

страхование, диверсификация инновационной деятельности, передача риска путем заключения контрактов.

Таким образом, полностью избежать риска в инновационной деятельности невозможно, так как очень трудно предвидеть, какое нововведение будет иметь успех на рынке, а какое не будет пользоваться спросом. Однако на предприятиях на всех стадиях осуществления предпринимательского проекта следует разрабатывать мероприятия по снижению вероятности возникновения рисков.

Список использованных источников

1. Миронова Л.Е. Проблемы управления рисками в инновационной деятельности // Аллея науки. – 2017. – №10. – С. 40-45.
2. Родина И.В. Риски в инновационной деятельности // Молодой ученый. – 2018. – №1. – С. 150-157.
3. Сергеева И.Г., Некрасова О.А. Классификация рисков инновационной деятельности // Успехи современной науки и образования. - 2016. - №11. - С. 191-193.

СБЕРЕЖЕНИЯ РОССИЯН: ТРАДИЦИИ И НОВЫЕ ФОРМЫ

А.А. Афонина

Научный руководитель Е.Н. Кононова

На современном этапе экономического развития банкам необходимо не только удовлетворять потребности населения в кредитовании, но и обеспечивать его сбережения. Современные условия экономического развития устанавливают требования к активному развитию инвестиционных процессов. Рост инвестиций должен быть увеличен за счет частных инвестиций в экономику, потенциальным источником которого выступают сбережения населения.

Нужно отметить, что абсолютно во всех экономически развитых странах мира сбережения граждан используются в качестве ресурса для

экономического роста. В России также проводится политика привлечения накопления населения для инвестирования в экономику. Однако есть несколько причин, которые замедляют возможность трансформации сбережений населения как основного субъекта сбережений на современном этапе развития инвестиционно-сберегательного процесса в Российской Федерации.

Во-первых, сберегательный процесс проходит под влиянием инфляции, которая негативно влияет на способность населения создавать сбережения. Во-вторых, низкий уровень доходов является также фактором, ограничивающим сберегательную деятельность населения. Например, ряд молодых семей расходуют гораздо больше, чем зарабатывают, для того чтобы приобрести некоторые дорогие товары и услуги, такие как жилье и образование. В-третьих, подавляющее большинство свободных средств граждан остаются «на руках». В-четвертых, сбережения групп населения с низким и средним уровнем доходов являются основным источником средств, направляемых во вклады в банках и на покупку ценных бумаг. Большая часть сбережений, принадлежащих самым богатым слоям населения, конвертируется в иностранную валюту и экспортируется из страны.

Если говорить о формах хранения сбережений, то исходя из результатов исследований можно проследить, как менялись предпочтения граждан в течение нескольких лет. Если в 1993г. в структуре предпочтений относительно форм хранения сбережений Сбербанк России был на первом месте, то в 1997г. – доллары, иностранная валюта значительно обогнали по привлекательности Сбербанк. Однако к началу 2004 г. доверие к банкам вновь выросло. Данный факт можно связать с тем, что в России с 2004 г. действует система обязательного страхования банковских вкладов населения (ССВ), реализуемая в соответствии с Федеральным законом «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» No 177-ФЗ от 23 декабря 2003 г.

К весне 2005г. определились следующие предпочтения относительно основных форм сберегательного поведения населения РФ: 1) доллары, 2)

Сбербанк, 3) наличность, 4) драгоценные металлы. Таким образом, к началу 2006г. среди вкладчиков наблюдалась тенденция замены первого места по привлекательности, то есть от долларов к рублям, при этом не наличным рублям, а рублевым вкладам.

В марте 2018 года «Ромир» провел национальный опрос, в котором россиянам задавались вопросы об их сбережениях. Согласно результатам, менее половины россиян сообщили о сбережениях в 2018 году — 48%, что значительно ниже аналогичного показателя 2017 года (57%), но по-прежнему превышает результаты кризисных 2015 (31%) и 2016 годов (27%).

Доля россиян, у которых сбережений нет, составляет в среднем 52%. Гораздо чаще так отвечали граждане с низким доходом (67%), жители сельской местности (59%).

При этом доля россиян, хранящих свои сбережения в рублях, за год не изменилась и осталась на уровне в 79%. Для сравнения, в 2016 году в национальной валюте свои сбережения хранили 88% граждан, в 2015 году — 80%.

Лучшими способами хранения отложенных средств граждане страны по-прежнему считают банковский вклад (31% респондентов против 26% в 2017 году) или наличные рубли (30% против 25%). На третьем месте по популярности — наличная валюта (17% против 14%).

За год почти вдвое выросла доля ответов о надежности вложения сбережений в изделия из драгметаллов и камней — до 12%. По остальным вариантам хранения накоплений динамика результатов оказалась несущественной. Так, о надежности инвестиций в бизнес заявили 9% опрошенных, о вложении сбережений в ценные бумаги и акции — 7%.

В настоящее время приоритетом является задача стимулирования населения к предпочтению организованных форм сбережений (главным образом вклады в коммерческих банках), в отличие от неорганизованных (хранение наличных денежных средств).

В связи с этим коммерческие банки проводят сегментирование рынка клиентов для разработки депозитных продуктов, адресованных каждому сегменту.

Например, линейка вкладов Сбербанка предоставляет пенсионерам продукты с более выгодными условиями (более высокие процентные ставки, дополнительные возможности снятия и пополнения) по сравнению с базовой продуктовой линейкой. Кроме того, Сбербанк предлагает отдельные виды «праздничных вкладов», приуроченных к определенной дате (например, вклад «Победитель», связанный с годовщиной победы в Великой Отечественной войне).

Возможность активно использовать банковские интернет - технологии, а также мобильные системы при осуществлении операций по открытию депозитов, их пополнении, частичном снятии средств и прочее, позволяет банкам значительно сокращать расходы и расширять круг пользователей банковских услуг. Используя интернет-системы, вкладчик значительно сокращает время, затрачиваемое на посещение офиса банка и ожидание, а коммерческий банк снижает свои операционные и транзакционные издержки.

Но не стоит забывать, что основным стимулом для вкладчиков является обеспечение банками приемлемой процентной ставки по привлеченным средствам. В связи с этим можно заметить, что в настоящее время ставка процента по депозитам не покрывает потери от инфляции, другими словами, не выполняет функции сохранения стоимости.

Подводя итоги, пришли к выводу, что несмотря на клиентоориентированность банков, такие проблемы как инфляция, низкая заработная плата являются причиной снижения сбережений населения. Проведенный анализ современного состояния сектора сбережений и накоплений российского финансового рынка показывает, что они не могут в достаточной степени стать источником инвестиций в российскую экономику.

Список использованных источников

1. Татуев А.А., Бахтуразова Т.В. Структурные особенности денежных накопления населения // Terra Economicus.2013.№ 4-2. С.64-69.
2. Звонова Е.А., Банковские вклады как основной инструмент аккумуляции сбережений населения в современных условиях // Экономика.Налоги.Право.2015.№ 1.С.27-36.
3. Пугина К.А., Притула Ю.Г. Формы организаций сбережений населением России // Новая наука:Стратегии и векторы развития.2016. № 76.С.161-164.
4. Амирова А.А. Новый подход к сбережениям населения // Актуальные вопросы экономических наук.2016. № 55-2.С.93-97.
5. Милехин А. Сберегающих все меньше [Электронный доступ] // Режим доступа: <https://romir.ru/studies/sberegayushchih-vse-menshe>

ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ

Е.О. Афонькина

Научный руководитель Е.Н. Кононова

Инновациями называют все нововведения и изменения в какой-либо сфере деятельности, их применение и получение выгоды от их использования.

К инновациям могут относиться дополнительное, радикальное и революционное изменение в мыслительных процессах, в организации производства, в создании новых товаров и предоставлении услуг. Экономическая сфера, в частности маркетинг, подразумевает, что результатом всех инноваций должно быть увеличение значения и потребительской деятельности.

Основная задача нововведений - это изменения, которые приведут к положительным результатам. Поскольку, все изменения, приводящие к