



КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
ФГБОУ ВО
"РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА"

**СФЕРА УСЛУГ:
ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО**

**SERVICES SECTOR:
INNOVATION AND QUALITY**

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



Сфера услуг: инновации и качество **Services sector: innovation and quality**

№ 56, 2021

Научно-практический журнал

Периодичность – 6 раз в год

Доступ к электронной версии <http://journal.kfrgteu.ru>

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Эл № ФС77-80740

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Издатель:

Краснодарский филиал ФГБОУ ВО "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Главный редактор:

Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор

Зам. главного редактора:

Е.О. Горецкая, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет:

Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор

Г.Л. Баяндурян, доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Белкина, доктор экономических наук, доцент

В.В. Бондаренко, доктор экономических наук, доцент

Л.А. Воронина, доктор экономических наук, профессор

А.А. Воронов, доктор экономических наук, профессор

Е.В. Горшенина, доктор экономических наук, профессор

Т.А. Джум, кандидат технических наук, доцент

А.В. Петровская, кандидат экономических наук, доцент

А.З. Рысьмятов, доктор экономических наук, профессор

Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент

З.А. Шарудина, кандидат экономических наук, доцент

Верстка: А.С. Гимадеева

Корректор: Е.В. Бондарева

Редакция журнала: 350002 Краснодар, ул. Садовая, 23, телефон/ факс (861) 201-10-71

Адрес в Internet: [http:// journal.kfrgteu.ru/](http://journal.kfrgteu.ru/) e-mail: reakf_publicaciya@mail.ru

© РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

©Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

Возрастные ограничения: 16+

Статьи рецензируются

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Сфера услуг: инновации и качество», допускается только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>1. Александров С. Г., Книжникова С.А.</i> Физкультура и спорт как средства предотвращения «эмоциональных перегрузок» у студентов.....	4-13
<i>2. Александров С.Г., Коробко А.Д.</i> Интересы, мотивы, потребности студентов в занятиях физкультурой и спортом (на примере вузов г. Краснодара)	14-29
<i>3. Александров С.Г., Потапова А.Д.</i> Роль самостоятельных занятий физической культурой и спортом в жизни студентов вузов	30-41
<i>4. Балашова И.В., Шепель А.Н.</i> О практике предоставления жилых помещений лицам из числа детей-сирот.....	42-51
<i>5. Бондаренко В.В., Клименко К.В.</i> Платежная система «МИР»: мир стал ближе	52-59
<i>6. Бондаренко В.В., Курганова В.В.</i> Современный российский и зарубежный опыт банковского обслуживания частных лиц	60-71
<i>7. Бондаренко В.В., Лазарева К.Е.</i> Инфляция в России: тенденции, причины и последствия.....	72-80
<i>8. Колкарева И.Н., Гусева Е.С.</i> Противодействие коррупции в Краснодарском крае (на примере деятельности налоговых органов региона).....	81-92
<i>9. Напалкова М. Г., Хаитова К.Т.</i> Особенности проведения рекламных кампаний в период пандемии.....	93-100
<i>10. Пантелеева О.Б., Ключа Н.В., Григорян Ж.Г., Спрожницкая Е.Н.</i> О применении формулы Бернулли для анализа результатов ЕГЭ	101-109
<i>11. Пидяшова О.П., Энгиноева А.М.</i> Повышение эффективности использования финансовых ресурсов организации в современных условиях.....	110-116
<i>12. Пидяшова О.П., Потапова Д.С.</i> Теоретические подходы к определению финансового потенциала как основы формирования финансовой политики	117-124
<i>13. Хохлова Т.П., Шишхок С.Г.</i> Проблемы администрирования неналоговых доходов федерального бюджета (на примере МГУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея).....	125-133
<i>14. Штезель А.Ю., Кравцова П.В.</i> Экологический маркетинг в практике современных предприятий	134-143

УДК 796.011

*Александров С. Г.,
доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Книжникова С. А.,
обучающаяся по направлению подготовки «Товароведение»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ФИЗКУЛЬТУРА И СПОРТ КАК СРЕДСТВА ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ПЕРЕГРУЗОК» У СТУДЕНТОВ

PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS AS A MEANS OF PREVENTING "EMOTIONAL OVERLOAD" IN STUDENTS

Аннотация: В статье раскрывается влияние физической культуры и спорта на эмоциональное состояние студентов. Раскрывается механизм предотвращения эмоциональных перегрузок у студентов вузов посредством активных занятий физкультурно-спортивной деятельностью. Проведено соответствующее социологическое исследование среди студентов первого курса Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Abstract: The article reveals the influence of physical culture and sports on the emotional state of students. The mechanism of preventing emotional overloads among university students through active physical culture and sports activities is revealed. A corresponding sociological study was carried out among first-year students of the Krasnodar branch of the PRUE. G.V. Plekhanov

Ключевые слова: спорт, физкультурно-спортивная деятельность, психологическое состояние, профилактика, эмоциональная перегрузка, стресс, студенты вузов, физические состояние.

Key words: sport, physical culture and sports activity, psychological state, prevention, emotional overload, stress, university students, physical condition.

Результаты исследования и их обсуждение. В современном мире человек каждый день сталкивается с множеством проблем и задач, решение которых требует огромного количества энергии. К тому же все большую роль в жизни людей начинает играть умственный труд, вытесняя на второй план физический.

Уровень физической нагрузки у современного молодого поколения значительно меньше, из-за глобальной компьютеризации и научно-технического прогресса, повышения значимости умственного труда [1].

Между тем, все это влечет за собой ряд последствий, негативно влияющих на психику, а именно является причиной эмоциональных перегрузок и выгораний.

Ежедневно почти каждый человек подвергается стрессу, причиной которого выступает наличие огромного потока информации, требующей качественной интеллектуальной переработки и анализа.

Наш организм не всегда способен резко адаптироваться к изменчивым условиям среды и решению принципиально новых умственных задач, что также является причиной «разладов психологического характера».

Конечно, эмоциональным нагрузкам подвергаются многие социальные группы современного социума, испытывающие стресс и подавленность вследствие этого.

Вместе с тем, существуют так называемые группы «риска», представители которых чаще всего подвержены стрессам. К ним относятся, в том числе, и студенты.

Это во многом объясняется не только их возрастом, из-за которого гормональный фон еще не совсем устойчив, но и непосредственно родом их деятельности.

В то же время, студенты нередко пренебрегают своим здоровьем, их физическая активность значительно снижена, а занятие спортом скорее редкость, чем привычка [2, 3].

Физические нагрузки оказывают благоприятное воздействие на нервную систему, повышают общую работоспособность организма, стабилизируют эмоциональное состояние и помогают в борьбе со стрессом, а также значительно снижают риск появления многих проблем психологического характера.

В процессе обучения, молодые люди регулярно получают достаточно большой объем информации, для обработки которого требуется высокая умственная активность и максимальное сосредоточение внимания.

Многие студенты не справляются с объемом учебной нагрузки, не умеют правильно планировать учебный день. Вследствие этого время отдыха значительно меньше в сравнении с временем, отведенным на занятия [4].

Все эти факторы неблагоприятно сказываются на их эмоциональном состоянии, становясь причиной нервных срывов и перегрузок. Помимо этого, студенты часто страдают от «недосыпа», а, как известно, хроническое недосыпание оказывает резко негативное влияние на работу головного мозга, и, как следствие, на нервную систему, что приводит к возникновению стресса.

Доказано, что физические нагрузки благоприятно влияют на общий эмоциональный фон. С одной стороны, в процессе занятия спортом человек совершает минимум умственных усилий, и нервная система находится в состоянии покоя, задействуются другие системы организма, не связанные с активной интеллектуальной деятельностью, с другой – физические нагрузки оказывают влияние на психику, поскольку мышечная и нервные системы неразрывно связаны [5].

С физиологической точки зрения, спорт играет важную роль в преодолении стресса, помогая направить энергию в полезное русло и безопасно ее использовать, что защищает нервную систему от истощения и перегрузок [6].

При выполнении физических упражнений человек достигает большой точности, координации и быстроты движений. Усиливаются нервные процессы в коре головного мозга. Также за счёт тренировок центральная нервная система становится более пластичной, то есть способна приспосабливаться к новым видам и темпам работы. Систематические упражнения фактически способствуют развитию конкретных видов психической деятельности, которые важны для решения проблем, возникающих как учебной и повседневной жизни.

Последствия стресса или невроза помогают ликвидировать физические упражнения. Это явление происходит за счёт переключения эмоционального возбуждения на двигательные действия: прогулка, пробежка, поездка на велосипеде. Все эти действия снижают уровень эмоционального напряжения и влияние стресса на организм.

При занятиях гимнастикой, аэробикой, подвижными играми человек получает положительные эмоции: жизнерадостность, бодрость, которые повышают активность головного мозга. Таким образом, физические упражнения оказывают большое влияние на психику человека [7].

В период учебной сессии, когда студенты эмоционально истощены и испытывают сильный стресс из-за огромного количества разнообразной информации, первоначально важна роль физических нагрузок.

Активные занятия физическими упражнениями и спортом в зачетные и экзаменационные недели представляются наиболее эффективным средством, помогающим в борьбе с переутомлением. Важно давать эмоционально утомленному организму оптимальную физическую нагрузку, периодически менять вид деятельности, предоставляя нервной системе возможность отдыха. Систематические физические тренировки во время напряженной учебной деятельности студентов будут способствовать снятию напряжения и нормализации не только физического, но психологического здоровья [8].

Именно поэтому необходимо чаще заниматься спортом и переключаться с умственной нагрузки на физическую [9, 10].

Практическая часть исследования. Чтобы доказать обоснованность предположения о том, что занятия физкультурой и спортом положительно повлияют на психологическое состояния студенчества, помогут в борьбе с эмоциональным истощением и стрессом, был проведён опрос, в котором участвовало 32 респондента, студента 1 курса очной формы обучения РЭУ им. Г.В. Плеханова [11].

Студентам были предложены следующие вопросы:

1. «Пробовали ли вы заниматься спортом в период эмоционального истощения?»
2. «Знаете ли вы, что занятия спортом влияют на психическую составляющую человека?»
3. «Пробовали ли вы переключаться во время умственной деятельности на физическую?»

Пробовали ли вы заниматься спортом в период эмоционального истощения?

32 ответа

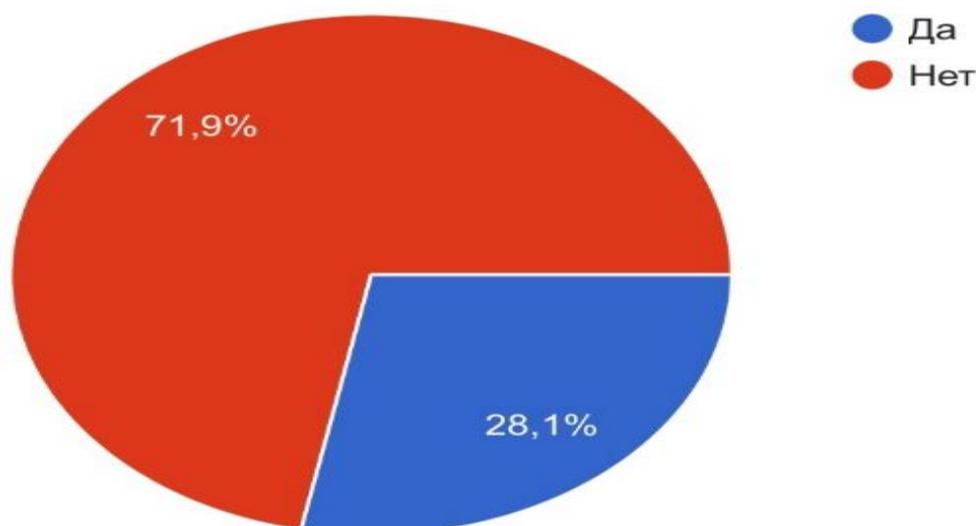


Рис. 1. Самооценка студентами вовлеченности в спортивную деятельность в период эмоционального истощения

**Знаете ли вы, что занятия спортом
влияют на психическую составляющую
человека?**

3

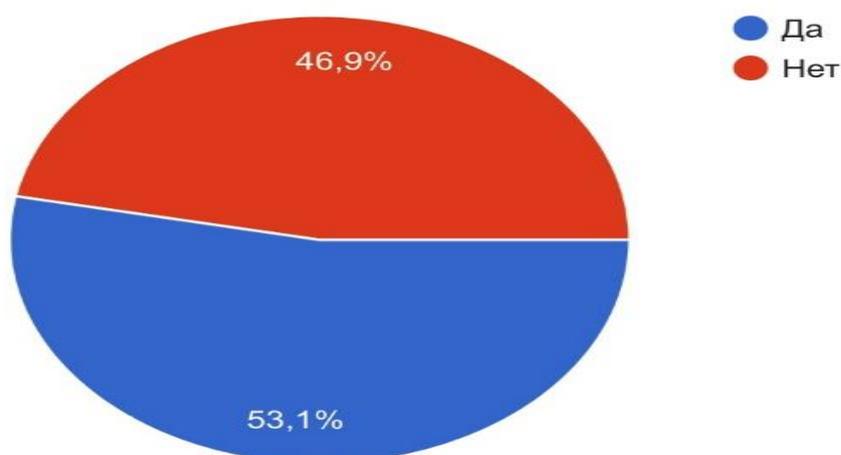


Рис. 2. Осведомленность студентов о влиянии занятий спортом на психологическое состояние личности

**Пробовали ли вы переключаться во
время умственной деятельности на
физическую?**

32

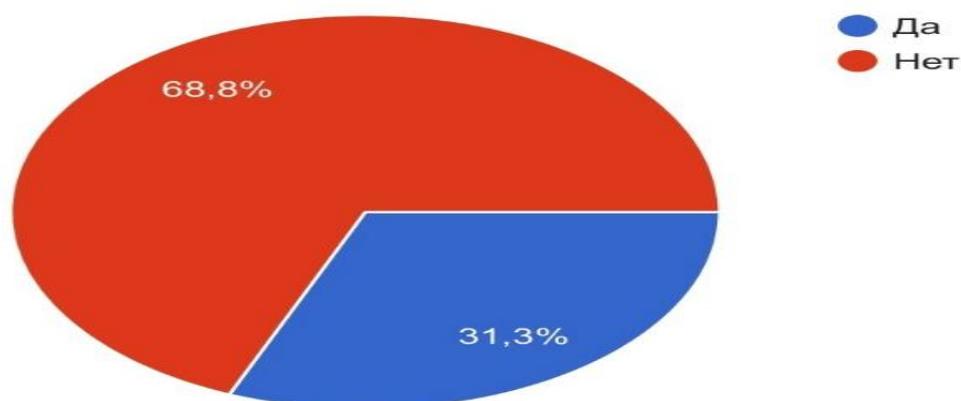


Рис. 3. Способность студентов переключаться с умственной на двигательную деятельность

В соответствии с результатами опроса (Рис. 1, 2, 3), опрашиваемым было предложено переключаться во время умственной деятельности на физическую, внедрить в план дня и при организации учебной деятельности комплекс физических упражнений, составленных самими студентами под индивидуальную конституцию организма.

При составлении комплексов требовалось учитывать личностные особенности, состояние нервной системы и психоэмоционального фона.

Акцент на все перечисленные факторы позволил организовать занятия, в ходе которых студенты получают необходимую и сбалансированную физическую нагрузку, оказывающую благоприятное воздействие на эмоциональное состояние личности, а также выступая профилактикой возникновения новых эмоциональных перегрузок, нервных срывов и «стрессового поведения».

Спустя один месяц занятий активной двигательной деятельностью с учетом предложенных рекомендаций, было проведено повторное социологическое обследование студентов, которое включало следующие вопросы:

1. «Заметили ли вы положительные результаты после внедрения в план дня физических упражнений?»
2. «Помогли ли вам занятия спортом ликвидировать эмоциональное истощение?»
3. «Будете ли вы и дальше использовать предложенную методику в организации учебной деятельности и повседневной жизни?»

По результатам опроса (рис. 4, 5, 6) становится очевидно, насколько велико влияние физической культуры на эмоциональное состояние студентов в современных реалиях. Физические нагрузки оказывают благоприятное воздействие на нервную систему, повышают общую работоспособность организма, стабилизируют эмоциональное состояние и помогают в борьбе со стрессом, при этом значительно снижая риск появления проблем психологического характера [12].

Заметили ли вы положительные результаты после внедрения в план дня физических упражнений?

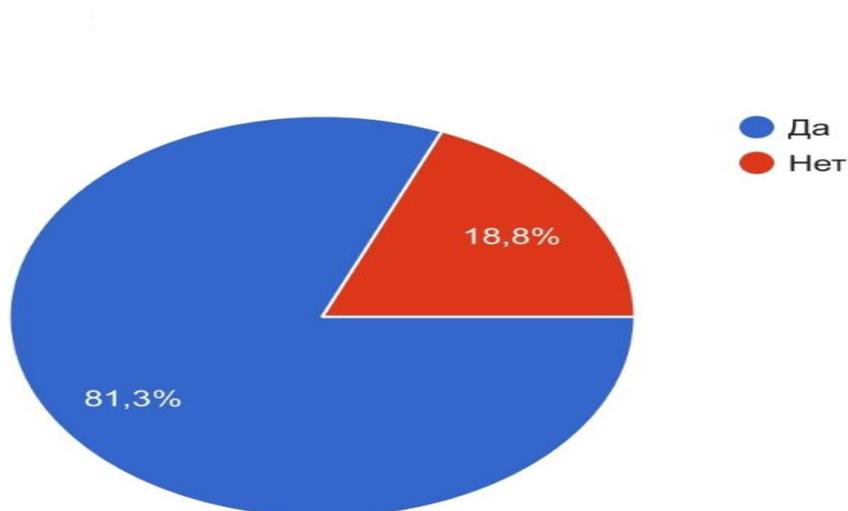


Рис. 4. Самооценка студентами позитивного воздействия занятий физическими упражнениями на жизнедеятельность

Помогли ли вам занятия спортом ликвидировать эмоциональное истощение?

32 ответа

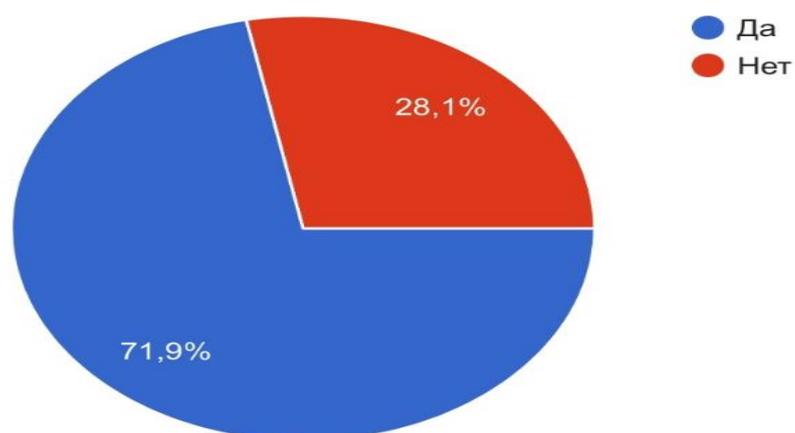


Рис. 5. Оценка студентами возможности ликвидации эмоционального истощения средствами спортивной тренировки

Будете ли вы и дальше использовать предложенную методику в организации учебной деятельности и повседневной жизни?

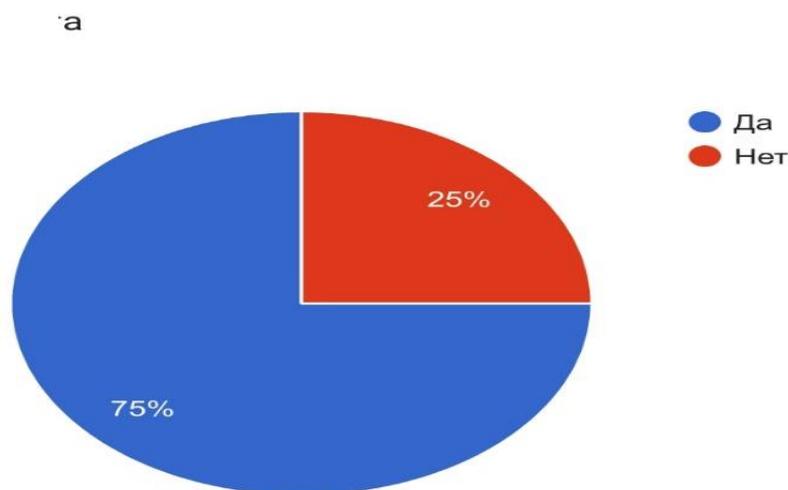


Рис. 6. Оценка студентами эффективности предложенной методики физкультурно-спортивной деятельности.

По результатам опроса (рис. 4, 5, 6) становится очевидно, насколько велико влияние физической культуры на эмоциональное состояние студентов в современных реалиях. Физические нагрузки оказывают благоприятное воздействие на нервную систему, повышают общую работоспособность организма, стабилизируют эмоциональное состояние и помогают в борьбе со стрессом, при этом значительно снижая риск появления проблем психологического характера [12].

Заключение. Активная двигательная деятельность и физические упражнения оказывают положительное влияние на организм за счёт напряжения различных групп мышц, развития моторики, координации движений и т. д.

Огромное значение имеет то, что во время физических тренировок происходит эмоциональный подъём, что, в свою очередь, ведёт к укреплению и развитию нервной системы и организма в целом.

Стресс, эмоциональные перегрузки и хроническая усталость негативно сказываются на работоспособности, значительно снижая ее.

У студентов, регулярно выполняющих комплекс физических упражнений, даже самых элементарных, заметно повышается работоспособность и выносливость в сравнении с теми, кто лишен необходимой ежедневной физической нагрузки.

Список литературы.

1. Александров С.Г. Влияние физических упражнений на умственную деятельность и работоспособность студентов / С.Г. Александров, А.Д. Трофимова, Э.В. Третьякова // Актуальные проблемы развития экономики, права и кооперации: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 190-летию потребительской кооперации России. – Краснодар: ККИ (РУК), 2021. - С. 147-149.

2. Александров С.Г. О формировании стратегии физкультурного воспитания российского студенчества / С.Г. Александров, Д.В. Белинский, Л.Н. Шамсутдинова // Россия и мировое сообщество: проблемы демографии, экологии и здоровья населения. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГАУ, 2019. - С. 14-17.

3. Александров С.Г. Теоретико-методические основания организации физического воспитания и здоровьесбережения студентов вуза /С.Г. Александров, И.П. Проскурякова // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 4-8.

4. Александров С.Г., Влияние образа жизни на здоровье студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова): социально-педагогическое исследование / С.Г. Александров, Е.А. Киселева // Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения: Сборник научных трудов IV Международной научно-практической конференции преподавателей и студентов. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 6-13.

5. Бароненко, В.А. Здоровье и физическая культура студента: Учебное пособие / В.А. Бароненко, Л.А. Рапопорт. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.

6. Ефремова Н.Г. Методы поддержания здоровья студентами / Н.Г. Ефремова, К.А. Кочеткова // Стратегия развития спортивно-массовой работы со студентами: Материалы III МНПК. Тюмень. – 2018. – С.139-141.

7. Заикина Е.Н. Роль адаптивного спорта в реабилитационно-рекреационной работе с населением, имеющим ограничения в состоянии здоровья / Е.Н. Заикина, С.Г. Александров // Гуманитарные, естественно-научные и технические аспекты современности: Материалы XXXIII Всероссийской научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: РГГУ, 2021. - С. 621-622.

8. Кузнецова Е.В. Психология стресса и эмоционального выгорания: Учебное пособие для студентов факультета психологии / Е.В. Кузнецова, В.Г. Петровская, С.А. Рязанцева. – Куйбышев: КГПУ, 2012. – 121 с.

9. Ракитенко А.И. Инновационные преобразования в сфере физической культуры и спорта в вузах / А.И. Ракитенко, Е.С. Петренко, Н.Г. Ефремова // Физическая культура, спорт, туризм: инновационные проекты и передовые практики: материалы МНПК, посвященной 90-летию основания кафедры физического воспитания. – Москва. – 2019. – С. 236-241.

10. Стриханов М. Н. Физическая культура и спорт в вузах: Учебное пособие / М. Н. Стриханов, В. И. Савинков. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2017. – 160 с.

11. Анкета анонимного социологического опроса студентов КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова. Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1R5jDlIVzbEKcDJci5oZ4oV-gU5ACgUZ1k9IoMyTvgZw/edit> (Дата обращения: 29.11.2021 г.).

12. Колеснев А.С. Влияние спортивных упражнений на нервную систему человека / А.С. Колеснев, М.В. Шлемова, И.В. Чернышева, Д.А. Мустафина, С.В. Мусина // Студенческий научный форум – 2015: Материалы VII Международной студенческой научной конференции. Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015016640> (Дата обращения: 29.11.2021 г.).

УДК 796.011

*Александров С.Г.,
доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Коробко А.Д.
обучающаяся по направлению подготовки «Товароведение»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ИНТЕРЕСЫ, МОТИВЫ, ПОТРЕБНОСТИ СТУДЕНТОВ В ЗАНЯТИЯХ
ФИЗКУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ
(НА ПРИМЕРЕ ВУЗОВ Г. КРАСНОДАРА)**

**INTERESTS, MOTIVES, NEEDS OF STUDENTS IN PHYSICAL EDUCATION AND
SPORTS (ON THE EXAMPLE OF UNIVERSITIES IN
KRASNODAR)**

Аннотация: Физическая культура и спорт имеют важнейшее значение в формировании гармоничной личности студента. В статье рассмотрены интересы, мотивы и потребности студенческой молодёжи в занятиях физкультурно-спортивной деятельностью. Проведено соответствующее социологическое исследование на базе вузов г. Краснодара. Результаты работы будут востребованы при построении курсов физического воспитания в вузах, организации самостоятельных занятий спортом студентами, приобщении их к ценностям здорового образа жизни.

Abstract: Physical culture and sports are of the most important importance in the formation of a harmonious student personality. The article considers the interests, motives and needs of students in physical culture and sports activities. A corresponding sociological study was conducted on the basis of universities in Krasnodar. The results of the work will be in demand when building physical education courses at universities, organizing independent sports by students, introducing them to the values of a healthy lifestyle.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, мотивы, интересы, потребности, студенты вузов, здоровый образ жизни.

Keywords: physical culture, sports, motives, interests, needs, university students, healthy lifestyle.

Актуальность. В настоящее время при организации занятий физической культурой и спортом в вузе центральное место занимают вопросы, связанные со снижением активности

студентов, замедлением их физического и психического развития, ухудшением здоровья, низким уровнем мотивации к обучению. Особое значение приобрело обеспечение высокой двигательной активности студентов на занятиях, формирование позитивной эмоционально-волевой сферы студенчества.

Объект исследования: занятия физической культурой и спортом студентами вузов г. Краснодара.

Предмет исследования: характер и особенности вовлеченности первокурсников в занятия активной двигательной деятельностью.

Цель данной работы: выявление интересов, мотивов и потребностей студентов вузов в занятиях физкультурой и спортом.

Методы исследования: изучение психолого-педагогической литературы, проведение социологического исследования, социально-педагогическое наблюдение, анализ, обобщение.

Практическая значимость: обоснована необходимость повышения привлекательности, эмоциональности и эффективности занятий физической культурой и спортом в вузе с учетом мотивационно-потребностной сферы студентов.

Введение.

В российском обществе наблюдается озабоченность уровнем квалификации и трудоспособности будущих специалистов, ростом заболеваемости в процессе вузовского обучения [2, 6].

Физическое воспитание в вузах занимает одну из главных позиций в формировании студента как личности. Все навыки, умения, способности обучающийся на протяжении нескольких лет приобретает именно во время учёбы, которые впоследствии помогают сделать его жизнь ярче и интересней [3, 11].

Период обучения в вузе - время, когда заканчивается физкультурное образование в организационных формах; это время, когда студент должен воспитать в себе потребность в занятиях двигательной деятельностью для поддержания собственного здоровья и высокой работоспособности [8].

Результаты исследования и их обсуждение. У студентов посещение практических занятий по физкультуре происходит под влиянием определенных интересов, мотивов и потребностей, определяющих направленность их личности, стимулирующих и мобилизующих её двигательную активность [7, 9]:

- физическое совершенствование, связанное со стремлением ускорить темпы своего развития, добиться признания и уважения, стремление быть достойным членом группы в своём окружении;

- дружеская солидарность, связанная с желанием быть вместе с друзьями (одногоруппниками);

- соперничество, характеризующееся стремлением выделиться, самоутвердиться, добиться авторитета;

- подражание, связанное со стремлением быть похожим на тех, кто уже имеет определенные успехи в физкультурно-спортивной деятельности;

- игровые причины, которые направлены на удовлетворение своего досуга, снятие напряженного состояния;

- причины комфортности, определяющие желание заниматься физическими упражнениями в благоприятных условиях.

Мотивационно-потребностная сфера занятий физкультурой связана с [4]:

- перспективой занятий (это физическое совершенствование, гармоничное развитие личности, укрепление здоровья студента);

- результатами занятий (это приобретение в процессе занятий нужных умений, навыков и знаний, оттачивание различных действий и испытание своих сил);

- удовлетворением от процесса занятий.

Выделяют также особенности отношения студентов к физкультурным занятиям:

1) активно-положительные (у студента ярко выражена физкультурно-спортивная заинтересованность и целеустремленность, мотивация, ясность поставленных целей и интересов);

2) пассивно-положительные (у студента присутствует расплывчатая мотивация, неясность и неточность целей, непостоянный интерес и эпизодическое участие в спортивных мероприятиях);

3) индифферентные (студент безразличен к занятиям, у него противоречивая мотивация, цели и интересы отсутствуют);

4) пассивно-отрицательные (у студента присутствует негатив к физической культуре и спорту, для них она не имеет никакого значения);

5) активно-отрицательные (у студента открытая неприязнь к занятиям физической культуры).

Таким образом, выявив мотивы, цели и интересы студента, можно повысить его осознанную вовлеченность в процесс занятий физическими упражнениями и спортом [5].

Для студента с высоким уровнем развития характерны стремления к познанию себя, желания и умения изменять себя и микросреду, в которой он существует. Ведь только через эти два процесса личность сможет сформировать свой собственный образ жизни на основе своих достижений в различных видах деятельности. Именно в структуру самосознания включаются идеалы, нормы и ценности, которые в скором времени могут стать частью ядра личности и её самосознания.

Для того чтобы изучить мотивацию, а также цели и задачи, связанные с занятиями физической культурой, было проведено социологическое исследование среди студентов вузов г. Краснодара: Краснодарского филиала Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, Кубанского государственного университета, Кубанского государственного медицинского университета. В нём приняли участие 77 человек, из них - 16 юношей (20,8%) и 61 девушка (79,2%) [10].

Тестирование включало 16 вопросов (некоторым был задан дополнительный вопрос).

На первый вопрос: "Любите ли вы заниматься физической культурой?", 19 студентов ответили «нет», остальные (58 человек) высказались положительно.

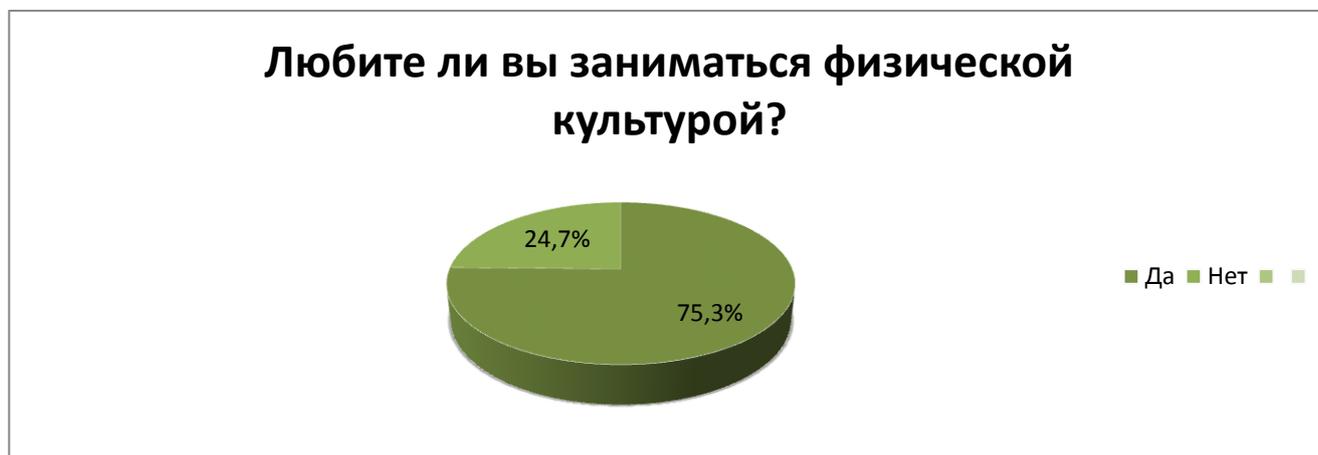


Рис. 1. Отношение студентов к физкультуре и спорту*

*На всех рисунках, варианты ответов распределяются по часовой стрелке от тёмно-зелёного к светло-зеленому**

На второй вопрос: "Есть ли у вас желание заниматься физической культурой?", 16 студентов - высказались отрицательно, остальные 61 положительно.

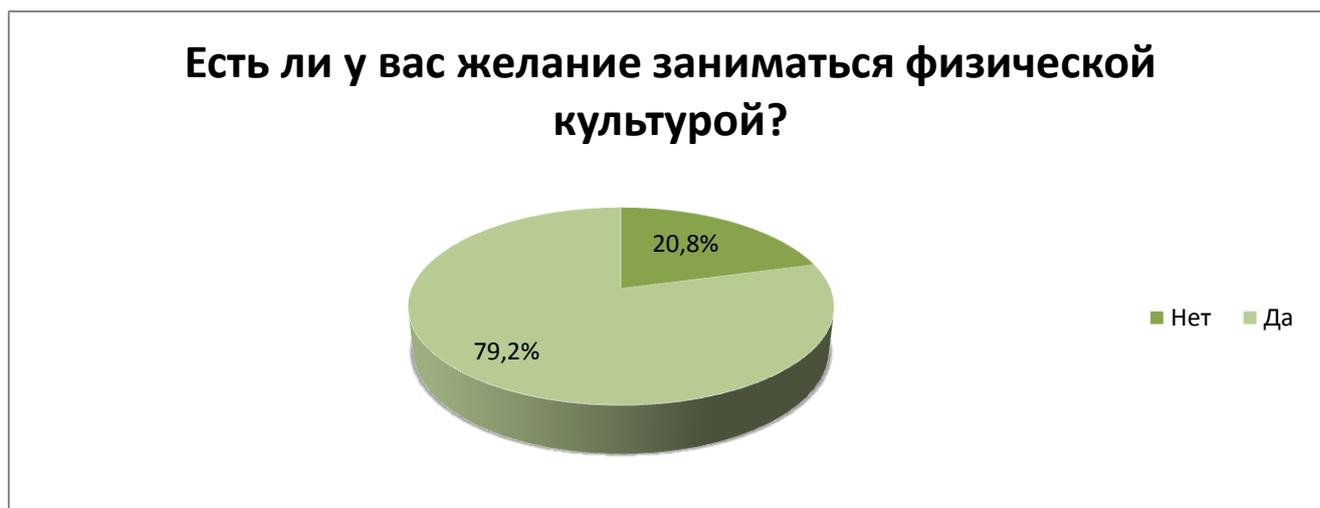


Рис. 2. Желание студентов к занятиям по физкультуре и спорту*

На третий вопрос: "Занимаетесь ли вы физическими упражнениями в свободное время?"

- 27 ответили "Нет", остальные 50 "Да".

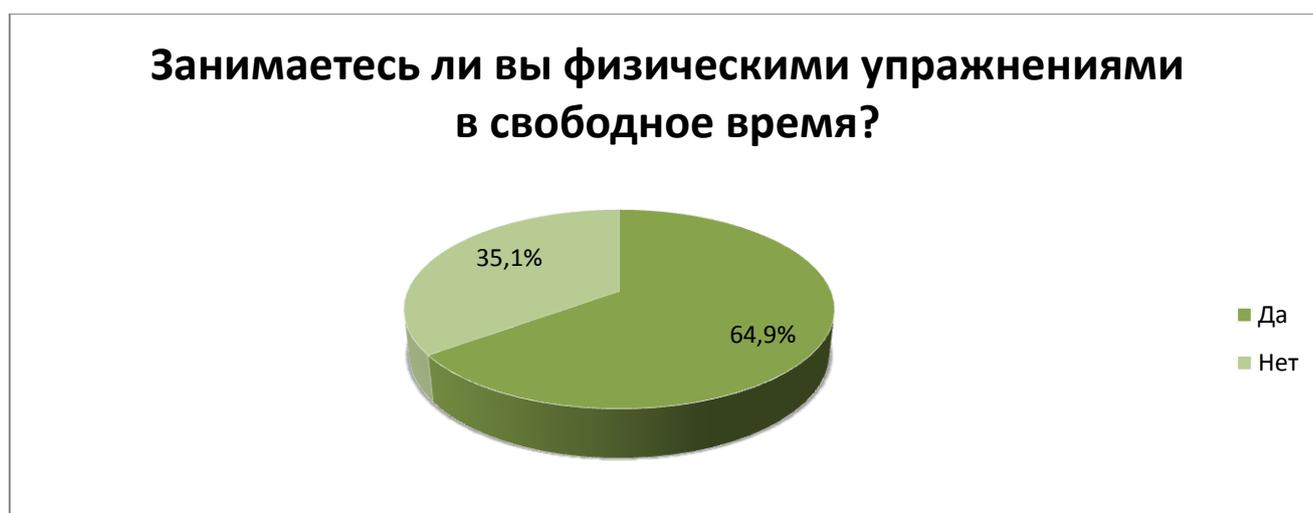


Рис. 3. Занятия физкультурой и спортом студента в свободное время*

На четвертый вопрос: "Что вас сдерживает от самостоятельных занятий физкультурой?"

- наиболее популярными ответами стали: не могу перебороть себя, хотя и понимаю, что занятия нужны (32 ответа); большая общая нагрузка в университете, на работе (29 ответов); ничто не сдерживает, я активно занимаюсь (20 ответов); не знаю, с чего начать и где можно заниматься (12 ответов); отсутствие или неудобство расположения спортивной базы (9 ответов); для желаемых занятий требуется слишком много денег (6 ответов); другие варианты ответов (4 ответа).



Рис. 4. Причины отказа от самостоятельных занятий физкультурой и спортом*

На пятый вопрос: "Есть ли в вашем вузе практические занятия по физической культуре и теоретический занятия?" - 55 человек ответили, что есть оба вида занятий, остальные 22 сказали, что есть только практические занятия.



Рис. 5. Практические и теоретические занятия физкультурой и спортом в вузах*

На шестой вопрос: "На практике в высших учебных заведениях ориентируются в основном на два принципа. Первый принцип - укрепление здоровья, второй принцип -

формирования здорового образа жизни. На какой/какие из этих принципов ориентируется ваш вуз?" - 50 ответили, что на оба принципа; 13 только на формирование ЗОЖ; 14 на принцип укрепления здоровья.



Рис. 6. Ориентация вуза на принципы укрепления здоровья и принцип формирования ЗОЖ*

На седьмой вопрос: "Считаете ли вы правильным введение обязательных занятий по физической культуре в вузах?" - положительно ответили 45 человек, отрицательно 18, затруднились с ответом 14.

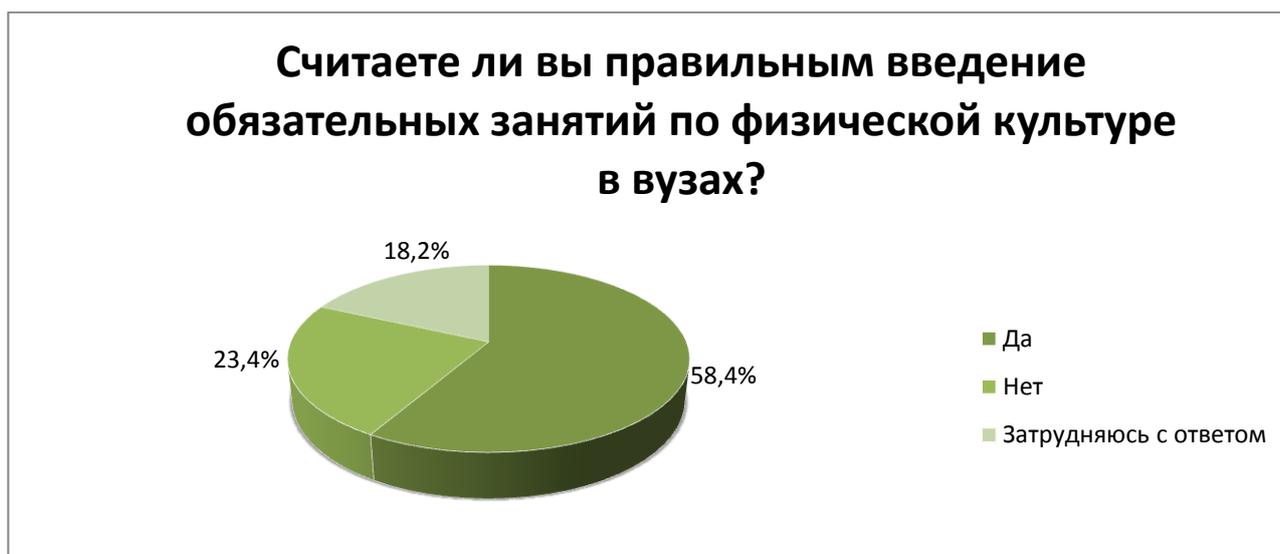


Рис. 7. Мнение студентов о введении обязательных занятий по физкультуре и спорту*

На восьмой вопрос: "Считаете ли вы занятия физической культурой в вузе полезными?" - 50 человек ответили "Да", 12 человек "Нет", 15 человек затруднились с ответом.

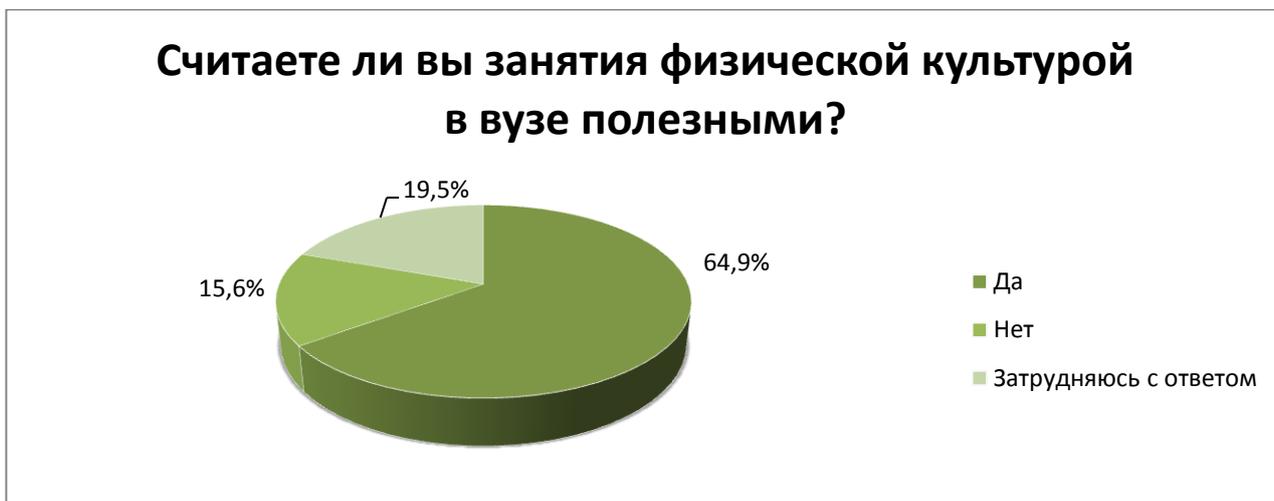


Рис. 8. Полезность занятий физкультурой и спортом в вузе*

На девятый вопрос: " Как часто в вашем ВУЗе проходят практические занятия по физической культуре?" - 41 человек ответило, что два раза в неделю, 32 человека один раз в неделю, остальные - 4 высказали другие мнения.

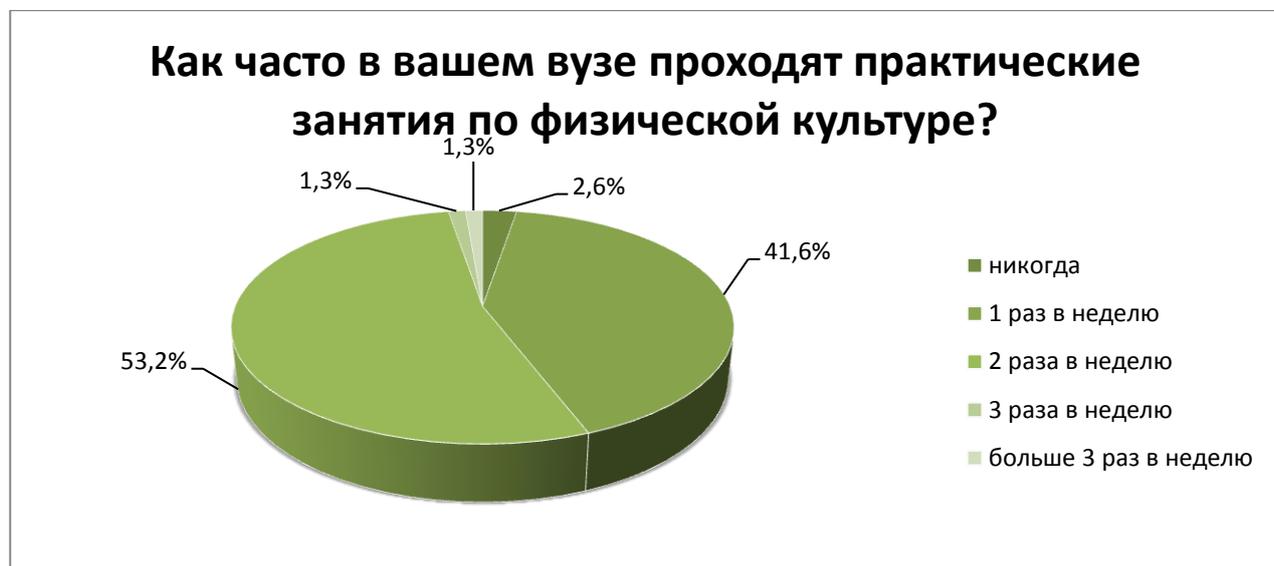


Рис. 9. Количество практических занятий в вузе*

На десятый вопрос: "Нравятся ли вам занятия по физической культуре?" - положительно ответили 53 человека, отрицательно 24.

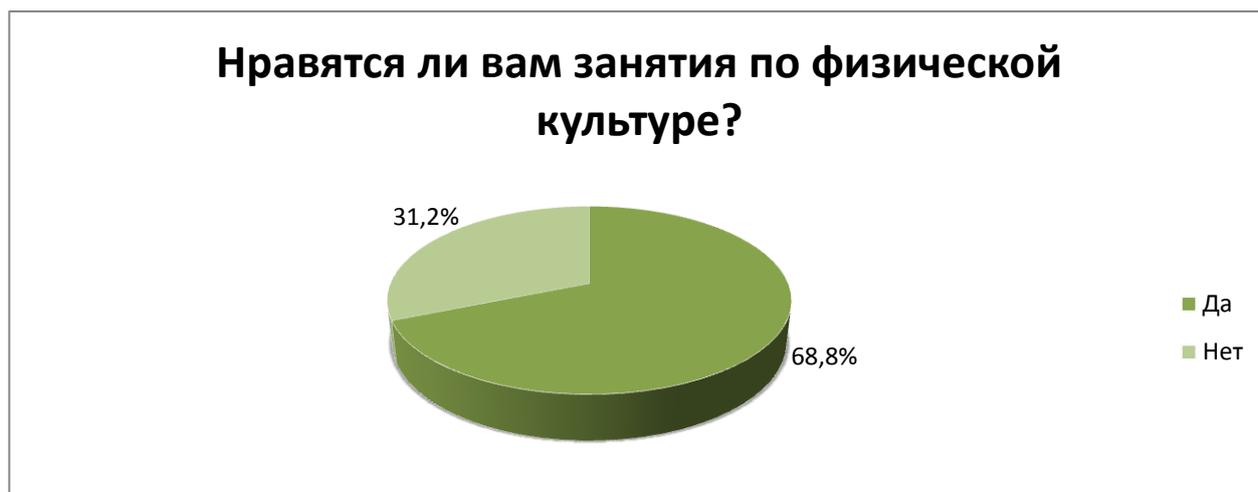


Рис. 10. Отношения студентов к занятиям*

Тем студентам, которые выбрали ответ «не нравятся занятия по физической культуре», был предложен дополнительный вопрос: " По какой причине вам не нравится заниматься физической культурой?". Большинство высказали свое отсутствие интереса к предмету; чрезмерную нагрузку в учебной деятельности; проблемы с оснащением спортивных залов и раздевалок; неудовлетворенность программой обучения.



Рис. 11. Причины отказа от занятий физкультурой и спортом*

На одиннадцатый вопрос: "Какие мотивы влияют на вас при посещении практических занятий физической культуры?", у студентов на первом месте было физическое совершенствование, связанное со стремлением ускорить темпы своего развития; дружеская

солидарность, связанная с желанием быть вместе с друзьями (одногруппниками); стремление самостоятельно добиться каких-либо значительных результатов; игровые причины, которые направлены на удовлетворение своего досуга, снятия напряжения; причины комфортности, определяющие желание заниматься физическими упражнениями; процессуальные причины, при которых всё внимание сосредоточено на процессе занятия; подражание, связанное со стремлением быть похожим на тех, кто уже имеет определенные успехи в физкультурно-спортивной деятельности; соперничество, характеризующееся стремлением выделиться, самоутвердиться за счет других.



Рис. 12. Мотивы, связанные с физической активностью*

На двенадцатый вопрос: " Какие интересы у вас связаны с физкультурно-спортивной деятельностью?" - у 25 человек с перспективой занятий, у 31 с результатами занятий, у 21 с удовлетворением от процесса занятий.

Какие интересы у вас связаны с физкультурно-спортивной деятельностью?



Рис. 13. Интересы при физкультурных занятиях*

На тринадцатый вопрос: "Есть ли у вас цели при занятиях физической культурой?" - положительно ответила 59, отрицательно 18 студентов.

Есть ли у вас цели при занятиях физической культурой?

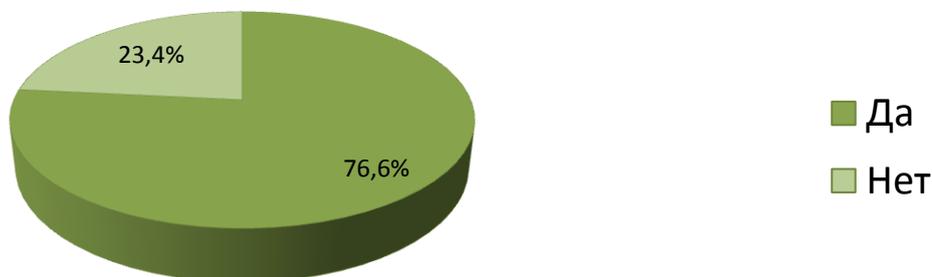


Рис. 14. Цели занятий физической культурой*

На четырнадцатый вопрос: "Какие факторы способны повысить интерес к занятиям физической культуры?" - студенты выбирали из предложенных вариантов ответов, а также предлагали свои точки зрения. 80,5% выбрал возможность самостоятельно выбирать вид физической активности; 45,5% личность преподавателя; 44,2% наличие свободной спортивной базы и оборудования; 19,5% возможность участвовать в различных соревнованиях; 5,2% проведение бесед, лекций, конференций по вопросам физической культуры; 1,3% наличие свободного времени; 1,3%, что таких факторов нет.



Рис. 15. Факторы, повышающие интерес к физкультуре и спорту*

На пятнадцатый вопрос: "Какое отношение у вас к физическим занятиям?" - активно-положительное выбрали 31 человек, пассивно-положительное 32 человека, индифферентное 8 человек, пассивно-отрицательное 5 человек, активно-отрицательное 1 человек.



Рис. 16. Отношение студентов к физической культуре*

На шестнадцатый вопрос: "Каких основных элементов ЗОЖ вы придерживаетесь?" - требований гигиены придерживаются только 71,4%, отказ от вредных привычек 57,1%, соблюдение питания и сна 45,5%, соблюдения режима дня и отдыха 40,3%, организацию

индивидуального целесообразного режима двигательной активности 35,1%, содержательного досуга, направленного на развитие личности 39% и умиротворение 1,3%.



Рис. 17. Элементы ЗОЖ студентов*

Из приведенных результатов тестирования видно, что большинство студентов вузов хотят и активно занимаются физической культурой. Однако есть такие, которые хотят, но не могут заниматься физической культурой. Им будет полезно более подробно изучить материалы, направленные на изучение дисциплины по физической культуре для того чтобы, самостоятельно удостовериться, что такие занятия принесут им только пользу.

Обобщая всё вышесказанное можно заключить следующее: при формировании внутренней мотивации важно, чтобы студенты испытывали удовлетворение от самого процесса занятий, а внешние мотивы и цели соответствовали бы их физическим возможностям. Это возможно лишь при компетентной организации учебного процесса, когда преобладает не нормативный, а личностно ориентированный подход с учетом индивидуальных предпочтений студентов.

Заключение.

Изучив и проанализировав результаты исследования, можно констатировать, что большинство студентов любят заниматься физической культурой и спортом.

Вместе с тем, примерно 10% студентов физкультура не интересна. Это может быть связано с отсутствием мотивации, чётко поставленных целей саморазвития.

Выпускник учебного заведения должен понимать, что главным заказчиком своего здоровья является он сам, для того, чтобы после окончания учебного заведения быть востребованным в профессии.

Студенты должны осознать роль активной двигательной деятельности в своей жизни.

Проведенное исследование показало, что создание мотивационно-ценностных ориентиров приобретает всё большее выраженное значение. Одним из главных направлений в образовательном процессе вуза должно стать стимулирование студентов к здоровому образу жизни.

Организация физкультурно-оздоровительной деятельности студентов должна быть направлена на осознание потребности в занятиях физической культурой и спортом, осмысление психологических предпосылок в этой деятельности, развитие физических сил, укрепление здоровья, развитие волевых и нравственных качеств, а также умственных способностей, соблюдение санитарно-гигиенических норм и привычек здорового образа жизни.

Необходимо мотивировать студентов к самостоятельным занятиям вне учебного процесса. Самостоятельные занятия могут быть спланированы при участии педагогов по физической культуре и медиков.

Выводы.

1. Большинство студентов предпочитает осознанно заниматься физической культурой и спортом, понимая, что это поможет им в будущей жизни.

2. Студенты, отрицательно относящиеся к физкультуре и спорту, утверждают, что это связано с непониманием смысла в подобных занятиях.

3. Определяющее число опрошенных признает, что занятия по физическому воспитанию в вузе были бы гораздо интереснее, если бы студенты могли самостоятельно выбирать виды двигательной деятельности, состав игр и физических упражнений, а также величину нагрузки.

Практические рекомендации.

Студентам следует:

- изучить теоретические аспекты, которые связаны с формированием мотивации, целей и интересов при занятии физической культурой;

- посоветоваться со специалистами, которые могут советом, как правильно строить тренировки, чтобы не получить физическое истощение и эмоциональное выгорание;
- скоординировать режим дня, предусмотрев время для дополнительных занятий физкультурой и спортом;
- обзавестись необходимыми учебно-методическими материалами по организации самостоятельных занятий физическими упражнениями;
- приобрести спортивную форму и обувь, отвечающую вашим пожеланиям;
- ежедневно выполнять утреннюю гигиеническую гимнастику [1].

Для преподавателя физического воспитания предпочтительно демонстрировать:

- позитивное отношение к студентам;
- учет мнения первокурсников, что позволит усовершенствовать практические занятия по физической культуре;

В целом, студенты и преподаватели должны находиться в постоянном активном общении.

Список литературы:

1. Александров С.Г. Организация самостоятельных занятий физической культурой и спортом студентов вузов: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 87 с.
2. Александров С.Г. Физическая культура и спорт: Сборник лекций /С.Г. Александров, Д.В. Белинский. – Краснодар: Краснодарский кооперативный институт, 2018. – Ч. 1. – 149 с.
3. Александров С.Г. О формировании стратегии физкультурного воспитания российского студенчества /С.Г. Александров, Д.В. Белинский, Л.Н. Шамсутдинова // Россия и мировое сообщество: проблемы демографии, экологии и здоровья населения. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГАУ, 2019. - С. 14-17.
4. Александров С.Г. Отношение студентов к физической культуре и спорту: социологический анализ / С.Г. Александров, С.Ю. Дудникова // Наука и образование: актуальные вопросы, проблемы теории и практики: Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 67-70.
5. Александров С.Г. Влияние образа жизни на здоровье студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова): социально-педагогическое исследование / С.Г. Александров, Е.А. Киселева // Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения: Сборник научных трудов IV Международной научно-

практической конференции преподавателей и студентов. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 6-13.

6. Александров С.Г. Теоретико-методические основания организации физического воспитания и здоровьесбережения студентов вуза / С.Г. Александров, И.П. Проскуракова // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 4-8.

7. Александров С.Г. Влияние физических упражнений на умственную деятельность и работоспособность студентов / С.Г. Александров, А.Д. Трофимова, Э.В. Третьякова // Актуальные проблемы развития экономики, права и кооперации: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 190-летию потребительской кооперации России. – Краснодар: ККИ (РУК), 2021. - С. 147-149.

8. Чедов К. В. Физическая культура. Здоровый образ жизни: Учебное пособие / К. В. Чедов, Г. А. Гавронина, Т. И. Чедова. – Пермь: ПГНИУ, 2020 – 128 с.

9. Бочкарева С.И. Физическая культура: учебно-методический комплекс (для студентов экономических специальностей) / С.И. Бочкарева, Кокоулина О.П., Копылова Н.Е., Н.Ф. Митина, А.Г. Ростеванов – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2011. – 344 с.

10. Шелехова Л.В. Математические методы в психологии и педагогики в схемах и таблицах: учебное пособие / Л.В. Шелехова. - Изд.2-е, испр. - Санкт-Петербург: Лань, 2015. - 224 с.

11. Ярлыкова О.В. Физическая культура в жизни студентов /О.В. Ярлыкова, Е.В. Сапронова, В.В. Сапронова. – Железноводск: ЖФ СГПИ, 2017 - 111 с.

УДК 796.011

*Александров С.Г.,
к.п.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Потапова А.Д.,
обучающаяся на очной форме обучения
по направлению «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

РОЛЬ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ В ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

THE ROLE OF INDEPENDENT PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS IN THE LIFE OF UNIVERSITY STUDENTS

Аннотация. В статье рассматриваются самостоятельные занятия физической культурой и спортом, их задачи, принципы, формы. Также даются рекомендации по выполнению самостоятельных занятий студентами, раскрывается их значение в жизни студентов. Приводятся результаты социологического исследования значимости самостоятельных занятий физической культурой и спортом для студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова. Представлены выводы и практические рекомендации по поддержанию оптимального уровня физической активности студенческой молодежью.

Annotation. The article discusses independent physical education and sports, their tasks, principles, forms. Recommendations on the implementation of independent studies by students are also given, their significance in the life of students is revealed. The results of a sociological study of the importance of independent physical education and sports for students of the Krasnodar branch of Plekhanov Russian University of Economics are presented. Conclusions and practical recommendations on maintaining an optimal level of physical activity by students are presented.

Ключевые слова: самостоятельные занятия, физическая культура, спорт, студенты вузов, здоровье, физическая активность, образ жизни.

Keywords: independent studies, physical culture, sports, university students, health, physical activity, lifestyle.

Результаты исследования и их обсуждение.

На сегодняшний день, занятия физической культурой и спортом являются наиболее эффективным способом увеличения адаптационных возможностей организма, сохранения здоровья, поддержания нормальной жизнедеятельности, а также подготовки студентов к продуктивной учебной и рабочей деятельности [4, 5, 11].

Систематические физические нагрузки, которые в полной мере соответствуют полу, возрасту, образу жизни, состоянию здоровья и объему свободного времени являются важнейшим фактором соблюдения здорового образа жизни студентов [7, 8].

В связи с длительным пребыванием студентов на парах, большим объемом домашних заданий, увлеченностью компьютерными играми и Интернетом, молодые люди проводят немало времени в положении сидя, что напрямую влияет на их состояние здоровья и может привести к гиподинамии – ухудшению функций организма при ограниченной двигательной активности. Научные исследования доказали, что наиболее эффективным методом профилактики гиподинамии являются физические упражнения и постоянные двигательные нагрузки [1, 3]. Именно поэтому роль физической культуры и самостоятельных занятий физическими упражнениями в современном мире стремительно растет [2].

Согласно рекомендациям Всероссийского научно-исследовательского института физической культуры, норма двигательной активности студентов для поддержания здоровья должна составлять 10-14 часов в неделю. Также существует суточная норма суммарной двигательной активности для поддержания высокого уровня работоспособности: для юношей – 25-30 тысяч шагов, для девушек – 20-25 тысяч шагов. В данную суточную норму входят все виды двигательной активности.

Для достижения вышеуказанной суточной нормы двигательной активности студентам необходимо не только посещать элективные занятия по физической культуре и спорту в университете, но и организовывать дополнительные самостоятельные занятия физической культурой. Такая форма занятий может проводиться в любое время, в любых условиях, в любом месте, а также не требует больших материальных затрат [6].

Самостоятельные занятия физической культурой – многократное повторение физических упражнений, направленное на развитие и совершенствование физических качеств и непосредственное выполнение физических упражнений, ориентированных на развитие и совершенствование отстающих физических качеств студента [9]. Так, самостоятельные занятия физической культурой способствуют улучшению таких физических качеств, как: ловкость, сила,

быстрота, выносливость, гибкость. Помимо того, замечено положительное влияние занятий на ментальное здоровье студентов, их нравственно-психическое состояние, на навык самовоспитания и умения ставить цели.

Выделяют следующие задачи самостоятельных занятий студентов:

1. Укрепление, развитие и совершенствование здоровья.
2. Профилактика гиподинамии.
3. Поддержание высокого уровня умственной и физической работоспособности.
4. Гармоничное развитие основных физических качеств.
5. Рациональное развитие отстающих физических качеств [10].

Организация самостоятельных занятий физической культурой студентами предполагает соблюдение принципов, позволяющих предупредить возможные отрицательные последствия:

1. Принцип систематичности означает регулярность и непрерывность самостоятельных занятий, вариативность и рациональное чередование физических нагрузок и отдыха.
2. Принцип постепенности и доступности означает переход от начального уровня к сложному. Необходимо учитывать и правильно оценивать индивидуальный уровень физической подготовки для дальнейшего адекватного построения тренировочной активности.
3. Принцип сознательности означает, что студент должен четко понимать цели, задачи, значение и последствия проводимых самостоятельных занятий и осмысленно подходить к выполняемой работе.

Существует несколько форм самостоятельных занятий физической культурой студентов, которые зависят от пола, возраста, состояния здоровья и уровня физической, спортивной и моральной подготовки. Рекомендуется выполнять их каждому студенту для профилактики гиподинамии, избавления от умственного переутомления и для укрепления здоровья. Важно отметить, что необходимо внимательно подходить к выбору формы самостоятельных занятий с целью избежать их возможного негативного влияния на организм.

Утренняя гигиеническая гимнастика (зарядка) выполняется с целью «разбудить» и подготовить организм к предстоящей учебной деятельности. Чаще всего утренняя гигиеническая гимнастика (УГГ) выполняется в утреннее время и дополняется водными процедурами – закаливанием организма. Такая форма самостоятельных занятий укрепляет сердечно-сосудистую, дыхательную, нервную, пищеварительную систему, укрепляет суставы, связки и мышцы, а также положительно влияет на правильность осанки.

Для проведения зарядки обычно используется набор из 8-10 общеразвивающих несложных упражнений, и особое внимание уделяется правильному дыханию. В комплекс

входят упражнения на все группы мышц, упражнения на гибкость и осанку. При проведении комплекса утренней гигиенической гимнастики следует придерживаться следующих рекомендаций:

1. Последовательность выполнения – упражнения начинаются с верхних частей тела и заканчиваются нижними.
2. Упражнения на напряжение чередуются с упражнениями на расслабление.
3. В ходе упражнений нагрузка должна постепенно нарастать.
4. После упражнений необходимо проводить водные процедуры и самомассаж.
5. Каждые две недели арсенал и комбинации упражнений должны меняться в связи с тем, что мышцы быстро привыкают к нагрузке.

Следующей формой самостоятельных занятий физической культурой являются упражнения в течение учебного дня. Они включают в себя вводную гимнастику, физкультурную «минутку» и физкультурную паузу. Вводная гимнастика выполняется до начала учебных занятий, физкультурные «минутки» и физкультурные паузы – после 2-2,5 часов непрерывной работы. Все упражнения выполняются непосредственно на рабочем месте, состоят из небольшого количества упражнений (обычно 3-5) длительностью 1-2 минуты, и в целом занимают не более 15 минут.

Данные самостоятельные занятия способствуют улучшению учебной и трудовой деятельности, повышению работоспособности, препятствуют утомлению, являются профилактикой проблем со зрением, с шейным отделом позвоночника и органами малого таза, которые зачастую подвергаются негативному воздействию в результате малоподвижного образа жизни.

Одной из самых эффективных форм самостоятельных занятий физической культурой студентов являются самостоятельные тренировочные занятия, состоящие из трех частей: подготовительной, основной и заключительной. Самостоятельные тренировочные занятия длятся в среднем 1-2 часа и могут выполняться как индивидуально, так и в группах.

В практике самостоятельных тренировочных занятий наибольшее распространение среди студентов приобрели: спортивные игры (футбол, баскетбол, волейбол и др.), атлетическая гимнастика, оздоровительный бег, занятия йогой и фитнесом.

Для качественного и безопасного выполнения самостоятельных занятий необходимо соблюдение общих рекомендаций к их проведению, позволяющих избежать травм конечностей, позвоночника и других органов.

Каждая тренировка должна начинаться с разминки, которая обеспечивает должную степень возбудимости центральной нервной системы, а также соматической и вегетативной систем организма. Разминка приводит к усилению деятельности дыхательной системы – изменению частоты и глубины дыхания, что ведет к увеличению легочной вентиляции и газообмена, улучшает деятельность системы кровообращения и усиливает обмен веществ. Данные изменения позволяют организму плавно перейти от состояния покоя к состоянию готовности перенести физические нагрузки. Помимо того, правильно проведенная разминка снижает риск травматизма во время выполнения тренировочных занятий.

Подготовительная часть тренировочного занятия (разминка) включает общеразвивающую часть, состоящую из 2-3-минутной ходьбы, медленного бега в течение 6-12 минут и общеразвивающих упражнений на все группы мышц, а также специальную часть, имеющую цель подготовить различные мышечные группы студента и его связочный аппарат к основной части занятий, обеспечить должный уровень психологической и нервной настройки на выполнение упражнений. В основном в специальной части выполняются отдельные элементы упражнений из основной части и имитационные упражнения. В целом подготовительная часть длится в среднем от 15 до 30 минут.

Основная часть заключается в изучении правильной спортивной техники и тактики выполнения физических упражнений, тренировке и совершенствовании основных физических и психологических качеств. Порядок выполнения упражнений в основной части выглядит следующим образом: сначала происходит выполнение упражнений, направленных на изучение и совершенствование технических упражнений и упражнений на быстроту, далее – на развитие силы, а в конце – для развития выносливости. Основная часть тренировки длится от 30 до 55 минут.

В заключительной части самостоятельного тренировочного занятия рекомендуется выполнять медленный бег в течение 3-8 минут, а после него перейти на ходьбу в течение 2-6 минут. Также необходимо выполнить упражнения на расслабление в сочетании с правильным глубоким дыханием, которые позволят привести организм в состояние спокойствия. Заключительная часть не должна длиться долго – рекомендуется выполнять упражнения от 5 до 15 минут.

При регулярных самостоятельных занятиях физической культурой необходимо следить за самочувствием и состоянием здоровья. Чтобы занятия приносили пользу, нужно соблюдать их основной принцип – физические нагрузки должны соответствовать уровню физической подготовки, возрасту, полу и состоянию здоровья на данный момент времени.

Одной из самых простых форм контроля за состоянием здоровья является самоконтроль – регулярные самостоятельные наблюдения студентами за состоянием своего физического развития и влиянием на организм занятий физической культурой. Самоконтроль прививает студентам грамотное и осмысленное отношение к собственному здоровью и к знаниям физической культуры, а также имеет большое воспитательное значение.

Данные самоконтроля рекомендуется записывать в дневник, который позволяет отследить динамику отдельных показателей состояния здоровья, отрегулировать правильность подбора упражнений и методику проведения тренировочных занятий. В данном дневнике следует регулярно регистрировать субъективные (самочувствие, сон, аппетит, болевые ощущения) и объективные (частота сердечных сокращений, артериальное давление, масса тела, тренировочные нагрузки, нарушение режима, спортивные результаты) данные самоконтроля.

Для оценки роли самостоятельных занятий физической культурой и спортом в жизни студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова было проведено исследование в виде опроса среди 50 обучающихся очной формы обучения [12].

Согласно проведенному исследованию (рис. 1), было выявлено, что лишь 8% опрошенных занимается физической культурой каждый день; 15% обучающихся занимается спортом раз в две недели; 23% студентов практикуют самостоятельные занятия физической культурой реже, чем раз в две недели; 19% опрошенных занимается спортом через день; 35% участвующих в опросе занимаются физической культурой один-два раза в неделю.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в образе жизни студентов не хватает физической активности, поскольку большинство опрошенных самостоятельно занимаются физической культурой и спортом всего один-два раза в неделю, а также немало студентов практикует самостоятельные занятия реже, чем раз в две недели, чего недостаточно для поддержания здоровья на высоком уровне.

Исходя из данных, представленных на рисунке 2, видно, что большинство опрошенных студентов (18,31%) занимается ходьбой; 12,68% – бегом; 11,27% – йогой, и столько же тренировками с весами; 9,86% обучающихся занимается танцами; 8,45% выполняет утреннюю гигиеническую гимнастику (УГГ), и столько же практикует интенсивную интервальную тренировку (ИИТ); 7,04% студентов участвует в спортивных и подвижных играх; 5,63% – ездит на велосипеде; 4,23% обучающихся занимается гимнастикой; и лишь по 1,41% приходится на студентов, практикующих плавание и занятия на уличных тренажерах в качестве физической активности.



Рис. 1. Ответы студентов на вопрос "Как часто Вы занимаетесь физической культурой и спортом?"

Можно сделать вывод, что студенты в основном выбирают наиболее простые способы поддержания физической формы и улучшения показателей здоровья, такие, как ходьба, бег, йога, тренировки с весами. Это объясняется тем, что на данные формы самостоятельных занятий физической культурой не требуется серьезных финансовых вложений и больших временных затрат, что очень важно для студентов, постоянно сталкивающихся с дефицитом времени. Более того, только 11,5% студентов, участвующих в исследовании, занимается в спортивном зале, остальные же предпочитают выполнять тренировочные упражнения дома.

Самостоятельные занятия физической культурой в домашних условиях действительно экономят время и денежные средства, дают возможность разнообразить тренировки в зависимости от уровня подготовки, а также придают уверенность и психологический комфорт.

Следует отметить, что большинство опрошенных недооценивает занятия плаванием, хотя оно положительно влияет на организм человека: нормализует давление, сжигает калории, улучшает кровообращение, выпрямляет осанку, укрепляет мышцы спины. Помимо того, 1,41% студентов, участвующих в исследовании, не выполняют упражнения на уличных тренажерах, несмотря на то, что данные тренировки бесплатны, обильно насыщают кислородом лёгкие, обладают понятными принципами, улучшают работу сердечно-сосудистой системы, вырабатывают эндорфины, которые борются со стрессами и дарят хорошее настроение.

Проведенный опрос студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова дал понять, что среди обучающихся лишь 38,5% выполняет утреннюю гигиеническую гимнастику; 40,2% принимает участие в спортивных играх и 19,2% выполняет упражнения в течение учебного дня. Данные позволяют сделать вывод, что большинство студентов не осознает

ценность стабильных самостоятельных занятий спортом. Однако приведенные на рис. 3 формы занятий физической культурой положительно влияют на студентов: позволяют организму отдохнуть после тяжелых умственных нагрузок, являются профилактикой гиподинамии и проблем с опорно-двигательной, сердечно-сосудистой и другими системами.



Рис. 2. Ответы студентов на вопрос "Какими видами физической активности Вы занимаетесь?"

Для решения данной проблемы необходимо информационное просвещение студентов о важности стабильного выполнения утренней гигиенической гимнастики, упражнений в течение учебного дня и участия в спортивных подвижных играх.

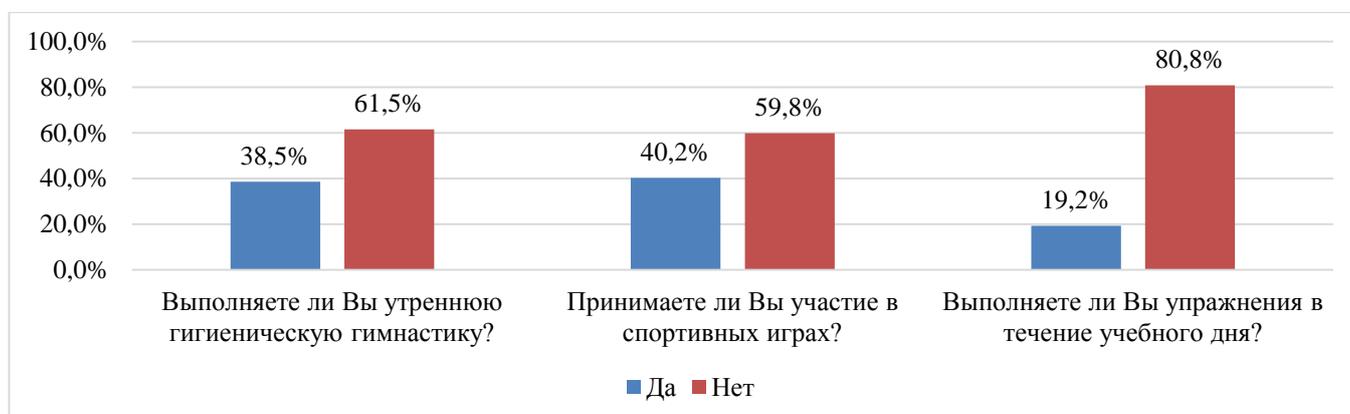


Рис. 3. Ответы студентов на вопросы о выполнении утренней гигиенической гимнастики, участии в спортивных играх, а также выполнении упражнений в течение учебного дня.

Исходя из данных, представленных на рис. 4, большинство студентов (21,9%) занимается лёгкой атлетикой, вторым по популярности среди опрошенных является волейбол (18,8%), также немало обучающихся предпочитает баскетбол (15,6%), футбол (12,5%) и бадминтон (12,5%). Теннисом и боксом/дзюдо/единоборствами занимается всего 6,3%, гандболом и гимнастикой – лишь 3,1%. Можно предположить, что студенты делают выбор в пользу лёгкой атлетики в связи с простотой данной формы самостоятельных занятий спортом и отсутствием больших материальных затрат. Волейбол, баскетбол, футбол и бадминтон, в свою очередь, являются наиболее привычными видами спорта для студентов, поскольку они широко распространены на занятиях физической культурой в высших учебных заведениях.



Рис. 4. Ответы студентов на вопрос "Какими видами спорта Вы занимаетесь?"

Одним из важнейших критериев оценки уровня физической активности студентов и их отношения к самостоятельным занятиям физической культурой является среднее количество шагов, пройденных за день. Большая часть опрошенных (30,8%), согласно рис. 5, проходит 7001-10000 шагов в день, что соответствует среднему уровню активности. 10001-15000 шагов соответствуют активному образу жизни – такое количество проходит 23,1% студентов. Низкий уровень ежедневной активности (5001-7000 шагов) характерен для 15,4% обучающихся, а малоподвижный образ жизни (3001-5000 шагов) – для 19,2% студентов. Лишь 11,5% среди опрошенных проходят 15001-20000 шагов в день, то есть ведут крайне активный образ жизни. Необходимо отметить, что ни один из студентов, участвующих в исследовании, не указал, что

проходит 0-1000, 1001-3000, 20001-30000 и больше 30000 шагов в день. Следовательно, опрошенные студенты ведут средне-активный образ жизни.



Рис. 5. Ответы студентов на вопрос "Какое расстояние в течение дня Вы в среднем проходите? (В шагах)".

Значимым элементом самостоятельных занятий физической культурой и спортом является ведение дневника самоконтроля. Опрос студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова показал, что 96,2% обучающихся не практикует ведение данного дневника. Лишь 3,8% стабильно ведет записи и контролирует таким образом свою двигательную активность и состояние физического и морального здоровья.

Заключение. Самостоятельные занятия физической культурой и спортом студентами способствуют укреплению и коррекции здоровья, восстановлению организма после переутомления, повышению уровня физического развития, трудоспособности и работоспособности, достижению определенных спортивных результатов, восполняют дефицит двигательной активности и служат профилактикой гиподинамии, позволяют эффективно подготовиться к сдаче нормативов в учебном заведении и вырабатывают потребность в здоровом образе жизни у студентов. Многие студенты недооценивают важность физической культуры и спорта в собственной жизни, однако их роль велика, поэтому необходимо правильно сформировать мотивацию обучающихся к поддержанию физической активности.

Список литературы:

1. Александров С.Г. Организация занятий по физической культуре со студентами вузов в дистанционном режиме: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 50 с.
2. Александров С.Г. Организация самостоятельных занятий физической культурой и спортом студентов вузов: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров. – Краснодар: ИП Тасалов А.В., 2021. - 87 с.
3. Александров С.Г. К вопросу о влиянии пандемии COVID-19 на физкультурно-спортивную деятельность российского студенчества /С.Г. Александров, К.Ю. Балаян, Ш.Г. Шария // Актуальные вопросы современных научных исследований: теория и практика: Сборник научных трудов V Международной научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2021. - С. 23-30.
4. Александров С.Г. Физическая культура и спорт: Сборник лекций / С.Г. Александров, Д.В. Белинский. – Краснодар: Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – Ч. 2. – 207 с.
5. Александров С.Г., Теоретико-методические основания организации физического воспитания и здоровьесбережения студентов вуза /С.Г. Александров, И.П. Проскурякова // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 4-8.
6. Александров С.Г. Влияние занятий оздоровительным бегом на организм студентов /С.Г. Александров, Д.И. Сушко // Актуальные проблемы развития экономики, права и кооперации. Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 190-летию потребительской кооперации России. – Краснодар: ККИ (РУК), 2021. - С. 149-154.
7. Александров С.Г. Влияние физических упражнений на умственную деятельность и работоспособность студентов /С.Г. Александров, А.Д. Трофимова, Э.В. Третьякова // Актуальные проблемы развития экономики, права и кооперации: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 190-летию потребительской кооперации России. – Краснодар: ККИ (РУК), 2021. - С. 147-149.
8. Амосов Н.М. Энциклопедия Амосова. Алгоритм здоровья / Н. М. Амосов. – М.: АСТ, Сталкер, 2017. – 462 с.
9. Организация самостоятельных занятий физической культурой и спортом: учебно-методическое пособие для студентов вузов / Автор-сост. М.В. Гришечкин. – Гомель: БТЭУ, 2015. – 36 с.

10. Шидловская Т.Н. Физическая культура: самостоятельные занятия студентов по бегу и лыжной подготовке: учебно-методическое пособие / Т.Н. Шидловская. – Южно-Сахалинск: Сахалинский государственный университет, 2016. – 67 с.

11. Для чего необходимы занятия физической культурой URL: <https://www.2gdp.by/novosti/949-dlya-chego-neobkhodimy-zanyatiya-fizicheskoy-kulturoj> (дата обращения: 20.11.2021).

12. Анкета опроса студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова: «Особенности самостоятельных занятий физкультурой и спортом» URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScoh94oiggJv_ePVA2WSJWR5WWt9juVMHrIWТayhoZeDVPaCQ/closedform (дата обращения: 21.11.2021).

УДК 332.8

*Балашова И.В.,
к.э.н., доцент,
заведующий кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Шепель А.Н.,
магистрант кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Балашова И.В.)*

О ПРАКТИКЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ЛИЦАМ ИЗ ЧИСЛА ДЕТЕЙ-СИРОТ

ABOUT THE PRACTICE OF PROVIDING RESIDENTIAL SPACES FOR PERSONS FROM ORPHANCY CHILDREN

Аннотация: в статье рассматривается комплекс мер, направленных на обеспечение жилыми помещениями лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц, относившихся к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и определение подходов к повышению эффективности государственного управления при предоставлении жилья гражданам указанной категории.

Abstract: the article discusses a set of measures aimed at providing living quarters for persons from among orphans and children left without parental care, persons belonging to the category of orphans and children left without parental care, and determining approaches to improving the efficiency of public administration in provision of housing to citizens of this category.

Ключевые слова: дети-сироты, жилые помещения, список нуждающихся, приобретение жилья.

Keywords: orphans, living quarters, list of those in need, purchase of housing.

Реализация прав лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц, относившихся к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (далее – граждан из числа детей-сирот), на обеспечение жилым помещением – один из ключевых вопросов политики, проводимой государством в сфере защиты детства, которому отведена первостепенная роль как при реализации Национальной стратегии действий в интересах детей, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 01.06.2012 № 761, так и в рамках

Десятилетия, посвященному детству (2018 – 2027 годы), объявленного Указом Президента Российской Федерации от 29.05.2017 № 240.

По данным, приводимым в Единой государственной информационной системе социального обеспечения по состоянию на 01.01.2021 года, в Российской Федерации более 283 тысяч граждан из числа детей-сирот включены в соответствующий список, подлежащих обеспечению жилыми помещениями, из них в Краснодарском крае – 10008.

Актуальность темы обеспечения жилыми помещениями граждан из числа детей-сирот в Российской Федерации определяется увеличением в течение последних 3 лет очередности в среднем на 5 тысяч человек. Вопрос ликвидации сложившейся задолженности находится на особом контроле в Правительстве Российской Федерации.

Основным критерием, характеризующим эффективность государственного управления и выполнение государственными органами обязанностей по обеспечению жильем граждан из числа детей-сирот, является сокращение числа граждан указанной категории, у которых возникло право на жилье, но не реализовано, с последующим полным устранением задолженности перед данной категорией и переходом к предоставлению гражданам из числа детей-сирот жилых помещений в плановом порядке.

Согласно требованиям действующего законодательства [5] жилые помещения предоставляются гражданам из числа детей-сиротам только в том субъекте, в котором они включены в список подлежащих обеспечению жильем. При этом, с одной стороны, есть субъекты с незанятым жильем, достаточно развитой инфраструктурой и потребностями в кадрах (Сибирь, Дальний Восток), а с другой – есть граждане из числа детей-сирот, нуждающиеся в квартирах, гарантированном специализированном и профессиональном образовании, рабочих местах и проживающие там, где получить все это достаточно проблематично (Северный Кавказ).

В большинстве регионов Российской Федерации преобладающим методом пополнения специализированного жилищного фонда является закупка жилья путем участия в долевом строительстве или в сданных домах у застройщика, реже – на вторичном рынке, еще реже – из высвобождаемых помещений, ранее включенных в муниципальный фонд.

В Москве большая часть жилых помещений, выделяемых на обеспечение граждан из числа детей-сирот, образуется за счет площадей в многоквартирных домах, построенных согласно специальной городской программе с привлечением городского бюджета, а также с учетом жилых помещений, поступающих в имущественную казну города Москвы, в результате освобождения предыдущими собственниками или нанимателями.

В Краснодарском крае мероприятия по обеспечению жильем граждан из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, реализуются в рамках краевой госпрограммы «Дети Кубани». Так, в 2021 году планируется приобрести у застройщиков (за счет участия в долевом строительстве и в сданных в эксплуатацию домах) 1496 квартир в целях предоставления гражданам из числа детей-сирот. При этом все квартиры должны быть оборудованы кухней с мойкой, кухонной плитой (или варочной панелью и жарочным шкафом) для приготовления пищи, ванной комнатой с ванной (душем) и раковиной (умывальником), туалетом с унитазом или совмещенным санузлом. На цели приобретения указанного количества квартир выделено 2 млрд 336 млн рублей средств краевого бюджета.

В Красноярском крае широко распространена практика ремонта жилых помещений, имеющих в муниципальной собственности, чтобы в дальнейшем обеспечить ими граждан из числа детей-сирот. Поступление жилых помещений в целях дальнейшего распределения между гражданами из числа-детей сирот производится в том числе и по краевой программе с последующей передачей этого жилья в специализированный жилищный фонд.

Специализированный жилищный фонд для граждан из числа детей-сирот стабильно формируется только за счет строительства жилых домов в одном субъекте Российской Федерации – Республике Тыва. Однако объем строительных работ позволяет обеспечить жильем лишь 1/17 часть граждан из числа детей-сирот, указанных в списке на обеспечение.

Далеко не все субъекты Российской Федерации располагают предложениями по продаже жилых помещений, удовлетворяющих установленным законодательством требованиям.

Основными причинами недорасхода или недоиспользования бюджетных средств являются продолжительность процедур приобретения жилых помещений в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ, признание закупки несостоявшейся, что влечет за собой объявление повторных процедур закупки; нарушение застройщиками (поставщиками) условий исполнения заключенных договоров, отсутствие достаточного уровня предложений на вторичном рынке для надлежащего размещения.

Например, в Республике Ингушетия в 2018 году бюджетные средства не были освоены в полном объеме из-за отсутствия предложений по жилым помещениям с необходимой площадью, соответствующей установленным нормативам. Похожая ситуация имела место и в Приморском крае.

Формирование специализированного жилищного фонда за счет участия в строительстве нового жилья для субъектов Российской Федерации в районе Крайнего севера усложняется

коротким строительным периодом, связанным с природно-климатическими особенностями регионов.

Например, в Ненецком автономном округе в силу географическо-климатических особенностей, а также логистики и технологических перерывов в строительстве, связанных с достаточно низкими температурами, на строительство одного жилого дома необходимо не менее трех лет.

Дополнительным фактором, сдерживающим формирование специализированного жилищного фонда путем строительства, является установление с 01.01.2019 года федеральным законодательством лимита по количеству закупаемых жилых помещений для граждан из числа детей-сирот в многоквартирном доме – до 25 % от общего числа квартир в этом доме [5].

Так, в Ставропольском крае малая часть населенных пунктов с численностью жителей менее 10 тыс. человек, в связи с чем законодательно закрепленное с 01.01.2019 года ограничение не позволяет субъекту решить проблему обеспечения граждан из числа детей-сирот жильем в полном объеме [2].

Изменения в Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ дают возможность осуществлять приобретение жилья также у физических лиц.

Указанным законом предусмотрено условие для закупки – наличие электронной подписи, и оно не позволяет вовлечь физлиц – собственников жилья в полной мере, что увеличивает факторы риска при приобретении у них жилья. Мониторинг в сети Интернет демонстрирует, что на вторичном рынке присутствует достаточное количество квартир, соответствующих нормам предоставления (в целом по стране это 33 кв. м) и цене одного квадратного метра, например, по Ивановской области превышает численность включенных в списки граждан из числа детей-сирот в возрасте от 18 до 23 лет (по состоянию на начало 2021 года) почти в два раза. При должном подходе, а также наличию благоустроенности в указанных квартирах, проблему обеспечения можно решить в кратчайшие сроки.

Решение проблемы обеспечения граждан из числа детей-сирот жилыми помещениями также возможно при изменениях в Федеральном законе от 05.04.2013 № 44-ФЗ в целях упрощения условий реализации жилья для физических лиц.

При этом достаточно целесообразно установление пределов ответственности должностных лиц органов государственной власти регионов Российской Федерации и органов местного самоуправления муниципальных образований при приобретении в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ на вторичном рынке для граждан из числа детей-сирот и других льготных групп населения жилья по завышенным ценам или при явных дефектах.

Эти меры позволяют, с одной стороны, существенно ускорить скорость покупки жилья у физических лиц, а с другой – обеспечить эффективный контроль.

С начала 2019 года в некоторых субъектах стартовала работа по передаче неиспользуемого ведомственного фонда министерства обороны Российской Федерации в целях дальнейшего предоставления в том числе гражданам из числа детей-сирот.

Предоставление детям-сиротам жилых помещений после выпуска из детских государственных учреждений может осуществляться путем предоставления временного жилья до факта обеспечения постоянным и благоустроенным жилым помещением по норме предоставления. Одинаковые подходы к предоставлению гражданам из числа детей-сирот для временного пользования жилых помещений (например, в общежитиях) или компенсационных мер в целях найма жилых помещений отсутствуют.

Компенсации за аренду жилых помещений до подхода очереди, на оплату жилищно-коммунальных услуг, возможности предоставления комнат в общежитиях, социальных гостиницах существуют в 52 субъектах Российской Федерации.

Так, например, материальная компенсация за найм жилого помещения представляется в Тюменской области. Размер ее в зависимости от численности семьи составляет от двух до двенадцати тысячи рублей в месяц [6].

В Ярославской области количество граждан из числа детей-сирот, получивших компенсацию за имеющийся у них договор коммерческого найма, составило в 2020 году более трехсот человек (около 30 % от числа находящихся в списке на получение жилья) [3].

В Приморском крае сумма компенсации расходов по договору найма жилого помещения приравнена к фактическим затратам, при этом имеется законодательное ограничение: не более пяти тысяч рублей в месяц во Владивостоке и трех тысяч рублей в месяц в других населенных пунктах региона [1].

Похожие меры социальной поддержки существуют и в Республике Адыгея, Ненецком автономном округе, Камчатском крае, Владимирской, Вологодской, Воронежской, Калининградской, Самарской, Курской, Новосибирской, Псковской, Оренбургской, Тульской областях.

Однако в целом по Российской Федерации дополнительную поддержку получают немногим более восьми тысяч граждан из числа детей-сирот, или менее одной двадцатой от включенных в список граждан из числа детей-сирот, у которых законодательно установленное право на получение жилья до сих пор не реализовано.

Возможным вариантом решения проблемы предусматривается предоставление жилых помещений на условиях договора найма жилого помещения жилищного фонда социального использования, что предоставит возможность вариантности для улучшения существующих жилищных условий граждан из числа детей-сирот при увеличении состава их семей либо возникновении иных обстоятельств (например, получения инвалидности).

Вместе с очевидными положительными моментами вышеуказанное предложение требует дополнительной проработки, в том числе с позиции последствий по ряду социальных и экономических критериев.

В целом в России наблюдается недостаточное внедрение методов эффективных решений жилищных вопросов граждан из числа детей-сирот. Так, в процессе видео-селекторного совещания, проведенного 27.03.2019 Контрольно-счетной палатой Российской Федерации с представителями высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации по актуальным вопросам социальной поддержки граждан из числа детей-сирот, было установлено, что субъекты Российской Федерации не владеют достаточно полной информацией о применяемых в других субъектах страны методах для решения жилищных проблем граждан из числа детей-сирот.

Отсутствие задолженности перед гражданами из числа детей-сирот в части предоставления жилья в некоторых регионах (например, в Московской области) осуществляется не только за счет одномоментного увеличения финансирования, но и за счет мер по планированию расходов в обозримой перспективе.

До начала календарного года формируется сводный список в отношении граждан из числа детей-сирот, которые в наступающем году достигают совершеннолетия. На основании сводного списка муниципальными образованиями Московской области составляются «дорожные карты» по предоставлению жилья и затем до 25 марта финансового года формируется «единая дорожная карта» обеспечения жильем граждан из числа детей-сирот в целом по субъекту.

Контроль за исполнением вышеуказанных дорожных карт осуществляется министерством образования Московской области еженедельно, а в формате ежеквартальной видеоконференции с участием прокуратуры и профильных министерств заслушиваются руководители блоков муниципальных образований и выявляются нарушители дорожных карт.

Данные о реализации этапов дорожных карт раз в три месяца выгружаются в государственную автоматизированную систему «Управление» для осуществления контроля Правительством Московской области. В Москве за год до фактического обеспечения граждан из числа детей-сирот жильем разрабатывается соответствующий план, в который вносятся сироты,

че совершеннолетие наступит в следующем году. Межведомственная комиссия ознакамливается с фактическими обстоятельствами по учетным делам граждан из числа детей-сирот, в том числе вступившими в законную силу решениями суда. По результатам в плановом порядке при достижении совершеннолетия с гражданами из числа детей-сирот заключаются договоры найма специализированного жилого помещения.

В Камчатском крае в конце третьего квартала также формируется план предоставления жилых помещений гражданам из числа детей-сирот на наступающий календарный год, что позволяет привести в соответствие прогнозируемую и фактическую численность граждан из числа детей-сирот, нуждающихся в предоставлении жилых помещений, а также эффективно распределять денежные ассигнования для создания специализированного жилищного фонда для граждан из числа детей-сирот на следующий финансовый год [1].

Комплексный анализ предоставления жилых помещений гражданам из числа детей-сиротам с учетом решений суда не осуществляется. Отсутствие соответствующих данных затрудняет принятие управленческих решений для дальнейшей разработки возможных изменений закона в этой области [7].

В Приморье гражданам из числа детей-сирот, которым исполнилось 23 года, и у которых имеется достаточная адаптация к самостоятельному проживанию, а также имеющим вступившие в законную силу судебные решения о возложении обязанности на местную администрацию предоставить им жилое помещение по договору специализированного найма, при условии заключения мирового соглашения с местной администрацией выписывается сертификат на покупку жилья в собственность.

Сертификат позволяет приобрести жилье на территории всего Приморского края с учетом установленной нормы в 36 кв. метров по цене, определенной законодательными актами, но при этом не выше стоимости, установленной министерством строительства Российской Федерации для региона в текущем квартале календарного года.

Перечисление средств осуществляется продавцу при соблюдении условия, что площадь квартиры составляет более 18 кв. м. При этом верхняя граница квадратуры не ограничена. Преимущество приобретения жилья с использованием сертификата выражается в возможности гражданина из числа детей-сирот использовать при этом дополнительно собственные или заемные средства.

В 2019 году гражданами из числа детей-сирот подано почти полтысячи заявок на получение сертификата, из которых большинство одобрено. В 2020 году сертификаты выданы

140 гражданам из числа детей-сирот, из которых 115 человек приобрели жилые помещения в собственность.

Одновременно при использовании гражданами жилищного сертификата местными органами власти осуществляется правовое сопровождение сделок, которое позволяет оградить граждан из числа детей-сирот от действий недобросовестных граждан и мошенников и положительно влияет на их дальнейшую адаптацию в социуме.

Указанный механизм покупки жилых помещений нацелен на подбор самого приемлемого варианта для граждан из числа детей-сирот, достигших возраста 23 лет, тем самым ликвидируя задолженность перед гражданами, относящимися к категории детей-сирот, и обеспечивая их право на получение жилого помещения.

Представляется разумным возможность реализации государственной гарантии по предоставлению жилья путем выдачи жилищного сертификата распространить на всех граждан из числа детей-сирот, достигших возраста 23 лет и включенных в соответствующий список с их непосредственного согласия.

Поскольку граждане из числа детей-сирот являются дееспособными, несущими полную ответственность за свои действия, уровень их социализации, по мнению Контрольно-счетной палаты Российской Федерации, не может являться преградой для использования государственной гарантии [1].

В ходе интервью с прибывшими на Первый всероссийский форум выпускниками детских домов в Астрахани в 2019 году установлено, что граждане из числа детей-сирот достаточно оптимистично оценивают возможности указанной компенсации, расценивая ее как реальную возможность улучшения своих жилищных условий.

В публичных выступлениях на форуме граждане из числа детей-сирот обращали внимание на то, что после 23 лет, создания семьи и появления детей они нуждаются не в жилом помещении площадью 33 квадратных метра, которое они не смогут приватизировать в течение пяти лет, а в объединении всех предусмотренных законодательством меры поддержки (льготная ипотека, материнский капитал и пр.), собственные средства, в целях увеличения квадратуры жилья.

Также стоит отметить законодательную неурегулированность ситуаций, при которых гражданин из числа детей-сирот, имеющий незначительную часть жилой площади, которая принадлежит в том числе лишенным на основании решения суда родительских прав гражданам, получает жилое помещение и в итоге он начинает располагать площадью больше, чем ребенок-сирота без родителей. Одновременно условия остальных проживающих в квартире либо частном

доме, включая родителей, лишенных родительских прав по решению суда, таким образом улучшаются.

Также имеет место практика сдачи в аренду или продажи предоставленного жилого помещения, что подтверждают проверки Контрольно-счетной палатой Российской Федерации (например, в Ивановской области), а также органов прокуратуры (например, в Иркутской области).

Такая ситуация может привести к социальной несправедливости в отношении семей, в том числе многодетных, где родители добросовестно несут бремя своих обязательств перед детьми, обеспечивают условия несовершеннолетним детям, но не могут обеспечить детей отдельными жилыми помещениями в силу материальных затруднений.

В декабре 2019 года по инициативе Контрольно-счетной палатой Российской Федерации проводилось совещание у Председателя Правительства Российской Федерации, в ходе которого было озвучено поручение до 2025 года ликвидировать задолженность перед гражданами из числа детей-сирот.

Так, в целях ликвидации до 2025 года задолженности перед гражданами из числа детей-сирот, Контрольно-счетная палата Российской Федерации предлагает разработать «дорожную карту» [1], предполагающую участие властных органов всех уровней и включающую непосредственно график ликвидации задолженности в каждом субъекте Российской Федерации с учетом имеющихся жилых помещений на первичном и вторичном рынках, планируемого строительства жилых помещений и с учетом индивидуального подхода к каждому гражданину из числа детей-сирот.

Кроме того, целесообразно включить в «дорожную карту» мероприятия, предусматривающие формирование единых подходов при предоставлении иных мер социальной поддержки гражданам из числа детей-сирот в виде временных жилых помещений.

Список литературы:

1. Бюллетень Контрольно-счетной палаты Российской Федерации от 2020 № 3.
2. Доклад министерства просвещения Российской Федерации в Правительство Российской Федерации от 30.08.2019 № МП-П-2871.
3. Закон Ярославской области от 23.12.2013 № 73-З «О компенсации расходов по договору найма (поднайма) жилых помещений детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей».

4. Письмо министерства просвещения Российской Федерации от 11.12.2019 № МП-П-4300.

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.04.2019 № 397 «О формировании списка детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц, которые относились к категории детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и достигли возраста 23 лет, которые подлежат обеспечению жилыми помещениями, исключении детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, из списка в субъекте Российской Федерации по прежнему месту жительства и включении их в список в субъекте Российской Федерации по новому месту жительства».

6. Постановление Правительства Тюменской области от 28.04.2005 № 18-п «О дополнительных мерах социальной поддержки отдельных категорий граждан, связанных с обеспечением получения ими жилья».

7. Фахрутдинова, А.З. Управление социальной сферой: Учебное пособие / А.З.Фахрутдинова. – Новосибирск: СибАГС, 2015. – 95 с.

УДК 336.71

Бондаренко В.В.*д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Клименко К.В.***студент 2 курса очной формы обучения
факультета экономики, менеджмента и торговли
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА «МИР»: МИР СТАЛ БЛИЖЕ****MIR PAYMENT SYSTEM»: THE WORLD HAS BECOME CLOSER**

Аннотация. В статье рассмотрены этапы реализации национальной платежной системы Российской Федерации «МИР», позволяющей производить безналичные расчеты не только на территории России, но и за ее пределами – в странах ближнего зарубежья. Создание собственной национальной платежной системы Российской Федерации является важнейшим этапом программы обеспечения финансовой безопасности и суверенитета России, ее национальной безопасности.

Annotation. The article considers the stages of implementation of the national payment system of the Russian Federation "MIR", which allows making non – cash payments not only on the territory of Russia, but also abroad-in the countries of the near abroad. The creation of the Russian Federation's own national payment system is the most important stage of the program to ensure the financial security and sovereignty of Russia, its national security.

Ключевые слова: национальная платежная система «МИР», банковская карта, финансовая безопасность.

Keywords: national payment system "MIR", bank card, financial security.

Современный человек не может представить свою жизнь без банковской карты и безналичных платежей, ведь именно они оптимизируют расчетные операции как среди населения, так и среди юридических лиц. В настоящее время все больше и больше людей прибегают к использованию безналичной оплаты любых платежей от покупки товаров первой необходимости населением до расчетных операций субъектов хозяйственной деятельности.

Актуальность исследования платежной системы Российской Федерации «МИР» заключается в назревшей необходимости критического анализа практики платежных технологий России и прогрессирующими внешними рисками.

Создание национальной платежной системы Российской Федерации является важнейшим этапом программы обеспечения финансовой безопасности и суверенитета России, ее национальной безопасности.

Современное состояние отечественной платежной системы никак нельзя назвать конкурентоспособной, так как действует система лишь с 2015 года, что является небольшим сроком. Платежная система требует доработок. Большинство безналичных платежей в России все также приходится на платежные системы Visa и MasterCard, что отрицательно сказывается на национальных проектах страны.

Проблема создания единой платежной системы Российской Федерации, которая непосредственно основана на принципах экономической безопасности и эффективности, становится все более актуальной в свете повышения ее конкурентных преимуществ.

Платежная система «МИР» была создана как альтернатива платежным системам Visa и MasterCard в 2015 году. Ее создание обусловлено необходимостью обеспечить финансовую безопасность страны и непосредственно банковских услуг в Российской Федерации от внешних политических и экономических факторов.

Создание собственной платежной системы России обусловлено множеством факторов, но главным из них является введение санкций по отношению к Российской Федерации. Международные платежные системы Visa и MasterCard остановили обслуживание банковских карт некоторых российских банков, и многие клиенты потеряли доступ к банковским счетам.

Следовательно, главной целью создания национальной платежной системы стало обеспечение граждан России собственной платежной системой, для защиты от подобных случаев.

В этом и заключается преимущество национальной платежной системы, а именно доступ к денежным средствам, не смотря на внешнеполитическую обстановку.

Акционерное общество «Национальная система платежных карт», в сокращении НСПК, является оператором платежной системы «МИР» и клиринговым центром обработки операций по банковским картам внутри Российской Федерации. В момент появления ПАО НСПК ее собственником являлся Центральный банк Российской Федерации. И на сегодняшний день 100% акций АО НСПК принадлежит Центральному банку РФ. Этапы создания отечественной платежной системы:

1) одобрение Президентом Российской Федерации идеи создания национальной платежной системы 27 марта 2014 года. Куратор проекта – Банк России;

2) подписание Владимиром Владимировичем Путиным 5 мая 2014 года Федерального закона №112 – ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон №161 – ФЗ «О национальной платежной системе» от 27.06.2011»;

3) открытие 23.07.2014 г. Акционерного Общества «Национальная система платежных карт»;

4) объявление 8 апреля 2015 года Всероссийский конкурс на лучшее название и логотип национальной платежной системы;

5) эмиссия 15 декабря 2015 года первой банковской платежной карты с платежной системой «МИР». Первыми банками – эмитентами стали Газпромбанк, РНКБ, банк «Россия» и другие.

Уже в декабре 2017 года к платежной системе «МИР» присоединились 375 банков и 146 из них выступают эмитентами платежных карт.

К 2018 году национальная платежная система занимала 11% мирового рынка платежных систем, в 2019 году охват составил 21%. Прогнозная оценка экспертов об увеличении к 2022 году использования банковских карт под брендом национальной платежной системы Российской Федерации, составляет 19%. Это означает, что к 2022 году охват платежной системы «МИР» мирового рынка составит 40%.

Стремительное развитие отечественной платежной системы происходит «искусственным» путем. На это указывает подписание закона, обязывающий перевести всех работников муниципальных образований на карты с национальной платежной системой «МИР». Это касается и студентов, военнослужащих, граждан на пенсионном обеспечении и всех получателей социальных пособий. С 1 июля 2021 года пенсии и социальные выплаты и пособия будут начисляться исключительно на карты с поддержкой национальной платежной системы «МИР».

Безналичный расчет с помощью банковских карт на территории Российской Федерации с каждым годом становится более популяризирован. Выпуск банковских карт национальной платежной системы «МИР» из года в год имеет только положительную тенденцию к увеличению (см. рисунок 1).

Как показано на графике выше, с каждым годом в России выпускается все больше и больше банковских карт, предназначенных для безналичных расчетов. Из этого можно сделать вывод о том, что в стране идет тенденция популяризации безналичных расчетов. В феврале 2020

года эмиссия банковских карт с поддержкой платежной системы «МИР» составила 73 миллиона, а по состоянию на конец 2020 года, эмиссия составила 90 миллионов карт.

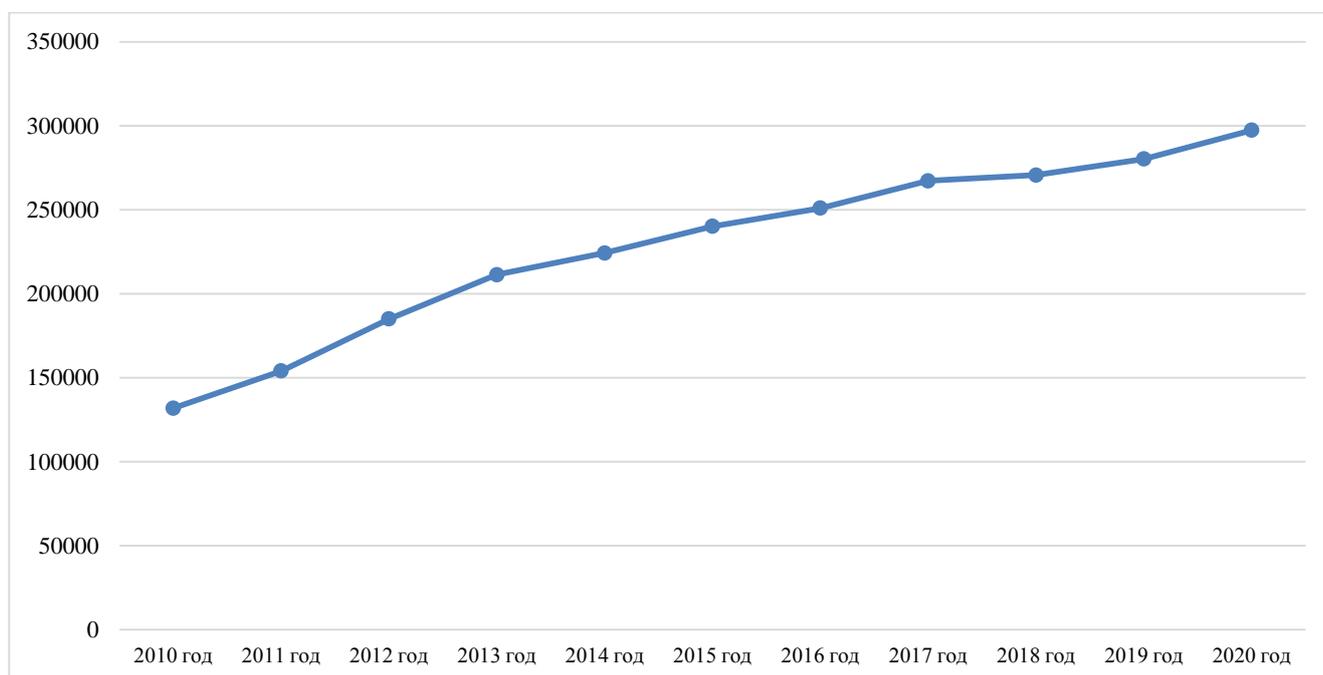


Рис. 1 Выпуск банковских карт на территории РФ за период 2010 – 2020 гг.

По картам национальной платежной системы в 2020 году совершено 3,5 млрд. операций – на 75% больше, по сравнению с 2019 годом. Чаще всего оплата банковской картой под брендом «МИР» производилась в супермаркетах, что продемонстрировало популяризацию безналичного расчета в данной сфере, и этому отчасти поспособствовала пандемия коронавируса.

В настоящее время выпускаются три вида карт с платежной системой «МИР» - кобейджинговая карта, дебетовая и кредитовая карты.

Кобейджинговая карта – это банковская карта, совмещающая две платежные системы, например, платежная система «МИР» и платежная система Mastercard. Именно выпуск данных банковских карт позволяет их владельцам расплачиваться за рубежом, тем самым повышая свою эффективность и конкурентоспособность с мировыми платежными «гигантами» Visa и MasterCard. Первым банком, выпустившим кобейджинговую карту под брендом «МИР» и JCB, стал Газпромбанк (июль 2016 года).

Но на этом вариации способа совершения платежа за пределами Российской Федерации не заканчиваются, на данный момент разрабатывается еще один способ расплачиваться «МИР» - ом за границей. И это договор о взаимном обслуживании карт с зарубежными платежными

системами. Предполагается, что карты других платежных систем смогут обслуживаться в платежной системе России как в собственной, и наоборот.

Данное соглашение уже подписано с «Армениян Кард» - «ArCa» 3 июня 2016 года. В декабре 2018 года с банком «ВТБ Казахстан», который стал первым в стране с запуском проекта по приему и обслуживанию карт платежной системы «МИР».

В апреле 2019 года платежные системы «Элкарт» (Республика Кыргызстан) и «МИР» (Российская Федерация) в рамках соглашения о взаимном обслуживании платежных систем и проекта по межсистемной интеграции обеспечивают возможность использовать банковские карты под брендом «МИР» на территории Кыргызстана. Держатели данных карт получили возможность снимать наличные в банкоматах и расплачиваться в POS – терминалах, брендированных логотипом российской национальной платежной системы. Также в этот период было заключено соглашение с турецким «Ишбанк» - об обеспечении приема карт «МИР» в своих банкоматах и POS – терминалах. На данный момент банковские карты с платежной системой «МИР» принимаются более чем в 10 тыс. магазинов, 40 тыс. ТСП и более чем в 5 тысячах банкоматов «Ишбанка», который имеет крупнейшую эквайринговую сеть на территории Турции.

Выпуск кобейджинговых карт под брендами «МИР» и Maestro Газпромбанком стартовал в декабре 2015 года, после заключения соглашения между АО НСПК и MsaterCard в июле 2015 года.

Также производится эмиссия «специфических» карт под брендом «МИР» банками – партнерами. К таким видам карт относятся:

- пенсионная карта. Выдача банковских карт данного типа производится банками, заключившими договор с Пенсионным фондом Российской Федерации. Главным преимуществом является предоставление ее держателям, пенсионерам, особых условий: бесплатное обслуживание, начисление процентов на остаток средств на карте по истечению месяца, бесплатное информирование по средствам SMS, «кэшбек» и так далее;

- карта школьника. Помимо классических функций банковской карты, держателю предлагается ряд нефинансовых услуг: доступ к электронным дневникам и зачетным книжкам, доступ в учебное заведение, родительский контроль и хранение всех персональных данных.

В целях увеличения пользователей карт с платежной системой «МИР» была разработана собственная система лояльности, которая позволяет экономить на ежедневных расходах.

Пластиковая карта с платежной системой «МИР» в свою очередь не отстает от своих конкурентов. Она имеет набор востребованных качеств, например, бесконтактный способ

оплаты. Также в марте 2019 года НСПК представлен собственный мобильный платежный сервис Mir Pay, которым могут воспользоваться все держатели карт с платежной системой «МИР» и обладатели любых смартфонов с операционной системой Android, обязательно с поддержкой NFC.

Для обеспечения безопасности проводимых платежей через данную платежную систему, применяются российские разработки, которые создавались с учетом международного опыта по защите банковских операций и личных данных держателей банковских карт.

Платежная система «МИР» использует технологию MirАссерт на базе 3D Secure, которая позволяет обеспечить надежную защиту проводимых Интернет – платежей с помощью кода из SMS, биометрической аутентификации или графического ключа. Данный сервис обеспечивает пользователя банковской карты с отечественной платежной системой от несанкционированных онлайн - платежей в сети Интернет.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о следующих преимуществах национальной платежной системе «МИР» Российской Федерации:

1. Главное преимущество платежной системы «МИР», как и говорилось ранее, заключается в том, что доступ к ней имеет лишь Российская Федерация, тем самым обеспечивая защищенность держателей карт под брендом данной платежной системы от влияния зарубежных стран.

2. Наличие кобейджинговых карт. Наличие возможности использования банковских карт под брендом «МИР» за рубежом однозначно повышает ее конкурентоспособность и помогает повысить охват рынка. По состоянию на 2020 год, карта с платежной системой «МИР» принимается на территории восьми стран – партнеров.

3. Получение государственных выплат и пенсий, социально значимых услуг. Немаловажная функция непосредственно для населения Российской Федерации, система «МИР» предоставляет льготные условия для держателей карт «социального» назначения, такие как бесплатное обслуживание и система «кэшбек».

4. Удобство использования для получения заработной платы. Абсолютное большинство банковских карт с отечественной платежной системой включены в «зарплатные проекты», это позволяет владельцам данных карт использовать все возможности данной платежной системы, в том числе получать доступ к программе лояльности.

5. Сотрудничество с крупными компаниями – ритейлерами. Данная возможность позволяет населению, в чьем пользовании находятся карты под брендом «МИР», совершать

покупки авиабилетов и железнодорожных билетов, бронировать номера в крупных отелях, с которыми заключен договор о сотрудничестве.

6. Выпуск банковских карт с платежной системой «МИР» банком – гигантом России, Сбербанком. Большая часть населения Российской Федерации является клиентами именно этого банка, и внедрение платежной системы в аппарат СберБанка позволяет расширить число пользователей платежной системы «МИР», тем самым популяризируя ее. Благодаря услуге «Сбербанк онлайн», принадлежащей Сбербанку, карты под брендом «МИР» могут использоваться для оплаты услуг связи, ЖКХ, штрафов и так далее.

7. Низкая стоимость обслуживания, чем у MasterCard и Visa. Расходы на выпуск банковских карт с платежной системой «МИР» для начисления пенсий и заработных плат и расходы по их обслуживанию, возлагаются на Пенсионный Фонд России или работодателя, в зависимости от типа банковской карты.

8. Увеличение банков – партнеров платежной системы. Все чаще организации и индивидуальные предприятия устанавливают платежные терминалы с поддержкой НСПК. Этому поспособствовало принятие Государственной Думой закона, обязывающего все банки Российской Федерации принимать банковские карты с платежной системой «МИР».

9. Сотрудничество со СберБанком и Раффайзенбанком. Партнерство представленных крупнейших банков России с национальной платежной системой обеспечивает держателям карт доступ к их банкоматам, через которых происходит снятие наличных денежных средств. Данный паритет решает проблему доступа владельцев карт «МИР», проживающих в отдаленных от крупных центров городов, к банкоматам для снятия наличных денежных средств.

Несмотря на внушительное количество преимуществ платежной системы «МИР», НСПК имеет ряд некоторых недостатков, так как система платежей создана относительно недавно. К недостаткам относятся:

1. Невозможность безналичной оплаты в большинстве иностранных государств. Банковские карты под брендом «МИР» не обслуживаются в системе Visa и MasterCard, поэтому ими невозможно расплатиться при поездках в другие страны.

2. Расчет по банковским картам с платежной системой «МИР» предусмотрен исключительно в национальной валюте, то есть в российских рублях, что осложняет задачу оплаты за границей, неизбежны расходы при конвертации валют.

3. Малая распространенность продукта в небольших населенных пунктах России. Невозможность расплатиться во всех торговых точках, не прибегая к снятию наличных денежных средств.

Национальная система платежных карт имеет огромный потенциал и множество перспектив развития, а в силу «новшества» еще имеет некоторые недостатки, которые вполне исправимы, но на это потребуется немало времени и средств.

НСПК стремительными темпами расширяет сферу своего влияния. Все больше и больше граждан становятся пользователями национальной платежной системы, что ограничивает внешнее экономическое и политическое влияние на Российскую Федерацию.

Платежная система «МИР» однозначно за прошедшие пять лет расширила сферу своего использования, конечно во многом благодаря тому, что находится в ведении государства и имеет ряд преимуществ перед другими платежными системами, действующими на данный момент на территории Российской Федерации.

Создание национальной платежной системы – огромный вклад в развитие национальной экономики страны, который решил проблему национальной безопасности безналичных расчетов как граждан, так и организаций, осуществляющих свою деятельность на территории России.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161 – ФЗ (ред. от 22.12.2020, с изм. и доп., вступ. В силу с 01.01.2021). Принят Гос. Думой 27.06.2011 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2011.;
2. Сайт национальной платежной системы «МИР» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mironline.ru/>;
3. Сайт Национальной системы платежных карт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nspk.ru/>;
4. Сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cbr.ru/>;
5. Золотова Е. А., Саакян А. В. Национальная платежная система РФ // Символ науки. – 2016. – с. 5 – 7.;
6. Сердюкова Д. Д. Особенности платежной системы «МИР» и перспективы ее развития // Экономика. – 2019.

УДК 336.7

Бондаренко В.В.*д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Курганова В.В.***магистрант программы магистратуры
Мировая экономика и международный бизнес
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ЧАСТНЫХ ЛИЦ

MODERN RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE OF PRIVATE BANKING SERVICES

Аннотация. В России, как и во всех странах мира, обслуживание частных лиц – это дополнительная возможность для банка распоряжаться средствами своих клиентов. Привлекая на обслуживание новых клиентов, банк улучшает показатели ликвидности и платежеспособности. Остатки денежных средств на текущих счетах частных лиц являются бесплатными ресурсами банка, которые могут быть эффективно размещены. В статье рассмотрены современные российские и зарубежные практики комплексного банковского обслуживания частных лиц в условиях макроэкономической нестабильности. Распространение инноваций в банковской среде тесно связано с инновациями в глобальном и мировом финансовом секторе, что делает этот процесс неизбежным для всех банков в различных странах. Зарубежные банки, как и компании и организации других отраслей и секторов экономики, для качественного и эффективного обслуживания частных лиц все активнее используют новейшие информационные технологии.

Annotation. In Russia, as in all countries of the world, servicing individuals is an additional opportunity for the bank to manage the funds of its clients. By attracting new customers for servicing, the bank improves its liquidity and solvency indicators. The cash balances in the current accounts of individuals are free resources of the bank, which can be effectively placed. The article examines modern Russian and foreign practices of complex banking services for individuals in the context of macroeconomic instability. The spread of innovation in the banking environment is closely linked to innovation in the global and global financial sector, which makes this process inevitable for all banks in

different countries. Foreign banks, as well as companies and organizations of other industries and sectors of the economy, are increasingly using the latest information technologies to provide high-quality and efficient services to individuals.

Ключевые слова: банковское обслуживание частных лиц, ДБО (дистанционное банковское обслуживание), банковский розничный бизнес, банковский неторговый бизнес.

Keywords: banking services for individuals, RBS (remote banking services), retail banking business, non-commercial banking business.

В России, как и во всех странах мира, обслуживание частных лиц даже в условиях финансово-экономического кризиса является одним из наиболее привлекательных и прибыльных направлений деятельности коммерческого банка. Поэтому даже несмотря на трудности, периодически возникающие в банковском секторе, кредитные организации продолжают уделять большое внимание развитию данного сегмента деятельности и постоянно расширяют линейку продуктов и услуг, предоставляемых частным лицам.

Обслуживание частных лиц – это дополнительная возможность для банка распоряжаться средствами своих клиентов. Привлекая на обслуживание новых клиентов, банк улучшает показатели ликвидности и платежеспособности. Остатки денежных средств на текущих счетах частных лиц являются бесплатными ресурсами банка, которые могут быть эффективно размещены.

Деятельность банка по обслуживанию клиентов обычно делится на коммерческий и розничный (неторговый) секторы. Такое деление основывается на разных подходах к ведению дел в указанных областях. Термин "неторговый бизнес" наиболее часто употребляют для обозначения деятельности по обслуживанию частных (физических) лиц, хотя это не совсем корректно: неторговые операции имеют место и в корпоративном секторе. Понятие «банковский розничный бизнес» считается очень расплывчатым в понимании многих финансистов-практиков самого широкого круга. Действительно, это понятие точно не определено ни в нормативной, ни в законодательной базе, и, следовательно, может пониматься по-разному [7].

Для того, чтобы правильно классифицировать деятельность современного банка, проведем разделение по линии розничные/корпоративные операции. Определим четкий круг рассматриваемых банковских операций. Розничные операции – это в первую очередь обслуживание частных лиц, но не только. Ведь любая организация также состоит из частных лиц, и многие компании, так или иначе, ведут финансовые операции со своими клиентами –

частными лицами. В связи с этим в России и за рубежом различают четыре группы розничных операций (как правило они отображают технологический подход):

а) операции по обслуживанию клиентов – частных лиц, не связанные с обслуживанием банком какой-либо организации. Например, это обмен валюты или открытие вклада для клиента;

б) корпоративно-розничные операции, т.е. обслуживание финансового взаимодействия частных лиц с компаниями, которые, например, являются клиентами банка или имеют какие-либо отдельные договоренности с банком. Например, это оплата коммунальных услуг;

в) условно-розничные операции – это банковские операции, которые:

1) осуществляются не только частными, но и юридическими лицами в связи с их коммерческой деятельностью, но по технологии их исполнения банком идентичны операциям с частными лицами;

2) относятся исключительно к корпоративному сектору, но по технологии близки к розничным продуктам банка. Например, операции приема чеков на инкассо от частных и юридических лиц и последующая их оплата являются практически идентичными и выполняются и (или) координируются, как правило, одним и тем же подразделением по операциям с чеками;

г) розничные операции с VIP-клиентурой (private banking). В наиболее точном смысле термин private banking (банковское обслуживание клиентов с высоким уровнем доходов) относится к управлению частными инвестициями, доверительному управлению денежными средствами, ценными бумагами и прочими активами клиента, например, недвижимостью. В данное понятие, кроме того, входят консультационные услуги, услуги так называемого финансового инжиниринга и прочие [10].

Банковские продукты и услуги частным лицам можно подразделить на традиционные и нетрадиционные. Традиционными услугами является все то, что вытекает из специфики деятельности банка как особого предприятия. К традиционным банковским услугам частным лицам относят следующие выполняемые банками операции – это депозитные, кредитные, расчетные и кассовые операции [6].

Депозитные операции связаны с помещением денежных средств клиентов в банк во вклады (депозиты). Исторически данной операции предшествовала сохранная операция, когда люди помещали свои ценности на сохранение в банки, обеспечивающие надежность и безопасность сбережений. В последующем сохранность денежных средств стала перерастать в сохранность от обесценения. Люди стали помещать свои денежные ресурсы в банк не только как в наиболее удобное, безопасное место, но и в целях получения дохода, их сохранения от

обесценения, инфляции. За помещение денег на депозит клиенты банка получают ссудный процент.

Сберегательный бизнес как вид розничных банковских услуг населению можно считать наиболее известным российским потребителям, а именно – основной продукт данного бизнеса – банковский вклад.

Рассматривая сберегательный бизнес, следует ориентироваться на вкладные операции, как наиболее распространенные и востребованные клиентами, а также на относительно новое направление на рынке сберегательного бизнеса России – общие фонды банковского управления (ОФБУ). Поочередно представим каждый из этих продуктов, классифицируя их в соответствии с нижеописанной методикой.

В сберегательном бизнесе банков можно выделить три основных направления, представленных на рисунке 1.

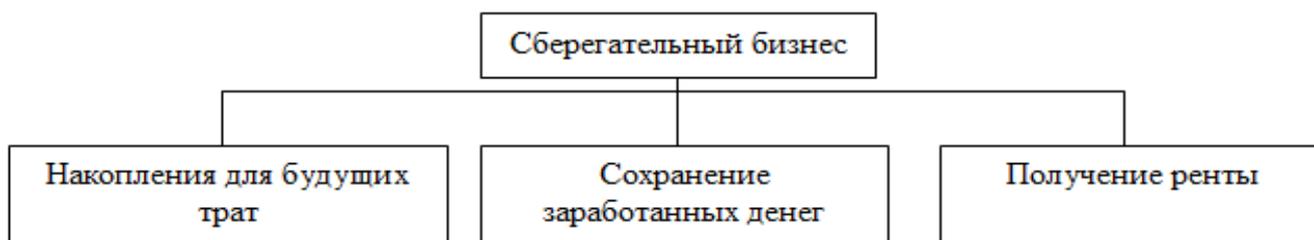


Рис. 1 Схема развития сберегательного бизнеса коммерческого банка

Вклады (депозиты). Согласно Федеральному закону "О банках и банковской деятельности" вклад – это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими (частными) лицами в целях хранения и получения дохода. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором. Привлечение средств во вклады оформляется договором в письменной форме в двух экземплярах, один из которых выдается вкладчику. Это наиболее распространенный и популярный сегмент сберегательного бизнеса любого российского банка, хотя стоит признать, что в составе привлеченных ресурсов средства вкладчиков любого банка занимают существенно меньшую часть по сравнению со средствами юридических лиц, пожалуй, за исключением Сбербанка и нескольких других банков [1].

Несмотря на то, что в большинстве своем банки в России далеко не "розничные", со вкладами населения они активно работают, и такая работа накладывает определенную социальную ответственность на кредитные организации, так как физические (частные) лица

являются наиболее незащищенной частью клиентов, вследствие чего и был принят Федеральный закон "О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации" [3]. Основная цель данного закона – поставить банки в практически равные конкурентные условия, убрав монополизм на государственные гарантии Сбербанка, а также повысить доверие населения к коммерческим банкам, подорванное периодическими банковскими кризисами. Денежные средства населения без сомнения являются наиболее стабильным и многообещающим ресурсом для банков.

Накопления для будущих трат. Данный вид вкладов возникает из потребностей клиентов накопить достаточную сумму для осуществления в будущем крупных трат, чаще всего заключающихся в дорогой покупке или накопления на "старость", "черный день". Далее будем называть эти вклады накопительными. Для полного удовлетворения потребностей клиентов копить денежные средства при разработке вкладов для этой целевой аудитории необходимо выделить особенности, присущие самому процессу накопления, такие как определенная периодичность выделения небольших сумм из текущих доходов вкладчика, направляемых на процесс накопления.

Сохранение заработанных денег. Этот вид вклада вытекает из потребности клиентами сохранить заработанные средства, по крайней мере, защитив их от инфляции, и, как максимум, приумножить их за счет получения процентов. Далее будем называть такие вклады "сберегательными". Это наиболее привлекательный сегмент клиентской базы для банков. В большинстве своем при размещении сберегательных вкладов речь идет о крупных суммах, которые в ближайшем будущем клиенты не собираются расходовать, т.е. готовы разместить их на долгие сроки. Разрабатывая условия сберегательных вкладов, необходимо понимать, какой целевой аудитории банк будет предлагать такие вклады.

Получение ренты. Это относительно новый вид вкладов, предусматривающий получение некоторой периодической ренты на капитал, далее будем называть их рентные вклады. Заглянув в словарь, можно посмотреть значение слова "рантье" (франц. *rentier*, от *rente* – рента) – лица, живущие на проценты с отдаваемого в ссуду капитала или с ценных бумаг. Несмотря на свою относительную молодость по сравнению с двумя вышеописанными видами вкладов, получение ренты путем размещения средств во вклады получило значительное распространение в банках [14].

Общие фонды банковского управления (ОФБУ). Данный вид сберегательных услуг значительно менее распространен в России по сравнению с вкладами. Первые общие фонды банковского управления появились в России в середине 1990-х гг., однако до последнего

времени они работали со своими клиентами приватно, и широкая публика не знала о них, да и их многие клиенты были уверены, что это одна из форм особого банковского депозита. Объясняется это общим отсутствием интереса у частных инвесторов к фондовому рынку, кроме того, последствия финансовых кризисов в России в 2008-2009 и 2014-2015 годы не способствовали доверию частных лиц к разного рода экзотическим банковским услугам, требующим к тому же долгосрочных вложений.

Только с начала 2016 года физические лица начали проявлять некоторую готовность к долгосрочным вложениям, способствующим получению большего дохода, и в этой ситуации проявился интерес и к ОФБУ. Оценивая вложения в ОФБУ, банкиры рекомендуют "не класть все яйца в одну корзину" и разделить сбережения на две части, инвестируя на фондовый рынок около 30% от них, остальные, оставив на депозите с гарантированной доходностью.

Во всем мире кредитные операции являются основной операцией банка. Не случайно банк называют кредитным учреждением. И это действительно так: в общей сумме активов банка основной удельный вес всегда составляют кредитные операции. Чаще всего за счет кредитования клиентов банк получает и большую часть дохода. Если сгруппировать кредитные операции по целям предоставления кредитов, то применительно к частным лицам это кредитование на цели потребления, иными словами – потребительское кредитование. Выдача ссуд частным лицам является в настоящее время наиболее динамично развивающимся сектором розничного банковского бизнеса, который ежегодного удваивает объемы заимствованных средств.

Расчетные операции, которые производит банк, могут осуществляться как в безналичной, так и в наличной форме. По поручению клиентов банки могут открывать различные счета, с которых производятся переводы, коммунальные платежи, платежи, связанные с покупкой или продажей товароматериальных ценностей, услуг, выплатой заработной платы, пенсий, перечислением налогов, сборов и других не менее важных платежей. При расчетах банк выступает посредником между продавцами и покупателями, между предприятиями, налоговыми органами, населением, бюджетом. При производстве расчетов банки используют различное современное высокотехнологичное оборудование, обеспечивающее быструю связь и эффективную обработку документации [12].

К разряду традиционных банковских операций также относятся и кассовые операции. В современном российском законодательстве они не включены в состав базовых операций, из которых складывается банк, однако по своему назначению они отражают суть банковской деятельности. Трудно себе представить, что банк занимаясь депозитами, осуществляя кредитование и расчеты, не ведет кассовых операций.

В состав нетрадиционных банковских услуг частным лицам входят все другие услуги. Их достаточно много, в том числе: посреднические услуги, услуги, направленные на развитие бизнеса (биржевые операции, размещение акций, факторинг, форфейтинг, услуги бизнес-планирования, юридическая помощь, информационно-маркетинговые услуги и т. п.), предоставление гарантий и поручительств, трастовые операции (включая консультации и помощь в управлении собственностью по поручению клиента), бухгалтерская помощь предприятиям, представление клиентских интересов в судебных органах, услуги по предоставлению сейфов, туристские услуги и другие.

Промежуточное положение между традиционными и нетрадиционными операциями занимают дополнительные операции. В их состав входят дистанционное банковское обслуживание (SMS-информирование, интернет-банкинг), валютные операции (услуги по наличным и безналичным конверсионным операциям для частных лиц), операции с ценными бумагами, операции с золотом, драгоценными металлами и слитками.

Зарубежное банковское обслуживание частных клиентов включает в себя множество видов финансовых услуг, основными из которых традиционно являются: управление портфелем; размещение депозитов; внутрибанковские инвестиционные фонды; траст; операции с ценными бумагами; конверсионные операции; займы.

К менее востребованным формам относятся: управление наличными, производные и структурированные продукты, кредитные письма, операции с драгоценными металлами и сейфовое хранение.

Особенностью банковской системы Англии является наличие дисконтных (учетных) домов «билль-брокеров». Довольно немалое количество лицензированных банков, принимающих депозиты. Государство регулирует банковское обслуживание частных клиентов банками путем издания предписаний о видах операций. На практике любой банк, прежде чем получить статус банка должен пройти испытательный срок в качестве данной организации.

В Германии функционирует свыше 4 тыс. банков, это и: федеральный центральный банк; коммерческие (универсальные); сберегательные; кооперативные центральные; кредитные кооперативы; банки специального назначения; почтовые, коммунальные и сберегательные и специализированные банки.

Особенность немецкой банковской системы заключается в универсальном характере деятельности коммерческих банков, государство четко регулирует банковское обслуживание частных клиентов.

Банки Японии – 11 крупных частных банков, которые называют городскими, 64 частных местных банка и три частных банка долгосрочного кредитования, 47 страховых компаний и 220 фондовых компаний [16].

Особенность банковской системы Японии является наличие банков, которые специализируются на операциях с ценными бумагами по американскому образцу. В стране четко разграничены полномочия между банками. В Японии, в отличие от США, нет большого количества законодательных предписаний для банков в области банковского обслуживания частных клиентов, последние руководствуются в своей деятельности, так называемыми направляющими указаниями, т.е. устными предписаниями министерства финансов. И хотя они не имеют силы закона, но между тем коммерческие банки в основном их выполняют.

В банковской системе Франции присутствуют коммерческие депозитные банки, которые специализируются в области краткосрочных кредитных операций, банки долгосрочного и среднесрочного кредита. В основном все крупные государственные или полугосударственные банки универсальны. Однако в отличие от Германии они ведут активную борьбу за частного клиента, а клиенты активно сопротивляются установлению исключительных отношений с каким-либо банком. Сегодня универсальные структуры это: крупнейший кооперативный сельскохозяйственный банк, национальные депозитные банки и большое число сберегательных банков и кредитных союзов – объединены в контролируемый государством траст. Государство проводит кредитную политику, регулируя учетные ставки, нормы банковских резервов, регулирует банковское обслуживание частных клиентов и др.

Особое влияние развития ДБО в зарубежной практике банковского обслуживания частных клиентов оказывают следующие факторы: растущая конкуренция, фактор времени, развивающиеся средства коммуникации. Распространение инноваций в банковской среде тесно связано с инновациями в глобальном и мировом финансовом секторе, что делает этот процесс неизбежным для всех банков в различных странах. Банки, как и компании и организации других отраслей и секторов экономики, начинают все активнее использовать новейшие информационные технологии.

Анализ исследований современных практик банковского обслуживания частных клиентов в зарубежных странах позволил сделать следующие выводы:

1. Во многих развитых странах в основном применяется модель дистанционного банковского обслуживания, операции осуществляются клиентами без визита в банк. Развитие зарубежной банковской системы в сторону ДБО имеет ряд объективных особенностей экономическо-социальной сферы, это изменения в образе жизни людей и деятельности самих

банков, внедрение новых информационных технологий и автоматизация банковских операций. Влияние на ДБО оказывают следующие факторы: растущая конкуренция, фактор времени, развивающиеся средства коммуникации.

Например, сегодня во Франции прямую связь с банком имеют около 300 тыс. частных клиентов. В США крупные банки предлагают частным клиентам обслуживание на дому. Система «Клиент-Банк» позволяет: передавать в банк платежные документы; получать выписки со счетов, электронные копии платежных документов и справочную информацию; обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями; осуществлять импорт/экспорт информации.

Центральной направленностью развития ДБО в зарубежных банках стал «Интернет-банкинг». В Еврозоне с помощью «Интернет-банкинга» осуществляются: оплата счетов в реальном времени; кредитование; управление денежными средствами. Большое продвижение услуга получила в Австрии, Финляндии, Корее, Сингапуре, Испании, Швеции и Швейцарии. Предоставляют услугу в основном традиционные, а не виртуальные банки.

Например, сегодня США действуют 17 самостоятельных виртуальных банков и около 23 виртуальных банков с торговым названием. Главными аргументами использования «Интернет-банкинга» являются: возможность пользования банковскими услугами в любое время и экономия времени. Такие аргументы использования «Интернет-банкинга» назвали 79% и 71% частных клиентов. Особенность в том, что услугами «Интернет-банкинга» возможно пользоваться официально и не официально, на сайте в доступе больше банковской информации, экономит средства, предоставляется больше услуг через интернет, системы включают в себя полный набор банковских услуг.

В Еврозоне «Интернет-банкинг» используют приблизительно 50% частных клиентов и 70% банков. В Германии, Испании, Франции, Нидерландах электронных банков в 2 раза больше, чем в США. Наиболее активно банковские интернет-услуги развиты в северных странах: Финляндии, Норвегии. Пользуются приблизительно 90% банков и 60% частных клиентов. Согласно данным Шведской ассоциации банков, услугами «Интернет-банкинга» пользуются почти 70% населения, что делает Швецию одним из мировых лидеров в развитии систем Интернет-банкинга. Крупные банки США и Еврозоны вкладывают значительные суммы инвестиций в систему «Интернет-банка», что удостоверяет о эффективности системы, позволяет оставаться на уровне новых технологических решений.

Инновацией зарубежных банков является интерактивное брокерское обслуживание. Частные клиенты банков приобретают акции компаний и ценные бумаги доверительных фондов путем вложения средств по чеку или со сберегательного счета в онлайн-режиме.

2. В практике зарубежных банков выделяются три вида стратегической ориентации: производственная, продуктовая и клиентская [9].

При ориентации на производство особое внимание устремлено на усовершенствование технологии и достижение эффекта масштаба. Это позволяет разрабатывать и внедрять большее количество однотипных дешевых продуктов и расширять клиентскую базу.

Розничные банки зарубежных стран рассматривают продуктовый ряд как широкий комплекс. Он включает в себя прием средств во вклады и кредитную программу, и целый ряд нюансов, присущих продукту с клиентоориентированной направленностью: легкий доступ к продукту, простота, ясность для потребителя.

Сегодня на первый план выходит стратегия маркетинга. Центральной задачей маркетинга стала не продажа имеющихся продуктов, а создание продуктов, максимально полно удовлетворяющих потребности клиентов. Перенос внимания зарубежных банков на частных клиентов обозначил приоритет принципов их удовлетворения, соответствия их ожиданиям.

Банки оценивают и учитывают в разработке продукта мнения частных клиентов при потреблении, эксплуатации, использовании этого продукта. Например, информация, получаемая частным клиентом при первом обращении в банк: легко ли дозвониться по телефону или попасть в банк, вежливы ли сотрудники, как слушают клиента или просто предлагают набор банковских продуктов. Кроме того, клиентоориентированные банки следят за тем, как изменяются или сохраняются впечатления частных клиентов в процессе эксплуатации продукта. Для клиента должно быть «легко» контактировать с банком не только физически (доступность розничных точек), но и – эмоционально.

Для клиентоориентированных зарубежных банков обслуживание является важным элементом, чем услуга, которую они продают. Банки прибегают к рекламе и другим методам привлечения частных клиентов. Интересуется мнением частного клиента, наблюдают за изменением потребительского поведения и желаний. Все это улучшает продукт с точки зрения клиента – это делает его более доступным, удобным, комфортным, но меняет принцип обслуживания.

3. Передовые виртуальные банковские технологии – один из основных факторов успешного развития банковского обслуживания. Нарастаемый переход к виртуальному банковскому обслуживанию и онлайн- услугам ведет к снижению роли банковских отделений, хотя они и сохраняют свою роль в привлечении клиентов и продажах сложных продуктов, по которым требуется консультирование. Простота виртуальной среды и возможности, которые она предоставляет для сопоставления цены и предложения, различных банков, дают дополнительный

импульс к банковскому обслуживанию частных клиентов. Технологии позволяют ускорить работу и сделать ее клиентоориентированной, но и изменяют мнения сотрудников банка о взаимоотношениях с клиентами [16].

Например, в английском банке «YorkshireBank» (Йоркширский Банк) операционные сотрудники могут моментально получить полную информацию о пришедшем клиенте в виде «всплывающей личной карточки», которая появляется на их мониторе сразу после ввода индивидуальных данных. Нововведение позволило сотрудникам банка быстрее оценивать потребности и возможности клиентов, и на этом экономить свое время и делать обобщение более продуктивным.

Еще пример, сейчас большой популярностью пользуется инициатива одного из крупных европейских банков, предложившего клиентам, чьи депозиты превышают 250 тыс. евро, комплексную услугу «персонального банкира». В нее включено получение консультаций, доступ к состоянию счета и проведению транзакций с помощью Интернета или телефона в режиме круглосуточного обслуживания. Модель «персонального банкира» отвечает современным потребностям клиентов в максимально удобном дистанционном использовании банковских сервисов и продуктов, неограниченном ни временными, ни территориальными рамками.

Таким образом, новейшие технологии являются основным инструментом развития банковского обслуживания частных клиентов за рубежом. Технологическое совершенствование формирует поведение частных клиентов, их ожидания в отношении современных банковских продуктов и услуг, влияет на изменение клиентской базы и маркетинговой политики самих банков.

Список литературы:

1. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: федер. закон от 02.12.1990 № 39 5-1 (ред. от 13.07.2015) // Консультант Плюс: справочная правовая система. – Версия Проф, – М., 2016.
2. О потребительском кредите (займе) [Электронный ресурс]: федер. закон от 21.12.2013 г. № 353 -ФЗ (ред. от 01.07.2014 г.) // Консультант Плюс: справ. Правовая система.– Версия Проф, – М., 2016.
3. О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 23.12.2003 № 177– ФЗ (действующая редакция, 2016) // Консультант Плюс: справ. правовая система. – Версия Проф, – М., 2016.

4. Белоглазова Г. Н. Банковское дело: розничный бизнес / Г. Н. Белоглазова, Л. П. Кроливецкая. – М: Кнорус, 2016. – 414 с.
5. Бородач Ю. В. Инновации российского рынка производных финансовых инструментов: направления развития и влияние за экономическую стабильность / Ю. В. Бородач // Финансы и кредит. – 2015. – № 44. – С. 37- 50.
6. Всяких Ю. В. Рынок банковских пластиковых карт: проблемы и перспективы развития / Ю. В. Всяких, А. О. Зволейко // Инновационная наука. – 2015. – № 6. – С. 56- 59.
7. Дремова Е. С. Инновационные и популярные методы продвижения розничных банковских услуг / Е. С. Дремова // Проблемы современной экономики: материалы V междунар. науч. конф. (г. Самара, август 2016 г.). – Самара: Асгард, 2016. – С. 54- 57.
8. Евланов Д. Е. Потребительское кредитование как сфера конкурентной борьбы российских банков / Д. Е. Евланов // Инновационная наука. – 2016. – №1 4. – С. 325- 328.
9. Ефимова Л. Г. Зарубежное банковское право (банковское право Европейского Союза, Франции, Швейцарии, Германии, США, КНР, Великобритании): монография / Л. Г. Ефимова. – Москва: Проспект. – 2016. – 656 с. (с. 530- 537).
10. Завьялова Л. В. Обслуживание физических лиц в коммерческом банке: методологический и организационный аспекты / Л. В. Завьялова // Финансы и кредит. – 2014.– № 1. – С. 147- 157.
11. Лаврушин О. И. Банковское дело: учеб. / О. И. Лаврушин, Г. Г. Фетисов, Н. И. Валенцова. – М.: КноРус, 2016. – 800 с.
12. Романенко В. А. Розничная стратегия коммерческого банка / В. А. Романенко // Финансы и кредит. – 2014. – № 35. – С. 37- 39.
13. Рудаков О. С. Банковские электронные услуги: учеб. пособие / О. С. Рудаков. – М.: Инфра-М, 2014. – 409 с.
14. Турбанов А. В. Роль агентства по страхованию вкладов в развитии конкуренции в банковском секторе / А. В. Турбанов // Современная конкуренция. – 2015. – № 4. – С. 104- 110.
15. Фаизова Г. Р. Банковский розничный бизнес: современное состояние и специфика / Г. Р. Фаизова // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – № 3.– С. 56- 59.
16. Ханцевич А. Г. Опыт работы международных банков по оказанию розничных банковских услуг / А. Г. Ханцевич // Инновационная наука. – 2016. – № 3. – С. 405- 408.
17. Юдин В. В. Перспективы дистанционного банковского обслуживания физических лиц / В. В. Юдин // Банковские услуги. – 2015. – № 2. – С. 27-29.

УДК 338.24

Бондаренко В.В.*д.э.н., профессор кафедры
финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Лазарева К.Е.***обучающаяся
2 курса очной формы обучения
по направлению Экономика
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***ИНФЛЯЦИЯ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ****INFLATION IN RUSSIA: TRENDS, CAUSES AND CONSEQUENCES**

Аннотация: Статья посвящена наиболее важной и актуальной теме развития современной экономики России - изучению тенденций, причин и последствий инфляции. С этой целью проведён анализ уровня годовой инфляции в России за период 2016-2020 гг., а также охарактеризованы основные монетарные и немонетарные причины инфляции. В статье делается акцент на то, что растущий уровень годовой инфляции приводит к таким негативным последствиям как обесценение денежных сбережений; снижение интереса к долгосрочным целям; падение покупательской способности населения. Инфляция является объективным экономическим и социальным явлением, так как изменения в хозяйственной системе оказывают прямое влияние на нормальный уровень жизни населения страны. Управление инфляцией имеет своей целью стимулирование экономического роста.

Resume: The article is devoted to the study of trends, causes and consequences of inflation in Russia. The analysis of the level of annual inflation in Russia for the period 2016-2020 is carried out. Monetary and non-monetary causes of inflation are identified. The article focuses on the fact that the growing level of annual inflation leads to such negative consequences as the depreciation of monetary savings; decreased interest in long-term goals; falling purchasing power of the population. The authors come to the conclusion that inflation is an economic and social phenomenon, since changes in the economic system have a direct impact on the normal living standards of the country's population. Inflation management aims not to remove it completely, but only to reduce the level so that it acts as a stimulating factor for economic growth.

Ключевые слова: годовой уровень инфляции, индекс потребительских цен, инфляционные риски, падение курса рубля, повышение цен.

Key words: annual inflation rate, consumer price index, inflation risks, depreciation of the ruble, price increase.

Актуальность темы настоящего исследования состоит в том, что инфляция - сложнейшее многоаспектное явление социально-экономического характера, присущее всем странам мира, могущее повлечь за собой подавление развития финансовых рынков, снизить уровень жизни населения.

Высокая инфляция неизменно ведёт к понижению покупательной способности экономических субъектов, что пагубно отражается на спросе, экономическом росте, уровне жизни людей, настроениях в обществе.

Быстрое обесценение доходов сужает возможности и подрывает стимулы к сбережению денежных средств, что является барьером к формированию устойчивой финансовой основы для инвестирования.

Помимо названного, высокой инфляции сопутствует повышенная неопределенность, которая отягощает принятие решений экономическими субъектами. Вкупе это негативно влияет на сбережения, потребление, производство, инвестиции и в целом – на условия для устойчивого развития экономики страны [1].

Термин «инфляция» был заимствован из английского языка (английское inflation от латинского inflatio вздутие) и начал использоваться в России в первой четверти XX в.

Инфляция - это обесценение денег, снижение их покупательной способности [1].

В нашей стране уровень инфляции подсчитывают на основе индекса потребительских цен на товары и услуги, включая все налоги и сборы.

Федеральная служба государственной статистики России (Росстат) начала подсчитывать индекс потребительских цен с 1991 года. Важно отметить, что с этого времени алгоритм расчетов, компоненты индекса и их веса претерпевали различные изменения. Например, такие изменения идут при исключении каких-то товаров из оборота или, наоборот, их добавлении.

Причин у инфляции в России множество, тем не менее, объединить их все можно в две большие группы.

1. Монетарные причины:

- дефицит госбюджета;
- увеличение социальных выплат (детские пособия, пособие по безработице и т.д.);

- превышение доходов над расходами населения;
- превышение спроса над оборотом реальных товаров и денег;
- эмиссия денег [1].

2. Немонетарные причины (находятся вне зоны влияния денежно-кредитной политики Банка России):

- неравномерное развитие отраслей экономики (промышленность, общепит, сектор деловых услуг, гостиничная отрасль и др.);

- недостаточное развитие логистической инфраструктуры (например, нехватка хранилищ для фруктов и овощей проявляется в значительных сезонных колебаниях цен);

- недостаточная обеспеченность российским сырьем и комплектующими (например, цена российских автомобилей зависима от курса доллара и политики иностранных поставщиков, т.к. большинство деталей вынужденно покупаются за границей);

- дефицит квалифицированных кадров (например, дефицит в каком-то регионе квалифицированного медицинского персонала приводит к росту расходов на оплату их труда, что провоцирует опережающие темпы инфляции в медицинской отрасли);

- неоптимальность схем тарифного регулирования (например, скачкообразные (один раз в несколько лет) пересмотры тарифов на услуги городского пассажирского транспорта привели к тому, что в Орловской области в 2018 году рост платы за проезд в автобусе составил 50 %);

- отставание развития транспортной логистики от реальных нужд (например, в Самарской области самообеспеченность молоком составляет 70 %, т.е. 30 % необходимо везти из других областей, поэтому цена на молоко напрямую зависит от цен на его транспортировку [3].

На рисунке 1 далее представлена динамика уровня инфляции в России за последние 5 лет (2016-2020 гг.).

Проанализируем данные, представленные на рисунке 1. В 2016 г. уровень годовой инфляции в России составил 5,38 %. В 2014-2015 годах Россия пережила резкий рост цен на фоне девальвации рубля и продуктового эмбарго, поэтому инфляция на уровне 5,38 % - достаточно хороший показатель для 2016 года.

Сдержали темпы роста инфляции сахар-песок, овощи и фрукты. Они сильнее всего подешевели в 2016 году: цены на плодоовощную продукцию упали в среднем на 6,8 %, сахар подешевел на 6 %.

Однако рост цен на непродовольственные товары значительно опередил инфляцию. Он составил 6,5 %. Сильнее всего подорожали в 2016 году сигареты, прибавившие в стоимости 17,8 %.

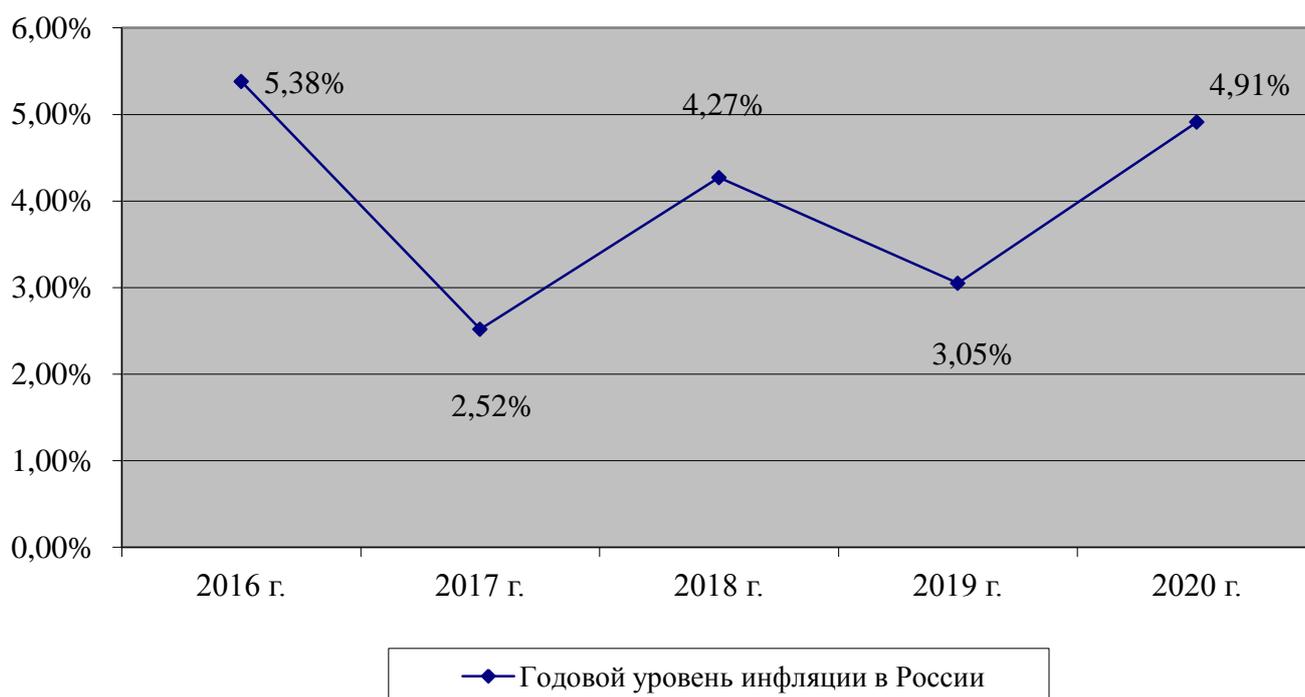


Рис. 1 Динамика уровня инфляции в России за период 2016-2020 гг., % [6]

В октябре 2016 года председатель Банка России Эльвира Набиуллина и министр финансов России Антон Силуанов заявили в своём совместном выступлении, что будут делать все возможное для снижения инфляции, т.к. это поможет перезапуску экономики: россияне будут больше сберегать, меньше тратить и, возможно, начнут инвестировать деньги в экономику страны.

В 2017 г. уровень годовой инфляции в России действительно снизился и составил 2,52 %. Данные российской статистики говорят о том, что инфляция в 2017 году была самой низкой, начиная с 1991 года.

Президент России Владимир Путин отметил, что то, что страна добилась минимальной инфляции - это заслуга как Центробанка, так и правительства.

Такая низкая инфляция стала следствием умеренно-жесткой денежно-кредитной политикой ЦБ, ростом импорта продовольствия из Турции после снятия двусторонних торговых ограничений, и хорошим урожаем.

В 2018 г. уровень годовой инфляции составил 4,27 %.

Сильнее других в России в 2018 г. подорожали сахар (на 28,3 %) и куриные яйца (на 25,9 %). Мясо выросло в цене на 9,7%. Крупы и бобовые агрокультуры подорожали на 1,2% [4].

Рост цен на продукты в 2018 году был связан с двумя фактами. Первый — избыточное предложение агропромышленной продукции, которое сформировалось на рынке, было исчерпано. Второй — мясная продукция стала дорожать на фоне роста цен на фуражное зерно.

Среди непродовольственных товаров быстрее всех дорожали табачные изделия — цены на них выросли на 10%. Это было связано с повышением акцизов.

Так же, ввиду повышения акцизов, произошел рост на цены на бензин —9,4%.

Ключевыми инфляционными факторами были ослабление курса рубля (среднегодовой курс доллара в 2018 году равнялся 62,8 рубля против 58,3 рубля в 2017-м), ожидаемое повышение НДС до 20% и изменение баланса спроса и предложения на некоторых рынках. Для ограничения инфляционных рисков Банк России дважды повышал ключевую ставку на 0,25 процентных пункта. К концу года ее значение составило 7,75% [4].

В 2019 г. уровень годовой инфляции составил 3,04 %.

Замедлению инфляции способствовал целый ряд факторов, как внутренних, так и внешних. В числе основных причин - сентябрьское укрепление рубля и слабый потребительский спрос. Ранний урожай также оказал существенное давление на цены на плодоовощную продукцию и, соответственно, на инфляцию в целом.

Инфляцию поддержало повышение НДС с 1 января 2019 г. – без него она составила бы 2,2% [5]. По итогам года продовольственные товары подорожали на 2,6%, непродовольственные товары - на 3,0%, цены на услуги выросли на 3,8%.

Годовой уровень инфляции в 2020 г. оказался самым высоким после 2016 г. и составил 4,91 %.

В 2020 г. на 6,69% подорожали продовольственные товары. Наибольший рост цен зафиксирован на яйца (13,2%) и овощи (8,46%). Цены на табачные изделия выросли на 9,92% к уровню 2019 г. Непродовольственные товары за год подорожали на 4,79%. Цены на медикаменты за 2020 г. по отношению к 2019 г. выросли на 8,56%.

В начале декабря ускорение роста цен прокомментировал президент России Владимир Путин. Он сказал, что наблюдаемая динамика обусловлена ослаблением курса рубля и ограничениями в работе предприятий в связи с пандемией коронавирусной инфекции.

По данным Росстата, после снятия «коронавирусных» ограничений в стране годовая инфляция разогналась в июле до 3,4%, а уже в октябре подскочила до 3,99%. При этом в ноябре инфляция составила 4,42%.

Динамика инфляции по месяцам за 2020 год представлена на рисунке 2.

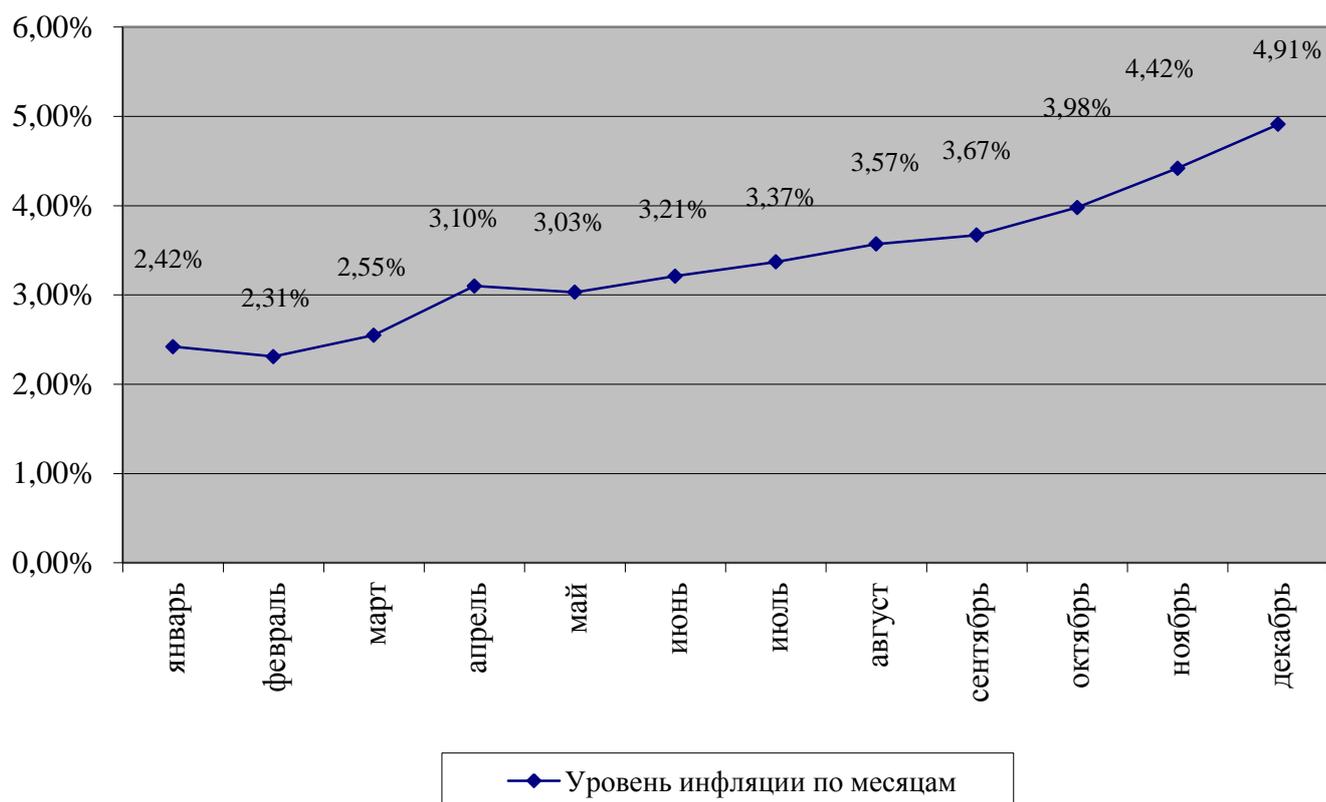


Рис. 2 Динамика уровня инфляции в России по месяцам за 2020 год, % [6]

Как видим, рисунок 2 наглядно демонстрирует, что уровень инфляции стал подниматься, начиная с марта месяца 2020 года.

За январь-март 2020 года цены выросли на 1,3 %.

Наибольший прирост отмечен в Дагестане - 1,8% и Тульской области - 1,3%, в связи с удорожанием продуктов питания на 2,9% и 1,7% соответственно. В г. Москва цены выросли за месяц на 0,3%, в г. Санкт-Петербург - на 0,8%

Продовольственные товары в марте 2020 года подорожали на 1,0% (для сравнения - в марте 2019 года - на 0,5%), в том числе продовольственные товары без плодоовощной продукции - на 0,8%.

Среди круп лидировала гречка – цена на неё увеличилась в среднем на 6,2% по стране. Заметнее всего цены на данную крупу выросли в Башкирии и Алтайском крае - на 13,8% и 13,7% соответственно.

В целом цены на крупы и бобовые в марте 2020 г. в стране увеличились на 2,9% по отношению к февралю.

Значительно выросли цены на овощи и фрукты, например, помидоры стали дороже на 14,9%, лук на 14,1%, лимоны - на 7,8%, картофель - на 6,1%.

Непродовольственные товары в марте стали дороже на 0,5%. Услуги в марте 2020 года подорожали на 0,1%.

В апреле 2020 года ситуация еще больше усугубилась.

Продовольственные товары в апреле подорожали на 1,7% по сравнению с мартом 2020 года, в том числе продовольственные товары без плодоовощной продукции — на 0,9%.

Существенное влияние на динамику цен на продовольственные товары оказал рост цен на плодоовощную продукцию: лимоны стали дороже в 2,5 раза, лук на 49,9%, помидоры — на 10,3%.

Цены на гречневую крупу выросли на 12% [2].

Рост цен на медикаменты и медицинские товары в РФ в апреле 2020 года стал самым значительным в категории непродовольственных товаров, превысив общую инфляцию за этот период в четыре раза.

Цены на медикаменты в апреле 2020 года по сравнению с мартом 2020 года выросли на 3,2%.

Можно назвать две значимые причины, которые привели к ускорению инфляции, начиная с марта 2020 года: первый – временный рост спроса на товары длительного использования на фоне ослабления рубля, а второй – на продукты и товары первой необходимости из-за введения режима самоизоляции.

С мая 2020 года темпы роста инфляции замедлились по отношению к предыдущим месяцам 2020 года, и уровень инфляции установился на уровне 3,03 % - в мае, 3,21 % - в июне, 3,37 % - в июле, 3,57 % в августе, 3,67 % - в сентябре [2].

Влияние краткосрочных проинфляционных факторов в основном было исчерпано. Под влиянием слабого спроса продолжилось снижение месячных темпов роста потребительских цен, что создало условия для замедления темпов роста инфляции.

Так, например, в мае 2020 г. месячный и годовой темпы роста потребительских цен снизились, преимущественно благодаря уменьшению темпов роста цен на продукты питания, которые население запасало впрок в марте-апреле в ходе подготовки к режиму самоизоляции. Годовая инфляция замедлилась.

Ускорение темпов инфляции наблюдалось с октября 2020 года.

Свой вклад в инфляцию в октябре внесли рост мировых цен на ряд продовольственных товаров и ослабление рубля.

В октябре 2020 продовольственные товары подорожали на 0,62% по сравнению с сентябрем, непродовольственные выросли в цене на 0,68%.

В ноябре 2020 года уровень инфляции составил уже 4,42 %.

Основной вклад в увеличение темпов инфляции в ноябре 2020 года внесли продовольственные товары: рост цен в данном сегменте ускорился до 1,3%. Больше всех остальных продуктов питания подорожали сахар и подсолнечное масло.

В декабре 2020 года инфляция разогналась до 4,91 %. Инфляция в декабре 2020 года превысила как ожидания аналитиков, так и Минэкономразвития [2].

Инфляция в 2020 году стала максимальной с 2016 года (когда она равнялась 5,4%)

По оценкам Минэкономразвития причины ускорения инфляции в РФ в 2020 году до 4,9% следующие:

- ослабление валютного курса - по оценке, около 1,5 процентных пунктов;
- дополнительное давление оказала ситуация на рынках сельскохозяйственной продукции: рост биржевых цен на базовые продовольственные товары, а также снижение урожая ряда культур привело к ускорению роста внутренних потребительских цен на продовольственные товары, в том числе на социально значимые продукты питания.

Инфляция привела к тому, что:

- произошло обесценение денежных сбережений. Инфляция уменьшила реальную ценность всех сбережений, будь то вклад в банке, облигации, страховка или наличные деньги;
- произошло снижение интереса к долгосрочным целям. Инфляция привела к тому, что долгосрочные инвестиции стали невыгодными. Доля средств «до востребования» в целом по банковской системе выросла за 2020 год с 26,5% до 34,1%, в то время как доля среднесрочных депозитов (срок от 1 года до 3 лет) сократилась с 32,6% до 28,7%;
- покупательская способность населения России за 2020 год упала по половине основных продуктов питания (говядина, рыба, рис, яблоки, молоко, сливочное масло, черный чай и др.).

По прогнозам, которые делает ЦБ относительно уровня годовой инфляции за 2021 год, она должна составить 4,7—5,2%, т.е. вырасти еще больше относительно 2020 года.

По оценкам аналитиков ЦБ данные тенденции является отражением устойчивого характера восстановления внутреннего спроса. Его влияние на темпы роста цен усилено ограничениями со стороны предложения, а также повышенным давлением со стороны издержек предприятий.

Дополнительное влияние на рост цен в России могут оказывать также временные затруднения в производственных и логистических цепочках.

Проинфляционные риски создает ценовая конъюнктура мировых товарных рынков, в том числе под воздействием факторов со стороны предложения.

Несмотря на то, что инфляция растёт, прослеживаются признаки ее стабилизации в краткосрочной перспективе: снижаются инфляционные ожидания населения; курс рубля остается стабильным; антиинфляционные меры правительства продолжают расширяться.

Присутствует устойчивое торможение ценовых ожиданий в сельском хозяйстве, т.е. импульс ускорения продовольственной инфляции близится к завершению (если не сформируются такие причины инфляции как плохой урожай, рост мировых цен на сырье).

По прогнозам аналитиков Центрального банка, в условиях проводимой денежно-кредитной политики годовая инфляция вернется к цели Банка России уже в середине 2022 года и будет составлять около 4% в дальнейшем.

Таким образом, инфляция является объективным экономическим и социальным явлением, так как изменения в хозяйственной системе оказывают прямое влияние на нормальный уровень жизни населения страны. Управление инфляцией имеет своей целью стимулирование экономического роста, которое в свою очередь осуществляется с помощью целого спектра антиинфляционных мер.

Например, тактические меры, направленные на устранение последствий инфляций, предполагают либо увеличение совокупного предложения, либо уменьшение совокупного спроса в экономике. Стратегические меры, в свою очередь, нацелены на устранение причин инфляции, то есть включают в себя меры по снижению налоговой нагрузки на производителей. Для сокращения избыточного спроса государство может ограничить свои расходы и увеличить налоги.

Тактика и стратегия управления инфляционными процессами целиком и полностью являются прерогативой денежно-кредитной политики, осуществляемой Центральным банком, в координации с макроэкономической политикой Правительства РФ.

Список литературы:

1. Васильев В. П. Экономика: М.: Юрайт. – 2020 – 297 с.
2. Инфляция в России в 2020 году стала самой высокой за последние четыре года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.vedomosti.ru/> (25.04.2021)
3. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2019 год и период 2020 и 2021 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: UR: <http://www.consultant.ru> (25.04.2021)
4. Росстат назвал уровень инфляции в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://rg.ru/>(25.04.2021)
5. Росстат подтвердил оценку инфляции в РФ за 2019 год на уровне 3% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.interfax.ru/business/690750> (25.04.2021)
6. Таблица уровня инфляции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://xn---ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--p1ai/> (25.04.2021)

УДК: 343.35

*Колкарева И.Н.,
к.ю.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Гусева Е.С.,
студентка очной формы обучения по направлению «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ (НА ПРИМЕРЕ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ РЕГИОНА)**

**COMBATING CORRUPTION IN THE KRASNODAR TERRITORY
(ON THE EXAMPLE OF THE ACTIVITIES OF THE TAX BODIES OF THE REGION)**

Аннотация: В современных сложившихся тяжелых условиях для экономики нашего государства коррупционные преступления представляют собой более высокий уровень опасности. Реформирование деятельности по противодействию коррупции, в целях повышения ее эффективности, является необходимой. Одной из радикальных мер в сфере противодействия коррупции станет отмена презумпции невиновности для коррупционных противоправных деяний. В статье рассмотрены основные направления совершенствования борьбы с коррупцией на примере субъекта РФ - Краснодарского края. Проанализирована работа налоговых органов в регионе. Выделены основные инструменты, с помощью которых введется борьба с коррупцией в налоговых органах. Рассмотрена законодательная база антикоррупционной политики в разрезе деятельности налоговых органов Краснодарского края. Выявлены проблемы, из-за которых идет развитие коррупции в налоговых органах региона. В заключение статьи предложен список рекомендаций, с помощью практического применения которых возможна борьба с коррупцией в налоговых органах Краснодарского края.

Abstract: in the current difficult conditions for the economy of our state, corruption crimes represent a higher level of danger. The reform of anti-corruption activities, in order to increase its effectiveness, is necessary. One of the radical measures in the field of combating corruption will be the abolition of the presumption of innocence for corrupt illegal acts. The article considers the main directions of improving the fight against corruption in the Krasnodar Territory. The work of the tax authorities in the region is analyzed. The main tools with which the fight against corruption in the tax

authorities will be introduced are highlighted. The article considers the legislative framework of anti-corruption policy in the context of the tax authorities of the Krasnodar Territory. The problems that lead to the development of corruption in the tax authorities of the region are identified. At the end of the article, a list of recommendations is proposed, with the help of practical application of which it is possible to fight corruption in the tax authorities of the Krasnodar Territory.

Ключевые слова: Краснодарский край, коррупция, антикоррупционная политика, антикоррупционное законодательство.

Keywords: Krasnodar Region, corruption, anti-corruption policy, anti-corruption legislation.

В современных сложившихся тяжелых условиях для экономики нашего государства коррупционные преступления представляют собой более высокий уровень опасности. Обострил ситуацию и появившейся в 2019 г. COVID-19, который ухудшил международные экономические процессы, что в ближайшем будущем отразится новым экономическим кризисом и его негативными последствиями. В то же время в условиях распространения инфекции в нашем государстве наблюдается увеличение роста безработицы, снижение количества субъектов экономической деятельности (особо остро ситуация складывается в малом и среднем предпринимательстве), уменьшение платежеспособности населения и др. [2, С. 107].

На сегодняшний день, проблема преодоления коррупции является одной из самых острых проблем Российской Федерации [1]. Несмотря на принятые государством меры, коррупция продолжает существовать и активно развиваться, приспосабливаясь к новым условиям и постепенно становясь угрозой для государства. Понимая опасность ее проявления во всех сферах жизнедеятельности общества, в государственных органах Российской Федерации создан ряд структур, призванных активно бороться с любыми проявлениями коррупции и ее производных.

Россия занимает 129 место в рейтинге стран по индексу восприятия коррупции, соперничая с такими странами, как Мали, Габон и Азербайджан. Этот показатель весьма негативный для такой великой державы, как Россия, что, естественно, подрывает ее международный авторитет, а также способствует нарастанию недовольства к действующей политической власти внутри государства. В настоящий момент у Российской Федерации показатель в 30 баллов, но стоит отметить, что в 2015 г. данный показатель составлял 35 баллов, то есть налицо за 5 лет ухудшение своей позиции на 5 баллов, что свидетельствует об увеличении коррупционных деяний в государстве, а также об неэффективной деятельности государственных органов России в данной сфере [1, С. 76].

Несмотря на предпринимаемые меры и широкий государственный аппарат, уровень коррупции продолжает оставаться достаточно высоким, о чем свидетельствует приведенная статистика. В период с 2018 по 2019г., правоохранительными органами было зафиксировано 28 911 преступлений коррупционной направленности. Из них 11 777 преступлений были связаны с взяточничеством, из которых 2408 – получение взятки, 3315 – дача взятки и 888 – посредничество во взяточничестве, 5167 – мелкое взяточничество [6]. За следующий отчетный период, 2019–2020 г., количество преступлений коррупционной направленности продолжило расти, а средний показатель прироста составил 2,5%. С января по июль 2021 года в России выявили 24,5 тыс. преступлений в сфере коррупции - это на 16,5% больше относительно прошлого года и максимум за восемь лет. Около половины таких преступлений пришлось на составы, связанные со взятками. По данным Генеральной прокуратуры РФ, с начала года число взяток выросло на 27,4%. В каждом третьем случае ее размер не превышал 10 тыс. руб. Больше всего таких преступлений выявлено в Пермском (240, рост в 3,3 раза) и Ставропольском (169, рост в 1,5 раза) краях, а также в Санкт-Петербурге (135, рост в пять раз) [5].

Стоит также отметить, что коррупционные преступления, дошедшие до суда, отличаются высоким уровнем наказуемости. Так, на протяжении 2014–2019 гг. было рассмотрено 61 648 дел, из них было осуждено 57 968 (94 %), оправдано – 429 (0,7%), прекращено дел – 3 251 (5,3%) [3].

Низкий показатель оправдательных приговоров и закрытых за недостатком улик уголовных производств, а также высокая степень наказуемости, свидетельствуют о том, что органы, ответственные за антикоррупционную политику в Российской Федерации, постепенно улучшают меры борьбы со взяточничеством.

Далее проведем анализ уровня коррупции в Краснодарском крае.

В целях антикоррупционной политики в налоговых органах Краснодарского края был принят ряд нормативно-правовых актов и законов [4]:

- Закон Краснодарского края от 23 июля 2009 г. № 1798-КЗ «О противодействии коррупции в Краснодарском крае»;

- Постановление главы администрации Краснодарского края от 7 мая 2009 г. № 350 «Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов исполнительных органов государственной власти Краснодарского края и проектов нормативных правовых актов исполнительных органов государственной власти Краснодарского края»;

- Постановление главы администрации Краснодарского края от 30 июля 2009 года № 656 «О мониторинге восприятия коррупции в исполнительных органах государственной власти Краснодарского края»;

- Постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 14 февраля 2013 года № 140 «О мониторинге коррупционных рисков в Краснодарском крае»;

- Закон Краснодарского края от 3 октября 2014 года № 3036-КЗ «О порядке увольнения (освобождения от должности) лиц, замещающих государственные должности Краснодарского края, в связи с утратой доверия».

Традиционными инструментами антикоррупционной налоговой политики в Краснодарском крае выступают [7]:

- постановление на учет налогоплательщиков;
- осмотр территории и помещений, используемых для получения дохода;
- проведение налоговых проверок.

Несмотря на это, данные инструменты являются не столь эффективными, как показывает статистика, согласно которой, объем и ущерб от коррупционных схем в регионе вырос с 2017 по 2018 год с 4,0 до 6,14 млрд. рублей [8]. Интегрированные данные (на основании косвенно-обезличенных ответов и экспертного мнения) говорят о том, что 46% предпринимателям Краснодарского края когда-либо приходилось давать взятку. В 2019 году хотя бы один раз давали взятку 30% опрошенных предпринимателей. В качестве инициатора взяточничества представители бизнес-сообщества чаще называли чиновников, а не предпринимателей (19,0% против 11%). Годовой объем рынка коррупции в налоговых органах Краснодарского края в 2018 году оценивается в размере 6,14 млрд. руб., годом ранее этот показатель был равен 4 млрд рублей. Таким образом, на данный момент наблюдается тенденция роста объема рынка коррупции в бизнес-среде региона [3].

Основной процент взяток в деловой коррупции выступают следующие операции [3]:

- ускорение решение вопроса со стороны государственного чиновника (80%);
- смягчение требования при проверки налоговых контролирующих органов (70%);
- обеспечение нужного судебного решения по административному вопросу (53,3%);
- получение государственного заказа при тендере (49%);
- получение объекта недвижимости или земельного участка в собственность или аренду (36,7%).

Таким образом, основная доля коррупционных схем связана с контролирующей деятельностью налоговых органов Краснодарского края, которые приводят к убытку государственный бюджет России в миллиарды рублей каждый год.

Средний размер взятки в Краснодарском крае в 2018 году составил 215,3 тыс. рублей, говорится в материалах краевой прокуратуры. В 2018 году прокуратурой Краснодарского края

выявлено более 8,6 тыс. нарушений антикоррупционного законодательства, более 2 тыс. должностных лиц понесли дисциплинарную и административную ответственность. В судебном порядке было инициировано возмещение 82,3 млн. рублей, полученных в результате незаконного обогащения, сообщает пресс-служба надзорного ведомства [8].

По результатам социологического исследования около 1/3 респондентов полагают, что в целом в России уровень коррупции за последний год увеличился. Вместе с тем около 36 % жителей региона считают, что уровень коррупции в нашей стране остался на прежнем уровне. На снижение случаев коррупции указывает около 13 % респондентов (рисунка 1). В итоге, можно сказать, что жители Краснодарского края высказывают в целом неопределенные оценки в отношении динамики уровня коррупции в нашей стране.

Что касается мнения жителей региона о динамике уровня коррупции в крае, то можно сказать, что участники опроса оценивают ее в более позитивном ключе. Об увеличении числа коррупционных ситуаций в регионе сообщает 17,8 % опрошенных. При этом большая часть участников исследования (41,2 %) указывают на неизменность уровня коррупции в Краснодарском крае [3].

Если рассматривать ситуацию с динамикой уровня коррупции на более локальном уровне (т.е. уровне населенного пункта проживания участников исследования), то можно наблюдать аналогичное распределение ответов респондентов, что и при оценке динамики коррупции в целом по Краснодарскому краю. На неизменность уровня коррупции за прошедший год указывают 50,8 % респондентов, тогда как на ее увеличение - лишь 15 %.

Таким образом, в 2020 году по данным социологического исследования население Краснодарского края преимущественно негативно относится к участникам коррупционных сделок (как взяточникам, так и взяточполучателям), т.е. коррупция является социально осуждаемым образцом поведения. При этом граждане признают, что уровень коррупции в регионе за последнее время не изменился. По мнению населения, динамика уровня коррупции в регионе существенно ниже, чем аналогичные показатели динамики коррупции в целом по стране.

При оценке динамики уровня коррупции на локальном и региональном уровне отмечается достаточно большой процент респондентов, затруднившихся с ответом на вопрос (25,3 % и 32 % соответственно). Такие данные могут свидетельствовать о том, что у жителей Краснодарского края нет устоявшегося мнения об уровне коррупции в регионе.

Результаты исследования свидетельствуют, что в целом честными жители региона считают армию, средние школы, училища и техникумы, а также поликлиники и больницы. В

ТОР-5 наиболее честных и свободных от коррупции учреждений также вошли собесы, службы занятости, другие социальные учреждения и общественные организации по охране окружающей среды.



Рис. 1 Мнение населения Краснодарского края о динамике уровня коррупции за последний год (динамика 2019 – 2020 гг.), % [3]

В большинстве своем нечестными жители региона считают правоохранительные органы (полицию, прокуратуру и пр.), службу безопасности дорожного движения (ГИБДД), коммунальные службы (ЖЭКи, ДЭЗы, домоуправления и пр.), а также окружные, областные, районные и городские суды (рисунок 2).

Наибольшая вероятность попасть в коррупционную ситуацию, по мнению жителей Краснодарского края, возникает при урегулировании ситуации с автоинспекцией (получение прав, техосмотр, нарушение правил и др.), при обращении за помощью и защитой в полицию, при поступлении в нужную школу и успешное ее окончание, в том числе обучение в данной школе и необходимые «взносы», а также при обращении в суды.

В итоге можно сказать, что население Краснодарского края в целом характеризует динамику коррупции в регионе как неизменную. При этом респонденты полагают, что по сравнению с ситуацией в стране в целом, на уровне региона динамика коррупции за последний год более позитивная – уровень коррупции скорее не изменяется, чем повышается (число респондентов придерживающихся первой позиции существенно превышает число респондентов, настаивающих на второй), тогда как при оценке ситуации в России в целом данные показатели практически равны и составляют около 1/3 всех участников социологического исследования. Что касается наименее честных организаций, по мнению жителей края, то среди них население

выделило правоохранительные органы, коммунальные службы, а также службу безопасности дорожного движения. Последняя к тому же не только является "максимально нечестной" (в субъективном восприятии участников опроса), но и характеризуется высокой вероятностью возникновения в ней коррупционных ситуаций.

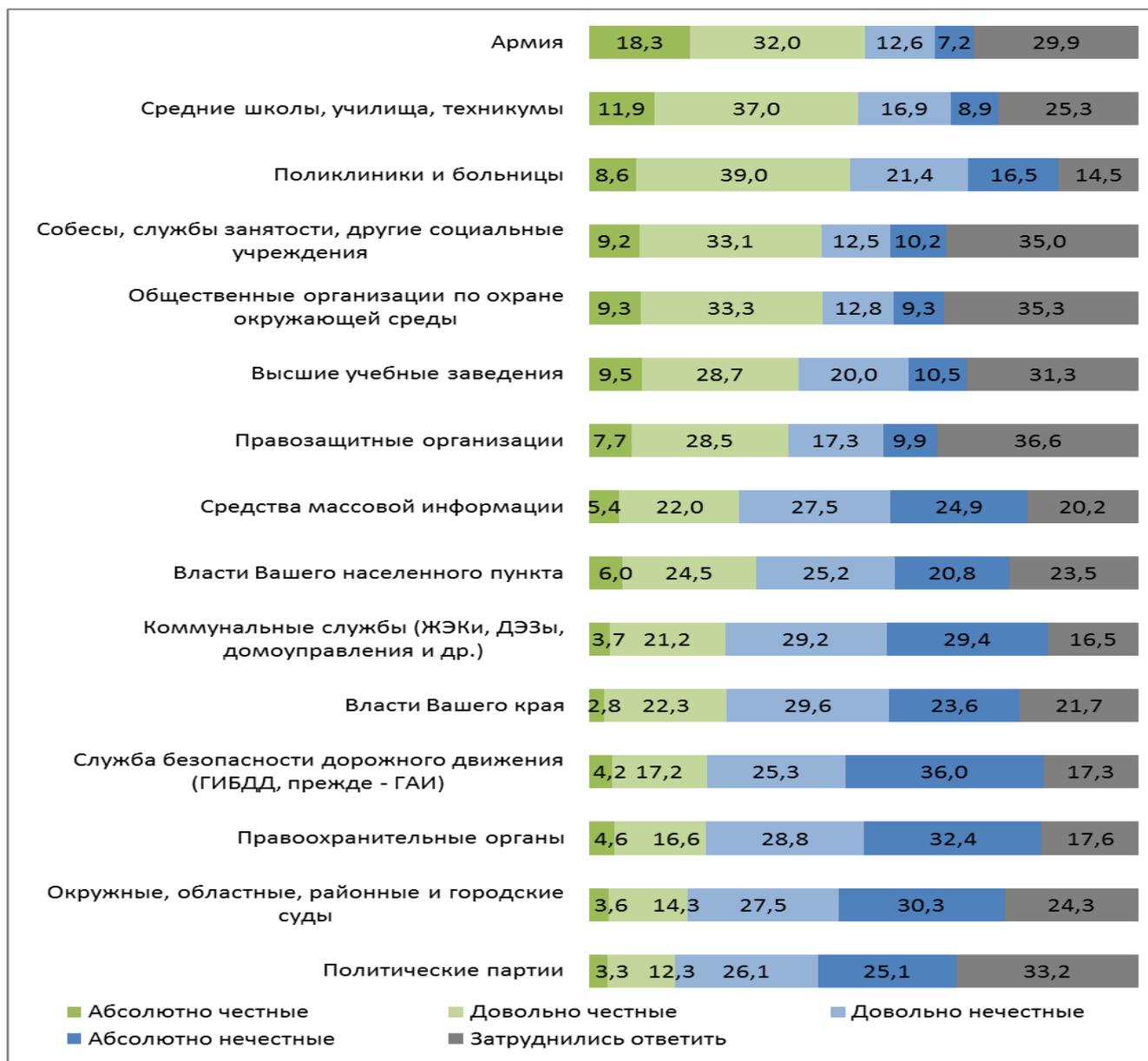


Рис. 2 Оценка населением Краснодарского края честности и свободности от коррупции органов власти, % [8]

В итоге можно сказать, что население Краснодарского края в целом характеризует динамику коррупции в регионе как неизменную. При этом респонденты полагают, что по сравнению с ситуацией в стране в целом, на уровне региона динамика коррупции за последний

год более позитивная – уровень коррупции скорее не изменяется, чем повышается (число респондентов придерживающихся первой позиции существенно превышает число респондентов, настаивающих на второй), тогда как при оценке ситуации в России в целом данные показатели практически равны и составляют около 1/3 всех участников социологического исследования. Что касается наименее честных организаций, по мнению жителей края, то среди них население выделило правоохранительные органы, коммунальные службы, а также службу безопасности дорожного движения. Последняя к тому же не только является "максимально нечестной" (в субъективном восприятии участников опроса), но и характеризуется высокой вероятностью возникновения в ней коррупционных ситуаций.

Уровень доверия населения к исполнительным органам государственной власти Краснодарского края – 72 % (рисунке 3).

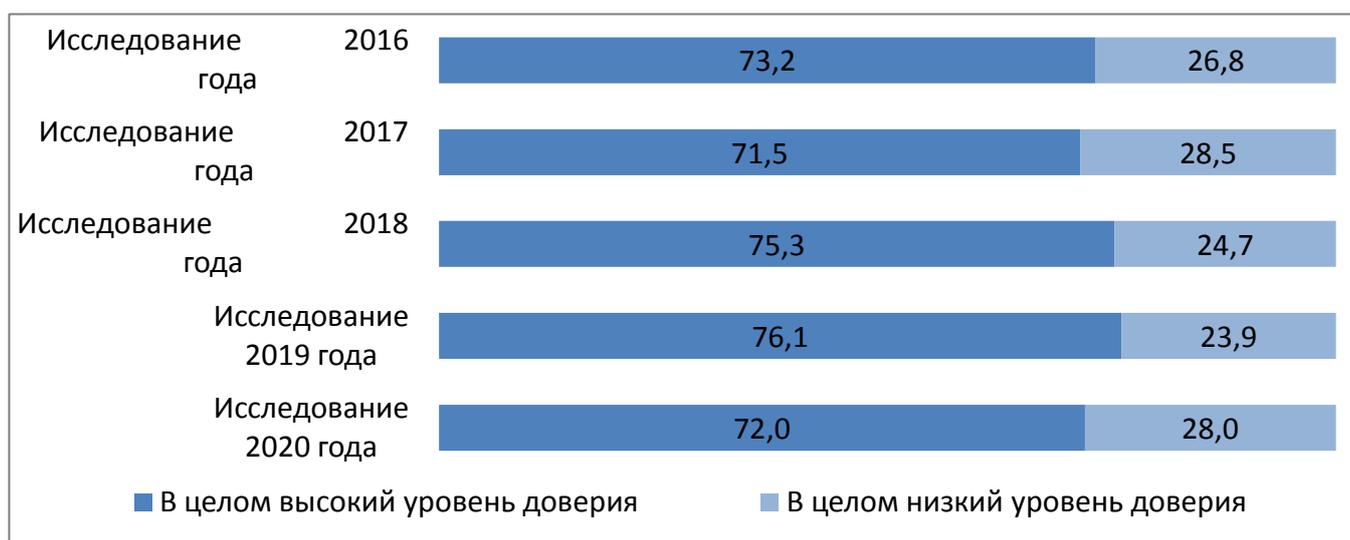


Рисунок 3- Степень доверия населения исполнительным органам государственной власти Краснодарского края в целом (динамика 2016-2020 гг.), % [3]

Изучение мнений представителей бизнес-сообщества об уровне коррупции в Краснодарском крае подразделялось на следующие этапы.

По мнению 17 % предпринимателей, участвовавших в исследовании, взятка позволит ускорить решение проблемы. Практически каждый десятый респондент считает, что неформальное вознаграждение позволяет минимизировать трудности или получить результат, который и так должен быть получен. 15 % опрошенных полагают, что неформальные платежи ничего гарантируют. При этом 42,4 % из опрошенных затруднились ответить на данный вопрос.

По мнению бизнес-сообщества, случаев взяточничества более чем в 4 раза больше на федеральном уровне (это отметили 36,3 % опрошенных, а в 2019 году таких 40 %), чем на региональном или местном (по 9,3 % и 13,0 % соответственно). По мнению предпринимателей, уровень коррупции возрос в органах по реализации государственной и муниципальной политики в сфере торговли, питания и услуг (22,2 %), в органах по архитектуре и строительству (18,5 %) и в органах, занимающихся предоставлением земельных участков (18,4 %). Чаще всего на неизменность уровня коррупции представители бизнеса указывают в полиции и органах внутренних дел, органах Ростехнадзора, а также в органах противопожарного надзора и МЧС. На снижение уровня коррупции представители бизнеса наиболее часто указывают в органах Роспотребнадзора (20,4 %), Росреестра (20,1 %), а также в учреждениях, занимающихся предоставлением в аренду помещений, находящихся в государственной (муниципальной) собственности, федеральной антимонопольной службе (20 %) [3].

В итоге можно сказать, что, по мнению, представителей бизнеса наиболее всего коррупция распространена на общероссийском уровне, тогда как на локальном уровне случаев коррупции становится меньше. Снижение уровня коррупции за последний год, по мнению предпринимателей, можно отметить в налоговых органах, в органах федеральной антимонопольной службы, а также в учреждениях, занимающихся предоставлением в аренду помещений, находящихся в государственной (муниципальной) собственности. Коррупция в налоговых органах Краснодарского края приводит к потере доходов в государственный бюджет стран, в размере 6 млрд. рублей. При этом, возникает негативное влияние на деятельность бизнеса региона, который соблюдает правила и участвует в государственных заказах согласно правилам, установленных отечественным законодательством.

Таким образом, всего в 2020 году в Краснодарском крае выявили более 1 тысячи коррупционных преступлений. Из них свыше 400 - в крупном и особо крупном размере. Большинство дел завели по статье «Взяточничество» на общую сумму 193 млн. рублей. Преступления совершали главы администраций, депутаты, следователи, адвокаты.

Добавим, что по итогам 2019 года Краснодарский край не входил в число самых коррумпированных регионов. Однако многие громкие дела, закончившиеся в 2020-м, а то и уже в 2021-м, начались именно в 19-м.

Антикоррупционная политика, преимущественно сводится к риторике о важности решения этой проблемы среди политической элиты, а предпринимаемые шаги носят исключительно фрагментарный, а не системный характер. Вся эта ситуация требует переоценки и усовершенствования мер по борьбе с коррупцией. Важным в этом плане в первую очередь,

является, возвращение доверия населения к власти, путем обеспечения прозрачности и открытости информации об ее деятельности. При этом, необходимо усовершенствовать систему подбора должностных лиц с четким указанием их ответственности.

Одной из радикальных мер в сфере противодействия коррупции будет отмена презумпции невиновности для коррупционных противоправных деяний. С одной стороны, презумпция невиновности является фундаментальным и несменяемым принципом уголовного законодательства, который закреплен в статье 14 УПК РФ. Нарушение данного принципа невозможно для уголовного производства, но современные обстоятельства требуют своевременных, оперативных, а иногда и радикальных решений.

Данное нововведение будет эффективно только для традиционных коррупционных преступлений, где фигурируют материальные ценности. В частности, на практике правоохранитель довольно часто сталкивается с проблемами выявления схем и доказательств в необоснованном обогащении лица. В данном плане отступление от принципа презумпции невиновности будет означать необходимость подозреваемого доказать свою правоту, правомерность обогащения. Самыми надежными способами осуществления данной деятельности будет официальное декларирование своих доходов и имущества, официальное документирование всех денежных потоков и т. д. Эти действия помогут легализовать имущественные обращения потенциальных коррупционеров и, как следствие, помогут правоохранителю более эффективно выполнять свою деятельность в сфере противодействия коррупции. В то же время стоит не пренебрегать мерами «подстраховки» со стороны деятельности правоохранительных органов, так как в противном случае это будет способствовать увеличению доли коррупционных преступлений именно в правоохранительных органах. Поэтому содержание пункта 4 статьи 14 УПК РФ является обязательным, даже при отмене презумпции невиновности для коррупционных преступлений: «Обвинительный приговор не может быть основан на предположениях».

Стоит сразу отметить, что в мировой истории данное «нововведение» уже было опробовано в Гонконге в 1974 г., когда коррупцией было пронизано 94 % всего государственного сектора. В 2019 г. Гонконг занял 15 место в рейтинге стран по индексу восприятия коррупции (75 баллов), что свидетельствует об эффективности данного метода.

Крайне важным является дальнейшее усовершенствование нормативно-правовой базы, предполагающей ужесточение системы наказаний за совершение коррупционных действий. Посредством которой возможно повышение эффективности противодействия коррупции, является ужесточение наказания. Коррупционными составами противоправных деяний считаются статьи 106, 159, 285, 286, 289, 290, 291, 292, 304 УК РФ и др. Если более подробно

анализировать положения данных норм, то можно заметить, что ответственность за противоправные деяния, в рамках дифференциации наказания, представлена довольно обширно – от штрафов, исправительных работ до лишения свободы. На практике мы часто сталкиваемся с общественно резонансными противоправными деяниями (коррупция в особо крупных размерах (миллиарды рублей)), за которые виновные лица несут незначительную ответственность – вплоть до штрафов и домашних арестов. Такое положение не то что не способствует повышению эффективности противодействия коррупции, а наоборот, повышает веру людей в безнаказанность коррупционных преступлений. А для обычных людей служит дополнительным фактом разочарованности в политике государства в данной сфере (некая «политика укрывательства своих коррупционеров»). В то же время за незначительные преступления (например, по статье 158 УК РФ человек украл мешок картошки, так как был голодный) государство максимально реализует юридическую ответственность вплоть до лишения свободы на несколько лет [1].

Поэтому имеет смысл пересмотра данной системы наказания за коррупционные преступления – безальтернативное лишение свободы и конфискация имущества. При этом принцип дифференциации наказания будет реализовываться посредством назначения срока лишения свободы от самого маленького до максимального, в зависимости от тяжести противоправного деяния (как, пример, от величины взятки). Такая ответственность, с одной стороны, будет направлена на снижение негативных последствий путем конфискации и реализации имущества преступника. А с другой стороны, будет отражать социальную справедливость в виде отбывания наказания в местах лишения свободы. Такое ужесточение наказания также будет способствовать и психологическому воздействию на потенциальных коррупционеров.

Помимо этого, необходимо создать единый и независимый от властных структур орган по борьбе с коррупцией в Краснодарском крае, наделенный широкими полномочиями. Для предотвращения коррупции целесообразным будет и создание системы мониторинга возможных точек ее возникновения и строгого контроля над ними. Крайне важным в вопросе предотвращения и борьбы с коррупцией является и формирование негативного отношения к ней, посредством обнародования тех или иных фактов в СМИ. Целесообразным является и организация на уровне Краснодарского края и всей страны системы антикоррупционного образования граждан, предполагающая введение специальных учебных программ в школах и вузах.

Таким образом, текущей задачей государственного управления Краснодарским краем выступает совершенствование борьбы с коррупцией в налоговых органах, поскольку за 2020 год, объем ущерба увеличился на 2,16 млрд. рублей и ставит угрозу для экономической и социальной безопасности региона. К тому же, именно от качества антикоррупционной политики в налоговых органах Краснодарского края зависит динамика деловой активности и предпринимательской активности населения.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. №273-ФЗ «О противодействии коррупции» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал «Гарант». - Режим доступа: <https://base.garant.ru/12164203/> (дата обращения 11.11.21).

2. Емельянова О.В., Попова В.А. Анализ статистики коррупционных отношений в Российской Федерации // В сборнике: Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления. Материалы XIII международной научно-практической конференции. Под редакцией Ю.В. Вертаковой. 2018. С. 104- 109.

3. Коррупция в Краснодарском крае: кто, где и сколько. URL: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/10/04/2017/58eb854a9a79472c9ab13e30> (дата обращения: 16.11.2021).

4. Нормативно правовые и иные акты в сфере противодействия коррупции в Краснодарском крае. URL: http://dppkk.ru/view_tabs.php?id=247 (дата обращения: 15.11.2021).

5. Сборник Генпрокуратуры «О состоянии преступности в России за январь-июль 2021 года»: [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/30/08/2021/612d07919a79470efb759237> (дата обращения: 11.11.2021).

6. Состояние преступности в России за январь - июнь 2017 года: [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://мвд.рф/folder/101762/item/10732674> (дата обращения 15.11.21).

7. Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации. Данные судебной статистики по делам коррупционной направленности: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cdep.ru/index.php?id=216> (дата обращения 14.11.21).

8. Средний размер взятки на Кубани превышает 215000 рублей. URL: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/freenews/589c0f0f9a79476a8c36c2ec> (дата обращения: 11.11.2021).

УДК 659.11

*Напалкова М. Г.,**к.ф.н., доцент**кафедры философии, культуроведения и социальных коммуникаций
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма**Хаитова К. Т.,**магистр кафедры философии, культуроведения и социальных коммуникаций
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
(Научный руководитель – к.ф.н., доцент Напалкова М.Г.)*

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

FEATURES OF CONDUCTING ADVERTISING CAMPAIGNS DURING THE PANDEMIC PERIOD

Аннотация. В данной работе рассмотрена тема влияния пандемии на развитие спортивных рекламных кампаний и других проектов по развитию бизнеса в сфере спорта. Рассмотрены классические фитнес-клубы и их способы работы в период самоизоляции. Приведены в пример рекламные кампании Nike и Adidas, вышедшие на новые площадки такие как приложения для смартфонов.

Abstract: This paper discusses the topic of a pandemic for the development of sports advertising campaigns and other projects for business development in the field of sports. The classic fitness clubs and their ways of working during the period of self-isolation are considered. As an example, Nike and Adidas advertising campaigns have entered new platforms such as applications for smartphones.

Ключевые слова: рекламная кампания, фитнес-клубы, интернет, спорт, офлайн, онлайн, пандемия, самоизоляция, ЗОЖ, спорт, медиа, рейтинг.

Keywords: advertising campaign, fitness clubs, internet, sports, offline, online, pandemic, self-isolation, healthy lifestyle, sports, media, rating.

Карантин и самоизоляция произвели огромный переполох в жизни каждого человека и превратили привычную и кипящую событиями повседневную жизнь в сплошные ограничения. Радиус действий ограничился одной лишь квартирой, там и бар, и спортзал, и даже деловой кабинет. Однако пришло время снять ограничения и в один момент мир «очнулся» от пандемии,

но уже не тем, что был раньше. Теперь люди смотрят вперед в будущее и продумывают каждый шаг от избегания контактов с людьми до перевода работников на дистанционный режим. Так же появились новые особенности и новые форматы проведения рекламных кампаний и развития бизнеса в условиях изоляции.

Классические фитнес-клубы в большинстве своем не верили в силу социальных сетей и не стремились выйти в онлайн до 2020 г. Все изменилось 21 марта, когда российским фитнес-центрам предписали закрыться на время самоизоляции. Большинство фитнес-клубов запустили онлайн тренировки, благодаря которым удалось избежать кризиса.

Так же стали набирать популярность услуги аренды. Спортивный центр X-Fit нашел свой способ как реализоваться в условиях пандемии и изоляции, теперь появилась возможность заказать у них аренду всевозможных спортивных тренажеров. Следом за ними эту идею стали реализовывать и другие центры.

Огромный удар по продажам спортивных товаров нанесла отмена проведения мероприятий, таких как Олимпиада и Чемпионат Европы по футболу. Самые идейные никогда не пропадут даже в этой кризисной ситуации.

Таблица 1.

Рейтинг самых загружаемых фитнес-приложений в период пандемии

Место	Позиции во всем мире
	Рейтинг на 22 марта 2020 год
1	Home Workout - No Equipments
2	Nike Training Club
3	30 Day Fitness
4	Pack Abs in 30 Days
5	Muscle Booster Workout Tracker
6	Lose Weight App for Men
7	Lose Weight In 30 Days
8	Asana Rebel
9	Lose Belly Fat in 30 Days
10	Meditopia

Компания Nike выпускает креативную рекламную кампанию на тему соблюдения социальной дистанции под лозунгом “Play inside. Play for the world”, так же они создают мобильное приложение где каждый желающий может воспользоваться бесплатными

тренировками. [1]

Удобная и простая платформа для аналитики и получения данных о мобильных приложениях App Annie, утверждают, что в период изоляции стремительно возросли скачивания приложений из категории «Здоровье и фитнес». [3] Из собранных данных удалось вывести таблицу с рейтингом самых лучших приложений для поддержания здоровья.

Из данного рейтинга известно, что как минимум 5 приложений принадлежит развивающимся разработчикам приложений ABISHKING. Большинство программ тренировок были рассчитаны на 30-дневную программу тренировок, которые стали пользоваться бешеной популярностью за счет своей доступности и надежности в плане быстрого результата.

Безусловно, рейтинг не мог быть без приложения от компании Nike под названием Nike Training Club. Приложение завоевало поклонников ЗОЖ своей щедростью, так как был открыт бесплатный доступ к премиальным возможностям приложения. В период самоизоляции невозможно быть в спокойности без медитации, поэтому рейтинг замыкает приложение Meditopia

Известная компания Adidas предвидела закрытие фитнес центров и прочие спортивные ограничения и также запустила в мобильном приложении бесплатные домашние тренировки. [2] Для привлечения внимания Adidas приглашали популярных звезд проводить эти самые тренировки.

Все организации, которые выпускают спортивную одежду и атрибутику используют определённый процент из средств прибыли на рекламу и PR. Для продвижения любых спортивных товаров лучше всего использовать рекламные образы, которые содержат гендерные стереотипы. Реклама все чаще с помощью культурных стереотипов, определённых социальных ролей, нейромаркетинга эксплуатирует определённые рекламные образы. В данной статье рассмотрим визуальный образ в спортивной рекламе.

Реклама как средство системы массовой информации отражает исторический и культурный код времени, также пропагандирует определённые идеи, товары и услуги, ограничивает, закрепляет или разбивает стереотипы и возможно, реализует новую действительность бытия.

Использование рекламных образов очень устойчиво в восприятии, самая важная задача которую они решают – это коммерческая выгода, для определённой целевой аудитории рекламные образы держатся на интересе. Использование и гендерных стереотипов также стоит остро, особенно если брать страны где есть консервативные устои. Любая спортивная реклама имеет различные способы содержания и формы, даже в рамках одного бренда, в том числе и по

демографическому принципу.

Итак, рассмотрим гендерные типы в спортивной рекламе:

- Женский - самый популярный образ в любой рекламе;
- Мужской – менее популярный, используется для рекламы в мужской сфере (например, духов, спортивной одежды);
- Также комбинация женских и мужских образов в рекламе.

Поскольку женский образ превалирует в рекламе, так как женщины более импульсивно совершают покупки, эмоционально, т.е. более эффективно использовать этот образ для стимулирования сбыта товара или услуг. Даже в более консервативных регионах, так как именно женщинам принадлежит воспитательная функция. Мужской образ чаще используется на радио, так как голос мужчины за кадром вызывает доверие и безопасность по определённым психологическим принципам. Как уже было отмечено, потребитель всегда считывает информацию базирываясь на своих творческих, культурных, исторических и социальных реалиях действительности, все это происходит строго индивидуально.

Если анализировать спортивные бренды, то далеко не все прибегают к использованию женских образов для эффективного продвижения. Так, основная целевая аудитория приложения Nike Running — лидера спортивного рынка — на 65 % состоит из женщин [1]. Далее исследуем рекламный материал лидера спортивного рынка Nike.

Так, в 2017 году российское подразделение Nike выпускает рекламный видеоролик «Из чего же сделаны наши девчонки?» [2].

Главные герои ролика — российские спортсменки: олимпийская чемпионка, фигуристка, Аделина Сотникова, чемпионка России по тайскому боксу и борец ММА Анастасия Янькова, скейтбордистка Катя Шенгелия, легкоатлетка Кристина Сивкова, защитница ФК «Чертаново» Ксения Лазарева, балерина Ольга Кураева, тренер Анастасия Котельникова и актриса Ирина Горбачева.

Главная мысль ролика — разрушение привычных стереотипов, которые навязывает общество женщинам. Главное действующее лицо видеоролика — маленькая девочка, которая поет со сцены популярную песню Якова Халецкого «Из чего же, из чего же».

Далее в процессе героиня начинает размышлять, из чего же сделаны «наши девчонки», вслед за этим кадр меняется, и мы видим спортсменок и разных видов спорта, которые показывают свое спортивное мастерство. Девочка меняет слова песни на другие [2].

После выхода данного ролика рейтинги компании Nike взлетели практически до самой высокой точки. Тем самым повысив свою популярность среди спортивных брендов и

сформировав репутацию бренда №1. На самом сайте после показа данного ролика были проведены специальные мероприятия, которые помогли девушкам раскрыться в полной мере, поверить в собственные силы, личный потенциал и т.д. То есть эффективная рекламная кампания прошла великолепно с грамотным использованием женского образа и изложением актуальной проблемой.

Основная целевая аудитория положительно восприняла этот ролик, похвалив бренд за креативность, за предоставление слово женщинам в нетипичном проявлении и за качественно сформированный образ, который не являлся новым в рекламе, но показал себя с другой стороны, со стороны: силы, независимости, отваги, мастерства, страсти и достоинства.

Это видео просмотрено более девяти миллионов раз и остается самым популярным на канале YouTube.

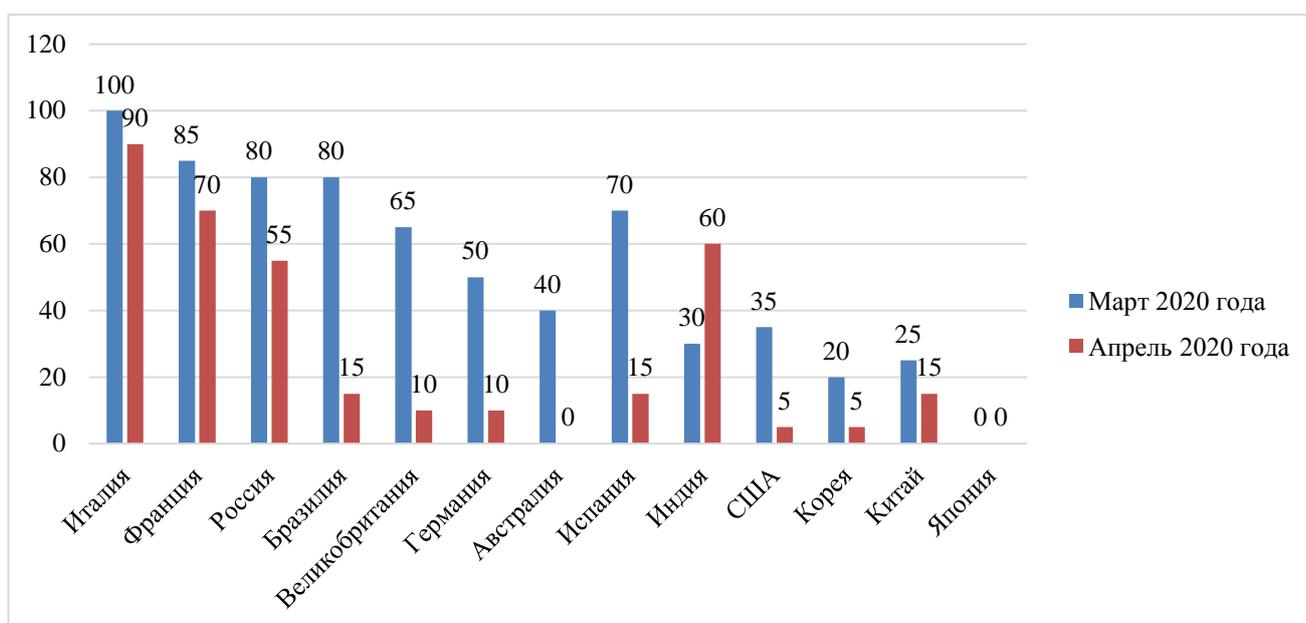


Рис. 1. Рейтинг стран по количеству скачиваний приложений из категории «Здоровье и фитнес»

На фоне этих событий удалось собрать данные и вывести диаграмму по рейтингу стран, где скачивание приложений из категории «Здоровье и фитнес» было больше всего за начальный период самоизоляции.

В данном рейтинге лидирующие позиции заняла Италия – 100% и 90% соответственно по сравнению с мартом и апрелем 2020 года. Россия же заняла третье место по количеству скачиваний, где 80% приходится на март, а 55% на апрель 2020 года.

В период пандемии действует краткосрочная маркетинговая стратегия. Данная стратегия должна зависеть от того, как влияет ситуация с Ковид и постковидное время, и то как есть ли у компании ресурсы на продвижение дальше. Компании делятся на определенные категории, в зависимости от состояния в период изоляции: растущий рынок, стагнирующий рынок, панический спрос и новый формирующийся спрос. В зависимости от категории возникают сложности, необходимо разговаривать с потребителями, вводить систему предзаказов, выстраивать лояльность аудитории и создавать CRM-системы.

Выход из самоизоляции для бизнеса будет не прост, он будет постепенным в зависимости от компании. Так же могут быть дополнены ограничения в отдельных категориях. Важно понимать, что универсальной маркетинговой стратегии для любого бизнеса не существует. Стратегия сама по себе уникальна, она зависит от индустрии и финансовых возможностей. Изоляция намекает специалистам думать о том, какие услуги и продукты нужны людям, и намек идет в стороны технологичности и интеграции каналов коммуникаций в единую систему для успешного контакта с аудиторией.



Рис. 2. Мнение респондентов о эффективности рекламных кампаний в период пандемии

Ключевая задача любого бизнеса – пережить постковидное время с минимальными потерями и возможно извлечь выгоду из всего происходящего.

Исследовательская компания Kantar провела опрос, только 8% опрошиваемых (35 000 человек из 55 стран мира) считают, что бизнесу следует остановить свои рекламные кампании, а остальные 92% уверены в пользе рекламы на текущий момент.

Реклама способна влиять на настроение потребителей, так как является инструментом

воздействия на общественное сознание. В ситуации с пандемией и самоизоляцией реклама способна повлиять на атмосферу и настроение людей, и настраивает на определенную волну. Сейчас это является необходимостью, так как опрашиваемые респонденты считают, что последствия от пандемии будут ощутимы еще долго и восстановление экономики займет много времени; будут сложности как в работе компаний и потеря рабочих мест.

Перемены также коснулись формата восприятия и подачи информации. Аудитория социальных сетей выросла в 30%, такие социальные сети как Instagram, «ВКонтакте» и WhatsApp стали изобиловать новым контентом. Виртуальная жизнь стала заменять реальную, стала внедряться новая домашняя атрибутика для коммуникации – видеосвязь. Трансляции в социальных сетях набрали популярность, за счет этого, рекламодатели несут свои уникальные торговые предложения именно на эти площадки.

Отсюда формируется Product placement в прямых эфирах. Как пример, фитнес-блогер проводит трансляции с целью повысить живой контакт с аудиторией в режиме реального времени, проводит тренировки и отвечает на вопросы. В таком формате имеет место быть и реклама спортивных брендов, спортивного питания и другого.

Так же развиваются Инстаграм Истории, где, как пример, ведется передача определенного продукта между блогерами инфлюенсерами для тестирования. Плюс этого интерактива заключается в охвате нескольких инфлюенсеров и повышении охватов разных групп за короткий промежуток времени. Так же плюсом является возможность показать сразу несколько продуктов от бренда. Бренд Puma уже принял участие в таком челлендже и стал одним из первых, кто использовал подобный формат ролика. В создании видео были задействованы 11 блогеров с общим охватом 1,3 млн человек! [4].

Новые условия жизни дали старт развитию интеллектуального продукта в интернете. Инфлюенсеры не смогли обойти стороной тему образовательных курсов в интернете. Большинство сидят дома, в интернете, жаждут узнать что-то новое, такой он новый режим повседневности. Среди блогеров стало актуально продавать курс по своей профильной нише с целью ликбеза целевой аудитории.

Обобщая все это можно сделать вывод, что коммуникация спортивного, и не только, бренда со своей аудиторией необходим, даже несмотря на снижающийся спрос на товар, контакт с аудиторией остается неким двигателем торговли и продвижения. Четкая и регулярная коммуникация способна вернуть показатели в норму и сделать даже лучше. Доверие аудитории строится на расположении и общении со стороны бренда [3].

В современном мире людей стало больше прежнего волновать тема сохранения своего

здоровья, финансовой стабильности, всемирной вакцинации, экономике в мире, а это в первую очередь значит, что свое развитие получит и нативная реклама – рейтинги, топы, проекты, списки и конечно же всеобщего самообразования. Таким образом онлайн лекции, SEO-обзоры на, например, качественную еду для набора мышечной массы набирают огромную популярность в сети Интернет. Рекламодатели через спортивные рекламные кампании в онлайн формате не только вышли на новый уровень продвижения и увеличения целевой аудитории, но и ушли таким образом в направлении социальной поддержки населения в период пандемии.

Пользователи все больше часов своей жизни проводят в Интернет пространстве позволяя развиваться многим медиа. Расширяется ее аудитория, следовательно, и доходы. Урезается бюджетирование традиционных рекламных каналов и бренды понимают, что теперь аудитория в социальных сетях и их отношение к ним главное всего. Таким образом идет внедрение различных нововведений: акций, проектов, флешмобов и многого другого.

Список литературы:

1. Официальный сайт компании <https://news.nike.com/news/nike-play-inside-play-for-the-world> (дата обращения: 01.01.2021).
2. Официальный сайт компании Adidas <https://www.adidas.ru/adidasrunners/> (дата обращения: 01.01.2021).
3. Официальный сайт платформы по аналитике мобильных приложений App Annie/<https://www.appannie.com/ru/> (дата обращения: 01.01.2021).
4. Мишина, Т. В. Реализация квестового тимбилдинга в новогоднем действе, как инновационный элемент внедрения командного досуга для молодёжи студенческого возраста / Т. В. Мишина, И. Н. Ронь, М. Г. Напалкова // The Scientific Heritage. – 2020. – № 56-4(56). – С. 5-7. – DOI 10.24412/9215-0365-2020-56-4-5-7.
5. Невольских Ю. М. Инструменты PR-кампаний в сети интернет для продвижения продуктов PR //Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации. 2018. – С. 313-317.

УДК 519.2

Пантелеева О.Б.,
к.э.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Клюка Н.В.,
учитель
МАОУ Лицей №48

Григорян Ж.Г.,
обучающийся факультета экономики, менеджмента и торговли
2 курс, направление «Менеджмент»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Спрожницкая Е.Н.
обучающийся факультета экономики, менеджмента и торговли
2 курс, направление «Менеджмент»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

О ПРИМЕНЕНИИ ФОРМУЛЫ БЕРНУЛЛИ ДЛЯ АНАЛИЗА РЕЗУЛЬТАТОВ ЕГЭ

ABOUT THE APPLICATION OF THE BERNULLI FORMULA FOR ANALYSIS OF USE RESULTS

Аннотация: в данной статье все внимание направлено на то, как математическая теория вероятности применяется при проверке и анализе результатов Единого государственного экзамена (ЕГЭ). Чаще всего данные методы направлены на проверку заданий закрытого типа, которые составляют большую часть самого экзамена. Самой распространённой и наиболее практичной является формула Бернулли, которая занимается распределением результатов, опираясь на полученные знания.

Annotation: in this article, all attention is directed to how the mathematical theory of probability is applied when checking and analyzing the results of the Unified State Examination (USE). Most often, these methods are aimed at checking closed-type assignments, which make up the majority of the exam itself. The most common and most practical is the Bernoulli formula, which deals with the distribution of results based on the knowledge gained.

Ключевые слова: ЕГЭ, оценка результатов ЕГЭ, разновидность заданий, формула Бернулли.

Key words: USE, assessment of USE results, variety of tasks, Bernoulli's formula.

Во все времена каждое действие человека подвергалось сомнению в точном его осуществлении. Так, люди начинали гадать, а впоследствии и рассчитывать вероятность того или иного события. Данная наука направлена на выявление и расчёт возможности осуществления определенного события. Формулы теории вероятности, которые используются в математике, позволяют вычислять исход каждого процесса. Если в результате подсчетов, значение теории вероятности будет равняться примерно 1 или ровно 1, то значит, что это событие точно произойдет. Однако, если данный показатель будет направлен в сторону 0, то вероятность осуществления закономерностей означает его невозможность.

Поэтому особенно важно изучать расчеты вычисления теории вероятности при осуществлении финансовых операций для того, чтобы минимизировать экономические потери. Значение теории вероятности зависит от многих факторов, которые в основном не подвластны контролю человека.

Изучение основ вычисления возможных исходов события начинается ещё в школьной программе, а потом и в высших учебных заведениях. Так, самой распространённой формулой, которой пользуются экономисты и финансисты при своих расчётах является формула Бернулли. Ей возможно вычислить, например, исход события экономического проекта, решения какой-либо задачи, а также даже осуществить подсчёт вероятности использования различных способов ответов учеников на экзаменах.

За последнее время наибольшей популярностью стали пользоваться на просторах Интернета материалы, посвященные именно итогам проведения Единого государственного экзамена почти по всей территории России. Обычно статьи и материалы, посвященные данной тематике, принадлежат различным методическим службам, институтам повышения квалификации работников образования, и даже иногда региональным центрам обработки информации. Толчком и образцом для исследователей при составлении ежегодной статистики является Федеральный институт педагогических измерений (ФИПИ). Впоследствии вся собранная информация позволяет описывать контрольно-измерительные материалы, указывает насколько успешно были выполнены те или иные задания при проверки школьных курсов. Так как при проверки и отчетности ФИПИ не имеет персональных данных об участниках экзамена, невозможно определить каким способом им удалось достичь желаемых и предполагаемых результатов. Подобная ситуация так же складывается при проверки более масштабных итогов, при которых не только имеющийся материал, но и ограниченность инструментария не дают полной статистической картины.

Данная статья посвящена не тому, какие приемы и методы используются проверяющими ЕГЭ, она направлена на более подробное изучение применения теории вероятности при оценке результатов экзамена.

Многие не только проверяющие, но и сами сдающие обращали внимание на результативность экзамена при использовании в КИМов вопросов различного типа как открытых, так и закрытых. Большая часть заданий включает в себя закрытые вопросы, которые ориентированы на то, чтобы учащийся выбрал из четырех предложенных вариантов один верный. При этом последующая часть экзамена обычно уже более повышенной сложности, но при этом использует так закрытые вопросы, ответы на которые не так сложны. Поэтому если рассматривать обобщенно все задания ЕГЭ, то можно сказать, что открытых заданий по сравнению с закрытыми совершенно мало.

Процесс выполнения первой части, независимо от предмета ЕГЭ, позволяет участникам перебрать все ответы, убрать сомнительные и уже из оставшихся сделать верный выбор. При этом закрытые задания имеют свой минус – при оставшихся альтернативах довольно тяжело сделать выбор. Чаще всего в заданиях можно встретить так называемые уловки (которые пытаются обмануть студента, выдав правильный ответ за неправильный) крайне неправдоподобные, которые сужают круг поиска. Если учащийся сможет научиться их видеть, то не возникнет никаких затруднений дать точный ответ в короткий срок [5, с.83].

Выполнение заданий первой части по физике и информатике обычно направлены на то, чтобы учащийся самостоятельно дал ответ на вопрос, но не смотря на отсутствие четырех предложенных вариантов есть возможность найти свою подсказку в тексте. Так как закрытое задание состоит из нескольких вариантов ответа, то после решения письменного задания есть возможность сравнить результат с предложенными. Но если результат ответа не совпадает ни одним из предложенных, то значит, что задание было решено неверно.

Закрытые задания так же предоставляют возможность выбрать ответ наугад и при этой вероятности попадания в успех будет составлять 25%. Конечно, прием использования теории вероятности на практике не сможет принести максимально эффективного результата, но даст небольшую вероятность получения удовлетворительной оценки, к примеру на математике [2, с.35].

Для анализа и оценки эффективности закрытых заданий используют формулу Бернулли, которая позволяет на практике найти вероятность получения определенного результата при независимых испытаниях. Например, мы в первой части используем серию из n -ного количества заданий, в каждом из которых по четыре ответа. Вероятности угадать правильный ответ из

четырёх предложенных составляет 0,25 (при 3-х ответах – 0,33), при этом вероятность ошибки и промаха будет составлять $1-0,25=0,75$ (и 0,66 при 3-х ответах).

Формула Бернулли выглядит следующим образом (рис 1.):

$$P_n(k) = C_n^k p^k q^{n-k} = \frac{n!}{k!(n-k)!} p^k q^{n-k}$$

Рис.1. Формула Бернулли

где $P_n(k)$ представляет собой вероятность того, что в n – количество испытаний произойдет ровно k успехов. Используя данную формулу, мы можем определить какова вероятность угадать правильный ответ и получить баллы. Результаты вычислений отображены в таблице 1.

Таблица 1.

Распределение вероятности выбора правильного ответа первой части путем отгадывания

Первичный балл	Информатика	Обществознание	Физика и география	История	Иностранный язык	Русский язык и химия	Биология
0	0,56	0,18	0,08	0,04	0,00	0,02	0,00
1	3,38	1,31	0,63	0,38	0,02	0,18	0,04
2	9,58	4,58	2,51	1,65	0,11	0,86	0,22
3	17,04	10,17	6,41	4,59	0,48	2,69	0,84
4	21,30	16,11	11,75	9,17	1,50	6,04	2,31
5	19,88	19,33	16,45	14,06	3,60	10,47	4,93
6	14,36	18,26	18,28	17,19	6,91	14,55	8,49
7	8,20	13,91	16,54	17,19	10,85	16,62	12,13
8	3,76	8,69	12,41	14,32	14,25	15,93	14,66
9	1,39	4,51	7,81	10,08	15,83	12,98	15,20
10	0,42	1,95	4,17	6,05	15,04	9,09	13,68
11	0,10	0,71	1,89	3,12	12,30	5,51	10,78
12	0,02	0,22	0,74	1,38	8,71	2,91	7,49
13	С 13 по 18 - 0	0,06	0,25	0,53	5,36	1,34	4,61
14		0,01	0,07	0,18	2,87	0,54	2,52
15		С 15 по 22 - 0	0,02	0,05	1,34	0,19	1,23
16			С 16 по 25 - 0	0,01	0,54	0,06	0,54
17				С 17 по 27 - 0	0,19	0,02	0,21
18					0,06	С 18 по 30 - 0	0,07
19					0,02		0,02
20					С 20 по 28 - 0		0,01
21							С 21 по 36 - 0

На рисунке 2 четко показана зависимость на графике от числа используемых закрытых вопросов, например от наименьшего к наибольшему, и весь график смещается в правую сторону. При этом отличительным будет являться иностранный язык, так как он имеет 3 варианта ответа.

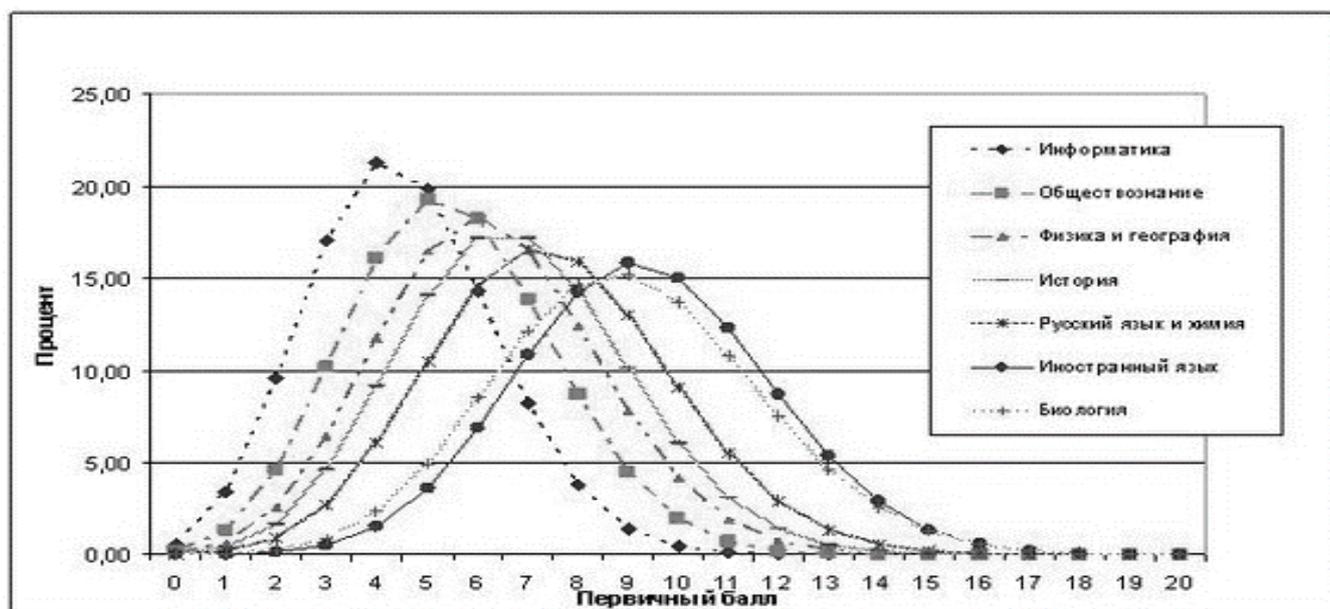


Рис. 2. Зависимость приобретения первичного балла при угадывании ответов по дисциплинам

Первая часть заданий является наиболее легким из всех остальных, поэтому показатели количества правильных ответов при угадывании достаточно велики и сгруппированы в таблице. Но опираясь на формулу Бернулли, результаты показывают, что не угадать ни один ответ невозможно. Конечно, есть учащиеся, которые набрали 3–5 баллов, но их меньше, чем тех, которые сдали пустые бланки и получили ноль баллов. Даже если учащийся с закрытыми глазами проставит ответы, то все равно есть вероятность попадания хотя бы в один правильный ответ [1, с.65].

Применение закрытых вопросах часто оказывает негативное воздействие. Так проведение в 2008 году ЕГЭ по математике с включенными закрытыми вопросами не привело к эффективности образовательной программы. Тогда, при решении части А часто происходил выброс значений, который отождествлял норму угаданных ответов (рис 3). Этот год характеризовался методом получения оценки выше двойки за счет введения системы прибавления к результату «+1». Учитывалось и то, что было большое количество учеников, которые не хотели сдавать данный экзамен, вследствие чего проведение ЕГЭ стало обязательным для всех. Но все нежелающие писать экзамен, отвечали на закрытые вопросы наугад, зная о

возможности получить удовлетворительную оценку. Уже в 2009 году дал сбой способ получения гарантированной тройки и вскоре вовсе был исключен. А уже через год после этого было решено отменить и всю первую часть экзамена.

Таблица 2.

Распределение баллов в части А при условии угадывания ответов на вопросы

Предмет	Число заданий с выбором ответа	Первичный балл, который в среднем можно получить путем гадания ответов	Интервал первичных баллов, которые в 90% случаев можно получить путем гадания ответов
Информатика и ИКТ	18	4,5	2-7
Обществознание	22	5,5	2-8
Физика	25	6,25	3-9
География	25	6,25	3-9
История	27	6,75	3-10
Русский язык	30	7,5	4-11
Химия	30	7,5	4-11
Биология	36	9	5-13
Английский язык	28	9,24	5-13

Так, процесс распределения экзаменуемых по баллам зависит и от самого количества закрытых вопросов. Например, обычно в настоящее время в предоставленных тестах по математике закрытых вопросов намного меньше, чем по русскому языку, где при распределении по баллам происходит левосторонний подъем линии графика (рис. 3). А в отраслях с большей долей вопросов с «ответами по интуиции» образуется монополистический характер распределения с перемещением в шкале значений вправо [4, с.47].

Измерить в ЕГЭ по русскому языку в 2008 году можно и диапазон формального участия. Для начала необходимо попытаться уменьшить количество заданий в самом тесте, для того чтобы сосчитать первичный балл. Далее на основе этого можно построить, а в некоторых случаях даже два. Один из графиков должен отражать зависимость распределения первоначальных баллов по всему экзамену. А соответственно второй уже будет основываться именно на определенных конкретных заданиях, например на количестве баллов за часть В, С и некоторых вопросов из А. На рисунке 4 представлен результат проведения ЕГЭ в 2008 году в городе Омске, где около 16% учеников ответили случайным образом [3, с.20].

Ученики школ по всей Российской Федерации больше всего любят и отдают предпочтение при решении экзамена именно закрытым ответам. Так, большинство надеется угадать правильный вариант ответа и с помощью этого выйти хотя бы на минимальный балл, чтобы в будущем не попасть на пересдачу ЕГЭ.

Существует множество методов для подсчета результатов написанного теста, однако именно при учете возможности выбором учеником случайного ответа, следует учитывать положение точки отчета результата экзамена.

Эту точку обычно перемещают в правую сторону по шкале до того момента, когда кажется, что сейчас достигнет уровень минимальной вероятности получения хороших результатов при использовании метода угадывания.

При отчете результатов экзаменов по формуле Бернулли, данная точка становится обычно равна 13 баллам по русскому языку, при учете того, что нормальным баллом для закрепления всех умений и знаний считается получение от 0 до 15 [5, с.79].

Однако данные показатели демонстрируют низкую планку, поставленных федеральных требований в образовании, так как нормы показателей Рособрнадзора большинство учеников могут достигнуть с помощью ответов наугад.

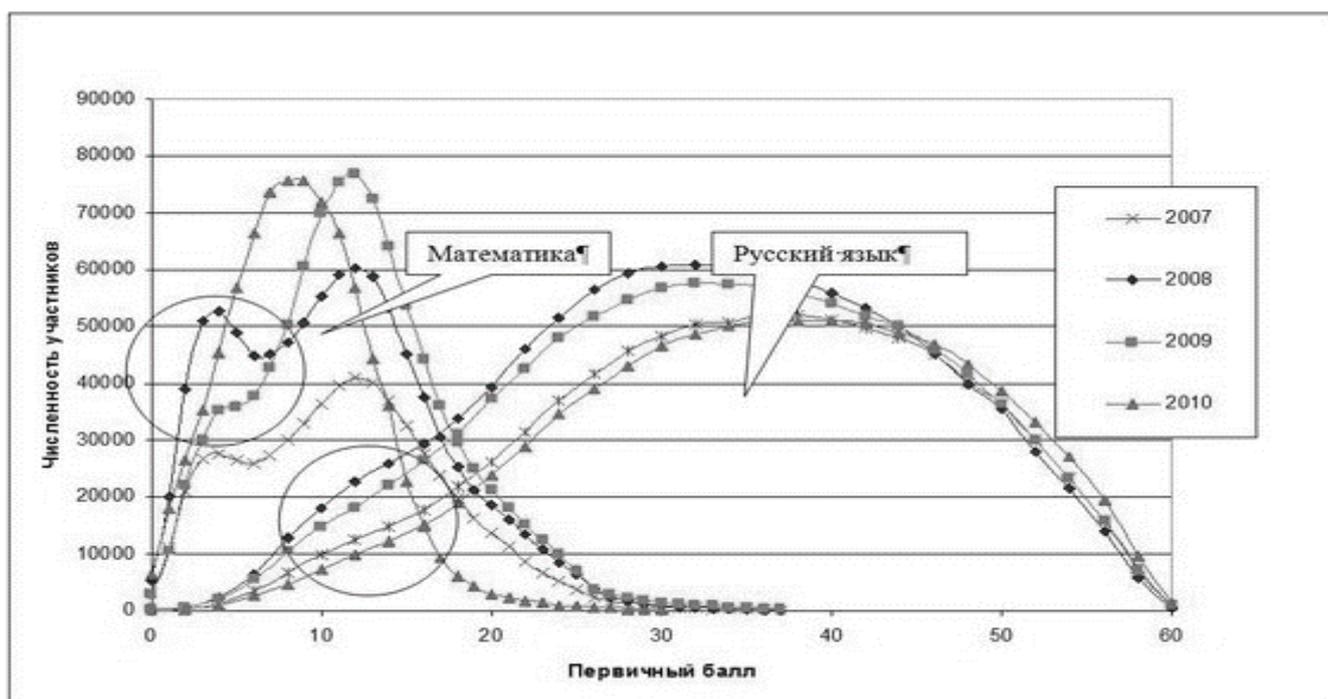


Рис.3. Динамика колебания получения первичного балла экзаменуемыми в РФ

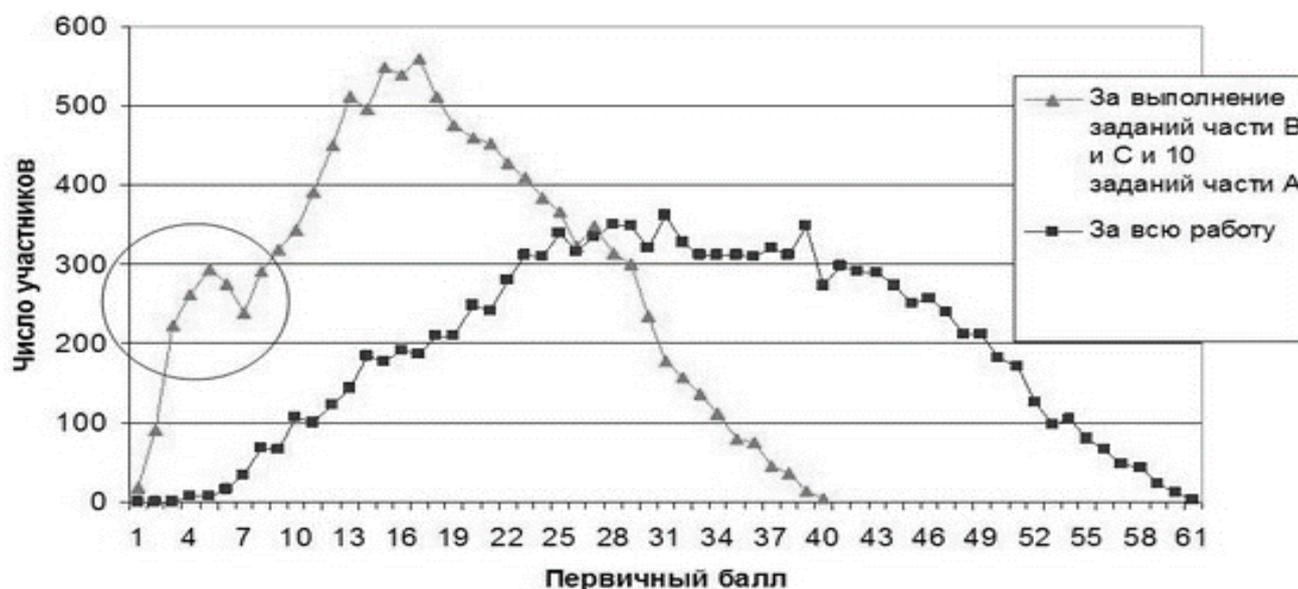


Рис.3. Количество полученных первичных баллов учащими в г. Омске в 2008 году

Использование формулы Бернулли позволяет определить и оценить интервал распределения баллов за экзамен, а также в некоторой степени выявляются недочеты методов измерения параметров. Закрытые вопросы дают учащимся возможность получить большое количество баллов или хотя бы пройти минимальный порог ЕГЭ, отвечая только на вопросы с готовыми решениями на выбор. Так, выпускники начинают отдавать свое предпочтение не решению логических и практических заданий, а тестовым ответам по интуиции.

Изучение данной тематики в разделе математики является довольно затруднительным и сложным процессом. Именно теория вероятности дает возможность разрешить спорный вопрос и найти оптимальное разрешение. Теория вероятности также активно применяется при изучении экономических теорий, рассматривает такие понятия как цена, спрос, предложение на рынке труда. При этом теория вероятности довольно тесно взаимодействует с такой наукой как статистика и ее часто называют математическая статистика.

Теория вероятности опирается на многие сферы, в которых она активно применяется, но существуют сферы, которые просто не могут функционировать без ее существования – экономические, статистические и технические. Моделирование работы невозможно без опоры на основы теории вероятности [8. с, 156].

Опираясь на проведенные выше изучения, можно отметить важность использования теории вероятности. На основе изучения КИМов и представленных в них заданий мы увидели,

что с помощью представленных формул мы смогли определить вероятность получения удовлетворительной оценки на основе интуиции, определили количество учащихся с определённой оценкой и многое другое.

Список литературы:

1. Гусева, Е. Н. Теория вероятностей и математическая статистика: учебное пособие / Е. Н. Гусева. - 7-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2021. - 220 с. - ISBN 978-5-9765-1192-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843158>
2. Туганбаев, А. А. Теория вероятностей: учебник / А. А. Туганбаев, Е. И. Компанцева. - 2-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2018. - 182 с. - ISBN 978-5-9765-3439-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1589261>
3. Махова, Н. Б. Теория вероятностей и основы математической статистики: курс лекций / Н. Б. Махова. - Москва: Изд-во Альтаир-МГАВТ, 2019. - 85 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1057265>
4. Коган, Е. А. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник / Е. А. Коган, А. А. Юрченко. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 250 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015649-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044968>
5. Палий, И. А. Теория вероятностей и математическая статистика: учебное пособие / И.А. Палий. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 334 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1065828. - ISBN 978-5-16-015892-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1065828>
6. Бардушкин, В. В. Математика. Элементы высшей математики: учебник: в 2 томах. Том 1 / В. В. Бардушкин, А. А. Прокофьев. — Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2021. — 304 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-906923-05-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1235904> (дата обращения: 14.11.2021).
7. Песчанский, А. И. Математика для экономистов: основы теории, примеры и задачи: учеб. пособие / А.И. Песчанский. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 520 с. - ISBN 978-5-9558-0493-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944618> (дата обращения: 14.11.2021).
8. Юдин, С. В. Математика и экономико-математические модели: Учебник / С.В. Юдин - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 374 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01409-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/937964> (дата обращения: 14.11.2021).

УДК 336.6

*Пидяшова О.П.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

*Энгиноева А.М.,
магистрант
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Пидяшова О.П.)*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE USE OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ORGANIZATION IN MODERN CONDITIONS

Аннотация: в статье раскрыта сущность показателей эффективности управления финансовыми ресурсами организации, также рассмотрены возможные пути повышения значений данных показателей. В качестве основы демонстрации эффективного управления финансовыми ресурсами организации определены показатели рентабельности и оборачиваемости. В заключении сформулированы основы необходимости финансового планирования для достижения эффективного использования ресурсов предприятия.

Annotation: the article reveals the essence of the indicators of the effectiveness of the management of financial resources of the organization, and also considers possible ways to increase the values of these indicators. The indicators of profitability and turnover are defined as the basis for demonstrating the effective management of the organization's financial resources. In conclusion, the basics of the need for financial planning to achieve effective use of enterprise resources are formulated.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, оборачиваемость активов, показатели рентабельности, повышение использования финансовых ресурсов

Keywords: financial resources, asset turnover, profitability indicators, increased use of financial resources

В системе управления различными аспектами деятельности любого предприятия или организации наиболее сложным является именно управление финансовыми ресурсами.

Эффективное управление финансовыми ресурсами заключается в том, чтобы сформировать такую систему экономических отношений, которая обеспечивала бы реализацию стратегических целей и тактических задач, стоящих перед менеджментом предприятия, и в тоже время способствовала сохранению финансовой устойчивости и стабильности развития. Построение эффективной системы управления финансовыми ресурсами для достижения стратегических и тактических целей является основой финансовой политики предприятия или организации. [1]

Для осуществления повышения эффективности финансовых ресурсов в современных условиях необходимо рассмотреть факторы, влияющие на данный процесс. Оборачиваемость активов и показатели, характеризующие рентабельность, напрямую демонстрируют эффективность использования ресурсов в организации.

Рассмотрим более подробно показатели рентабельности и оборачиваемости

Рентабельность – это относительный показатель, характеризующий эффективность основного вида деятельности предприятия. Показатель рентабельности отражает соотношение прибыли, различного уровня, к объему затрат.

Рентабельность продукции, данный коэффициент можно рассчитать, как по одному виду продукции, так и по всем группам видов. Рассчитанный коэффициент характеризует эффективность затрат на производство продукции.

Так же широко применяется в анализе коэффициент рентабельности продаж, характеризующий эффективность деятельности коммерческих предприятий и организаций. Также рентабельность продаж характеризует сумму полученной прибыли с рубля продаж.

Рентабельность капитала предприятия отражает сумму чистой прибыли на каждый вложенный рубль в капитал предприятия. На основе расчета указанного показателя также можно определить рентабельность инвестированного капитала, акционерного, заемного, оборотного, производственного, внеоборотного и так далее. В числителе всегда сумма чистой прибыли, а в знаменателе среднегодовая стоимость капитала, рентабельность которого необходимо рассчитать.

Вышеперечисленные коэффициенты рентабельности рассчитываются с целью анализа деятельности предприятия, для принятия решений по управлению предприятием, а также данные коэффициенты необходимы для внешних пользователей, таких как инвесторы, для принятия решения о инвестировании средств в предприятие. [4]

Так как коэффициент рентабельности рассчитывается на основе двух показателей, то для его увеличения необходимо увеличить получаемую прибыль или сократить стоимость фондов

предприятия. С такой целью производится анализ имеющихся ресурсов для поиска потенциальных путей роста прибыли при минимальной стоимости производственных фондов.

Коэффициент рентабельности показывает эффективность вложенного капитала в предприятие и позволяет сравнить данный коэффициент с коэффициентом доходности инвестиций в альтернативные источники дохода, при сравнительно похожих условиях риска.

В зависимости от уровня рентабельности можно дать оценку долгосрочного положения предприятия в области финансовой устойчивости. Данный показатель, для кредиторов и инвесторов, является наиболее приоритетным, чем коэффициент устойчивости и ликвидности. [2]

На коэффициенты рентабельности, в большей степени оказывают косвенное влияние такие же факторы, что и на чистую прибыль. Примером такого влияния является рентабельность продаж, на которую оказывает влияние такие же факторы, что и на прибыль от продаж:

- изменение выручки от продаж;
- изменение себестоимости;
- динамика коммерческих и управленческих расходов.

На основе вышесказанного отметим, что показатели рентабельности отражают эффективность основного вида деятельности предприятия, система коэффициентов позволяет с различных сторон оценить предприятия исходя из интересов внешних и внутренних получателей информации.

Перейдем к рассмотрению показателей оборачиваемости.

Оборачиваемость активов демонстрирует эффективность использования активов организации. Увеличение показателей оборачиваемости позволяют судить о повышении эффективности их использования.

Как отмечают современные экономисты «...рост оборачиваемости оборотного капитала способствует:

- экономии оборотного капитала (сокращению потребности в нем);
- приросту объемов продукции;
- увеличению получаемой прибыли». [4]

В результате ускорения оборачиваемости оборотных средств высвобождаются запасы сырья, материалов, товарные запасы, а, следовательно, быстрее высвобождаются денежные ресурсы, ранее вложенные в них.

Результаты расчета показателей оборачиваемости позволяют осуществить расчет абсолютной суммы экономии активов, а также возможную сумму привлечения дополнительных.

Выделяют ряд факторов, которые так или иначе оказывают влияние на время, которое находятся средства в обороте.

К числу внешних факторов относят такие как: отрасль деятельности компании; размеры предприятия; экономическое состояние страны, в которой находится организация и др.

К числу внутренних факторов можно отнести: активы и их структуру; различные виды политики организации и др.

Для оценки эффективности использования оборотного капитала, как правило, рассчитываются показатели, характеризующие его оборачиваемость. К ним относят:

1) коэффициент оборачиваемости:

Показатель оборачиваемости демонстрирует временной промежуток, за который проходит 1 оборот капитала.

2) длительность одного оборота:

3) коэффициент закрепления оборотных активов:

Коэффициент, который является обратным коэффициенту оборачиваемости активов называется коэффициентом закрепления оборотных активов. Его использование обусловлено необходимостью планирования объема активов, которые приходятся на 1 рубль продукции, непосредственно реализованной.

Таким образом, повышение скорости оборачиваемости капитала непосредственно уменьшает необходимость в его количестве. Также данное ускорение способствует росту товарооборота, а соответственно и объемам прибыли. Все это приводит к наиболее эффективному функционированию предприятия и повышает его финансовое положение на рынке. По аналогии, уменьшение оборачиваемости вынуждает организацию увеличивать размеры капитала.

Управление дебиторской задолженностью предполагает прежде всего контроль за оборачиваемостью средств в расчетах. Ускорение оборачиваемости в динамике рассматривается как положительная тенденция. Большое значение имеют отбор потенциальных покупателей и определение условий оплаты товаров, предусматриваемых в контрактах.

Отбор данных покупателей происходит на основе ряда факторов:

- своевременное выполнение платежей в счет получения благ в прошедших периодах;
- финансовая составляющая бюджета покупателя;
- потенциальная возможность покупателя приобрести желаемый товар или услугу;
- платежеспособность покупателя в текущем временном периоде;

Также присутствует ряд факторов для непосредственно организации:

- текущий уровень финансовой и экономической устойчивости организации продавца;
- объем имеющихся товаров, готовых к реализации;
- потребность предприятия продавца в наличных или безналичных денежных средствах;
- уровень финансовых показателей, при котором появляется потребность в привлечении средств;
- прочие финансовые и экономические условия.

Одним из возможных путей повышения потенциальных денежных средств и сокращения издержек является путь более качественного распределения уже имеющихся средств. Для выполнения данного условия необходимы высококвалифицированные кадры, а также соблюдение ряда принципов инвестирования:

- 1) наличие запаса денежных ресурсов для осуществления текущих операций;
- 2) наличие запаса денежных ресурсов для осуществления непредвиденных операций;
- 3) наличие запаса денежных ресурсов для осуществления операций, направленных на возможную модернизацию процесса производства или его расширение.

Наращивание скорости оборачиваемости средств позволяет организации увеличивать масштабы деятельности, выраженные в объеме произведенной и реализованной продукции, при сохранении суммы капитала неизменной. В результате основной эффект ускорения оборачиваемости заключается в росте продаж без привлечения дополнительного объема финансовых ресурсов. Помимо того, поскольку после окончания оборота капитал возвращается с приростом в форме прибыли, ускорение оборачиваемости приводит к увеличению ее размера. Однако, чем медленнее скорость обращения активов особенно оборотных, тем больший объем финансовых ресурсов требуется организации для осуществления текущей деятельности. [6]

Объем заемного финансирования ограничен способностью предприятия обслуживать долговые обязательства, а также риском потери контроля над организацией или риском банкротства при чрезмерной их доле в структуре капитала. Собственные источники финансовых ресурсов ограничиваются возможностью получения прибыли предприятием. Следовательно, грамотное управление оборачиваемостью ресурсов позволит предприятию снизить степень зависимости от внешнего финансирования и повысить свою ликвидность. [5]

Длительность пребывания средств в обороте предприятия обусловлена комплексным влиянием совокупности разнонаправленных внешних и внутренних факторов. К первым относятся вид деятельности организации, отраслевая принадлежность, а также масштабы бизнеса и др. Не меньшее влияние на оборачиваемость ресурсов предприятия оказывает национальная экономическая конъюнктура, существующая система безналичных расчетов и т.д. Например, инфляционные процессы, плохо налаженные деловые связи с контрагентами влекут за собой

вынужденное накапливание запасов, что приводит к замедлению их оборота. Однако следует отметить также, что длительность оборота средств все же в значительной степени определяется внутренними условиями функционирования предприятия и в первую очередь эффективность применяемой стратегии управления активами.

Также одним из факторов, влияющих на эффективное управление финансовыми ресурсами организации, является структура ее капитала. Исходя из сформированной структуры капитала предприятия можно судить о потенциальном увеличении активов. Для повышения эффективности деятельности организации необходимо при формировании капитала закладывать в него потенциальную гибкость для адаптации к условиям рынка.

Успешное управление ресурсами компании зависит напрямую от составленного плана и политики предприятия. [7]

Планированием в организации называют процесс создания и формирования основных целей и задач предприятия. Данные цели как правило выражаются в качественных и количественных показателях.

Ряд авторов выделяют факторы, препятствующие эффективному планированию на предприятиях в современных условиях в России:

- 1) достаточно высокий уровень нестабильности и неопределенности на рынке, связанные с высокой динамикой во всем мире на данном этапе;
- 2) низкий уровень ресурсной базы для осуществления такого рода деятельности;
- 3) недостатки правовой и нормативной баз. [3]

Опираясь на проведенные исследования, можно констатировать, что эффективное финансовое планирование в большей степени характерно для крупных предприятий и организаций. Связано это в первую очередь с тем, что у них больше имеется возможностей для формирования специализированного отдела в общей структуре организации, работники которого будут проводить соответствующие аналитические исследования, разрабатывать финансовые планы, опираясь на которые руководство будет осуществлять управление финансовыми ресурсами наиболее эффективно.

Средние и мелкие предприятия не всегда имеют финансовую возможность привлечения специалистов для проведения финансового анализа и разработки тех или иных финансовых планов. При этом потребность в проведении подобного рода финансовой работы, у них, зачастую даже выше, чем на крупных предприятиях. Обусловлено это тем фактом, что имеется определенная ограниченность в привлечении финансовых ресурсов и их эффективном использовании.

В современных условиях функционирования рынка одной из важнейших задач перед финансовым менеджментом организаций стоит финансовое планирование. Необходимо, чтобы

предприятия осознавали, насколько большое значение, имеет финансовое планирование в их экономической деятельности. Правильность составления корректных расчётов на предстоящие периоды напрямую влияет на успешную и эффективную деятельность в рыночных условиях. Говоря о цели финансового планирования, многие отечественные и зарубежные авторы отмечают, что повышение эффективности использования ресурсов является важнейшей задачей планирования.

Одним из важнейших элементов финансового планирования является финансовый анализ, позволяющий как подготовить необходимую информации о компании перед финансовым планированием будущих периодов, так и оценить правильность и эффективность принятых управленческих решений. В свою очередь своевременные и правильные управленческие решения способствуют повышению эффективности использования финансовых ресурсов организации и её устойчивому и стабильному развитию.

Список литературы:

1. Бурмистрова, Л.М. Финансы организаций (предприятий): Учебник / Л.М. Бурмистрова. – М., 2020. – 240 с.
2. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 304 с.
3. Мищенко, А.В. Оптимизационные модели управления финансовыми ресурсами предприятия: монография / А.В. Мищенко, Е.В. Виноградова. – М.: Издательство РИОР, 2019. – 342 с.
4. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа. / А.Д. Шеремет, Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 208 с.
5. Пидяшова, О.П. Основы финансового механизма управления деятельностью организации / О.П. Пидяшова // В сборнике: Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. - 2019.
6. Пидяшова, О.П. Финансовый механизм управления деятельностью предприятия / О.П. Пидяшова, Г.А. Паладыч // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. №35.
7. Пидяшова, О.П. Финансовая политика организации как механизм управления финансовыми ресурсами / О.П. Пидяшова, Ю.Ф. Поляков // Сфера услуг: инновации и качество. – 2017. - №30.

УДК 336.6

*Пидяшова О.П.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

*Потапова Д.С.,
магистрант
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Пидяшова О.П.)*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ

THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINING FINANCIAL POTENTIAL AS A BASIS FOR FORMING FINANCIAL POLICY

Аннотация: в статье рассмотрены современные подходы к определению и сущности финансового потенциала, а также сопутствующих ему процессов. Показана роль финансового анализа для оценки финансового потенциала, которая в свою очередь позволяет осуществить финансовое планирование. Все процессы в целом позволяют максимально эффективно сформировать финансовую политику организации.

Annotation: the article reveals the essence of the financial potential, as well as the processes accompanying it. Financial analysis is necessary to assess the financial potential, which in turn allows you to carry out financial planning. All processes in general allow you to form the most effective financial policy of the organization.

Ключевые слова: финансовый потенциал, финансовый анализ, финансовое планирование, финансовая политика организации.

Keywords: financial potential, financial analysis, financial planning, financial policy of the organization.

В современных экономических условиях эффективная и результативная деятельность предприятий и организаций определяется множеством факторов. В их числе можно выделить как внешние факторы воздействия (общемировые складывающиеся тенденции в национальных экономиках, политическая ситуация, социальные настроения и др.), так и внутренние факторы

(качество управления со стороны менеджмента организации, наличие достаточного объема используемых ресурсов, возможность привлечения источников финансирования со стороны и др.). С точки зрения авторов, именно внутренние факторы оказывают наиболее значительное влияние на достижение предприятиями и организациями определенных финансовых результатов, способствующих формированию финансовой устойчивости и росту экономических показателей. Достижение тех или иных положительных результатов, на наш взгляд, возможно только при разработке и реализации эффективной финансовой политики.

Финансовая политика является неотъемлемым элементом системы функционирования предприятия. Она необходима для качественного и эффективного управления компанией, а также ресурсами организации. В настоящее время становится очевидным важность создания гибкой и в то же время фундаментальной финансовой политики предприятия. Проблемы многих компаний, как правило, таятся в некорректно сформированной финансовой политике.

Повышение эффективности мероприятий, учтенных в финансовой политике, является приоритетным направлением деятельности управленческого персонала и администрации организаций. Механизм управления финансовыми ресурсами компании, который представлен финансовой политикой, оказывает влияние на все предприятие, а также отражает всестороннюю экономическую деятельность организации: прибыльность; рентабельность; платежеспособность; ликвидность; кредитоспособность.

Цель, которую закладывают в финансовую политику должна быть схожей с глобальной целью существования организации. Финансовая политика предприятия должна быть взаимосвязана с прочими политиками организации. В сформированной финансовой политике должны быть заложены направления расходования финансовых ресурсов. Анализ финансовых ресурсов в свою очередь позволяет выявить финансовый потенциал, который необходим для повышения эффективности компании.

Таким образом, финансовый потенциал является основой формирования финансовой политики организации.

Для полного понимания определения финансового потенциала необходимо разобраться в его происхождении. Так, Володин А.А. и Ковалев В.В. посвящали свои работы в большом объеме экономическому потенциалу, а уже в них выделяли финансовый потенциал. Рассмотрим подробнее исходное определение.

Экономический потенциал в целом представляет собой систему, включающую в себя способности всех субъектов экономики к созданию благ, а конкретнее, услуг и товаров, которые будут способны удовлетворить потребности населения данной страны. [1]

Ковалев В.В. в свою очередь выделял конкретную подсистему в экономическом потенциале, а именно финансовый потенциал. Он считал, что суть финансового потенциала заключается в способности характеризовать финансовое состояние организации на рынке, а также ее производственные возможности. [4]

Финансовые отношения, как подсистема экономических в целом, позволяет рассмотреть финансовый потенциал с точки зрения части экономического потенциала. Экономический потенциал является более обширным. [1]

Другими отечественные экономисты, имеют подходы и взгляды к сущности финансового потенциала, как схожие, так и несколько отличающиеся.

Например, Григорьева Т.И. считает, что финансовый потенциал организации заключается и отражается в предполагаемой стоимости всех ресурсов компании, при условии, что они будут функционировать в определенной производственной сфере. [2]

Лукаевич И.Я. в свою очередь предложил более точное определение финансового потенциала. Он определяет его с точки зрения системы возможных финансовых показателей, среди которых выделяются такие как прибыльность, ликвидность и платежеспособность. [5]

Также в его теории уделено внимание инвестиционными возможностями, которые имеет организация. Однако, на наш взгляд, столь расширенное обозначение финансового потенциала не совсем верно, поскольку следует отличать категории финансового и инвестиционного потенциала. В этой связи можно сделать акцент на взаимосвязи и взаимозависимости этих экономических категорий.

Основное внимание финансовому потенциалу уделялось со стороны базовых показателей организации. Данный подход был подкреплен суждением о возможном выявлении перспектив, имея полные и точные сведения о взаимодействии и взаимосвязи системы показателей. Эта методика должна позволить определить наилучшие потенциальные условия для реализации товаров и услуг. [5]

Ранее отмеченный Ковалев В.В. придерживался схожего мнения и также трактовал финансовый потенциал с точки зрения полного представления производственных процессов в виде показателей, которые и отражают финансовое положения компании, а также ее возможности. [4]

Тесля П.Н. предполагал и рассматривал финансовый потенциал как систему экономических и финансовых отношений, образующихся на базе предприятия. Задачей данных отношений являлось достижения максимального уровня показателей, а соответственно и финансового результата. [6] Данный результат характеризует компанию с точки зрения:

- финансовой независимости;
- финансовой устойчивости;
- кредитоспособности.

Таким образом, данный автор также акцентирует внимание на достижении определенных финансовых результатов, обеспечивающих финансовую устойчивость.

На данный момент многие отечественные экономисты связывают финансовый потенциал с финансовыми ресурсами. Например, Грязнова А.Г. определяет финансовый потенциал как обеспеченность организации ресурсами. Они необходимы для качественного и эффективного функционирования компании. Финансовые ресурсы являют элементом финансового потенциала, а, следовательно, представляются как денежные доходы и накопления. [3]

Стоит отметить, что оценка финансового потенциала организации всегда осуществляется с конкретной целью, обусловленной основными направлениями финансовой политики организации. Так, если целью компании является максимизация прибыли, то целью финансового потенциала является демонстрация путем достижения глобальной задачи организации. Изучая экономический потенциал, можно заметить, что большое внимание уделяют ресурсам.

Также стоит отметить, что определение финансового потенциала происходит путем финансового анализа. В свою очередь финансовый анализ – это процесс, суть которого заключается в получении сведений о финансовом положении предприятия как на рынке, так и внутри самой организации.

Результаты проводимого финансового анализа позволяют выявить слабые места компании и предложить меры по их ликвидации. Также финансовый анализ позволяет выявить и потенциально возможные ресурсы, и способ максимизации эффективности деятельности организации.

Оценка и анализ финансового потенциала осуществляется с помощью информационной базы, созданной на базе финансовых документов:

- бухгалтерский баланс;
- отчетность о доходах и расходах организации;
- всевозможные пояснения к бухгалтерскому балансу;
- документы содержащие сведения о финансовой политике и связанных с ней элементов;
- различные законодательные акты, поясняющие те или иные аспекты.

Эффективная оценка финансового потенциала организации заключается в предоставлении точной, своевременной и достоверной информации отделам, производящим финансовый анализ. Результаты данного анализа позволяют составить оценку финансового состояния предприятия и

в последующем времени выявить потенциально возможные финансовые ресурсы. На основе произведенных расчетов и полученных данных о финансовом потенциале формируют дальнейшее финансовое планирование.

Финансовое планирование представляет собой процесс прогнозирования всех доходов, планируемых к получению предприятием и направления их расходования с целью поддержания экономической деятельности предприятия и увеличения его эффективности. Сам процесс планирования основывается на формировании различных планов по соответствующим направлениям. Содержание и назначение данных планов варьируется в зависимости от конкретно поставленных задач перед организацией на заданный период.

Рассмотрим роль финансового планирования непосредственно в понятии бизнес- плана и структуре компании.

Финансовый план представляет собой финансовую документацию, в которой отражена система экономических показателей. Данная система демонстрирует использование финансовых ресурсов на протяжении определенного временного промежутка. [1]

Финансовый план является результатом проведенного процесса финансового планирования, прогнозирования, а также принятий управленческих решений. Финансовый план позволяет оценить структуру предприятия и его внутренние процессы, которые должны быть сбалансированы. Оценка эффективности использования всех ресурсов организации необходимая для более успешного функционирования компании. [7]

Рассмотрим виды финансовых планов. Перспективный финансовое планирование имеет значимую роль в эффективности и успешности предприятия. Оно определяет не только будущую политику организации, но и ее показатели, пропорции. Ряд авторов определяют составление данного финансового плана как составление прогнозов экономической деятельности компании. Что касается данного подхода к долгосрочному и перспективному планированию, то он не в полной мере отражает сущность данного вида планирования. Так, перспективное планирование не только затрагивает составление прогнозов по деятельности организации, но и непосредственное составление финансовой стратегии и политики предприятия.

Составление перспективного финансового плана, как правило, охватывает временной период до трех лет, для максимизации эффективности данного планирования.

Для реализации данного вида финансового плана необходимо произвести расчет экономических показателей организации в перспективе.

Следующие методы позволяют осуществить расчет показателей в перспективе:

- эвристический метод;

- метод анализа временных рядов;
- метод эконометрических моделей. [5]

Подробнее рассмотрим необходимость и ожидаемую пользу от формирования прогнозной финансовой документации.

Составление прогнозного отчета о финансовых результатах позволяет спрогнозировать необходимый объем производства, при котором прибыль организации будет равна нулю. Данный прогноз позволяет определить точку безубыточности, необходимую для составления дальнейших прогнозов по максимизации прибыли.

Прогноз бухгалтерского баланса в перспективном планировании необходим для оценки финансовой устойчивости предприятия и выявлению уязвимых мест организации, для последующей их ликвидации.

Последним отмеченным финансовым документом являлся отчет о движении денежных средств. Прогнозирование его показателей необходимо для оценки как текущих денежных потоков, так и для прогнозирования их в будущем, что в свою очередь позволит оценить целесообразность расходования денежных средств и эффективность их использования.

Текущее финансовое планирование играет немаловажную роль в эффективном функционировании предприятия. [8]

В нынешних реалиях предприятия включают текущее финансовое планирование в общую систему бюджетирования. Рассмотрим подробнее отмеченное ранее определение. Бюджетирование включает в себя формирование бюджета организации с последующим его использованием и контролем за его исполнением. Выделяют так называемый свободный бюджет, который включает в себя финансовый бюджет и операционный. [2]

Операционный бюджет представляет собой совокупность бюджета продаж, смету прямых затрат на различные направления, коммерческих расходов, а также общую смету доходов и расходов компании.

Финансовый бюджет в свою очередь является системой, включающей следующие подсистемы:

- кассовый бюджет;
- перспективный балансовый отчет;
- отчет капитальных вложений.

Оперативный финансовый план представляет собой совокупность задач и их решений для осуществления обеспечения организации денежными ресурсами. Оперативное финансовое планирование необходимо для достижения эффективности и стабильности экономической

деятельности предприятия, а также реализации стратегий и тактик, принятый управляющим звеном организации. Как правило оперативное финансовое планирование осуществляется на период нескольких месяцев. Итогом процесса оперативного финансового планирования является платежный календарь на предстоящий период. Платежным календарем принято называть финансовый документ, включающий в себя взаимосвязанные источники поступления денежных средств, а также расходы на ожидаемый период времени. Использование платежного календаря позволяет отслеживать такие показатели как платежеспособность и ликвидность предприятия.

Оперативное финансовое планирование позволяет осуществлять более качественный контроль за выполнением бюджета организации. Необходимо отметить, что оперативный финансовый план в полной мере дополняет текущий финансовый план предприятия.

Также из всего вышеописанного следует, что финансовое планирование является следствием проведения оценки финансового потенциала организации. В свою очередь все описанные этапы, а именно выявление финансового потенциала, его анализ и последующее планирование исходя из результатов являются элементами системы формирования финансовой политики организации.

Эффективная финансовая политика является важнейшим условием для успешного функционирования компании на протяжении всего его времени существования. [9] Однако, как показало проведенное исследование, формирование эффективной политики тесно связано с имеющимся финансовым потенциалом организации и его объективной оценкой.

Список литературы:

1. Володин, А.А. Управление финансами (Финансы предприятий): Учебник / А.А. Володин и др. – М.:ИНФРА-М, 2015. – 511 с.
2. Григорьева, Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник для бакалавриата и магистратуры / Т. И. Григорьева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 486 с.
3. Грязнова, А.Г. Финансы: Учебник / А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина, М.Л. Седова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 496 с.
4. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент. Теория и практика: Учебник / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2019. – 1104 с.

5. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 304 с.
6. Тесля, П.Н. Финансовый менеджмент: учебник / П.Н. Тесля. – М.: Изд-во РИОР, 2019. – 418 с.
7. Пидяшова, О.П. Основы финансового механизма управления деятельностью организации / О.П. Пидяшова // В сборнике: Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. - 2019.
8. Пидяшова, О.П. Финансовый механизм управления деятельностью предприятия / О.П. Пидяшова, Г.А. Паладыч // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. №35.
9. Пидяшова, О.П. Финансовая политика организации как механизм управления финансовыми ресурсами / О.П. Пидяшова, Ю.Ф. Поляков // Сфера услуг: инновации и качество. – 2017. - №30.

УДК 336.25

*Хохлова Т.П.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Шишхок С.Г.,
магистрант кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НЕНАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ
ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА (НА ПРИМЕРЕ МТУ РОСИМУЩЕСТВА В
КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ АДЫГЕЯ)**

**PROBLEMS OF ADMINISTRATION OF NON-TAX REVENUES OF THE FEDERAL
BUDGET (ON THE EXAMPLE OF THE FEDERAL PROPERTY MANAGEMENT AGENCY
IN THE KRASNODAR TERRITORY AND THE REPUBLIC OF ADYGEA)**

Аннотация: статья посвящена рассмотрению проблем администрирования неналоговых доходов бюджета РФ. В качестве эмпирической базы исследования использованы материалы Межрегионального территориального управления Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея.

На основе анализа динамики поступлений за последние три года выявлено, что фактически план по неналоговым доходам ежегодно не выполняется почти на 30%. Причинами этого в значительной степени являются халатность и нарушения норм действующего законодательства.

В целях совершенствования деятельности органов МТУ Росимущества в сфере администрирования неналоговых доходов авторами предлагаются мероприятия нормативно-правового, организационно-распорядительного и стимулирующего характера, реализация которых обеспечит дополнительные возможности пополнения федерального бюджета.

Abstract: the article is devoted to the problems of administration of non-tax revenues of the budget of the Russian Federation. The materials of the Interregional Territorial Administration of the Federal Property Management Agency in the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea were used as the empirical basis of the study.

Based on the analysis of income dynamics over the past three years, it was revealed that in fact, the plan for non-tax income is not fulfilled by almost 30% annually. The reasons for this are largely negligence and violations of the norms of the current legislation.

In order to improve the activities of the bodies of the Federal Property Management Agency in the field of administration of non-tax revenues, the authors propose measures of a regulatory, organizational, administrative and stimulating nature, the implementation of which will provide additional opportunities to replenish the federal budget.

Ключевые слова: администрирование, неналоговые доходы, федеральный бюджет

Keywords: administration, non-tax revenues, federal budget

В настоящее время вопросам увеличения доходов федерального бюджета уделяется особенно пристальное внимание в связи напряженной ситуацией в мире, вызванной пандемией коронавируса и вытекающими из нее, помимо прочих, экономическими проблемами. Поэтому сейчас очень важно искать дополнительные возможности пополнения бюджета Российской Федерации, пострадавшего от значительных денежных расходов на борьбу с пандемией. Важная роль в этом плане отводится повышению эффективности администрирования доходов.

Необходимо отметить, что действующее законодательство в сфере администрирования доходов несколько недоработано. В частности, нормы Бюджетного кодекса Российской Федерации (далее - БК РФ), в котором отражено множество ключевых понятий, имеющих отношение к процессу администрирования доходов. Так, БК РФ и другими действующими (и утратившими силу) нормативно-правовыми актами в данной сфере не было утверждено основное понятие, а именно - «администрирование доходов».

Но в тоже время статьей 6 БК РФ предусмотрено, что администратор доходов бюджета - орган государственной власти (государственный орган), орган местного самоуправления, орган местной администрации, орган управления государственным внебюджетным фондом, Центральный банк Российской Федерации, казенное учреждение, осуществляющие в соответствии с законодательством Российской Федерации контроль за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты, начисление, учет, взыскание и принятие решений о возврате (зачете) излишне уплаченных (взысканных) платежей, пеней и штрафов по ним, являющихся доходами бюджетов бюджетной системы Российской Федерации [1].

Таким образом, имеет смысл, исходя из вышеуказанных норм БК РФ, понимать под администрированием доходов (в том числе федерального бюджета) непосредственно деятельность, осуществляемую администратором доходов.

Саму же процедуру администрирования доходов бюджета можно разделить на несколько фаз, отраженных на рисунке 1.

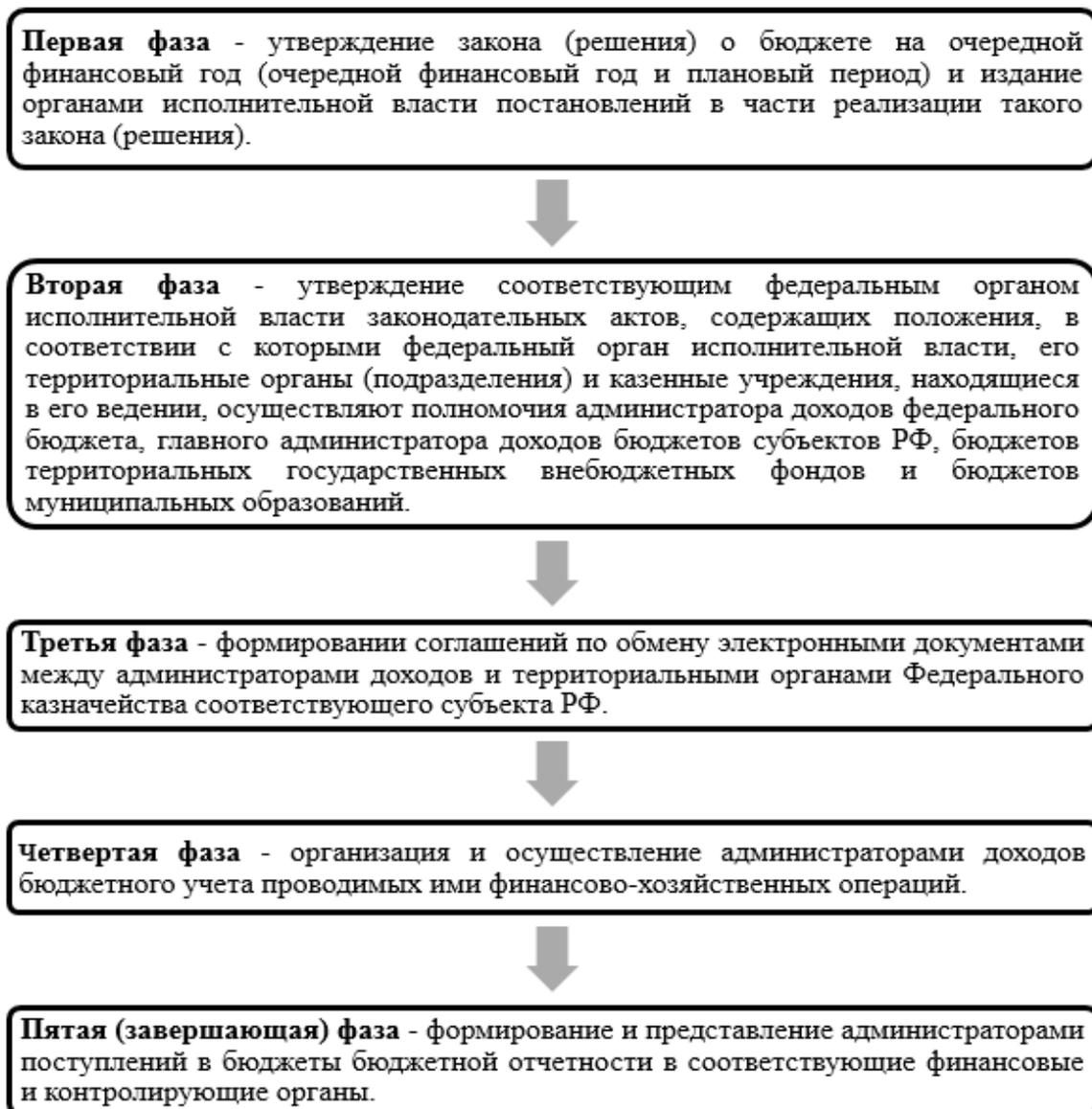


Рис. 1. Процедура администрирования доходов

Федеральное агентство по управлению государственным имуществом (и его территориальные органы) в большей степени занимаются администрированием следующих видов доходов федерального бюджета:

- 1) доходов от использования имущества, находящегося в государственной собственности Российской Федерации;
- 2) доходов от продажи имущества (кроме акций и иных форм участия в капитале, государственных запасов драгоценных металлов и драгоценных камней), находящегося в государственной собственности Российской Федерации;

Указанные виды доходов, среди прочих, в соответствии с частью 1 статьи 51 БК РФ, относятся к неналоговым доходам федерального бюджета.

Рассмотрим деятельность территориального органа Росимущества в части администрирования неналоговых доходов федерального бюджета, осуществляющего свои полномочия на территории Краснодарского края и Республики Адыгея.

Ввиду того, что управление федеральным имуществом является основной деятельностью данного федерального органа исполнительной власти, доходность его деятельности может напрямую свидетельствовать об эффективности реализации управленческих функций.

Таблица 1.

Доходы от использования и реализации федерального имущества, администрируемые МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея за 2018-2020 гг.

Статья доходов федерального бюджета	2018 г.		2019 г.		2020 г.		Отклонение факт. (2020/2018), %
	план	факт	план	факт	план	факт	
1. Доходы в виде арендной платы, средства от продажи права на заключение договора аренды на федеральные земельные участки, млн. руб.	1357,82	988,28	2247,07	1302,52	1463,60	1177,89	+19,19
2. Доходы от сдачи в аренду имущества, составляющего казну (за исключением земельных участков), млн. руб.	20,41	25,48	27,86	32,84	21,26	31,60	+24,02
3. Плата по соглашениям об установлении сервитута, млн. руб.	х	0,37	х	0,47	х	0,55	+48,65
4. Средства от распоряжения и реализации конфискованного и иного имущества, обращенного в доход Российской Федерации, млн. руб.	х	6,93	х	5,98	х	2,89	-58,3
5. Доходы от продажи федеральных земельных участков, млн. руб.	48,29	1058,43	121,58	20,06	125,98	292,59	-72,36

Исходя из данных, приведенных в таблице 1 (в части плановых и фактических показателей), видно, что МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея не выполняет план по поступлению доходов в федеральный бюджет, поставленный Центральным аппаратом Росимущества. Например, в 2018 году план по сумме доходов в виде арендной платы и средства от продажи права на заключение договора аренды на федеральные земельные участки был выполнен только на 72,78 %. Похожая ситуация складывалась как в 2019, так и в 2020 годах.

Для лучшего понимания ситуации в нижеследующих таблицах 2 и 3 приведены более конкретизированные данные по таким важным направлениям, как аренда и продажа федерального имущества.

Таблица 2.
Аренда федерального имущества (за исключением земельных участков)
в 2018-2020 гг.

Количество договоров аренды в 2018г.	Доход за 2018 г., млн. руб.	Количество договоров аренды в 2019г.	Доход за 2019 г., млн. руб.	Количество договоров аренды в 2020г.	Доход за 2020 г., млн. руб.	Отклонение (2020/2018), %
15	25,48	18	32,88	19	31,60	+24,02

Исходя из данных, представленных в таблице 2 видно, что доходы от аренды федерального имущества (за исключением земельных участков) в 2020 году выросли на 24,02 % по сравнению с 2018 годом.

Такой рост доходности в данном случае напрямую связан со стабильным увеличением количества заключенных договоров аренды федерального имущества.

Таблица 3.
Аренда, продажа земельных участков, находящихся в федеральной собственности за 2018-2020 гг.

	Количество договоров в 2018 г.	Доход за 2018 г., млн.руб.	Количество договоров в 2019 г.	Доход за 2019 г., млн. руб.	Количество договоров в 2020 г.	Доход за 2020 г., млн. руб.	Отклонение (2020/2018)%
Аренда	6358	980,74	6749	739,72	7587	1302,52	+32,81
Продажа	16	1058,43	51	20,06	60	292,59	-72,36

Таким образом, согласно данным, приведенным в таблице 3, за счет предоставления большего количества земельных участков, находящихся в федеральной собственности, на праве аренды в 2020 году, по сравнению с 2018 годом, было обеспечено увеличение доходов на 32,81 %. Однако, в данном случае имеются существенные проблемы в части стабильности увеличения дохода (как видно из данных по аренде за 2019 год).

В рамках построения грамотной и эффективной деятельности в сфере администрирования доходов важное значение имеет деятельность органов государственного аудита.

Так, в ходе проверки, проведенной Счетной Палатой Российской Федерации, выявлено нарушение в части администрирования доходов федерального бюджета: установлено, что МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея не осуществлялась индексация заключенных договоров аренды земельных участков, находящихся в федеральной собственности

в соответствии с ежегодно изменяющимся коэффициентом инфляции (определяется законом о федеральном бюджете).

Данный факт свидетельствует о том, что данным органом исполнительной власти были нарушены нормы действующего законодательства, что, в свою очередь, привело к значительному недополучению средств федеральным бюджетом.

Ежегодно, после опубликования нового закона о федеральном бюджете МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея, в соответствии с типовым пунктом договоров аренды, должно было уведомлять арендаторов федеральных земельных участков об изменении годовой арендной ставки. Однако данные мероприятия не проводились структурным подразделением МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея, в обязанности которого входило администрирование доходов в части федеральных земельных участков.

Необходимо отметить, что тот факт, что в адрес арендаторов не поступали соответствующие информационные уведомления, не освобождает их от необходимости внесения недостающей арендной платы с учетом ежегодных коэффициентов инфляции. Данное обстоятельство объясняется общедоступностью информации об уровне инфляции на будущий год.

Таким образом, арендаторы также должны были со своей стороны индексировать заключенные с ними договора аренды земельных участков.

Следствием халатности обеих сторон договорных отношений стало недополучение федеральным бюджетом внушительного объема денежных средств в виде арендной платы по 7587 договорам аренды (по состоянию на 01.01.2021).

В целях устранения данного нарушения руководством МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея, в связи с поручением Центрального аппарата Росимущества, было принято решение о создании специальной рабочей группы, в обязанности которой входит:

1. Индексация договоров аренды.
2. Проведение мероприятий по доначислению арендной платы с момента заключения договора аренды путем формирования детальных актов об оказании услуг.
3. Формирование актов сверки арендных платежей.
4. Составление и направление в адрес недобросовестных арендаторов досудебных претензий с требованием о погашении имеющейся задолженности по арендной плате.
5. Обращение юристов в суд в случае отказа арендаторов добровольно погашать задолженность.

Однако, в судебном порядке может быть взыскана задолженность, сформировавшаяся только с 2018 года. Таким образом, в связи с истекшим сроком исковой давности с арендаторов невозможно списать большую часть долга за приблизительный период с 2005 по 2017 года включительно.

Так, за первый квартал 2021 года сотрудниками рабочей группы МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея было направлено 218 досудебных претензий по взысканию задолженности по арендной плате на сумму 53,09 млн. руб., а также 14 исков о взыскании задолженности.

В итоге, на конец 1 квартала 2021 года арендаторами была погашена задолженность перед федеральным бюджетом по арендной плате в размере 3,44 млн. руб. Но в тоже время, к концу квартала сумма выявленной задолженности значительно увеличилась и составляла уже 1141,38 млн. руб.

Учитывая вышеизложенное, можно заключить, что в деятельности МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея в части администрирования неналоговых доходов федерального бюджета имеются серьезные недоработки, допущенные вследствие халатности должностных лиц на протяжении нескольких лет. С целью их устранения, а также недопущения повторения подобных ошибок в будущем, руководством ведомства должны быть приняты корректирующие управленческие решения и реализованы соответствующие мероприятия.

В целях совершенствования деятельности органов Межрегионального территориального управления Росимущества в сфере администрирования доходов считаем необходимым осуществить системно ориентированные качественные преобразования, в частности:

1. Нормативно-правового характера: поскольку в ходе проведения анализа существующей нормативно-правовой документации, регламентирующей деятельность Счетной палаты РФ, установлено, что ни в одном из нормативно-правовых и методических документов не утверждена определенная периодичность проведения Счетной палатой аудиторской деятельности в сфере администрирования доходов, необходимо принятие соответствующего нормативно-правового документа, а также методических рекомендаций к нему, которыми будет закреплена необходимая периодичность проведения проверок в сфере администрирования доходов (представляется целесообразным не реже 1 раза в 3 года).

2. Организационно-распорядительного действия: внести изменения в должностные регламенты сотрудников, ответственных за администрирование доходов. Содержание данных изменений должно заключаться в установлении персональной административной

ответственности работников за допущенные нарушения (халатность, несвоевременное, ненадлежащее выполнение/невыполнение обязанностей и др.).

3. Стимулирующей направленности: руководящему составу ежеквартально рассматривать вопрос о персональном дополнительном премировании уполномоченных сотрудников, занятых в сфере администрирования доходов (в случае выполнения или перевыполнения квартального плана).

Вышеописанные методы рекомендуется отнести не только к системе Росимущества (и его территориальным подразделениям), но и ко всем остальным субъектам данной сферы деятельности. Профилактика и недопущение повторения ошибок МТУ Росимущества в Краснодарском крае и Республике Адыгея другими территориальными органами являются крайне необходимыми для обеспечения поступления должного объема средств в федеральный бюджет.

Реализация вышеизложенных мероприятий позволит максимально минимизировать риск возникновения рассмотренных проблем, а также повысить эффективность функционирования всей сферы администрирования доходов.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ (в ред. от 01.07.2021, с изм. от 15.07.2021 № 37-П). Принят Государственной Думой 17.07.1998. Одобрен Советом Федерации 17.07.1998 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 31. – С. 3823.

2. Федеральный закон «О Счетной палате Российской Федерации» от 05.04.2013 № 41-ФЗ (в ред. от 30.04.2021 № 116-ФЗ). Принят Государственной Думой от 22.03.2013. Одобрен Советом Федерации от 27.03.2013 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2013. - № 14. – С. 1649.

3. Постановление Правительства РФ «О порядке осуществления федеральными органами государственной власти (государственными органами), органами управления государственными внебюджетными фондами Российской Федерации и (или) находящимися в их ведении казенными учреждениями, а также Центральным банком Российской Федерации бюджетных полномочий главных администраторов доходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации» от 29.12.2007 № 995 (в ред. от 14.09.2021 №1557) // Собрание законодательства Российской Федерации. -2008. - № 2. – С. 116.

4. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению» от 01.12.2010 № 157н (в ред. от 14.09.2020 № 198н) // Российская газета. – 2011. – 19 января.

5. Приказ Минфина РФ «Об утверждении форм первичных учетных документов и регистров бухгалтерского учета, применяемых органами государственной власти (государственными органами), органами местного самоуправления, органами управления государственными внебюджетными фондами, государственными (муниципальными) учреждениями, и Методических указаний по их применению» от 30.03.2015 № 52н (в ред. от 15.06.2020 № 103н) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>. – 2015. – 08 июня.

6. Приказ Минфина РФ «Об утверждении Инструкции о порядке составления и представления годовой, квартальной и месячной отчетности об исполнении бюджетов бюджетной системы Российской Федерации» от 28.12.2010 № 191н (в ред. от 11.06.2021 № 82н) // Российская газета. – 2011. – 05 марта.

7. Официальный интернет-сайт Межрегионального территориального управления Федерального агентства по управлению государственным имуществом в Краснодарском крае и Республике Адыгея. - Режим доступа: <https://tu23.rosim.ru>.

УДК 339.138

Штезель А.Ю.,*к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Кравцова П.В.,***обучающаяся 2 курса очной формы обучения
по направлению 38.03.01 «Экономика»**кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ECOLOGICAL MARKETING IN THE PRACTICE OF MODERN ENTERPRISES

Аннотация: В данной статье исследуется экологический маркетинг, его значение в современной рыночной экономике. Рассматриваются его достоинства и недостатки, способы реализации, приводятся примеры фирм, успешно применяющих экологический маркетинг в своей деятельности.

Abstract: This article examines ecological marketing and its importance in the modern market economy. Its advantages and disadvantages, methods of implementation are considered. Examples of companies that successfully apply ecological marketing in their activities are given.

Ключевые слова: экология, маркетинг, ресурсы, потребители, экологически чистые продукты, маркетинговая стратегия.

Keywords: ecology, marketing, resources, consumers, eco-friendly products, marketing strategy.

В настоящее время людей больше, чем когда-либо, волнуют экологические проблемы. Загрязнение воздуха, пластик в океанах, глобальное потепление и пищевые отходы - все это относится к числу основных угроз, заставляющих человечество беспокоиться и думать о том, как соотнести производственную и коммерческую деятельность организаций с учетом экологических аспектов развития общества.

Сегодня ресурсы, потребляемые человечеством, превышают те, которые могут обеспечить экосистемы. Для того, чтобы социально-экономическое развитие происходило в рамках

устойчивого развития, общество должно кардинально изменить свой способ производства и потребления товаров.

Исходя из возникших потребностей людей сохранить и очистить окружающую среду, компании начали обращаться к маркетинговой стратегии, которая помогает воздействовать потребителей, обращаясь к их социальной ответственности и, следовательно, влияя на процесс принятия решения о покупке. Относительно недавно, в 1975 году, появилось такое понятие, как «экологический маркетинг». Впервые данное понятие использовала Американская Ассоциация Маркетинга (American Marketing Association - АМА), позже у «экологического маркетинга» появились синонимы: зеленый маркетинг, эко-маркетинг, экологическая торговля.

Экологический маркетинг – это процесс удовлетворения нужд потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданных посредством минимально возможного объема природных (в том числе энергетических) ресурсов. [1]

Зеленый маркетинг используется компаниями для создания или укрепления своего имиджа экологически заинтересованной компании, но также и для распространения и создания нового образа жизни и потребительских привычек, которые делают окружающую среду и социальные проблемы основными факторами выбора, как разделяемыми, так и принимаемыми. Зеленый маркетинг, по сути, имеет долгосрочную цель изменения образа жизни и модернизации потребления, делая экологическую альтернативу воспринимаемой как нормальную и приемлемую и, следовательно, предложение экологически чистых продуктов и услуг как привлекательное и предпочтительное. Товары и услуги экологического маркетинга могут быть экологически чистыми сами по себе, или производиться экологически чистым способом.

Эко-маркетинг является составной частью социально-этичного маркетинга, при котором предприятия должны изучать нужды, потребности и интересы целевых рынков, быть более продуктивными, чем конкуренты, и укреплять благополучие клиентов и общества в целом.

Экологический маркетинг подразумевает продажу таких товаров и услуг, которые помогут сохранить экологию, разумно использовать природные ресурсы и, в различной степени, бороться с загрязнением окружающей среды. Экологический маркетинг позволяет продумать и разработать структуру системы выживания бизнеса в условиях тотального стремления рынка к созданию экологичной среды обитания. [2]

Зеленый маркетинг удовлетворяет потребности того сегмента рыночного сообщества, который в максимальной степени ориентирован на поддержание, очищение, улучшение окружающей среды и охрану природы.

Компании, реализующие концепцию экологического маркетинга, продвигают экологичность своих товаров и услуг, философию бизнеса, наносящего минимальный вред природе при производстве, реализации, потреблении, переработке и дальнейшей утилизации товара. [2]

Таким образом, эко-маркетинг может проявляться сразу в нескольких этапах: добыча ресурсов, не наносящая вред природе; производство (либо переработка), не имеющее вредных выбросов в атмосферу или гидросферу; распределение товара безопасным способом; применение и утилизация, не приносящие вреда окружающей среде. Некоторые компании также могут позиционировать себя как экологически сознательные, определяя часть выручки от продаж на экологические инициативы, такие как посадка деревьев и очищение водоемов от мусора.

В традициях зеленого маркетинга бренды запускают экологически чистые продукты или создают соответствующую среду вокруг себя, используя экологически чистую упаковку или отказываясь от нее, делают продукты пригодными для вторичной переработки и повторного использования, используют экологически чистую энергию для производства продуктов, создают продукты из переработанных материалов для сокращения отходов, выбирают местные продажи для снижения транспортной энергии и многое другое.

В рамках зеленого маркетинга бренды также часто участвуют в программах утилизации отходов, жертвуют деньги различным движениям по защите окружающей среды, и не забывают просвещать своих клиентов о том, что они делают для защиты природы, и почему это важно.

В рамках развития концепции экологического маркетинга была спроектирована своеобразная модель «4Р» экологического маркетинга. В нее включены следующие элементы:

1. «Зеленые» продукты (products).

Продукты, при производстве которых потребляется много энергии, используются токсичные химикаты, которые не могут быть переработаны и используют обширную упаковку, представляют угрозу для окружающей среды, поскольку приводят к ее деградации и загрязнению. С другой стороны, продукты, которые помогают экономить энергию, содержат натуральные ингредиенты, перерабатываются или используют уменьшенную упаковку, вносят свой положительный вклад в окружающую среду. Поэтому те продукты, которые производятся в гармонии с окружающей средой, называются экологическими или «зелеными» продуктами.

Экологически чистые продукты включают в себя натуральные и органические ингредиенты, полученные от местных поставщиков, а их производство и оборот осуществляются таким образом, чтобы они оказывали наименьшее воздействие на окружающую среду. Различные

управляющие организации и системы сертификации сертифицируют продукт как экологически чистый после оценки его по критерию экологической эффективности.

2. «Зеленая» цена (price).

Производство экологически чистых продуктов требует модификации производственных процессов, а это требует затрат. Рост стоимости приводит к повышению цен на экологически чистую продукцию, что уменьшает ее конкурентоспособность на рынке. Высокая цена может действовать как сдерживающий фактор, поскольку потребители могут либо не хотеть, либо не иметь возможности платить столь высокую цену.

Разрыв между ценой зеленого и не зеленого продукта известен как «ценовой разрыв». Ценовые препятствия могут быть устранены либо путем снижения цены на зеленые продукты, чтобы сделать их смежными с преобладающими продуктами на рынке, либо путем повышения воспринимаемой ценности зеленых продуктов в глазах потребителя.

3. «Зеленое» место (place).

Зеленое место относится к распространению экологически чистых продуктов без нанесения какого-либо вреда окружающей среде. Это достигается за счет эффективного использования топлива и энергии и организации логистики с наименьшими выбросами.

Транспортные расходы составляют значительную часть издержек бизнеса, и ресурсы, затраченные на распределение, могут быть сэкономлены за счет местного производства. Это снижает транспортные расходы, а также уменьшает вредные выбросы в атмосферу. Продажа товаров через интернет, по сравнению с продажей в магазине, также экономит ресурсы.

4. «Зеленое» продвижение (promotion).

Потребители должны быть осведомлены о зеленых продуктах и мотивированы на их покупку. Поэтому сегодня компании тратят огромное количество денег и ресурсов на рекламу и продвижение экологически чистых продуктов. Зеленое продвижение влечет за собой повышение чувствительности потребителей к зеленым продуктам, а также продвижение продуктов экологически чистым способом, таким как использование сайтов социальных сетей для размещения профилей, связанных с зеленым маркетингом.

При применении экологического маркетинга, предприятия должны выполнять несколько правил, чтобы их работа была успешной:

1. Осведомленность. Потенциальные потребители должны быть осведомлены об экологической деятельности фирмы, должны знать о преимуществах экологически чистых продуктов и о необходимости их выпуска.

2. Убеждение. Покупатели должны быть убеждены в экологической направленности фирмы, необходимо показывать хорошее качество и эффективность продукта.

3. Прозрачность. Фирма обязана быть честной со своими клиентами и выпускать действительно экологичные продукты.

4. Ценообразование. Цена экологичного товара хоть и будет выше, чем у обычного, но должна быть приемлемой для потребителей. Компания обязана выставить разумную цену и эффективно ориентироваться на соответствующую аудиторию.

5. Участие клиентов. Компания может вовлекать покупателей в мероприятия по улучшению экологии, тем самым потребитель поймет стратегию фирмы и будет более лоялен к ней.

Экологичность компании может заключаться в следующих аспектах:

1. Продукт произведен экологически чистым способом.
2. Продукт не содержит токсичных материалов или озоноразрушающих веществ.
3. Продукт производится из переработанных материалов или сам может быть переработан.
4. Продукт изготовлен из возобновляемых ресурсов.
5. В продукте не используется чрезмерная упаковка.
6. Продукт подвержен ремонту и не выбрасывается при первой поломке.

Такие условия являются достаточно труднодостижимыми для компании, требуют больших материальных затрат и применение сложных разработок научно-технического прогресса, но политика «экологичности» может привести организацию к более высокой прибыли, что является хорошим стимулом для внедрения зеленого маркетинга.

Зеленый маркетинг обычно практикуется компаниями, которые привержены устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности. Все больше организаций предпринимают усилия по внедрению устойчивой экологической практики. Они признают, что могут сделать свою продукцию более привлекательной для потребителей, а также сократить расходы на упаковку, транспортировку, потребление энергии, воды, и других ресурсов.

Кроме того, компании все чаще понимают, что демонстрация высокого уровня социальной ответственности может повысить лояльность к бренду среди социально сознательных потребителей. Ключевым препятствием для устойчивой экологической практики являются краткосрочные затраты. Зеленый маркетинг, как правило, потребует больших затрат на начальном этапе своего внедрения, но принесет большие суммы прибыли в долгосрочной перспективе.

Экологический маркетинг может стать действительно мощной маркетинговой стратегией, если организация внедрит его грамотно. Американская исследовательская социологическая компания «Nielsen» изучала статистику отношения потребителей к экологически чистым товарам: 48% американских потребителей говорят, что они, вероятно, изменят привычки потребления, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду. Продукты с экологическими атрибутами стабильно увеличивают долю продаж в магазинах - с 19,7% в 2014 году - до 22,3% в 2017 году и ожидаемых 25% в 2021 году. 90% опрошенных говорят, что готовы платить больше за продукты, содержащие экологически чистые ингредиенты.

Но общественность склонна скептически относиться к «экологическим» заявлениям компаний. Организации могут серьезно навредить своим брендам и продажам, если окажется, что экологическая составляющая товара является ложной. Например, в 2012 году исследование «CBC Marketplace» показало, что антибактериальное мыло для посуды «Dawn», на этикетке которого были изображены детеныши тюленей и уток, и утверждалось, что "Dawn помогает спасти дикую природу", содержало вещество триклозан, которое было официально объявлено токсичным для водных организмов. Это повлекло снижение продаж и последующее недоверие потребителей к бренду.

Также зеленый маркетинг должен распространяться на всю продукцию бренда. Если же в продаже будет лишь один экологически чистый продукт, а остальные продукты той же марки таковыми являться не будут, клиенты задумаются о том, что фирма на самом деле не принимает на себя экологические обязательства, а лишь пытается навязать один «правильный» продукт.

Зеленый маркетинг является одним из компонентов более широкого движения к социально - экологической сознательной деловой практике фирмы. Потребители все чаще ожидают, что компании продемонстрируют приверженность улучшению своей деятельности наряду с различными экологическими, социальными и управленческими критериями. С этой целью многие компании на постоянной основе распространяют заявления о социальном воздействии, в которых они периодически отчитываются о своем прогрессе в достижении этих целей.

Типичные примеры таких улучшений - сокращение выбросов углекислого газа, связанных с деятельностью компании, поддержание высоких стандартов труда как внутри страны, так и во всех международных цепочках поставок, а также благотворительные программы, направленные на поддержку сообществ, в которых работает компания. Хотя зеленый маркетинг относится конкретно к экологическим инициативам, эти усилия все чаще представляются наряду с политикой социально ответственной деятельности. Еще одним

хорошим методом для компании показать потребителям свою экологическую направленность является внедрение зеленого цвета в образ бренда. Так как зеленый цвет ассоциируется с чем-то полезным, экологически чистым, покупатели неосознанно обратят на этот продукт внимание.

Зеленый маркетинг - это не только продвижение товаров или услуг с экологическими характеристиками. Он включает в себя модификацию бренда и изменения в производственном процессе. Приведенные ниже фирмы являются социально ответственными, учитывая долгосрочное воздействие их деловой практики на окружающую среду. Они запустили кампании зеленого маркетинга для продвижения экологических ценностей. Их маркетинговые стратегии превосходят традиционные, обучая людей сознательному потреблению.

Американская компания по производству одежды «Patagonia» вносит свой вклад в решение проблем изменения климата и работает над поиском экологичных способов производства продукции. В то же время, бренд честен с покупателями, признавая, что он не совсем экологически чистый: верхние слои пальто сделаны из ископаемого материала, но этот факт никак не влияет на позитивный имидж бренда, так как сообщество видит его искреннее желание помогать планете.

Стратегия зеленого маркетинга фирмы «Patagonia» и участие в движении «Go Green» изложены в миссии компании. Кроме того, бренд регулярно жертвует миллионы на инициативы, поддерживающие экологичные методы ведения сельского хозяйства, защиту исчезающих видов животных и растений, а также восстановление лесов.

Всемирно известная сеть кофеен «Starbucks» планирует ликвидировать все пластиковые соломинки и к 2025 году открыть 10 000 экологически чистых магазинов. «Starbucks» изо всех сил старается вовлечь своих клиентов в решение проблем экологического развития. Компания использует экологически чистые материалы для производства, упаковки и доставки своей продукции клиентам. В рамках своей инициативы бренд также планирует сократить количество отходов и использовать на 30 % меньше воды и на 25 % меньше энергии в производственных процессах. Бренд разрабатывает одноразовые экологически чистые кофейные чашки, занимается переработкой отходов и экологичным строительством, поддерживает фермеров и экологически устойчивое сообщество и упорно работает над тем, чтобы донести это послание до своей целевой аудитории.

Американский мировой производитель одежды и обуви «Timberland» использует экологические аспекты для представления своей продукции. Его клиенты не выбрали бы бренд, если бы в нем не было «зеленого» элемента. «Мы провели много исследований потребителей и знаем, что если мы поставим рядом два продукта - один от нашего бренда, а другой от

конкурента, и если они сопоставимы по цене и качеству, то в большинстве случаев клиент выберет наш продукт, если он сделан с каким – то «зеленым» элементом», – говорит Маргарет Мори-Реунер, директор по стратегическому партнерству и развитию компании «Timberland». Для разработки и реализации соответствующей стратегии зеленого маркетинга компания продолжает расширять партнерские отношения и тестировать материалы для своих товаров. Компания установила экологические стандарты для всех категорий своей продукции и планирует в ближайшем будущем изготавливать товары из 100-процентного органического и возобновляемого материала.

Одна из крупнейших в мире торговых сетей по продаже мебели «ИКЕА» использует множество тактик и источников для управления отходами и возобновляемой энергией. Девяносто процентов ее зданий имеют солнечные батареи, компания использует ветряные электростанции для выработки энергии, и посадила миллионы деревьев, отправляя только 15 % отходов на свалки.

«ИКЕА» разработала стратегию, известную как «People & Planet Positive», поощряющую потребителей быть экологически сознательными. Компания производит продукцию с использованием экологически чистых методов, что избавляет клиентов от необходимости выбирать между стильным дизайном и экологичностью мебели и товаров для дома.

«ИКЕА» имеет много наград за свои экологические достижения и не собирается останавливаться на достигнутом. В настоящее время она работает над 100% возобновляемым источником энергии и тратит крупные суммы на свои экологические инициативы.

Ведущий итальянский бренд питьевой воды «Levissima» по случаю Всемирного дня воды в 2019 году запустил инициативу «Plastic Free» с целью минимизировать продажу и использование пластиковых бутылок в своих многочисленных торговых точках. В рамках своей инициативы компания установила муниципальные источники фильтрованной питьевой воды. Затем «Levissima» подтвердила свою позицию «зеленой» компании, открыв в Генуе торговую точку, оснащенную фотоэлектрической системой, которая позволяет использовать энергию возобновляемых источников. Кроме того, тепло, выделяемое холодильными системами, рекуперировается, с целью минимизации выбросов углекислого газа в окружающую среду.

«Nestle» - швейцарская транснациональная корпорация, крупнейший в мире производитель продуктов питания - сосредоточила свою экологическую стратегию на упаковке. Компания стремится сделать 100% своих контейнеров многоразовыми или пригодными для вторичной переработки к 2025 году. Основная цель «Nestle» - сократить выбросы парниковых газов по крайней мере на 20 миллионов тонн к 2030 году, предлагая все больше и больше

экологических решений: топливо для автомобильного и воздушного транспорта (которое в настоящее время способно сократить выбросы парниковых газов на 90% по сравнению с ископаемым топливом), производство полимеров и других пластмасс из возобновляемых источников, переработка органических материалов (таких как отработанное масло и животные жиры) для преобразования в новую энергию. К 2025 году планируется переработать 100% органических отходов; начиная с 2030 года, Nestle планирует переработать более миллиона тонн пластика.

Ярким примером экологического маркетинга в России является торговая сеть «Магнит». Она активно продвигает свою экологическую инициативу, сообщая о том, что при покупке стирального порошка и капсул для стирки в пластиковой упаковке, потребитель поможет природе. Из этого переработанного пластика, в дальнейшем, сделают детскую площадку, готовую площадку презентовали в марте 2021 года в Краснодаре.

Резюмируя все вышеизложенное, следует отметить, что введение экологического маркетинга позволяет компаниям получать следующие преимущества:

1. Помощь экологии. Это самый важный фактор, из-за которого внедряется зеленый маркетинг. Компании спасают окружающую среду, уменьшая негативное воздействие на нее. Уменьшают потребление энергии и ресурсов, производят безопасный для природы товар и участвуют в экологических инициативах.

2. Экономические преимущества. Сокращение отходов предприятия означает снижение эксплуатационных расходов и большую экономию. Экологически безвредное оборудование и методы, такие как маломощные или светодиодные фонари, использование естественного освещения, политика сохранения воды, обязательная переработка отходов и гибридные транспортные средства компании экономят деньги на коммунальных услугах и топливе.

3. Устойчивое развитие. Переход на зеленый маркетинг предполагает долгосрочную работу экологическими методами, и, следовательно, компания понимает стратегию своего долгосрочного развития, потенциальных потребителей и партнеров, перспективные рынки сбыта.

4. Эффективное использование ресурсов. Сегодня человеческие потребности безграничны, но ресурсов недостаточно, чтобы удовлетворить их все. Компании, используя зеленый маркетинг, стремятся максимально удовлетворить потребности рынка, используя, при этом, минимальное количество ресурсов.

5. Привлечение потребителей. Экологически чистые продукты привлекают и тех людей, которые обеспокоены ухудшением окружающей среды, и тех, кто видит такие товары впервые.

Что-то новое всегда вызовет интерес у клиентов, поэтому компания будет обеспечена потребителями.

6. Разработка инноваций. Стремление компаний перейти на более экологичное производство вызывает их потребность в новых технологических разработках, новых составах продукции и новых способах упаковки. Все эти инновации в будущем помогут улучшить положение окружающей среды, что, безусловно, положительно отразится на всем человечестве.

7. Конкурентное преимущество. Компании, которые применяют методы зеленого маркетинга, являются более конкурентоспособными на рынке. Предприятия, которые не обеспокоены проблемами природы, наоборот, находятся в худшем положении, так как потребители видят, что производить экологически чистые продукты возможно, и отдают предпочтение им.

Подводя итог, можно сделать вывод, что тренд на экологичность и разумное потребление набирают обороты. Всё больше брендов обращают внимание на оптимизацию производства, переработку сырья, поддержку своих покупателей в стремлении помочь планете. В рамках новой экореальности поддержка подобной инициативы - не слепое следование моде, а необходимость.

Список литературы:

1. Экологический маркетинг URL: https://www.e-executive.ru/wiki/index.php/Экологический_маркетинг (дата обращения 20.03.2021).

2. Экологический маркетинг URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/je/ekologicheskij_marketing/ (дата обращения 20.03.2021).