

ПЕНСИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ КАК ФАКТОР ИХ БЛАГОПОЛУЧИЯ В БУДУЩЕМ

Е.О. Лазаренко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: lazarenkoeo@mail.ru

Научный руководитель: Филиппова Т.В., канд. экон. наук, доцент

Исследование ориентировано на оценку уровня пенсионной грамотности учащейся молодежи высшего учебного заведения. Представленные результаты опроса студентов высшего учебного заведения подтвердили необходимость реализации обучающих мероприятий, направленных на повышение их пенсионной грамотности. Так как данные мероприятия позволят не только развивать пенсионную систему России, но и добиться высокого уровня благосостояния будущих пенсионеров.

В рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [1] и Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года [2] определены цели, задачи и базовые принципы деятельности Федеральной службы по финансовым рынкам в сфере повышения уровня финансовой грамотности населения, а также представлена целевая аудитория в виде учащихся школ, колледжей и высших учебных заведений. В настоящее время Пенсионный Фонд Российской Федерации проводит информационно-разъяснительные мероприятия по повышению пенсионной и социальной грамотности среди учащейся молодежи, которые включены в Программу по повышению пенсионной грамотности [3]. Необходимо отметить, что важной чертой пенсионной грамотности населения является способность граждан России компетентно планировать и осуществлять пенсионные накопления [4]. Сегодня пока еще сохраняется низкий уровень информированности трудоспособного населения России в вопросах формирования и управления пенсионных накоплений [5, 6, 7]. Поэтому исследования, направленные на определение уровня пенсионной грамотности учащейся молодежи высших учебных заведений, являются актуальными.

С целью определения эффективности реализации мероприятий по повышению уровня пенсионной грамотности учащейся молодежи нами был проведен опрос студентов 2–3 курсов технических специальностей ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ). Всего в опросе приняли участие 59 студентов в возрасте от 19–20 лет.

Для определения уровня информированности студентов ТПУ нами была составлена анкета «Информированность студентов ТПУ на предмет их будущей пенсии», которая включала в себя 5 вопросов.

Представим результаты данного опроса. Для оценки уровня знаний студентов о будущей пенсии нами был задан вопрос «Знаете ли Вы от чего зависит будущая пенсия?» (рис. 1).

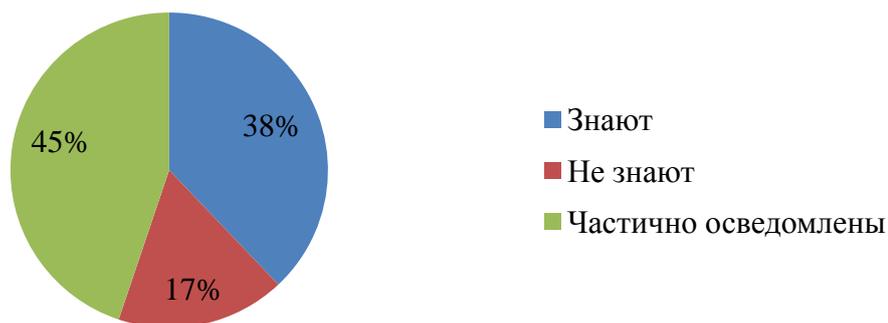


Рис. 1. Уровень знания студентов о будущей пенсии

На рис. 1 представлено, что 38 % от общего числа респондентов знают, что размер будущей пенсии зависит от уровня их дохода, стажа. В целом более 60 % (48,8 % «частично осведомлены», 17,2 % «не знают») опрошенных студентов имеют либо частичное представление, либо не знают о том, что необходимо совершать различные накопления. Что подтверждено следующим вопросом «Знаете ли вы, что пенсионные накопления состоят из двух частей, и каковы их процентные ставки?», результат представим на рис. 2.

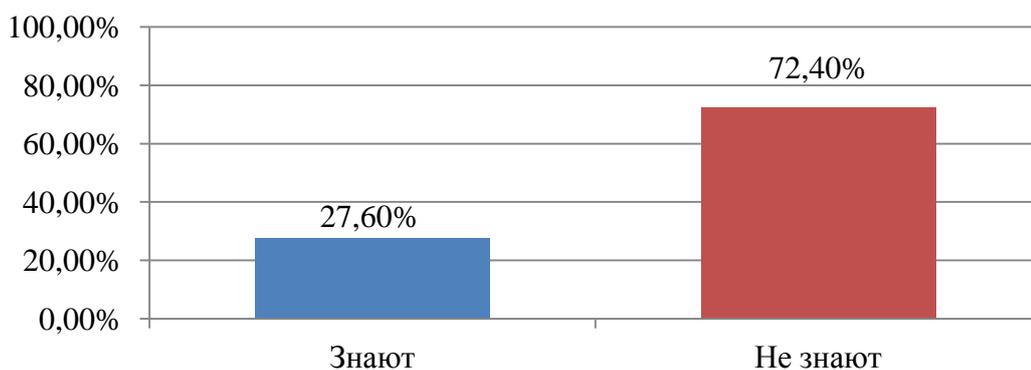


Рис. 2. Уровень знания студентов о структуре пенсионных накоплений

Как представлено на рис. 2, 27,6 % респондентов знают, что пенсионные накопления состоят из накопительной и страховой частей. В целом более 70 % опрошенных студентов не имеют понятия о структуре пенсионных накоплений.

Следующим в анкете был представлен вопрос «Знаете ли вы, о государственных инструментах, которые можно использовать для управления своими пенсионными накоплениями?», результат которого представим на рис. 3.

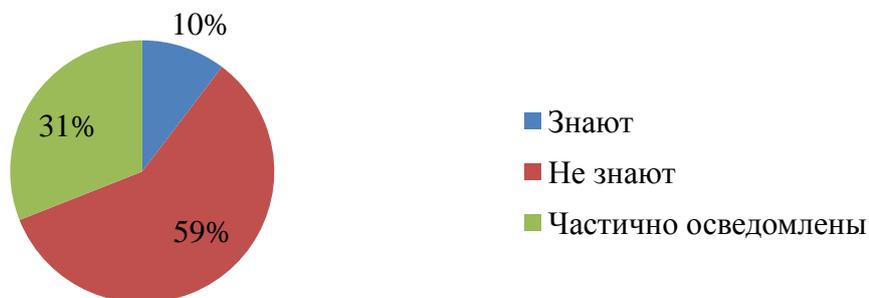


Рис. 3. Уровень знания студентов о государственных инструментах для управления пенсионными накоплениями

Около 10 % опрошенных студентов (рис. 3) знают, что управление пенсионными средствами возможно осуществлять с помощью государственного пенсионного фонда, доверив свои средства государственной управляющей компании или частной управляющей компании, либо через негосударственный пенсионный фонд (НПФ). В целом более 85 % (58,6 % не знают, 31 % частично осведомлены) респондентов имеют либо частичное представление, либо не знают о том, как управлять своими пенсионными накоплениями.

На вопрос «Осведомлены ли вы о работе негосударственных пенсионных фондах (НПФ) и их назначении?», нами были получены следующие результаты (рис. 4).

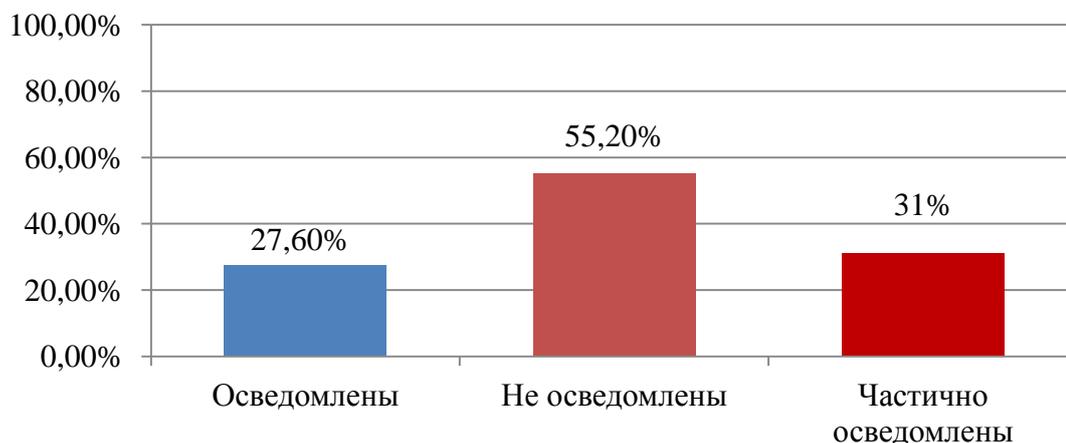


Рис. 4. Уровень знания студентов о работе НПФ

Только 13,8 % опрошенных студентов имеют представления о том, что НПФ действует в качестве страховщика по обязательному пенсионному страхованию, является инструментом управления пенсионных накоплений. В целом более 85 % (55,2 % не осведомлены, 31 % частично осведомлены) опрошенных студентов либо частично осведомлены о работе НПФ, либо не имеют представления о деятельности НПФ.

Последним был представлен вопрос «В ТПУ с Вами проводили ознакомительные мероприятия, связанные с управлением пенсионными накоплениями», где 100 % опрошенных студентов заявили о том, что в ТПУ не проводились ознакомительные мероприятия, связанные с пенсионными накоплениями.

Также для определения уровня доверия студентов ТПУ к НПФ был произведен второй опрос «Доверие студентов ТПУ к НПФ», в котором приняло участие 57 студентов ТПУ второго и третьего курса, технических специальностей в возрасте от 19 до 20 лет.

Результаты опроса по первому вопросу в анкете «Где вы получили информацию о работе негосударственных пенсионных фондах (НПФ)?», представим на рис. 5.

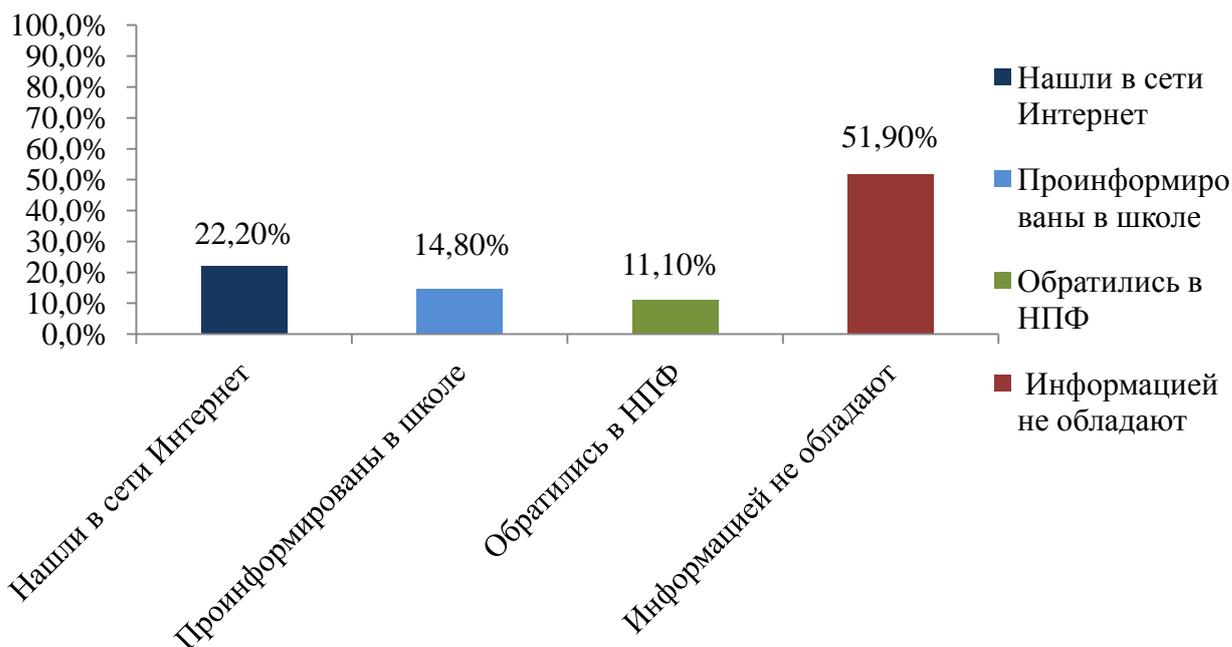


Рис. 5. Способ получения информации о работе НПФ

Из опрошенных студентов около 22 % нашли сведения о работе НПФ в сети Интернет, менее 15 % получили информацию о работе НПФ в школе, и 11,1 % опрошенных студентов обратились за данной информацией непосредственно в НПФ. В среднем более 51 % респондентов не знают, как работает НПФ.

Следующим в анкете был представлен вопрос «Вызывает ли у Вас доверие работа НПФ?», результаты представим на рис. 6.

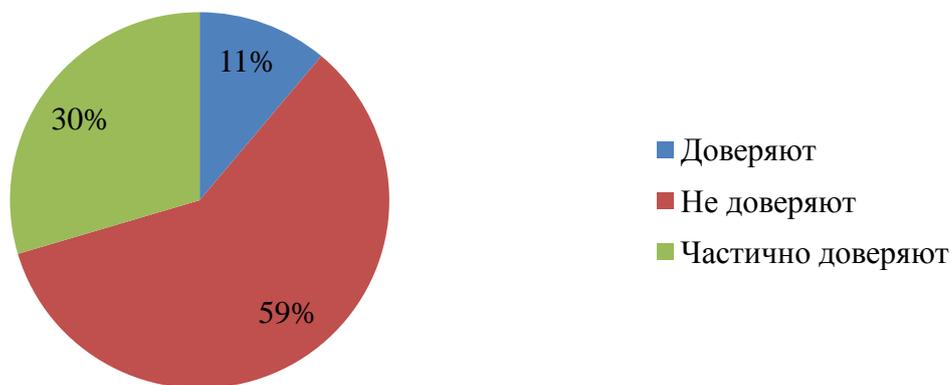


Рис. 6. Уровень доверия студентов к НПФ

Как видим на рис. 6, только 11,1 % опрошенных студентов полностью доверяют работе НПФ. В целом около 85 % (29,6 % частично доверяют, 59,3 % не доверяют) респондентов подвергают сомнению, либо полностью не доверяют работе НПФ.

В связи с чем, на вопрос «Чем вызвано Ваше недоверие?» мы хотели выяснить причину недоверия студентов, на него отвечали лишь те студенты, которые на предыдущий вопрос дали отрицательные ответы (частично доверяют, не доверяют). На данный вопрос ответили 54 студента, результаты которого приведем на рис. 7.

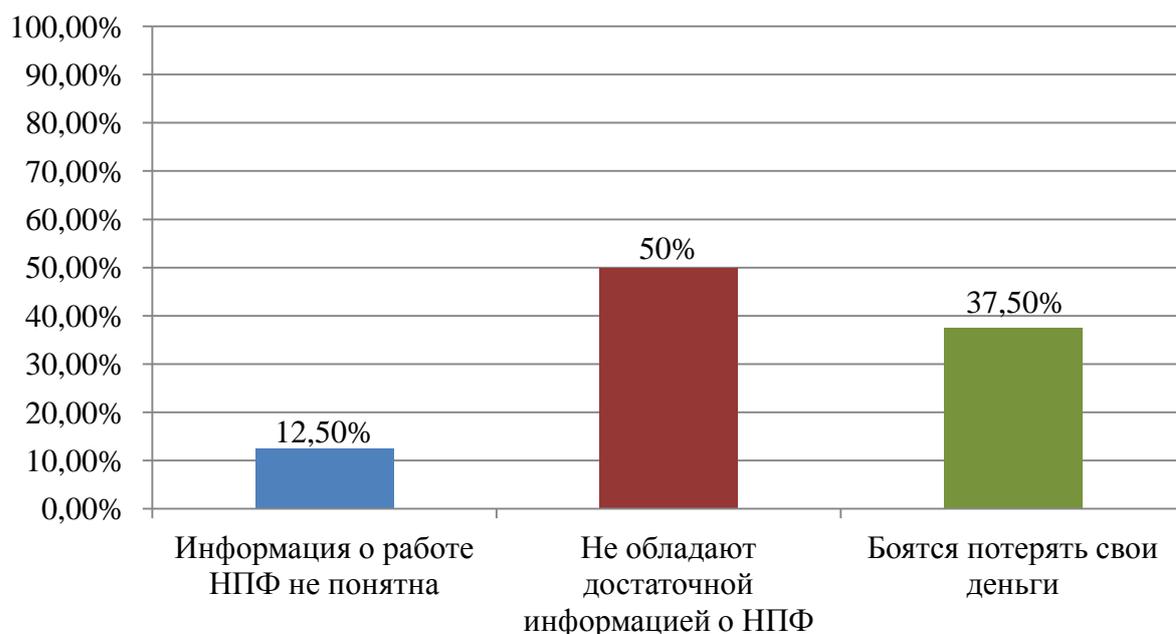


Рис. 7. Причины недоверия студентов ТПУ к работе НПФ

Менее 13 % опрошенных студентов заявили, что они не доверяют НПФ в связи с тем, что информация о работе НПФ им не понятна. Ровно 50 % респондентов заявили, что их недоверие к работе НПФ вызвано тем, что информация о работе НПФ разрознена и в ней трудно разобраться. Оставшиеся 37 % опрошенных студентов заявили, что они не доверяют работе НПФ, в связи с тем, что боятся потерять свои пенсионные накопления.

Итак, проведенные опросы показали, что студенты ТПУ имеют малое представление о своей будущей пенсии. Большинство опрошенных студентов обладают незначительной информацией о работе НПФ, что вызывает их недоверие к таким организациям. Мы предлагаем организовывать на базе ТПУ занятия, посвященные управлению пенсионными накоплениями, в рамках существующей Программы по повышению пенсионной грамотности учащаяся молодежи. Такие мастер-классы должны быть ориентированы на студентов 2 и 3 курсов обучения, с участием представителя Пенсионного Фонда. Это позволит повлиять на уровень пенсионной грамотности будущих выпускников ТПУ, а значит они смогут грамотно распоряжаться своими будущими пенсионными накоплениями и провести свою старость в достатке.

Список использованной литературы.

1. Консультант Плюс: Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 № 1662-р [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83914 (дата обращения: 13.06.2016).

2. Консультант Плюс: Об утверждении Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.12.2008 № 2043-р [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83914 (дата обращения: 13.06.2016).

3. Ахмедова Е.А. Об основных направлениях деятельности с целью повышения уровня финансовой грамотности населения [Электронный ресурс] / Официальный портал Правительства Ростовской области. 2009. URL: <http://www.donland.ru/Default.aspx?pageid=90194> (дата обращения: 13.04.2016).

4. Rogova O.V. Pension system as an important aspect of Russian senior citizens welfare / O.V. Rogova, T.V. Filippova, T.V. Bolotova // European Social Science Journal. – 2014. – № 8(3). – P. 440–444.

5. Филиппова Т.В., Вершкова Л.М., Рогова О.В. Основные аспекты пенсионной грамотности будущих пенсионеров России // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3. – С. 1096–1101.

6. Vershкова E., Filippova T., Nekhoda E. Retirement literacy as a basis for prospective retirees' well-being // Research Paradigms Transformation in Social Sciences (RPTSS 2015). – 2016. – Vol. 28. URL: <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20162801107>.

7. Filippova T., Kashapova E., Nikitina S. Financial literacy as a key factor for an individual's social and economic well-being // Research Paradigms Transformation in Social Sciences (RPTSS 2015). 2016. – Vol. 28. URL:<http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20162801037>.

«ЧЕСТНЫЙ» И «НЕЧЕСТНЫЙ» МАРКЕТИНГ: ПРИМЕР DeSheli

Н.Ю. Мужецкая

Томский политехнический университет, г. Томск
e-mail: natasha_i@mail2000.ru

Научный руководитель: Рыжкова М.В., д-р экон. наук, доцент

В статье рассматриваются критерии «честного» и «нечестного» маркетинга, выделены основные принципы маркетинга, описаны методы «недобросовестного» маркетинга, приводятся приемы «нечестного» маркетинга, используемые компанией DeSheli, приведены рекомендации, как не попасться на нечестных маркетологов, а также, если вы поддались провокациям и оформили кредит на косметику, но после того осознали, что совершили ошибку, несколько правил, как вернуть деньги.

В настоящее время, в связи с переходом страны на рыночную экономику, все предприятия, организации, предприниматели, а также простые граждане должны разбираться в маркетинге. Ведь не только крупные компании, как в нашей стране, так и за рубежом должны проводить маркетинговые исследования. Поэтому, чтобы удержаться на рынке многие частные фирмы и организации создают специальные отделы маркетинга.

Отдел маркетинга существует для продвижения имеющейся продукции. Служба маркетинга – это система различных видов деятельности предприятия, связанных между собой и охватывающих планирование, ценообразование, продажу, доставку товаров и оказание услуг, в которых существует потребность у потенциальных и реальных покупателей. Данная служба относится к полномочиям менеджера – предпринимателя особого типа, деятельность которого ориентирована на потребителя.

Целью статьи является выработка рекомендаций для потребителей, как действовать, при попадании на нечестных маркетологов.

Для этого были рассмотрены теоретические аспекты маркетинга и его видов, выявлена актуальность методов честного и нечестного маркетинга, проанализированы действия маркетологов на примере компании DeSheli, разработаны рекомендации для потребителей в случае их попадания на нечестных маркетологов.

Маркетинг – есть социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей как индивидов, так и групп посредством создания предложения и обмена товаров (идей, услуг и т.д.) [1].

Современная концепция маркетинга – это ориентация предпринимателя на потребителя.

Основные принципы маркетинга:

1. тщательный учет при принятии решений, состояния и динамичности спроса, условий рынка и конъюнктуры;