза, остеохондроза позвоночника. Эти заболевания наиболее распространенные в профессиональной деятельности экономистов, банковских служащих, офисных работников. Отечественными и зарубежными учеными разработаны общие рекомендации по величине физической тренировочной нагрузки. Физические упражнения включены любые, при выполнении которых в работу включаются большие мышечные группы: бег, ходьба на лыжах, коньках, езда на велосипеде, плавание, гребля, танцы, игровая деятельность; упражнения с сопротивлением умеренной интенсивности, эффективные для поддержания анаэробных возможностей, развития и сохранения массы тела и прочности костей - 8-10 упражнений на большие мышечные группы не менее 2 дней в неделю.

Поражения опорно-двигательного аппарата чаще всего проявляются в виде нарушений осанки (сколиозы различной степени), остеохондроза позвоночника и артрозов (артритов) крупных суставов. Правильный режим статических и динамических нагрузок способствует стабилизации дегенеративно-дистрофических поражений опорно-двигательного аппарата. При заболеваниях суставов наиболее правильными исходными положениями для разгрузки суставных поверхностей являются следующие: лежа на спине, лежа на животе, стоя в упоре на коленях, лежа на боку. Возможное восстановление нарушенного объема движений осуществляется упражнениями на развитие гибкости.

Отечественными и зарубежными учеными разработаны общие рекомендации по величине физической тренировочной нагрузки для развития и поддержания на оптимальном уровне деятельности сердечно-сосудистой и дыхательный систем, массы тела, мышечной силы и выносливости у взрослых здоровых лиц в возрасте от 18 до 64 ле, то есть тех функций организма, из которых, собственно, и складывается здоровье. Они таковы:

1. Частота тренировочных занятий 3-5 раз в неделю
2. 2. Интенсивность работы 65%-85% от максимальной ЧСС
3. 3. Длительность занятий 20-60 минут непрерывной аэробной работы в зависимости от интенсивности

Литература

- Амосов Н.М. Раздумья о здоровье. 3-е изд., перераб. и доп. М., ,1987. С. 64-71
- Лапидус А.А., Бумарскова Н.Н. «Формирование профессиональной направленности специалистов экономического профиля на основе анализа их занятий различными видами спорта», Теория и практика физической культуры и спорта, 2017, №5, С. 33-36
- Тимошина, И. Н. Физкультурное образование учащихся общеобразовательных учреждений: монография / И. Н. Тимошина. – М.: Теория и практика физич. культуры и спорта, 2006. – 138 с.

Герои русских былин: вымышленный образ или реальные люди

Кильдеев Т.
Студент I курса

Научный руководитель
Бондаревская А.А.

Русская земля всегда славилась своими героями. Во все времена находились герои, которые отдавали свою жизнь за Родину, своих близких и родных. Много их было, защитников земли Русской,- князей, богатырей, простых крестьян. И все их имена навеки остались в народной памяти.

Казалось, что это доисторические люди, но порой за этими персонажами скрываются судьбы реальных людей, живших на Руси и завоевавших такую славу и почет, что народ стал слагать о них легенды. Из уст в уста передавались народные песни, былины о богатырях. Каждый народ помнит и знает свою историю. В преданиях, легендах, песнях сохранились и передавались из поколения в поколение сведения и воспоминания о прошлом. Именно народ сложил эти удивительные сказания про русских богатырей.

Давайте попробуем разыскать следы в истории некоторых богатырей. Возникает вопрос: жили ли они на Руси, кто они, чем занимались, кто является их прототипами?

Цель нашей исследовательской работы: добыть сведения в литературных источниках, подтверждающие или опровергающие существование богатырей на Руси, выяснить не были ли они совершенно мифическими персонажами.

Для достижения цели требуется: раскрыть понятия «былина» и «богатырь», проанализировать работу и обобщить данные.

Слово «былина» обозначает «старина». Это поэтические сказания о прошлом в которых прославлялись подвиги русских богатырей. Русские былины проникнуты идеей освобождения своей земли от врагов.

Мы решили исследовать жизнь богатырей. Рассмотрим несколько былин с этими богатырями. Самыми известными на сегодняшний день считаются те, кого изобразил на своей картине В.М. Васнецов. Это Илья Муромец, Добрыня Никитич, Алеша Попович. А также Микула Селянинович и Евпатий Коловрат. Исследуя эту тему выяснилось, что истории жизни русских богатырей - это большая загадка.

Сюжеты о Добрыне Никитиче и Алеше Поповиче связаны со временем становления Киевской Руси (9-12 века). А сюжеты об Илье Муромце относятся к 12-14 векам.

Но для начала определим, кто же является тем самым Богатырем?

Богатыри – это герои былин и сказаний. Отличающиеся большой силой и совершающие подвиги религиозного или патриотического характера. Богатыри стояли на страже Руси, на заставе. Некоторые сюжеты, связанные с богатырями, восходят к историческим событиям. Долгое время былины (старины) передавались в устной форме, пока ими не заинтересовались ученые, филологи, фольклористы. Считается, что русское слово «богатырь» восходит к древнетюркскому слову «батур» - «герой, доблестный воин».

Алеша Попович

Алеша Попович схож со своим прототипом – ростовским боярином Александром (Олешей) Поповичем. О многих подвигах Александра мы узнаем в Никоновской летописи. Сначала он был дружинником князя Всеволода Юрьевича Большое Гнездо, а

затем служил его сыну Константину Всеволодовичу. В 1216 годах Алеша принял участие в одной из самых кровавых междоусобных сражений средневековой Руси – Липецкой битве, причем в пылу сражений боярин Александр Попович едва не зарубил по ошибке своего князя Мстислава Удатного. При этом Алеша не просто не признал свою ошибку а еще и отчитал князя, чтобы тот не лез под горячую руку. Константин Всеволодович выиграл битву, но прожил после победы всего два года. После смерти князя Александр Попович отправился в Киев, на службу к Мстиславу Старому. В 1223 году, когда на Русь напали татаро-монголы, состоялась битва на реке Калке. Именно там и сложил голову исторический прототип былинного богатыря Алеши Поповича.

Илья Муромец

О том, что Илья Муромец существовал, ученые узнали из записей одного из иноземных послов, который заезжал в Киев. Слово «мур» на Руси означало землю, камень, стену, у «муром» - крепость. Таким образом, имя Ильи Муромца было расшифровано как Илья из пограничной крепости. Останки богатыря до сих пор находятся в Киево-Печерской лавре и являются неопровержимым доказательством того, Илья Муромец реально существовал. Русский богатырь почитается русской православной церковью, мощи великого богатыря облачены в монашескую одежду.

Добрыня Никитич

В былинах повествуется о том, что Добрыня долг служил при Киевском князе Владимире, которому он служил верой и правдой. Прославился киевский воевода силой, храбростью, умом, нравом крутым, но справедливым. Есть предположения, частично подтверждаемые историческими фактами и летописными документами, о том, что Добрыня и его сестра Малуша, мать князя Владимира, родом из села Низкиничи, что на Волыни. Отсюда и прозвище Добрыни – Низкинич, впоследствии изменившееся на Никитич. Он был дядей князя Владимира по материнской линии, был воеводой княжеского войска и поверенным во многих делах, в том числе личного характера. Добрыня был женат, у него был сын Константин. Род Добрыни Никитича был очень именитым и завершился на преподобном Варлааме, последнем потомке воеводы.

Микула Селянинович

Этот богатырь был крестьянином - пахарем, наделенным замечательной силой и согласно былине, он возможно был единственным, кто мог совладать с «тягой земной».

В нем воплощен собирательный образ русского крестьянина. Главную роль в котором играют трудолюбие и уважение к Родине, стойкость перед врагом. Главная жизненная ценность заключается в том, что национальный герой пашет землю сохой не уставая. Все силы меркнут перед могуществом силы русского богатыря. Сила и мощь Микулы Селяновича в труде прославляет весь русский народ, которому чужда лень и слаботь. Микула – вымышленный персонаж, но его семья продолжается в эпосе о его дочерях Василисе Микуличне и Анастасии Микуличне.

Евпатий Коловрат

Русский богатырь, боярин, рязанский воевода и герой рязанского народного сказания 13 века, времен нашествия Батыя. Коловрат был воеводой при дворе рязанского князя Юрия. Богатырь отличался огромной физической силой, был опытным воином. Евпатий Коловрат погиб на поле боя. С большим трудом врагам удается убить Евпатия , и сам Батый, глядя на тело его , восклицает: « Еслиб бы у меня такой служил , - держал бы его против сердца своего». Похороны Евпатия прошли 11 января 1238 года в Рязанском соборе. Это мы все узнали в одном из лучших произведений древнерусской литературы - «Повесть о разорении Рязани Батыем».

Исследуя, данную тему, ответили на все поставленные в начале нашей работы вопросы. Мы узнали, что былинные богатыри прославились мужественностью и преданностью служения народу и Родине. Богатыри - это не вымысел сказителя, действительно жили люди, которые стали прототипами сказочных богатырей. Пример непобедимых богатырей вселяет в людей мужество, укрепляет чувство долга и чести. Нет ни одной былины, где богатырь - воин, не победил врага. Богатыри – это могучие защитники русской земли !.Наши славные богатыри, даже несмотря на некоторые поражения, всегда оказывались победителями! Не смогли покорить Русь ни печенеги, ни половцы, ни монголо-татары. Реальные люди послужили образами для создания народом былинных героев. Молва об их подвигах передавалась из уст в уста и постепенно переплеталась со старинными легендами, другими историческими событиями.

Список использованной литературы

1.О. В.Творогов «Литература Древней Руси».

2.Д.С.Лихачев» Великое наследие: классические произведения литературы Древней Руси».

3.В.И Калугин «Былины».

4.Н.И.Кравцов «Русское народное творчество».

Приоритетные и стратегические направления импортозамещения: анализ российского рынка в экономической ситуации

Меликджанян Л.
студентка III курса

Научный руководитель
Семеренко А.В.

В современных реалиях внешнеполитической нестабильности Российской Федерации, импортозамещение выступает как необходимая форма развития отечественной экономики. В связи с нестабильным поведением капитала на мировом рынке в стратегических инвестиционных проектах импортозамещение приобретает особый смысл.

Под импортозамещением понимается государственная стратегия ведения политики, направленная на замену товаров импортного производства на национальные товары, пользующихся спросом на внутреннем рынке.

В научной литературе используется понятие импортозамещения как замещение импорта товарами, произведёнными внутри страны[1]. Импортозамещение характеризует также тенденцию городского свободного рыночного хозяйства к замещению ввозимых в

[1] Анимица Е.Г., Анимица П. Е., Глумов А. А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты // Экономика региона. — 2015. — № 3. — С. 163-164. Архивировано 21 ноября 2015 года

город товаров, товарами произведенными в городе.[2]

<u>Цель импортозамещения</u> — создание конкурентоспособного производства наряду с зарубежными производителями, а также разработка инновационных и передовых технологий для непрерывного функционирования производства.

<u>Стратегия импортозамещения</u> в России является одной из наиболее приоритентных направлений деятельности правительства. Связана данная стратегия с событиями 2014 года. В то время Россия оказалась под санкциями западных стран, при этом возникла острая необходимость ввода отечественных товаров на внутренний рынок. Тогда была запущенна программа импортозамещения: "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности".[3]

Программа подразумевает объединение усилий государства в сфере развития промышленного потенциала, создание системных долгосрочных стимулов для повышения конкурентоспособности российских промышленных компаний на внутреннем и мировом рынках.

Таким образом, по данным государственной власти Российской Федерации ***приоритентными направлениями развития импортозамещения*** является промышленная отрасль, а именно:

– станкостроение
– тяжелое машиностроение
– легкая промышленность
– электропромышленность
– медицинская промышленность
– а также, сельское хозяйство, информационные технологии, машиностроение.

Но, ограничение ввоза зарубежной продукции носит как позитивный, так и негативный характер. Переход к отечественной продукции имеет ряд *<u>положительных сторон</u>*, а именно:

- сокращается зависимость от иностранной продукции;
- российский бизнес выходит на новый уровень развития;
- увеличение рабочих мест.

Несмотря на положительные стороны, есть ряд *<u>негативных последствий</u>* данного перехода:

- снижение конкуренции;
- повышение цен на продукцию;
- государственное регулирование деятельности организаций.

По данным ***Национального Рейтингового Агенства***[4] за последние **8 лет** объем импорта санкционной продукции сократился в стоимостном выражении на 41%, до 13,4 млрд долл. и на четверть в объемном – до 10,1 млн тонн. Более существенное снижение импорта в стоимостном выражении по сравнению с объемным может объясняться смещением структуры импорта в сторону более дешевой продукции из стран

---

[2] Джекобс Джейн. Экономика городов. — М.: Культурное наследие, 2008. — С. 7. — ISBN 978-5-903718-01-6. Архивировано 19 ноября 2015 года

[3] Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

[4] «Национальное рейтинговое агентство». https://www.ra-national.ru/

внесанкционного списка на фоне двукратного ослабления национальной валюты к доллару США (с 2013 г.);

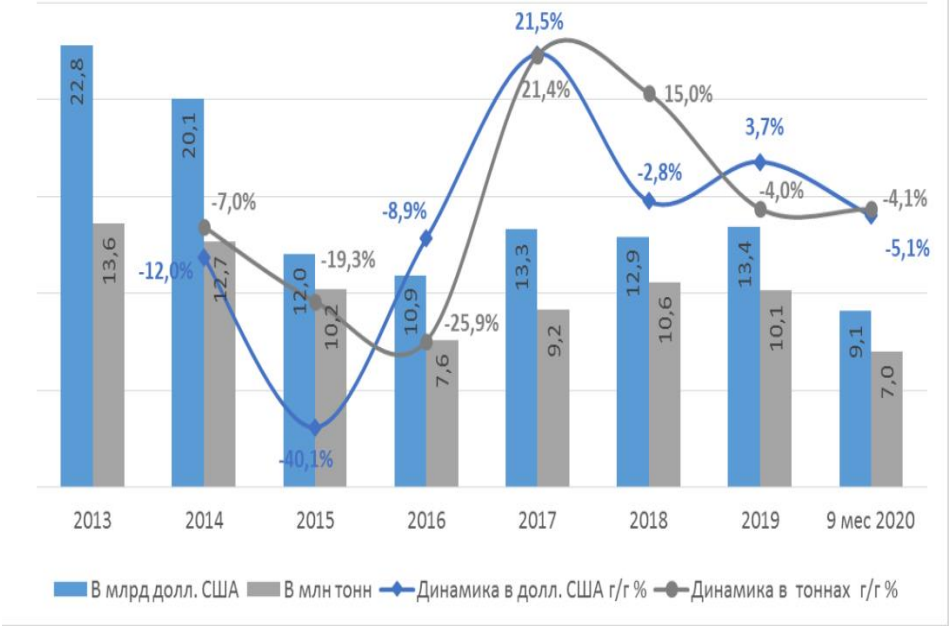
В январе-сентябре 2020 г. сокращение импортированных объемов продолжилось, усиленное пандемией COVID-19 и ограничением трансграничных перевозок. По итогам 2020 года объем совокупного импорта санкционной продукции может сократиться темпами на 4-5%, до 12,7-13 млрд долл. США и 9,5-9,7 млн тонн;

В 2013 г. наибольшая доля поставок приходилась на ЕС, из которого в Россию экспортировалось почти треть всей ввозимой продукции. Российский импорт из Белоруссии составлял всего 12%, тогда как по итогам 9 месяцев 2020 г. братская страна стала крупнейшим, и теперь на её долю приходится четверть совокупного импорта подсанкционной продукции.

Помимо выхода Белоруссии на первое место по объемам поставок в РФ изменился состав прочих стран-поставщиков (увеличилась доля стран Латинской Америки, Китая), и часть продукции, попавшая под санкции к ввозу в РФ из ряда стран, может по-прежнему поставляться на российский рынок через прочие рынки-посредники.

Наряду с изменением состава экспортеров в Россию и сокращением объемов импорта наблюдается и рост внутреннего производства. По итогам 2013 г. совокупный объем внутреннего производства попавших под санкции категорий продукции в РФ в 1,6 раза превышал объем их импорта. В 2019 г. превышение производства над импортом составило 2,5 раза. За последние три квартала на фоне сокращения совокупного импорта на 4,1% объем собственного производства в РФ вырос на 2,1% г/г, до 19,2 млн тонн. Доля импорта в совокупном предложении на текущий момент составляет чуть менее 30% по сравнению с 38% в 2013 г.

Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ до 2020 г. предусматривает сокращение объема импорта на 67,8% по мясу (фактический показатель составляет 65%), на 30% по молоку (факт – 20%), по овощам – на 70,3% (факт – 27%), по плодово-ягодной продукции – на 20% (факт 11%). Таким образом, фактический показатель приближается к целевому лишь по мясной продукции, тогда как по остальным категориям товаров обеспечен лишь на половину либо менее.



(рис.1)

На рисунке 1 представлена динамика российского импорта санкционной продукции начиная с 2013 по 2020 год.

В 2021 году данные показатели практически не понесли существенных изменений в области импортозамещения.

Таким образом, можно сделать вывод, что всего за восьмилетний период реализации политики импортозамещения доля зарубежной продукции снизилась на 10,37%.

По состоянию на 2022 год, приблизительно 1,5 тысячи проектов, представленных в Постановлении Правительства РФ "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности", уже прошли через стадию официального запуска. В числе первых из них:

- производства полного цикла по выпуску специальной обуви для работников медицинских отраслей;
- фабрики, занимающиеся разработкой и доставкой до конечных B2B-потребителей конструкционных пластмасс;
- компании, создающие сверхвысокочастотные переключатели для искусственных спутников Земли;
- организации, подготавливающие детали к разнообразным самолетным двигателям.

Что касаемо продовольственного эмбарго, то на данный момент наша страна добилась *полного самообеспечения* необходимо важными товарами: мясная продукция, рыбная продукция и зерно.

С недавнего времени Министерством РФ для организации взаимодействия между российскими организациями и заказчиками по упрощенным регламентам запущен «Сервис импортозамещения»[5], который помогает в проведении закупок импортозамещающих товаров отечественного производства. В связи со значительным повышением спроса на отечественную продукцию, Минпромторг России совместно с ЭТП ГПБ запустили онлайн-сервис на базе ГИСП. С помощью данного сервиса заказчики смогут публиковать запросы на приобретение товаров, поставщики в свою очередь — направлять свои ценовые предложения и предлагать российские и зарубежные аналоги товарам, импорт которых ограничен.

Благодаря работе «Сервиса импортозамещения» для заказчиков и продавцов существует ряд *преимуществ.* Для заказчиков:

- быстро нахождение заказчиками аналогов зарубежной продукции и поставщиков, которые их поставляют;
- наличие каталога импортной продукции, ввоз которой может быть ограничен;
- сокращение времени осуществления закупок за счёт упрощенной процедуры её проведения.

Для поставщика:

[5] «Сервис импортозамещения» https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/

- наращивание объемов продаж отечественных аналогов, поиск новых заказчиков и новые рынки сбыта;

- автоматическая рассылка приглашений к торгам каждый раз, когда заказчикам необходим товар;

- размещение до 10 позиций в прайс-лист бесплатно;

- сокращение времени осуществления закупки за счёт упрощенной процедуры её проведения.

С февраля 2022 года, в связи с началом военной операции зарубежные компании прекращают работу на российском рынке, что повлекло за собой некоторые возможности по улучшению импортозамещения. Это следует из того, что зарубежные компании вели свою деятельность и производили свою продукцию на преимущественно на заводах, расположенных на территории Российской Федерации.

Также Государственной Думой принят ряд законопроектов, которые направлены на стимулирование российского внутреннего рынка. И запущена государственная поддержка предпринимателей малого и среднего бизнеса.

Фактически политика импортозамещения не привела к значимому замещению иностранной продукции (кроме отдельных отраслей и направлений), но привела к усилению существующих и созданию новых монополий.

Проблемы политики импортозамещения по направлениям и методам реализации также остались на том уровне, на котором существовали до 2014 года. Потребители продолжают сталкиваться с повышенными ценами, инфляцией и с предоставлением некачественной продукции. Однако ситуация постепенно приобретает положительную тенденцию благодаря грамотным решениям со стороны государственного управления.

Государственное управление Российской Федерации продолжает вести активную работу над импортозамещением. За счет пролонгаций западных санкций по отношению к Российской Федерации в будущем можно ожидать полного импортозамещения по ряду видов продукции.

Список используемой литературы

1. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

2. Анимица Е.Г., Анимица П. Е., Глумов А. А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты // Экономика региона. — 2015. — № 3. — С. 163-164. Архивировано 21 ноября 2015 года.

3. Джекобс Джейн. Экономика городов. — М.: Культурное наследие, 2008. — С. 7. — ISBN 978-5-903718-01-6. Архивировано 19 ноября 2015 года

4. ЭТП ГПБ «Электронная торговая площадка. Группа Газпромбанка». https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/

5. «Сервис импортозамещения» https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/

Маркетинговая модель 4Р на примере банковской дебетовой карты

Бельясова М.,
Студентка III курса

Научный руководитель
Костенко Н.В.

Актуальность исследования банковского маркетинга заключается в том, что реализация товаров и услуг - это важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в условиях рынка. И банковское дело не составляет исключения.

Целью любого банка и работы всех его подразделений является привлечение клиентов, увеличение сферы сбыта своих продуктов и услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, -- увеличение прибыли. Средствами достижения данной цели являются инструменты банковского маркетинга, которые вполне могут быть выстроены посредством модели маркетинга 4Р.

Маркетинговая модель (комплекс маркетинга, маркетинг-микс) – это набор маркетинговых параметров компании, при помощи которых осуществляется продвижение продукта на рынке.

Понятие «маркетинг-микс» появилось еще в 1964 году в научных изданиях и активно используется в настоящее время. Данную концепцию для организации деятельности и позиционирования на рынке товаров и услуг успешно используют огромное количество компаний.

Набор элементов маркетинга может разниться в зависимости от того, какую модель применяет компания. Традиционно используется базовый микс из четырех компонентов:

- Product - продукт
- Price - цена
- Place - место
- Promotional - продвижение

Простыми словами, 4Р – это набор вопросов, помогающих продать качественный товар в нужное время, в правильном месте и по адекватной цене. Правильное применение 4Р увеличивает ценность продукта в глазах целевой аудитории.

В данной работе будет рассмотрено применение модели маркетинга 4Р на примере банковской дебетовой карты.

Банковская дебетовая карта – это платежный инструмент, позволяющий оплачивать покупки в онлайн и офлайн магазинах, снимать наличные, пополнять свой счет в банке, переводить деньги друзьям и совершать другие виды операций с деньгами.

На 2022 год пластиковый бизнес - это более 301,1 млн. выпушенных карт. Ежегодный оборот только в Сбербанке превышает 117 млрд.

Однако, следует отметить, что в настоящий момент рост применения дебетовых карт и насыщение рынка привели к некоторому сокращению притока новых клиентов, соответственно, повысились издержки банков по поиску и привлечению картовладельцев. Тем самым, в области маркетинга банковских карт перед руководством банка стоят следующие задачи:

- разработка и ребрендинг новых банковских карточных продуктов;
- привлечение новых банковских счетов;
- разработка дополнительных услуг для привлечения к своим карточным программам новых участников;

- кооперация с другими эмитентами карт для разработки общих правил операций и предотвращения подделок и мошенничества;
- отбор кредитоспособных владельцев карточек для продажи им других банковских продуктов.

Для решения данных задач широко применяется маркетинговый комплекс 4P. Итак, рассмотрим каждый из элементов маркетинга применимо к банковской карте.

Продукт (Product) – вся маркетинговая деятельность начинается с продукта. В случае банковской карты при определении продукта речь идет о виде дебетовой карты, которая будет предложена пользователю. Прежде всего, карта может быть выпущена как традиционно в пластиковом формате, так и виртуально.

Если рассматривать со стороны платежных систем, то, на данный момент клиенту чаще всего предлагают банковскую карту МИР. Также в ряде банков могут предложить Visa, MasterCard, UnionPay.

По целевой аудитории выпускаются карты для путешественников, пенсионеров, детей, спортсменов, карты для социальных выплат, а также зарплатные карты.

По уровню лояльности к клиенту банк может предоставлять классические, золотые, платиновые, премиум и другие карты.

Дизайн карты представляет собой немаловажный аспект, который играет субъективную роль при выборе карточного продукта. Зачастую банки придерживаются своего корпоративного цвета при оформлении дизайна карт. При этом сейчас есть возможность необычных или индивидуальных дизайнов. Например, в Тинькофф банке клиентам доступны карты с дизайном картин знаменитых художников.

Цена (Price) – элемент маркетинга, который прямо влияет на доходы банка. Ценовые решения на уровне банковских карт обычно принимаются с определенной долей осторожности. Ведь если обслуживание карты стоит слишком дорого, это может давать клиенту, с одной стороны, ощущение привилегий и статуса, но в то же время это повлечет за собой сужение целевой аудитории для пользования картой.

В стоимость годового обслуживания карты включена цена самого пластика, его персонификация, доставка готовой карты до клиента. Также в расчет принимается, сколько, в принципе, клиент стоит банку – сюда включаются расходы на его обслуживание в отделениях, колл-центре и т. д.

Стоимость обслуживания тем больше, чем солиднее «пластик». Свою роль здесь играют уровень защиты, престижность и дополнительные возможности платежного средства. Стоимость обслуживания стандартной и платиновой карт может отличаться на несколько порядков.

Часто в рамках маркетинговых акций банки предлагают карты с бесплатным первым месяцем обслуживания или со значительной скидкой. Бесплатно могут получить карты клиенты, у которых открыты вклады в банке на крупные суммы. Ещё один маркетинговый прием: получить бесплатное обслуживание по карте можно при выполнении некоторых условий банка, например, при определенной месячной сумме трат.

Место (Place) реализации обеспечивает доступность банковской карты для целевого рынка. Основным местом продаж по-прежнему являются коммерческие банки, однако, в современных условиях, клиенты могут обойтись и без визита в банк, для это широко применяется онлайн выпуск и доставка банковских карт.

Также местом продажи может являться любая организация, куда могут быть привлечены менеджеры банка для продажи карточных продуктов.

Продвижение (Promotion) включает в себя все маркетинговые коммуникации, которые позволяют привлечь внимание потребителя к банковской карте.

Основными элементами системы маркетинговых коммуникаций при продвижении банковских карт являются:

• реклама (advertising) и пропаганда (publicity);

• стимулирование сбыта (sales promotion);

• прямой маркетинг (direct-marketing).

Роль рекламы (advertising) в подготовке рынка и совершенствовании процесса формирования потребностей оказывается решающей. Правильная постановка рекламы банка предполагает разработку совокупности мероприятий по доведению до клиентов сведений о банковских продуктах (услугах), в данном случае о банковской карте, ее выгоде, свойствах, способах использования, условиях и местах предоставления.

Стимулирование сбыта (sales promotion) — комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж.

Ценовое стимулирование активно применяется на практике в виде бонусных программ, выплате повышенных процентов по накопительным счетам, кэшбеках при покупках у партнеров, розыгрышей призов для держателей карт, специальных программ и др.

Неценовое стимулирование сбыта карт связано с личными контактами менеджеров с клиентами, престижными элементами обслуживания в высокорейтинговом банке и другими дополнительными сервисами.

Прямой маркетинг (direct marketing) — маркетинг, исключающий какой-либо предварительный контакт покупателя с товаром до момента его доставки.

К мероприятиям прямого маркетинга при продаже банковской карты относятся:

- прямая реклама
- почтовые рассылки
- телефонный маркетинг
- телевизионный маркетинг
- SMS-рассылки

Итак, мы видим, что все элементы маркетинговой модели 4P активно применяются в разработке, реализации и продвижении банковских дебетовых карт. Данный подход позволяет банкам учесть и проработать все аспекты, которые влияют на успех банковской карты на рынке, а, значит, получить комплексный эффект от маркетинговых инструментов и рост продаж карт.

Список использованных источников

1. Маркетинг карточных продуктов. - https://econ-wikireading-ru.turbopages.org/econ.wikireading.ru/s/7562
2. Официальный сайт Сбер. - https://www.sberbank.ru/
3. Официальный сайт Тинькофф. - https://www.tinkoff.ru/
4. Стратегия маркетинга банковских карт и маркетинговый план. -

https://studref.com/540023/ekonomika/strategiya_marketinga_bankovskih_kart_marketingovyy_plan

5. Что такое 4P в маркетинге и как эта концепция способствует улучшению продаж. - https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-4p-v-marketinge-i-kak-eta-konczepcziya-sposobstvuet-uluchsheniyu-prodazh/

Цифровизация в банковской сфере: современные тенденции

Тутуева А.,
Студентка II курса

Научный руководитель
Таран Б.А.

Пандемийный период, растянувшийся в мире на несколько лет, сказался на эффективность большинства процессов в различных сферах деятельности; на практике можно было убедиться, что традиционные инструменты устарели. Огромный скачок произошел во всех сферах деятельности общества, в том числе и в банковской системе.

Цифровая трансформация банковской сферы — неотъемлемая часть развития современной экономики. Вследствие введения «новшеств», банковская система постепенно превращается в самостоятельный развивающийся экономический сектор; и ситуация с пандемией значительно ускорила процесс цифровизации. Для того чтобы быть конкурентоспособным на рынке банку следует быть «цифровым», не отставать от современных тенденций внедрения новейших технологий в банковскую систему. С этой целью банки направили свои усилия на IT-инфраструктуру.

Рассмотрим ключевые тенденции банковской цифровизации. Доступ к банковским услугам в 2020 году был затруднен в связи с пандемией, поэтому в 2021 году появилась потребность внедрения технологий для облегчения работы в финансовой сфере. Проведенный анализ литературы выявил наиболее популярные инструменты цифровизации банковской сферы.

1. Развитие дистанционных продаж – это и приобретение банковских продуктов, и использование системы дистанционного банковского обслуживания, и дистанционная подача заявок. Для того чтобы упростить осуществление операций, многие банки вкладывают инвестиции в создание собственных платформ, у которых есть уникальный функционал; данные аспекты позволяют клиентам банков без визита в банк использовать большой спектр банковских услуг. Совершенствование данной технологии способствует экономии времени клиентов и позволяет банкам уменьшить поддержание работы многочисленных подразделений, что обеспечивает предоставление более выгодных условий для приобретения банковских продуктов.

К примеру, «Кредит Европа Банк» начал предлагать клиентам новые сервисы дистанционного обслуживания, которые позволяют пользователям передавать в банк поручения (для исполнения) на покупку или продажу валюты, заявления на открытие аккредитивов. Таким образом, клиент банка существенно экономит свое время, банк упрощает свои операции.

2. Развитие персонализации – происходит за счет уникального адаптивного интерфейса и таргетинга банковских продуктов и услуг. Благодаря анализу действий пользователя, таргетинговая система может предлагать персональные рекомендации пользователю. Возможность персонализировать интерфейс в банковских приложениях,

позволяет пользователю тратить минимум усилий на взаимодействие со своими транзакциями. Такое нововведение создает комфортные условия использование приложений банка пользователем, а таргентинговая система увеличивает банковскую клиентскую базу.

К примеру, ПАО «Сбер» начал вводить нововведение «Массовая персонализация». ПАО «Сбер» стремится к нововведениям в своей платформе «СберБанк Онлайн»: для удобства пользователей, банк предоставляет каждому клиенту возможность персонализировать платформу под свои запросы.

3. Введение упрощенной верификации и повышенной безопасности данных. Безусловно, что пользователям, которые предоставили персональные и финансовые данные, крайне важна их конфиденциальность. Вследствие участившимся попыткам атаки данных злоумышленниками, кредитная организация предоставляет надежную защиту данных всех пользователей. Также упрощается процесс верификации данных, он становится дистанционным, что значительно упрощает работу банка.

К примеру, банк «Тинькофф» открыл доступ к своему телефонному секретарю, абонентам российских сотовых операторов. По заявлению разработчиков, будут анализироваться звонки с неизвестных номеров мошенников и формироваться ответы на них. Данная система позволяет пользователям защититься от мошеннических уловок и махинаций. Данное решение особенно полезно для пользователей преклонного возраста, так как они более подвержены влиянию мошенников.

4. Увеличение онлайн-операций и бесконтактных оплат – данное увеличение опять же связано с пандемией короновируса, с удаленной работой кредитных организаций. Все это привело к увеличению количества выдаваемых кредитов и числа открытия брокерских счетов, также замечен рост и сферы мобильных платежей, так как потребность в пластиковых банковских карточках постепенно уменьшается.

Благодаря этому, банкам и его клиентам стало проще обмениваться номенклатурой документов через онлайн, а из-за изменения потребительских привычек, общество и дальше будут использовать платежные системы.

К примеру, «Банк Казани» начал поддержку бесконтактных платежей через систему «Google Pay», что активно используется пользователями смартфонов. Как утверждает сам банк, данное нововведение является огромным шагом на пути цифровой трансформации финансового предприятия.

5. Упрощение доступа к услугам банка с помощью искусственного интеллекта. С переходом на онлайн-систему платежей, выросла потребность в услугах и поддержки банка в онлайн-формате. В связи с этим, обязательным шагом в цифровизации банковской системы является упрощение доступа к услугам банка, что осуществляется с помощью искусственного интеллекта.

Комплекс коммуникации между банком и клиентом вырос в универсальную коммуникационную среду, в которой можно иметь доступ к банковским операциям и услугам через такие онлайн-механизмы, как: голосовые звонки, мессенджеры и чат-боты на базе искусственного интеллекта, смс-помощники и т.д.

Такое новшество позволяет банкам быстрее осуществлять поддержку клиентов и уменьшить штат сотрудников, так как основную работу может выполнять искусственный интеллект. Упрощенная система поддержки позволяет потребителям быстрее решать возможные проблемы, что значительно экономит время пользователей.

В связи с актуальной темы исследования необходимо также выделить банки (топ-10) по уровню их цифровизации.

Таблица

Лидером рейтинга стал банк «Райффайзенбанк». В банке представлены все рассматриваемые каналы общения. В мессенджеры интегрирован чат-бот, в контактном центре клиента встречает IVR-меню, однако при переключении на определенный вопрос консультацию может оказать голосовой помощник.

Владельцы телефонов на базах «Android» высоко оценивают мобильное приложение банка – 4,7 и 4,8 балла соответственно, владельцы «Huawei» менее довольны приложением – 3,3 балла. Банк «Райффайзенбанк» представлен во всех сервисах бесконтактной оплаты, кроме «Mir Pay», полностью интегрирован с системой быстрых платежей и Единой биометрической системой.

На второй строке с небольшим отрывом оказался банк «ВТБ», он обошел лидера рейтинга по блокам «Коммуникации» и «Платежные сервисы и технологии», однако уступил в дистанционном оформлении продуктов – банк не осуществляет доставку потребительских кредитов .

Итак, с приходом пандемии, банковская сфера продолжила активно внедрять цифровизацию, ориентируясь на потребности клиента. В связи с нововведениями, что принесла с собой цифровизация, потребителю стало проще пользоваться банковским спектром услуг. Теперь большую часть работы берет на себя искусственный интеллект, что позволяет банку нанимать меньший штат и выходить в огромный плюс. Прогресс не стоит на месте, но цифровизация банковской системы всегда будет стремиться к улучшению предоставляемых услуг и повышению безопасности пользовательских данных, так как комфорт клиента всегда стоит всегда на первом месте.

Конфликт интересов банка и клиента. Методы управления и защиты

Резникова О., Бывайлова В.
Студентки II курса

Научный руководитель
Таран Б.А.

А знаете ли вы, что в связи с конфликтом интересов в среднем банки теряют порядка 5% клиентов в год?

Давайте же разберём что такое конфликты интересов? И как с ними справляться на сегодняшний день.

Введение

Банковский сектор востребован во всех сферах жизни. Но при осуществлении деятельности возможно возникновение конфликтов интересов в силу противоречия между имущественными или иными интересами Банка и клиентов. Конфликты между банками и клиентами неизбежны. Но в случае, когда виноват клиент, банку проще. Он имеет огромный денежный потенциал, армию подготовленных юристов и неисчерпаемые при этом временные ресурсы. Когда виновник банк, человеку проще отказаться от такой затеи.

Как показывает практика, вследствие незаконных действий банка человек уже оказывается в трудном положении и чаще в финансовом.

Поэтому для каждого банка важно исчерпывать этот вид конфликта.

Банк выделяет следующие виды конфликта интересов:

1. Корпоративный конфликт (конфликт между интересами Банка и его участниками, примером которого является:

- Заключение участниками крупных сделок без предварительного согласования с органами управления Банка;**2. Конфликт между интересами Банка и его Клиентов например**

- Использование или незаконное раскрытие конфиденциальной информации Банком о Клиенте.

3. Конфликт между интересами Сотрудников и Клиентов Банка, источниками которого являются:

- Сотрудник получает от Клиента подарок, стоимость которого превышает допустимую сумму.

4. Конфликт между интересами Банка и Сотрудников, источниками которого являются:

- Использование собственной должности руководителем Банка для достижения частных интересов

5. Внутренний конфликт интересов, возникающий к примеру в связи :

- с наличием у Сотрудника родственных связей в Банке

Для урегулирования возникающих конфликтов принимаются определённые меры которые зависят в частности от :

- масштаба конфликта интересов;
- характера конфликта интересов;
- условий его возникновения;
- ущерба, который может быть причинен Банку, работникам Банка, его клиентам или иным третьим лицам

Для борьбы с конфликтами интересов выработаны основные этапы и принципы управления.

1 этап Выявление и оценка потенциальных конфликтов интересов.

При появлении потенциальной возможности возникновения конфликта интересов сотрудник должен проинформировать об этом своего руководителя, при необходимости — службу безопасности Банка, которые обязаны предоставить сотруднику необходимые консультации.

2 этап Урегулирование конфликтов интересов

Каждый конфликт интересов может быть уникальным, в связи с этим для его контроля и урегулирования могут использоваться разнообразные методы, в том числе:

-установление определенных правил поведения работника Банка

-установка информационных барьеров

-внутреннее распределение обязанностей работников Банка;

-отказ от сделок, которые приводят к потенциальному конфликту интересов.

3 этап Раскрытие информации о конфликтах интересов.

Работники Банка не должны излишне полагаться на раскрытие информации о конфликте интересов, а предлагать пути его урегулирования

Раскрытие информации должно рассматриваться как крайняя мера при разрешении конфликта интересов.

4 этап Предотвращение конфликтов интересов и негативных последствий. Этот этап включает методы:

- в целях недопущения потенциальных конфликтов интересов при приеме на работу необходимо избегать назначения на должность работников Банка, находящихся в прямом родстве с руководителем либо лицом, исполняющим связанные функции.

- сотрудник должен воздерживается от какой-либо деятельности, если эта деятельность противоречит интересам Банка.

Банк должен придерживаться следующих методов управления конфликтом интересов для обеспечения общей защиты:

- метод равного и справедливого отношения ко всем клиентам Банка при их консультировании

- метод разграничения полномочий

- соблюдения информационных барьеров и обеспечения охраны конфиденциальной информации

- проведение обучающих мероприятий для работников Банка

В заключении мы хотим подчеркнуть что, невнимание к конфликтам вызывает рецидив - усугубление конфликтной ситуации и повторение конфликтов обычно в более тяжёлой форме с негативными последствиями. Поэтому управление конфликтами является важной задачей Для их минимизации необходимости тщательно разобраться в данной проблеме и подобрать специализированный подход к принятию мер и методов по и защите от конфликтов интересов в банковской сфере.

Мисселинг в России

Клыш В., Ревенко П.,
студенты III курса

Научный руководитель:
Татаренко А.Е.

Что такое мисселинг?

Мисселинг — это, по сути, обман. Так называют случаи, когда вас намеренно вводят в заблуждение и пытаются продать не тот товар или услугу, за которыми вы обратились изначально и которые вам нужны на самом деле. Например, Сергей Николаевич намеревался открыть депозит. Он рассчитывал на заранее известный процент и думал, что может в любой момент забрать свои деньги, пусть и с некоторой потерей дохода. Кроме того, для него было очень важно, что банковские вклады защищены государством. Но вместо этого он получил совершенно другой финансовый продукт, условия которого стали для него неприятным сюрпризом. Это и есть мисселинг. Вы имеете дело с мисселингом, когда вам продают не тот продукт и при этом не сообщают о его важных особенностях.

То есть продукт или услуга, которые вам пытаются продать под видом чего-то другого, сами по себе могут быть прекрасными. Но если вас намеренно ввели в заблуждение — это мисселинг.

Где чаще всего можно столкнуться с мисселингом?

Это может случиться в любой финансовой организации: страховой компании, брокерской фирме, негосударственном пенсионном фонде (НПФ) или управляющей компании паевого инвестиционного фонда (ПИФ). Но если посмотреть на статистику жалоб в Банк России от потребителей, чаще всего мисселинг происходит в банках. Люди приходят в банковские отделения с изначальным запасом доверия, а потому не так критично воспринимают советы менеджеров.

Когда ставки по депозитам снижаются, сотрудники банков нередко предлагают другие, вообще не банковские финансовые продукты под видом «более доходного вклада». При этом далеко не всегда сообщают о принципиальных отличиях этих продуктов от вкладов.

Какие небанковские финансовые продукты могут предложить в банке?

Банки часто выступают агентами страховщиков, брокерских компаний, НПФ и управляющих компаний ПИФов. Они продают их продукты и получают за это комиссионные. Под видом вкладов вам могут предложить:

-полисы инвестиционного или - накопительного страхования жизни;

-паи ПИФов;

-инвестиции в ценные бумаги, в том числе в облигации и векселя самого банка или «дружественных» организаций;

-договоры негосударственного пенсионного обеспечения.

Доходность по всем этим продуктам действительно может оказаться выше, чем по депозитам. Но и риски выше: процент не гарантирован, а вложения не попадают в систему страхования вкладов.

Нередко банковские сотрудники предлагают комбинированный вариант: часть денег советуют положить на депозит, а часть — инвестировать в другие инструменты.

Если у вас уже есть финансовая подушка безопасности и вы готовы к инвестиционным рискам, то можете попробовать разные инструменты, только сначала внимательно изучите все их особенности. Но если нет — не соглашайтесь на такие предложения вместо вклада.

Как не поддаться на уговоры менеджеров, ведь они так убедительны?

Совет всегда один — внимательно читайте договор, перед тем как его подписать. Сам договор и приложения к нему могут насчитывать 10–30 страниц, поэтому в офисе банка тщательно проштудировать его практически невозможно. Но когда речь идет о деньгах, не стоит торопиться.

Перед тем как ставить подпись, возьмите копию договора домой и внимательно изучите его. Особое внимание стоит уделить следующим вопросам:

С кем именно вы заключаете договор (а значит, с кем вам придется иметь дело в будущем) — с самим банком или с другой организацией?

Попадают ли ваши инвестиции в государственную систему страхования вкладов? Гарантируют ли доходность по вашим вложениям и какую? Возможны варианты, когда вам не дают гарантий, что вы получите какой-то определенный доход, или устанавливают его на низком уровне — 1–2%. Но при этом обещают, что фактическая прибыль может быть высокой. В таком случае изучите статистику доходности за предыдущие кварталы и годы. Уточните, будут ли у вас вычитать какие-то комиссии.

На какой срок вы заключаете договор? Что будет, если вы захотите расторгнуть его раньше? Сколько денег вам вернут?

Если в договоре нет ответа на эти вопросы или что-то остается неясным, не стесняйтесь уточнить информацию у менеджера. Задавайте вопросы и требуйте разъяснений, пока все не станет понятно. Верить словам тоже не стоит, попросите показать эти пункты в договоре или других документах. Лучше выглядеть занудой, чем потерять свои сбережения.

Мисселинг — это нарушение закона?

Формально мисселинг не является нарушением закона, но тем не менее его считают недобросовестной практикой.

По закону о защите прав потребителей человек должен получить полную информацию о товаре или услуге перед их покупкой. Это позволит ему принять взвешенное решение.

Все особенности финансовых продуктов обычно прописаны в договорах очень подробно. И нередко там отдельно уточняется, что клиент ознакомился со всеми рисками и готов их принять.

Довольно часто люди ставят галочки и подписывают договоры не глядя, веря на слово продавцу. Но если человек поставил свою подпись под договором, получается, что он изучил все условия. В таком случае будет очень непросто доказать, что вас ввели в заблуждение.

Как защититься от мисселинга?

Главное и самое эффективное средство — всегда внимательно изучайте договор и приложения к нему. Подписывайте документы только в том случае, если все пункты вам понятны и не вызывают вопросов.

Банк России и участники финансового рынка стараются бороться с мисселингом. Всероссийский союз страховщиков принял профессиональный стандарт для продаж полисов страхования жизни. А Банк России выпустил требования к страховым компаниям и их агентам, в том числе банкам.

В 2021 году в Банк России отправили 50 жалоб на мисселинг, на 40% меньше, чем годом ранее. Суть таких обращений — введение потребителей финансовых услуг в заблуждение и продажа им не тех финансовых продуктов, за которыми они обратились.

Из общего количества жалоб на мисселинг большая часть — 82% — касалась продажи полисов инвестиционного страхования жизни (ИСЖ). Таких обращений в 2021-м было 41, годом ранее — 30. Ни разу за прошлый год жители края не пожаловались на продажу векселей, в то время как в 2020-м половина жалоб на мисселинг была связана с этой проблемой.

В 2021 году население также жаловались на введение их в заблуждение при продаже накопительного страхования жизни (НСЖ), ПИФов, продуктов доверительного управления, услуг брокеров. Практически во всех случаях мисселинга потребители были уверены, что открывают вклад. Однако по факту они имели дело с инвестированием, когда суммы вложений не страхуются государственной системой страхования вкладов и доход не гарантируется.

Всего в 2021 году в Банк России отправили почти 4,5 тысячи жалоб на деятельность финансовых организаций. Этот показатель остался на уровне предыдущего года.

Диаграмма 1

Как мы видим, что чаще всего с миселлингом можно столкнуться в банках, что составляет 53,6%; страховые компании - 37,3%; профучастники РЦБ - 6,3%; управляющие компании - 2,3%.

Также мисселинг связан с такими продуктами как: ИСЖ, что составляет - 55,6%; НСЖ - 16,2%; продукты/услуги ДУ - 12,7%; страховые продукты - 5,2% и продукты услуги брокеров - 3,6%.

Диаграмма 2

Как мы видим, что в первом полугодии 2022 года граждане жаловались на мисселинг в кредитных организациях - 65,7%; микрофинансовая организация - 2,3%; профучастники РЦБ - 3,8%; субъекты страхового дела - 27,2%; управляющие компании - 2,3%

На что же жаловались граждане?

Граждане жаловались на реалтзацию векселей - 39,7%; реализациыя продуктов доверительного управляющего 10,6%; реализация инвестиционных паев ПИФов - 2,6%; реализация полисов ИСЖ - 22,8%; реализация полисов НСЖ - 13,1%; реализация страховых продуктов 5,2% и реализация кредитных продутов - 2,0%

Список использованной литературы

- https://ru.wikipedia.org/wiki/
- https://rskrf.ru/tips/eksperty-obyasnyayut/obman-v-bankakh/
- https://fincult.info/article/misseling-ili-kak-ne-kupit-kota-v-meshke/
- https://www.banki.ru/insurance/responses/company/response/59139/

Спрос на оплату платежей Qr-кодами

Кудря М., Колесник К.
студенты III курса

Научный руководитель:
Татаренко А.Е..

В России постепенно внедряют новый способ оплаты с помощью QR-кодов. Упрощенно это выглядит так: человек сканирует код на кассе, а затем оплачивает покупку через мобильное приложение банка

Как платить по QR-коду

Для оплаты покупок по QR-коду через СБП есть два варианта. Первый – покупатель открывает мобильное приложение банка, сканирует QR-код камерой смартфона и подтверждает платеж.

При втором варианте покупатель сначала сканирует QR-код камерой смартфона. На экране смартфона появляется список установленных банковских приложений, из которых покупатель выбирает необходимый банк, автоматически переходит в мобильное приложение данного банка и подтверждает платеж.

Комиссия за оплату кодами составляет от 0,6% для социальной сферы (Госуслуги, паркинги, гаражи, больницы, аптеки), 1% – при крупных покупках (турпакеты, автомобили, недвижимость) – но не более 10 тыс. р. за транзакцию, 1,5% – в других отраслях, которые не указаны выше (продукты, товары и пр.). Это тарифы в Сбербанке, но вполне вероятно, что у других банков они будут в похожем диапазоне.

Теоретически для банков переход на оплату с помощью кодов станет наименее выгодным:

- они потеряют часть своих доходов на комиссии за эквайринг;
- им придется дополнительно дорабатывать банковское приложение для приема и отправки таких платежей;
- люди могут отказаться от выпуска карт (а, следовательно, уменьшится прибыль от комиссионных за выпуск и обслуживание карты).

Косвенно пострадать от этого могут и покупатели в случае, если банки вынужденно уйдут от программы лояльности из-за снижения доходов.

Но даже если банкам не нравится идея перехода на новую форму оплаты, им придется ее внедрять. К октябрю 2020 года у всех системно значимых банков должна быть подобная опция для оплаты в приложениях. Остальные банки должны присоединиться к системе быстрых платежей с апреля 2022 года.

А вот торговые точки, напротив, окажутся в числе выигравших от новой формы оплаты. В результате снижения комиссии на платежах они могут увеличить свою прибыль. При больших оборотах это будет весьма ощутимая разница.

Маленькие магазины оплата по QR может заинтересовать, благодаря возможности не ставить терминал и не оплачивать его содержание.

В 2022 году у российских граждан растет интерес к оплате покупок смартфоном по QR-коду после того, как в марте Apple Pay и Google Pay ушли из России: банки фиксируют кратный рост спроса на этот метод через Систему быстрых платежей (СБП) ЦБ во II квартале по сравнению с первым. Количество транзакций в зависимости от банка выросло в 3–5 раз, а объем платежей – в 2–2,5 раза.

Перспективы

Оплата по QR-коду разрабатывалась как система, замещающая потребность предъявления карты, но она была не так популярна, пока были Pay-сервисы, говорит председатель правления Национального платежного совета Алма Обаева: с их уходом оплата QR-кодами будет расти. Россия очень чувствительна к хорошим финтех-инновациям, поэтому 2023 год может стать взрывным в развитии технологии оплаты по QR-коду, прогнозирует она.

Банки прогнозируют значительный рост спроса на оплату по QR-кодам к концу года. По оценке ПСБ, в течение ближайших месяцев общее количество операций и объем оплат по QR-кодам через СБП вырастут примерно в 1,5 раза, говорит его представитель.

Представитель Сбербанка не раскрыл показатели оплаты по QR-коду через СБП, но отметил, что банк разработал собственный метод оплаты по QR-коду – SberPay QR. Возможность оплаты по SberPay QR имеют не только клиенты Сбербанка, но и владельцы карт «Тинькофф банка», Совкомбанка и клиенты «Юмани». Также Сбербанк разработал метод, когда клиент банка сам генерирует QR-код в приложении «Сбербанк онлайн», после чего кассир считывает его с экрана телефона для оплаты обычным сканером на кассе. Такой сервис позволяет безопасно оплатить покупку, даже если телефон клиента не подключен к интернету, пояснил представитель банка.

Источники

1.https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/08/21/936942-banki-fiksiruyut-sprosa-qr-kodam

2.https://amp.rbc.ru/rbcnews/finances/

3.https://fincult.info/article/kak-prodat-tovar-ili-uslugu-po-qr-kodu/