



НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ  
nauchforum.ru

ISSN: 2542-2162

№20(41)

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

# СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



*Электронный научный журнал*

**СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ**

№ 20 (41)  
Октябрь 2018 г.

Издается с февраля 2017 года

Москва  
2018

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Арестова Инесса Юрьевна** – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

**Ахмеднабиев Расул Магомедович** – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

**Бахарева Ольга Александровна** – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

**Бектанова Айгуль Карибаевна** – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

**Волков Владимир Петрович** – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Елисеев Дмитрий Викторович** – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

**Комарова Оксана Викторовна** – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

**Лебедева Надежда Анатольевна** – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

**Маршалов Олег Викторович** – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

**Орехова Татьяна Федоровна** – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

**Самойленко Ирина Сергеевна** – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

**Сафонов Максим Анатольевич** – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

**Яковишина Татьяна Федоровна** – канд. с.-х. наук, доц., заместитель заведующего кафедрой экологии и охраны окружающей среды Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры, член Всеукраинской экологической Лиги.

**С88 Студенческий форум:** научный журнал. – № 20(41). М., Изд. «МЦНО», 2018. – 48 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/41>.

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

## **Оглавление**

<b>Рубрика «История и археология»</b>	<b>4</b>
ИСЧЕЗАЮЩАЯ ЛЕТОПИСЬ СИМБИРСКА Сулагаева Алина Артемовна	4
<b>Рубрика «Политология»</b>	<b>7</b>
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КИТАЙСКО-ИНДИЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ Мухина Яна Александровна Шубин Павел Сергеевич	7
<b>Рубрика «Психология»</b>	<b>11</b>
ОСОБЕННОСТИ СЕМЕЙНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ У МАТЕРЕЙ С ДЕТЬМИ С ОВЗ Зенченко Юлия Николаевна	11
ПРОФЕССИОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА ПОДБОРА КАДРОВ В СИСТЕМЕ МЧС РОССИИ Соловьева Олеся Олеговна Несин Андрей Михайлович	14
<b>Рубрика «Экономика»</b>	<b>17</b>
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК») Кристья Екатерина Александровна	17
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В РАМКАХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ Мирошниченко Дарья Вадимовна	22
АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПРОВЕРКИ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ Наумова Ангелина Олеговна Нургалеева Алия Ильгизовна Шакирова Эльвира Гафисовна	25
ИМИДЖ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ В РОССИИ Рыбникова Валерия Игоревна	28
СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕЖДУНАРОДНОГО РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА MOODY'S В РОССИИ Рыбникова Валерия Игоревна	32
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОБИЗНЕСА В ГЕРМАНИИ Стегний Анастасия Богдановна	36
ПЕРЕХОД БИЗНЕСА К DT И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПОВСЕДНЕВНУЮ ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ Юрчик Лидия Александровна	39
<b>Рубрика «Юриспруденция»</b>	<b>42</b>
ПРАВОВАЯ ПРИРОДА САМОВОЛЬНОЙ ПОСТРОЙКИ (СТ. 222 ГК РФ) Лосева Кристина Евгеньевна	42

## РУБРИКА

### «ИСТОРИЯ И АРХЕОЛОГИЯ»

#### ИСЧЕЗАЮЩАЯ ЛЕТОПИСЬ СИМБИРСКА

*Сулагаева Алина Артемовна*

*студент УСК  
РФ, г. Ульяновск*

**Аннотация.** Цель - сохранить культурное наследие, облик улиц, на которых находятся дома с уникальной деревянной резьбой города Ульяновска, и его дальнейшее распространение по другим городам

**Метод** - исследовательский - практический. Наблюдение, исследование, сравнение, дедукция, практика.

**Результат** - развитием исследовательской работы стал проект, по внедрению деревянных резных элементов в постройку новых зданий и сооружений, интерьера, а также одежды, следующим результатом станет выпуск книги под названием "Исчезающая летопись Симбирска".

**Выводы** - проект с каждым разом набирает обороты, массы заинтересованных людей растут, многие равнодушны к проблеме исчезновения исторического облика своего города.

**Ключевые слова:** модерн, резьба, исследование, внедрение, проект, уникальность.

#### **Исчезающая летопись Симбирска**

Ульяновск - город неоднозначный, сохранивший в себе частицу каждого столетия. Как известно, город вполне немолодой, имеет богатую и долгою историю. Основан он был в 1648 году под началом боярина Хитрово, как засечная черта. История Симбирска до начала 20 века обыденна и знакома каждому городу, основанного в этот же период времени. В итоге, к началу 20 столетия он стал обычным губернским городом, в котором каждый знал друг друга, но имел свои уникальные особенности. Ульяновск на нынешнее время богат на архитектурные памятники, чего только стоит деревянное зодчество города, ценнейшие экспонаты архитектуры, которые стали неотъемлемой частью исторического облика. Наряду с красивейшими каменными зданиями наш город украшают оригинальные, изящные деревянные здания, выполненные в стиле модерн, который господствовал в конце 19 века - начале 20 века. Конечно же немалое количество сохранилось до наших дней, особое место занимают кварталы живописнейшего модерна, на улице Л. Толстого и улице Ленина, где сохранилась застройка двух веков процветания Симбирска до октябрьского переворота.

Грандиозный музей-заповедник "Родина В.И.Ленина" бережно хранит историю симбирского деревянного зодчества и радует глаз. Но не только в этой исторической части города находятся уникальнейшая деревянная резьба, которая, к сожалению, с течением времени неумолимо разрушается и постепенно исчезает, по миллиметру, по сантиметру, каждый год. И чтобы привлечь внимание больших масс, правительство города к проблеме сохранения уникальнейшей резьбы началась исследовательская работа учащихся "Детской архитектурной академии" при Ульяновском строительном колледже, перерастающая в более масштабный проект по тому, чтобы сохранить это наследие, вдохнуть в него новую жизнь.



***Рисунок 1. Выставка "Исчезающая летопись Симбирска"***

Всё началось с того, что студенты прошли по историческим улицам города Ульяновска, и выбрали для себя понравившуюся им резьбу, которая воплотилась в последствии в макет, итогом этой работы стала выставка "Исчезающая летопись Симбирска" (рис.1.), на которую были приглашены высокопоставленные люди. Дальнейшим развитием этой проблемы стал проект, запущенный в декабре 2017 года, посвященный сохранению уникального явления - деревянного модерна. На протяжении месяца студенты более тщательно собирали материал - искали на каждой улице, в каждом переулке и фотографировали сохранившуюся резьбу, украшающие наличники, коньки, ворота деревянных домов, делая схематичные обмеры (рис.2. - рис.4.). Собрав всё необходимое началась самая кропотливая и тяжелая работа - вычерчивание деревянной резьбы до мельчайшей точности на бумаге, после чего его перенос в электронный вариант (рис.5.). В ходе этой работы выяснилась уникальность, которая свойственна именно нашему городу, благодаря исследовательской работе были выявлены характерные черты симбирской резьбы, симбирских архитекторов того времени, что сделало нашу работу еще интереснее.



***Рисунок 2. г. Ульяновск, Красноармейская, 70***

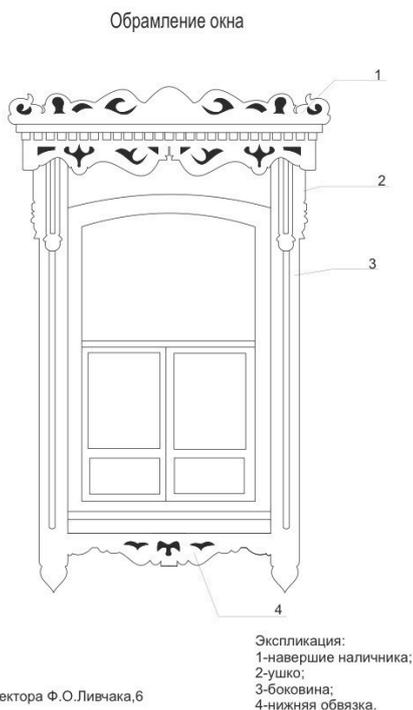


**Рисунок 3. г.Ульяновск, ул. Красногвардейская,8**

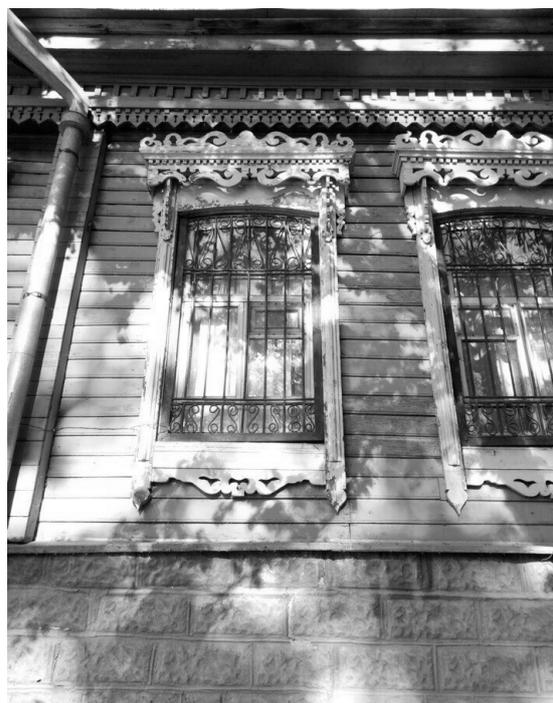


**Рисунок 4. г.Ульяновск, ул.Мира, 22**

Дома украшались обильной пропиленной резьбой, в которых наблюдаются растительные мотивы, плавные и неповторяющиеся линии, тянущиеся переходы, многослойность, с помощью которой передается объемность. Часто использовались во всех домах деревянные детали такие как: крупные фризные элементы со сквозной резьбой, резные кронштейны с "изломанной" конфигурацией, подзоры.



**Рисунок 5. Чертеж обрамления окна**



**Рисунок 6. Дом архитектора Ф.О.Ливчака**

Итог трудоемкой работы станет печатное издание "Исчезающая летопись Симбирска", книга, в которой будут предоставлены чертежи, фотографии с описаниями. Такой каталог архитектурных элементов должен стать для многих пособием, которым могли бы пользоваться архитекторы при проектировании домов, а дизайнеры при создании интерьера, что позволит нам сохранить культурное историческое наследие нашего города, придаст колорит, преобразит пространство, в котором мы находимся, внесет изюминку.

**РУБРИКА****«ПОЛИТОЛОГИЯ»****ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КИТАЙСКО-ИНДИЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ  
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

*Мухина Яна Александровна*  
магистрант РАНХиГС,  
РФ, г. Москва

*Шубин Павел Сергеевич*  
магистрант РАНХиГС,  
РФ, г. Москва

На сегодняшний день Индия и Китай связаны непростыми отношениями. Две страны сближает множество общих интересов, они сотрудничают в рамках международных организаций, таких как БРИКС, ШОС, «Треугольник Россия – Индия – Китай». КНР и Индия сотрудничают между собой, стремясь решить проблемы, связанные с климатическими изменениями, терроризмом, обеспечением энергетической и продовольственной безопасности, преодолением международного финансового кризиса.

С начала XXI века до настоящего времени индийско-китайские отношения успешно развиваются в политической, культурной, экономической сферах. В начале 2000-х гг. обе страны начали говорить о новом этапе «ускоренного и всестороннего развития» двусторонних связей. В 2003 г., во время визита премьер-министра Индии А. Б. Ваджапаи, были приняты меры по урегулированию пограничного спора между Индией и Китаем. Были созданы документы, такие как «Декларация Республики Индии и КНР о принципах отношений и всестороннем сотрудничестве» и «Меморандум о взаимопонимании по расширению пограничной торговли» и др., что также позволило расширить торговые связи между странами.

Кроме этих двух документов были подписаны множество других соглашений для укрепления китайско-индийского сотрудничества, например, соглашение об обмене между учеными в области исследования океана, энергетических и водных ресурсов, соглашение об обмене между студентами, языковых преподавателей, научных кадров. В 2004 году Китай признал княжество Сикким одним из индийских штатов, а в апреле 2005 года Китаем и Индией было принято Совместное заявление, в котором две страны заявили об установлении «отношений стратегического партнерства и сотрудничества во имя мира и процветания».

Индия признала Тайвань как часть территории Китая, и Тайвань теперь является лишь культурным центром для Индии. Кроме того, Индия признала Тибетский автономный район частью КНР и находящимся на индийской территории Далай-Ламе и его сторонников не позволяет вести направленную против Китая политическую деятельность.

Для того, чтобы наладить взаимное сотрудничество, Индия и Китай начали проводить обмен между своими молодыми офицерами и проводить совместные военные учения. Так, например, в 2007 г. проходили совместные учения сухопутных сил Индии и Китая в китайском городе Куньмин, целью которых было укрепление взаимопонимания и взаимодействия между ВС двух государств. В этих учениях приняли участие около 200 военнослужащих и за ходом учений следили военные наблюдатели двух стран. В 2008 г. Индия и Китай провели совместные военные учения на юге Индии в округе Белгаум. В ноябре 2013 г. в КНР в Чэндуне были проведены армейские учения Индии и Китая под названием.

«Рука об руку – 2013». Две роты сухопутных сил отрабатывали взаимодействие по борьбе с актами терроризма.

К началу 2014 г. Китаем и Индией было создано 36 специализированных двусторонних переговорных площадок по взаимодействию в разных областях. После визита Председателя КНР Си Цзиньпина в Индию с 12 по 19 сентября 2014 г. начался новый этап в китайско-индийских отношениях, что свидетельствовало о желании развивать двусторонние торгово-экономическое сотрудничество. В ходе этого визита между двумя сторонами были подписаны двенадцать соглашений в сфере торговли и инвестиций, инфраструктуры, туристического и культурного взаимодействия, информационно-коммуникационной и высокотехнологичной сферах.

Тогда же участились встречи между руководителями Индии и Китая. С 2008 г. переговоры между главой Китая и индийским премьер-министром стали проводиться в среднем около двух раз в год в ходе официальных визитов и во время международных форумов, чего раньше не замечалось. Стоит отметить тот факт, что впервые с 1954 г. состоялся обмен визитами между главами правительств двух государств в 2013 г. В мае этого года Ли Кэцян посетил Дели, а в октябре М. Сингх приехал в Пекин. По итогам двусторонних переговоров обе стороны снова подтвердили курс на «дальнейшее укрепление отношений стратегического партнерства и сотрудничества во имя мира и процветания на основе пяти принципов мирного сосуществования и взаимного внимательного учета озабоченностей и ожиданий другой стороны». Китай выразил желание и дальше поддерживать обмен визитами высших руководителей двух государств, укреплять взаимодоверие и сотрудничество во всех областях и на всех уровнях. КНР также указала на то, что необходимо развивать сотрудничество по инфраструктурным, инвестиционным, информационно-коммуникационным и другим проектам. Кроме того, следует контролировать разногласия между обеими сторонами, поддерживая диалог представителей по пограничным вопросам, укрепляя сотрудничество в оборонной области.

По многим аспектам двустороннего сотрудничества взгляды Индии и Китая совпадают. По мнению индийского премьер-министра М. Сингха, восемь приоритетных направлений двустороннего сотрудничества – это те же области инфраструктурного строительства, производственной кооперации, защиты безопасности в АТР и в мире, поддержание международного экономического порядка, а также обеспечение экологической, продовольственной и энергетической безопасности. Китай и Индия назвали «Группу 20» и БРИКС одними из самых важных направлений совместного международного сотрудничества.

В ходе двусторонних встреч в 2013 г. было подписано около двадцати документов по сотрудничеству в таких сферах, как экономика, безопасность, в социально-гуманитарной области. Особо значимым событием было подписание Соглашения о сотрудничестве в охране границы, которое призвано укрепить стабильность в пограничной зоне. Немаловажное значение приобрел также проект по формированию экономического коридора «Индия – Бангладеш – Мьянма – Китай».

Активные переговоры ведутся между министрами иностранных дел двух стран, министрами обороны, внешнеполитическими ведомствами на разных уровнях. Важное значение имеют переговоры специальных правительственных представителей по пограничным проблемам. К началу 2014 г. было проведено 17 раундов консультаций.

Третий раунд китайско-индийского стратегического экономического диалога состоялся в марте 2014 г. В торгово-экономической сфере проводится работа Совместной экономической группы по торговле, науке и технологиям, которая была создана еще в 1988 г.

Сейчас Индия входит в число основных внешнеторговых китайских партнеров. Китай экспортирует в Индию электротехнику, компьютеры, продукцию машиностроения и сталелитейной промышленности, телекоммуникационное оборудование. Индия поставляет в Китай минеральные руды, ткани, металлы и драгоценные камни. Активное экономическое сотрудничество между двумя странами может снизить напряженность на границе Индии и Китая. В начале XXI века инвестиции Индии в китайскую экономику достигли 62 млн

долларов. Экспорт индийских товаров в Китай составлял 1,68 млрд долларов, а экспорт товаров Китая в Индию достигал 1, 22 млрд.

Одно из последних событий «неформальный» саммит в Ухане, Дели провел переговоры с Пекином с позиции силы, индийцев убеждают в том, что именно такая политика целесообразна в обозримом будущем. Тем не менее значение Уханьского саммита нельзя недооценивать. В среде, где индийские стратегические дискурсы неуклонно сливаются с застоялым мышлением и всё чаще становятся побочными продуктами американских аналитических центров, удивительно, что такая освежающая идея возникла у Моди – сдвинуть локус индийско-китайских отношений здесь и сейчас, в рамках долгосрочного стратегического консенсуса. Моди и китайский лидер Си Цзиньпин провели 10 часов переговоров, включая шесть встреч один на один. Такого никогда не происходило на протяжении всей истории индийско-китайских отношений. Тем не менее Моди – хладнокровный политик. И Китай – это страна, которую он неоднократно посещал даже до того, как стал премьер-министром. Его политические инстинкты говорят ему, что эксперименты Дели с политикой в отношении Китая за последние 3 года с момента его знаменитого заявления о совместном видении Азиатско-Тихоокеанского региона с тогдашним президентом США Бараком Обамой в январе 2015 года это попытка Дели сесть в вагон к американскому лидеру в Азиатско-Тихоокеанском составе и стратегия Вашингтона по сдерживанию Китая с привлечением Дели нанесли серьёзный ущерб отношениям Индии с Китаем.

Уханьский саммит – это исторический успех для Моди. В Гималаях больше не будет войны. Поскольку Моди в ближайшее время начнёт жёсткую предвыборную кампанию, чтобы ещё раз получить мандат в 2019 году, мир и спокойствие на индийско-китайской границе приобретают решающее значение. В Ухане два лидера «выработали стратегическое руководство для своих военных в целях укрепления доверия и взаимопонимания, повышения предсказуемости и эффективности управления пограничными вопросами». Кроме того, китайские инвестиции в индийскую экономику значительно увеличиваются, что поможет создать рабочие места и позволит Моди говорить об успехах в экономическом развитии страны. Моди понимает, что Китай играет уникальную роль в реализации его мечты «сделать Индию великой».

В Ухане состоялись конфиденциальные обмены мнениями по согласованию региональной политики двух стран с учётом наиболее чувствительных проблем. Ранее казалось, что пройдёт вечность, но обе страны вновь заговорили об о «азиатском веке», «стратегической автономии», «независимой внешней политике» и «многополярности». Пресс-релиз в Дели позиционирует саммит в Ухане как «неофициальные переговоры» – новую платформу для перспективного диалога для повышения уровня стратегического взаимодействия. Всё это прекрасно. Тем не менее, судя по всему, Моди всё-таки понадобится ещё один 5-летний срок на посту премьер-министра, чтобы закрепить созданный им фундамент. Ни один другой индийский лидер не может сравниться с его политическим мужеством, чтобы совершить подобный скачок.

Китай и Индия продолжают сотрудничать в международных организациях РИК, БРИКС, ШОС и др., стремясь решить множество глобальных и региональных проблем. Оба государства являются крупными торговыми партнерами, они также сотрудничают в политической, культурной и других сферах, активно проводятся переговоры по разрешению территориальных проблем, регулярно проводятся двусторонние встречи на правительственном уровне, а также на уровне министров и различных ведомств.

### **Список литературы:**

1. Ганди И. Внешняя политика Индии: Избранные речи и выступления. 1980–1982. – М.: Прогресс, 1982. – 351 с.
2. Ганди М. К. Революция без насилия. – М.: Алгоритм, 2012. – 477 с.

3. Неру Д. Внешняя политика Индии: Избранные речи и выступления. 1946– 1964 гг. – М.: Прогресс, 1965. – 352 с.
4. Иванько А. И. Некоторые аспекты пограничной политики Китая в отношении Индии // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2006. – № 1. – С. 89–94.
5. Ионова Е. П. Итоги Уфимского саммита ШОС // Россия и новые государства Евразии. – 2015. – № 3 (28). – С. 9–26.
6. Капица М. С. КНР: три десятилетия – три политики. – М.: Политиздат, 1979. – 576 с.
7. Лунев С. И. Индия как один из новых центров глобального влияния // Сравнительная политика. – 2012. – № 2(8). – С. 90–104.
8. Россия и Китай: четыре века взаимодействия. История, современное состояние и перспективы развития российско–китайских отношений / под ред. Лукина А.В. – М.: Весь мир, 2013. – 701 с.
9. Седунов А.В. Внешнеполитическая стратегия Китая на рубеже XX- XXI вв. // Политика, государство и право. – 2014. – № 4. – С. 8.
10. Уянаев С. В. Китай и Индия: достижения и проблемы современного этапа отношений // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. – 2014. – № 19. – С. 135–153.
11. Харина О. А. Особенности формирования альянсов в Южной Азии на примере отношений Китая и Пакистана // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – № 1 (14). – С. 96–100.
12. Шаумян Т. Л. Индия, ШОС и БРИКС в современной геополитике // Сравнительная политика. – 2013. – № 3 (13). – С. 44–64.

## РУБРИКА

## «ПСИХОЛОГИЯ»

ОСОБЕННОСТИ СЕМЕЙНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ  
У МАТЕРЕЙ С ДЕТЬМИ С ОВЗ*Зенченко Юлия Николаевна**магистрант АлтГПУ,  
РФ, г. Барнаул*

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования семейных взаимоотношений у матерей с детьми с ОВЗ. Было выявлено существование особенностей семейных взаимоотношений у матерей с детьми с ОВЗ.

**Ключевые слова:** семейные взаимоотношения, стиль воспитания, ОВЗ.

Актуальность нашего исследования определяется принятием в системе российского образования личностно-ориентированной стратегии и изменениями государственного и общественного отношения к институту семьи. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования предусматривает реализацию прав детей дошкольного возраста, в том числе, детей с ОВЗ на получение доступного и качественного образования, обеспечивает развитие способностей каждого ребенка, формирование и развитие личности ребенка. Одним из направлений реализации образовательного стандарта является повышение уровня воспитательной деятельности семьи, как условия создания специальной коррекционно-развивающей среды для преодоления нарушений в развитии ребенка. [2]

В настоящее время педагоги единогласно отмечают огромную роль семейного воспитания в развитии личности ребенка, особенно с ограниченными возможностями здоровья. В семье закладываются основы физического и умственного развития, трудового воспитания, формируется мировоззрение ребенка, воспитывается его эстетический вкус. Многие исследователи отмечают, что основные условия более успешного развития детей с ограниченными возможностями здоровья - включенность родителей в процесс их образования.

Семья имеет огромное, часто решающее, влияние на формирование личности ребенка. В раннем и дошкольном возрасте культурное влияние семьи на развитие ребенка является преобладающим (А.В. Запорожец, И.С. Кон, В.С. Мухина, Л.Ф. Обухова, С.Л. Рубинштейн, Е.О. Смирнова). По мнению Т.А. Куликовой, каждая семья обладает большими или меньшими воспитательными возможностями, или воспитательным потенциалом. [1]

Детско-родительские отношения и их влияние на развитие ребенка неоднократно рассматривалась в работах как отечественных, так и зарубежных исследователей: представителей гуманистической психологии, теории социального научения, отечественной психотерапевтической школы, а также в клинически ориентированной литературе.

Хотя родительские отношения в каждой психологической школе описываются различными понятиями и терминами, которые определяются исходными теоретическими позициями авторов, вместе с тем, практически во всех подходах можно отметить своеобразную двойственность родительского отношения. С одной стороны, главной характеристикой родительского отношения является любовь, которая определяет доверие к ребенку, радость и удовольствие от общения с ним, стремление к его защите и безопасности, безусловное принятие и внимание, целостное отношение к нему. С другой – родительское отношение характеризуется требовательностью и контролем. Кроме того, отвечая на

социальный запрос по организации эффективного взаимодействия с ребенком с учетом его индивидуальности, наиболее эффективной будет модель взаимодействия родителя и ребенка, которая предполагает равенство влияния как родителей на ребенка, так и ребенка на родителей. [4]

После рождения ребенка с проблемами в развитии его семья, в силу возникающих многочисленных трудностей, становится малообщительной и избирательной в контактах. Она сужает круг своих знакомых и даже родственников по причине характерных особенностей состояния и развития больного ребенка, а также из-за личностных установок самих родителей (страх, стыд). Испытание подобного рода оказывает деформирующее воздействие и на взаимоотношения между родителями больного ребенка. Заболевание ребенка, его психическое состояние может являться психогенным и соматогенным для организма и психики родителей, в первую очередь в соматическом состоянии матерей.

В результате проведенного эмпирического исследования по методике, разработанной Э.Г. Эйдемиллером, В.В. Юстицкисом «Анализ семейных взаимоотношений» [3] было выявлено, что существует различие в семейных взаимоотношениях у матерей с детьми, имеющими с ограниченными возможностями здоровья (тяжелые нарушения речи) и воспитывающих детей с нормальным развитием.

В ходе исследования семейных взаимоотношений было выявлено, что в группе матерей с детьми, имеющими с ограниченными возможностями здоровья, характерны такие типы семейного воспитания, как: гипопротекция, игнорирование потребностей ребенка, минимальность санкций, вынесение конфликта между супругами в сферу воспитания, предпочтения женских качеств, неразвитость родительских чувств.

С помощью U-критерия Манна-Уитни было произведено сравнение средних полученных данных. В результате было обнаружено, что есть статистически значимые различия по следующим шкалам «АВС»:

- 1) Гипопротекция
- 2) Игнорирование потребностей ребенка
- 3) Минимальность санкций
- 4) Вынесение конфликта между супругами в сферу воспитания
- 5) Предпочтения женских качеств.
- 6) Неразвитость родительских чувств

Для группы матерей с детьми, имеющими с ограниченными возможностями здоровья, были выявлены такие типы негармоничного семейного воспитания:

1) Эмоциональное отвержение. В основе этого типа воспитания лежит осознаваемое или, чаще, неосознаваемое отождествление родителями ребенка с какими-либо негативными моментами в собственной жизни. Ребенок в этой ситуации может чувствовать себя помехой в жизни родителей, которые устанавливают в отношениях с ним слишком большую дистанцию. Эмоциональное отвержение формирует и усиливает черты инертно-импульсивной (эпилептоидной) акцентуации личности и эпилептоидной психопатии, ведет к декомпенсации и формированию невротических расстройств с эмоционально-лабильной и астенической акцентуациями.

2) Гипопротекция (гипоопека). При таком типе дисгармоничного воспитания ребенок предоставлен самому себе, родители не интересуются им и не контролируют его. Такое воспитание особенно неблагоприятно при акцентуациях гипертимного и неустойчивого типов.

В группе матерей с детьми, имеющими нормальное развитие, не были выявлены типы негармоничного семейного воспитания.

Таким образом, психологические особенности семейных взаимоотношений у матерей с детьми с ОВЗ позволяет установить те слабые зоны в области детско-родительских отношений и межличностных контактов с ребенком, которые нуждаются в психокоррекционном воздействии. Следует подчеркнуть, особое внимание в процессе психологической помощи следует, безусловно, уделять матери ребенка с ОВЗ.

**Список литературы:**

1. Мухина В. С. Возрастная психология. Москва. 2000. 259с.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования [электронный ресурс]. URL: [http://www.firo.ru/?page\\_id=11003](http://www.firo.ru/?page_id=11003)
3. Эйдемиллер Э. Г. Методы семейной диагностики и психотерапии. Санкт-Петербург. 1996. 365с.
4. Эйдемиллер Э. Г., Добряков И. В., Никольская И. М. Семейный диагноз и семейная психотерапия. Санкт-Петербург. 2003. 564с.

## ПРОФЕССИОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА ПОДБОРА КАДРОВ В СИСТЕМЕ МЧС РОССИИ

*Соловьева Олеся Олеговна*

*магистрант, Академия Государственной противопожарной службы МЧС России,  
РФ, г. Москва*

*Несин Андрей Михайлович*

*магистрант, Академия Государственной противопожарной службы МЧС России,  
РФ, г. Москва*

**Аннотация.** Анализ психологии профессиональной деятельности сотрудников федерального государственного противопожарного надзора способствует познанию и анализу ее психологических характеристик, а также содержащихся в задачах, предмете, объекте и субъекте труда, позволяет сформировать психологическую осведомленность о ее структуре и содержании.

**Ключевые слова:** инспектор федерального государственного противопожарного надзора, профессиональная деятельность, профессиограмма, психограмма, население, профилактика, надзор

Последнее время структура системы МЧС России претерпевает серьезные изменения, касающиеся штатной численности личного состава и требований, предъявляемых к сотрудникам, в том числе и к инспекторам государственного пожарного надзора.

Стоит заметить, что от грамотной работы инспекторов федерального государственного пожарного надзора по пресечению нарушений требований пожарной безопасности в сочетании с разъяснением норм и убеждением граждан в необходимости принятия мер пожарной безопасности зависит жизнь и здоровье населения. Поэтому качество реализации функций надзорной деятельности как части системы государственного управления в области пожарной безопасности находится в зависимости от качественной работы сотрудников, которым необходимо обладать высоким уровнем профессионализма, чтобы предотвратить пожары и максимально снизить угрозу для жизни и здоровья людей.

Деятельность инспекторов в рамках надзорно-профилактических мероприятий зачастую осуществляется в сложной обстановке, которая характеризуется высокой степенью напряженности, физическими и умственными перегрузками.

Проанализировав действующие должностные обязанности инспекторского состава федерального государственного пожарного надзора профессиональную деятельность можно рассмотреть, как многоступенчатую систему взаимодействия.

Сотрудник в рамках надзорных мероприятий контактирует с руководителем объекта, изучает большое количества нормативно-правовых актов, представляет отчетность о проделанной работе, а также дополнительно проводит работу с населением в рамках профилактических операций.

Как результат эффективной работы инспектора отмечается снижение количества пожаров и погибших на них людей, минимизация материального ущерба, а также исполнение ежегодного плана проверок.

Стоит отметить, что анализ личного состава вышеуказанного подразделения показывает, что, несмотря на хорошее здоровье, активность в профессиональной деятельности, по факту, некоторые сотрудники не способны достигнуть даже минимального уровня профессионального мастерства.

Выполнение основных функций инспектором невозможно без учета нескольких факторов и психологических особенностей профессиональной деятельности сотрудников.

Подробное изучение психологии профессиональной деятельности сотрудников надзора является актуально, это связано с тем, что помогает осознать и проанализировать

деятельность, которая характеризуется определенными задачами, предметом, объектом, субъектом труда, что дает возможность проинформировать о ее структуре и содержании. Важно, чтобы непосредственно сами сотрудники надзорной деятельности досконально осознавали требования к выбранной ими профессии, знали, как повысить качественный уровень профессионализма и психологически быть готовы к выполнению необходимых служебных задач.

Особенностью психологической классификации является отказ от социологических, экономических и технологических критериев. Психологическая классификация профессий должна обеспечивать валидную диагностику профессиональных интересов, склонностей и способностей.

Психограмма сотрудника федерального государственного надзора включает основные группы, в которые входят некоторые психологические качества: смелость, уверенность в себе, способность брать на себя ответственность и принимать решение при недостатке времени и информации, умение распределять внимание свои силы и возможности, уравновешенность, самообладание, коммуникабельность, располагать к себе людей и вызвать у них доверие, умеренная и обоснованная склонность к риску.

Данные качества проявляются в зависимости от специфики выполняемых задач. Знания, умения и опыт не только укрепляют волевое качество смелости, но иногда принимают часть ее функции на себя.

Таким образом, претендент на должность инспектора федерального государственного надзора должен обладать комплексом профессионально обусловленных требований. Способствовать подбору кадров может разработка профессиограммы, которая содержит необходимые параметры личности в профессиональной деятельности.

Таким образом, в современных условиях сотрудник должен обладать набором основных профессионально важных качеств, данная деятельность относится к интеллектуальной – познание объективной действительности и обработка полученной информации. Мышление оперативное, креативное и д.р.

Факторами стресса являются многочисленные и эмоционально насыщенные контакты, срочное предоставление информации вышестоящему руководству, пожары, чрезвычайные ситуации, ненормированный характер труда.

Эмоциональная устойчивость позволяет эффективно справляться со стрессом, быстро и четко принимать адекватные решения в сложной обстановке дефицита времени. Такие люди, чаще бывают активными, неимпульсивными, настойчивыми. Такая устойчивость обусловлена мотивацией и достижением высоких результатов. Самооценка играет важную роль в профессиональной деятельности, ее отсутствие уменьшает надежность работы в условиях ЧС и во многом определяет формирование других важных качеств.

Психологическая устойчивость более выражена у лиц не подверженных тревожности, они более рациональны, способны быстро преодолевать стрессовые ситуации, с высокой подвижностью психических процессов и возможностью адаптации. Для тревожных лиц типичны ригидность личных качеств и психических функций, затруднение социальных контактов, что препятствует реализации программы психической адаптации.

Профессионально подготовленным специалистом является тот, у кого сформирована система профессиональных знаний и умений, а также есть стремление к самостоятельному, неординарному и конструктивному решению поставленных перед ним задач, физическая и психологическая подготовка.

Профессионально важные качества для сотрудников являются интроверсия и экстраверсия (переживание монотонности, усталости, когда в работе наступает однообразие). Важные и необходимые психические свойства человека развиваются в процессе профессиональной деятельности или компенсируются другими свойствами. Стоит отметить, что в кризисных ситуациях резко увеличивается нагрузка на психологическое состояние. Если такие ситуации возникают часто, то появляется необходимость в отсеивании людей, которые не соответствуют по психологическим качествам требованиям деятельности.

В целом профессионализм определяется как стиль мышления и поведения человека в профессиональной деятельности, который детерминируется общим развитием личности. В понятие «Профессионализм» включаются уровень интеллекта, мировоззрение, знание, умения, навыки, способы и формы профессионального общения, поведения специалиста.

Таким образом, профессионализм – это своеобразный показатель общей ориентации человека, в значительной степени определяющий его профессиональное самочувствие, нравственный облик, уровень мастерства, его профессиональную компетентность и надежность.

**Список литературы:**

1. Энциклопедия профессионального образования / под ред. С.Я. Батышева. М., 1999. 186 с.
2. Педагогика: учеб. пособ. для студентов пед. вузов / В.И. Лозовая, Е.Н.Камышанченко, П.Г. Москаленко, 1997. 284 с.
3. Смирнов И.П. Человек – образование – профессия – личность. М., 2002. 402 с.
4. Карпов А.В. Понятие профессионально важных качеств деятельности. Психология труда. - М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003 — 352 с.
5. Маркова А.К. Психология профессионализма. — М.: Международный гуманитарный фонд «Знание», 1996. - 312 с.

## РУБРИКА «ЭКОНОМИКА»

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК»)

*Кристина Екатерина Александровна*  
студент, РГГУ,  
РФ, Москва

**Аннотация.** В данной статье произведен анализ и выдвинуты предложения по совершенствованию системы лояльности клиентов банка. Проведена работа по определению факторов, влияющих на поведение клиентов, выявлены методы стимулирования спроса, актуальные в настоящее время. Основной миссией каждого банка должно стать не в поверхностное удовлетворение потребительского спроса, а строительство крепких длительных отношений с клиентами.

**Ключевые слова:** система лояльности, программа лояльности, услуга, клиент банка.

В настоящее время банки продолжают вкладывать значительные финансовые средства в разработку программ по привлечению новых клиентов, не осознавая до конца, что данная статья затрат обходится гораздо дороже, чем удержание и повышение лояльности существующих клиентов.

Переоценка ценностей, построение долгосрочных отношений с клиентами и совершенствование системы лояльности – направления, которые должны стать главенствующими в каждодневной банковской деятельности.

Лояльность (loyalty – верность), являясь оценкой клиента, выражает его преданность бренду, компании и пр.

Этот показатель изображают, как итог взаимодействия экономической и эмоциональной лояльности. Экономическая лояльность подразумевает формирование клиентом прибыли для банка (доходы от обслуживания клиента превышают затраты на это обслуживание). Статистика показывает, что увеличение срока экономической лояльности клиента невозможно без развития положительной эмоциональной лояльности.

Исследование, проведенное среди пользователей банковских услуг, показало, что чуть меньше трети пользователей довольны предоставляемым сервисом, такое количество клиентов безразлично к нему, легко меняют банки и услуги (1-2 раза в год) порядка четверти пользователей, оставшаяся часть является негативно настроенной (рис. 1).

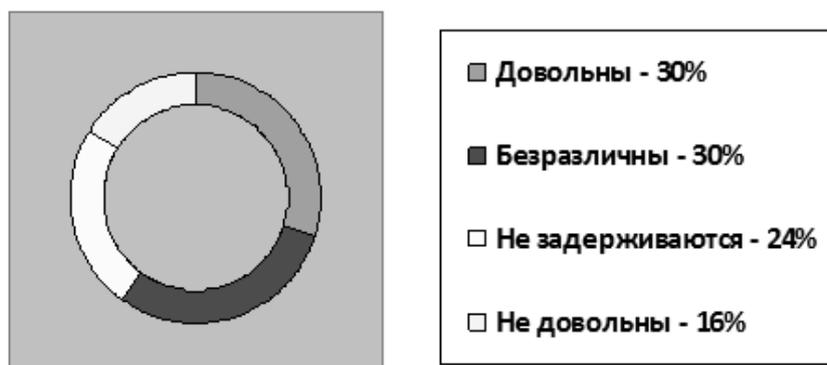


Рисунок 1. Результаты исследования

Рассмотрим особенности формирования лояльности клиентов на примере крупнейшего транснационального банка Российской Федерации - ПАО «Сбербанк».

Данный банк занимает лидирующие позиции по большинству финансовых показателей, демонстрируя стабильную положительную динамику их роста.

Контрольный пакет акций банка (более 52%) принадлежит Центральному банку России. Согласно данным Центробанка, занимает первое место в рейтинге надежности банков по итогам 2017 года.

Оценка надежности формируется из показателей, характеризующих:

- уровень прибыльности банка;
- величины займа и количество выданных кредитов;
- устойчивость финансового положения банка;
- размер собственного капитала.

Казалось бы, данные показатели надежности и финансовой устойчивости должны изначально формировать положительную эмоциональную лояльность существующих и потенциальных клиентов ПАО «Сбербанк».

Однако рынок банковских предложений не монополизирован, перечень и стоимость услуг, предоставляемых конкурентами, находятся приблизительно в одной ценовой категории, и у клиента существует возможность выбора банка, наиболее отвечающего его требованиям. Именно поэтому очень важно вести системную работу по удержанию клиентской базы, ведь наиболее лояльные клиенты распространяют позитивную информацию о банке и располагают знакомых приобщиться к его деятельности, выступая сверхрезультативным рычагом рекламы.

Посткризисный период, затронувший нашу страну, мотивирует банки к усиленной работе над удержанием лояльности осмотрительных клиентов. Механика привлечения и удержания клиентской базы все более модернизируется и усложняется.

Меняется сам подход к клиенту: подчеркивается важность решения банком комплексных финансовых потребностей клиента с наибольшими удобствами и пользой. Осознав результативность такого взаимодействия, клиент становится лояльным.

18 января 2017 года был опубликован, сформированный Frank Research Group, рейтинг программ лояльности банков Российской Федерации. Компания предоставила итоги в третий раз проводившегося исследования рынка розничных банковских услуг, в котором по 120 параметрам осуществлен глубокий анализ 25 программ лояльности.

Оценке подверглись, как польза и практичность для клиента, так и финансовая эффективность программ.

Далеко не новость, что карточный продукт в настоящее время является основой большинства предложений банков, ведь количество безналичных операций среди физических лиц неуклонно растет, за последнее время, увеличившись более чем на 30% и превысив 13 миллиардов рублей по суммам онлайн платежей.

Эволюция информационных технологий породила качественно новые продукты на рынке банковских услуг:

- онлайн обслуживание;

Осознавая круглосуточную необходимость взаимодействия с клиентом, банки привлекают наибольшее количество имеющихся каналов связи. Клиенты стали обслуживаться как стандартным способом - в офисе, так и в созданных мобильных приложениях или на сайте банка.

В частности, Тинькофф банк комплексно вывел бизнес в онлайн режим. Сосредоточение в каком-либо одном сегменте рынка предполагает его более глубокое освоение, нежели поверхностное присутствие конкурентов на нескольких нишах сразу. Детальная проработка юзабилити онлайн пространства выделяет Тинькофф банк среди прочих банков, в том числе и ПАО «Сбербанк».

- пакеты услуг;

Услуги в пакете не ограничены банковской картой и предоставляемым кредитом. Комплекс услуг включает и такие бонусы, как сберегательный счет, копилку, вклад, страхование, кошелек и пр.

Исследователями были выделены наиболее привлекательные пакеты услуг следующих банков: Альфа-банк (пакеты: «Оптима», «Комфорт», «Максиум», вип-пакет «А-клуба»), а также ВТБ24 (пакеты: «золотой», «платиновый», «классический», вип-программа «Привилегия»).

Для поддержания конкурентоспособности, ПАО «Сбербанк» должен более гибко подходить к ценообразованию и объему услуг, включенных в предлагаемые клиентам пакеты.

Новшества информационных и банковских технологий, ежедневно появляющиеся на рынке, необходимо незамедлительно анализировать, преобразовывать и предлагать клиентам, как дополнительные бонусы.

- программы под определенные цели;

В реалиях сегодняшнего дня, для достижения наибольшего эффекта присутствия, банки должны рассматривать клиентов не под призмой бездушных финансовых возможностей, а детально - ориентируясь на образ жизни каждого из них.

Продукты необходимо предлагать опосредованно: на ремонт, на путешествия, для участия в благотворительности и пр. ПАО «Сбербанк» здесь является безусловным лидером, предоставляя целую линейку подобных пакетов: «Подари жизнь», «Аэрофлот», «Мир», молодежные и пенсионные карты.

Это дает возможность предложить уникальный продукт для каждой социальной или возрастной категории.

- онлайн площадки, электронные платежи;

Двадцатка крупнейших банков России предоставляют клиентам возможность пользоваться своим мобильным приложением или онлайн-банком. Практически любая финансовая операция возможна на данных платформах: оформление и оплата кредитов, счетов, подача заявки на ипотеку и пр. В США электронная площадка ApplePay совмещена с глобальными карточными технологиями, такими, как ExpressPay, MasterCard PayPass, Visa PayWave, American Express. Все это является предпосылкой того, происходящие в режиме онлайн ежедневные расчеты, с каждым днем будут только расти и уже в ближайшем будущем составят более 50% всех расчетов.

Поэтому, каждый банк, в том числе и рассматриваемый нами ПАО «Сбербанк», должен регулярно обновлять и модернизировать мобильное приложение и онлайн-банк, получая обратную связь от пользователей об удобствах и минусах своих платформ.

Итого в десятку лучших программ лояльности вошли следующие банки с пакетами услуг:

1. ВТБ 24: платиновая «Карта мира»;
2. Райффайзенбанк: кредитная карта «#ВсёСразу»;
3. Кредит Европа Банк: кредитная карта Card Credit Gold;
4. Промсвязьбанк: программа PSBonus;
5. Банк «Восточный»: дебетовая «Карта № 1»;
6. Touch Bank: карта Touch Bank World (тариф Daily);
7. Кредит Европа Банк: расчетная карта Megacard с овердрафтом;
8. Бинбанк: программа «Бинбонус»;
9. ЮниКредит Банк: программа Cashback (пакеты услуг «Классический» и «Золотой»);
10. ПАО «Сбербанк»: программа «Спасибо».

Как мы видим, ПАО «Сбербанк», являясь самым надежным банком России, занимает в данном рейтинге лишь десятое место, что свидетельствует об имеющихся недостатках пакетной программы «Спасибо». Рассмотрим ее подробнее:

«Спасибо от Сбербанка» – одна из крупнейших российских банковских программ лояльности, неоднократно удостоившаяся наград премии Loyalty Awards в следующих

номинациях: «Лучшая программа лояльности финансовых институтов» и «Лучшая коалиционная программа лояльности». В настоящий момент численность пользователей программы превышает 19 миллионов.

Суть программы состоит в том, что ее участники, совершая покупки по карте, накапливают бонусы СПАСИБО, которые в дальнейшем можно обменивать на скидки в различных магазинах – партнерах программы. Минимум 0,5% от суммы сделки переводится в накопительные баллы.

Свыше 600 торговых сетей стали партнерами данной программы. Один рубль скидки равен одному бонусу СПАСИБО.

Участником программы лояльности совершенно бесплатно может стать каждый держатель карты ПАО «Сбербанк». Процесс регистрации можно осуществить по одной из трех схем: СМС сообщение, банкомат ПАО «Сбербанк», система Сбербанк Онлайн.

Плюсы данной программы лояльности очевидны, однако, имеются и определенные минусы:

- Сравнительно небольшая величина базового процента начисления бонусов с покупок (0,5%);

Исходя из учета того, что средняя российская семья тратит на базовые расходы 12 тысяч рублей в месяц, в конце года она сможет накопить, ориентировочно, чуть больше 700 бонусов СПАСИБО, что вряд ли можно считать ощутимым пополнением к бюджету.

- Количество магазинов-партнеров, предоставляющих повышенный уровень начисления бонусных баллов СПАСИБО, невелико;

- Бонусными баллами СПАСИБО нельзя оплачивать услуги ЖКХ, кредиты и пр.;

- Бонусы СПАСИБО не всегда начисляются сразу после совершения покупки;

Начисление осуществляется в течение 5 рабочих дней при покупке товаров стоимостью до 15 тыс. рублей. Если стоимость товара выше данной суммы, начисление производится в течение 40 рабочих дней.

- Бонусы СПАСИБО сгорают, если клиент пользуется картой в течение 12 месяцев;

- Бонусы СПАСИБО начисляются только за операции, совершённые в безналичной форме;

- Бонусы СПАСИБО не начисляются при обналичивании денежных средств, а также при оплате доступа в глобальную сеть, штрафов, обучения, выставленных счетов и зачислении средств на счет «Виртуального кошелька»;

- За исключением абонентов МТС, бонусы СПАСИБО не могут использоваться для оплаты услуг мобильной связи.

Все эти минусы снижают степень лояльности клиентов к продукту, либо оставляют его равнодушным к данному предложению, поэтому руководству ПАО «Сбербанк» необходимо пересмотреть некоторые аспекты бонусной программы.

Согласно исследованию, проведенному компанией Forrester Consulting, полностью удовлетворены имеющимися программами лояльности только 13% опрошенных топ-менеджеров банков.

Не довольны ее результатами вдвое больше опрошенных.

Чем больше программ появляется на рынке, тем меньше их совокупная ценность, поэтому банкам, чтобы удержаться на плаву, необходимо искать новые модели мотивации клиентов.

Итак, программы лояльности на сегодняшний день могут и должны рассматриваться, как один из наиболее эффективных способов удержания клиентов в банке.

Схематично лояльность можно изобразить так (рис. 2):

<b>Лояльность клиента = Эмоциональное вовлечение*(Выгода + Персонализация + Позитивный клиентский опыт)</b>
---

*Рисунок 2. Схематическое изображение лояльности*

Необходимо создать радость от участия в игре, ожидание получения подарка, построить взаимоотношения с клиентом таким образом, чтобы он ощутил свою значимость и почувствовал причастность к жизни банка.

Только максимальная персонификация и эмоциональное вовлечение способны привести к подобным результатам.

Главной миссией ближайшего будущего должно стать воспитание преданного клиента, пользующегося услугами одного банка.

### **Список литературы:**

1. Дубровская А. Своего не отдадим // Финанс. 2011. № 10 (389).
2. Гринюк Е. М. Управление лояльностью клиентов как инструмент повышения доходности банка // Банковское кредитование 2012. № 3.
3. Дубровская А. Повышение лояльности банковских клиентов: неожиданный подарок. URL: <http://www.rfcor.ru>.
4. Пухова Е. В. Совершенствование маркетинговой деятельности банка. URL: <http://www.econorus.org>.
5. Ибрагимова П. А. Банковский маркетинг: повышение лояльности клиентов банка: материалы Международной заочной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и управления». 2011.

## ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В РАМКАХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Мирошниченко Дарья Вадимовна*

*магистрант, Московский областной филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,  
РФ, г. Красногорск*

В последние годы в экономике государства наблюдаются определенные финансовые дисбалансы, вызванные внешними факторами – введением санкций странами Западного мира и существенным падением цен на энергоносители на мировых сырьевых рынках. Данные факторы осуществили негативное влияние на отечественный бизнес. Как итог на сегодняшнем этапе жизненного цикла, большинство субъектов предпринимательства России, нуждаются в качественном и эффективном антикризисном менеджменте. Данный процесс антикризисного управления во многом должен базироваться на оптимальной и адекватной оценке финансового положения компании в целом и ее платежеспособности в частности.

Ключевой целью антикризисного управления предприятием в современных условиях хозяйствования является эффективное управление его платежеспособностью [1, с. 2]. Оно позволяет субъекту предпринимательской деятельности оперативно решать существующие вызовы в рамках острой конкуренции и в то же время позволяет оперативно обеспечивать потребности в средствах необходимых для погашения потенциальной и реальной задолженности.

Понимание структурных изменений в экономике и бизнесе, а также оценка влияния кризиса и его возможное дальнейшее развитие служит фундаментом корпоративной политики в сфере предотвращения или смягчения отрицательных последствий для полноценной жизнедеятельности компании [2, с. 3]. Следовательно, в рамках антикризисного менеджмента необходимо полноценное и всеобщее понимание сложившейся ситуации:

- 1) этап жизненного цикла экономической системы;
- 2) вид переходного периода;
- 3) ширина прогнозируемых процессов [3, с. 5].

В таких условиях необходимо понимать, что высокий уровень платежеспособности субъекта предпринимательской деятельности позволяет увеличить доходы компании, повысить норму прибыльности и рентабельность, за счет дополнительных финансовых средств. Данный спектр мероприятий позволяет увеличить рыночную капитализацию компании, усилить инвестиционные позиции и обеспечить долгосрочную экономическую безопасность.

Комплексная оценка уровня платежеспособности субъекта предпринимательской деятельности помогает решить две ключевые задачи:

- 1) Осуществить анализ финансовых результатов деятельности фирмы в рамках конкретного временного периода;
- 2) Произвести процесс планирования и прогнозирования деятельности на основе полученных данных в долгосрочном периоде.

В условиях нестабильной экономической ситуации возникает потенциальная угроза банкротства субъекта предпринимательской деятельности [4, с. 5]. Первыми тревожными звонками в этом направлении является резкие конъюнктурные изменения в общей системе финансовой отчетности компании. К первоочередным признакам угрозы банкротства следует отнести следующие:

- 1) быстрое снижение денежной массы на расчетных счетах субъекта предпринимательской деятельности;
- 2) рост дебиторских обязательств;

- 3) дисбаланс в структуре кредиторской и дебиторской задолженности и как итог снижение общего уровня ликвидности;
- 4) рост кредиторской задолженности;
- 5) падение объема продаж [5, с. 7].

Следовательно, в условиях антикризисного управления, а также потенциально оценки банкротства предприятия менеджеру необходимо провести фундаментальный анализ финансового состояния субъекта предпринимательской деятельности, проанализировать рыночную ситуацию в отрасли деятельности компании, определить основные факторы, влияющие на кризисные явления, как на микро, так и на макроэкономическом уровне. На основе полученных результатов антикризисный менеджер и будет принимать решения об особенностях и направлениях применения антикризисных программ препятствующих банкротству субъекта предпринимательской деятельности.

Среди основных мероприятий в сфере диагностики и управления платежеспособностью компании в рамках антикризисного управления можно выделить следующие [6, с. 3]:

- введение дополнительной финансовой отчетности в рамках оценки ежедневных движений финансовых ресурсов. Определение потенциальных финансовых обязательств, наряду с оценкой наличествующих финансовых ресурсов и их эквивалентов. Учитывая сложные финансовые условия развития бизнеса в последние годы в Российской Федерации необходимо понимать, что оптимально должно поддерживаться равнозначное соотношение как денежных средств, так и кредитных обязательств. В то же время, если у компании есть возможность необходимо поддерживать объем денежных средств выше, нежели обязательства субъекта предпринимательской деятельности.

- также существует необходимость видоизменения финансовой тактики компании в сфере расчетов с поставщиками и отношений с клиентами. Необходимо произвести комплекс мероприятий направленных на построение отношений с клиентами на основе частичной (или даже полной) предоплаты. В тоже время существует острая необходимость налаживания работы с поставщиками по отсроченному платежу или в рамках товарного кредита. Что в существенной мере позволит повысить уровень платежеспособности и снизить потенциальные риски банкротства субъекта предпринимательской деятельности.

- наряду с этим существует острая необходимость дополнительного привлечения дополнительных средств за счет пересмотра стратегии деятельности компании. Необходимо произвести снижение издержек связанных с содержанием объектов недвижимости, произвести реорганизацию рабочих площадей, а часть освободившейся территории сдать в аренду.

- антикризисный менеджмент в сфере управления платежеспособностью должен быть направлен на долгосрочное снижение издержек и затрат компании, привлечение дополнительных оборотных средств, реструктуризацию действующих обязательств и кредитов. Также необходимо провести реорганизацию в сфере оптимизации налоговой политики компании и совершенствование в сфере проведения амортизационных процессов на предприятии.

Как итог вышеприведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- 1) В условиях структурных дисбалансов в отечественной экономике возникает потенциальная опасность циклического кризиса. Особенно подверженным потенциальному кризису являются малый и средний бизнес реального сектора экономики. В связи с падением уровня деловой активности, потребительского спроса, ростом процентных ставок по кредитам возникает потенциальная опасность неплатежеспособности и как итог банкротства организации. Следовательно, на сегодняшний день существует острая необходимость антикризисных мероприятий в сфере субъектов реального сектора экономики в рамках диагностики платежеспособности компаний.

- 2) Ключевым элементом антикризисного менеджмента в структуре диагностики платежеспособности субъекта предпринимательской деятельности, является разработка дополнительной внутренней финансовой отчетности, в рамках которой будет производиться

анализ всех проблемных позиций и элементов системы финансовых расчетов компании. Создание так называемых платежных календарей, в которых отображаются ежедневное движение денежных ресурсов и их эквивалентов, позволяет систематизировать денежные потоки по степени важности, а также выработать систему нивелирования негативного влияния от тех или иных операций в сфере недостаточной платежеспособности.

3) Наряду с процессами оперативной оценки платежеспособности организации в целом, а также финансовых результатов субъекта предпринимательской деятельности в целом в условиях антикризисного управления существует острая необходимость в проведении превентивных мер для недопущения кризиса неплатежей и как следствие банкротства компании. К таким операциям необходимо отнести в первую очередь: работу по частичной или полной предоплате в клиентами, внедрения работы по товарному кредиту или долгосрочному лизингу с поставщиками, поступательная диверсификация и реструктуризация кредиторской задолженности в краткосрочной перспективе.

### **Список литературы:**

1. Борисова С.Г. Антикризисное управление организацией: особенности, диагностика, выбор стратегии / С.Г. Борисова, В.С. Толмачева // Вестник Московского государственного университета печати. – 2016 г. – № 3 – С. 13-18.
2. Волосевич Н.В. Методические подходы в оценке платежеспособности коммерческих организаций / Н.В. Волосевич // Теория и практика общественного развития. – 2014 г. – № 16 – С. 99–102.
3. Герасимов Е.Б. Анализ платежеспособности компании-дебитора как фактора финансовой устойчивости торговой организации / Е.Б. Герасимов // Учет. Анализ. Аудит. – 2016 г. – №2 – С. 34–42.
4. Коваленко О.Г. Платежеспособность предприятия / О.Г. Коваленко // Вестник НГИЭИ. – 2016 г. – № 2 – С. 153–157.
5. Колмаков В.В. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия / В.В. Колмаков, С.Ю. Коровин // Вестник НГИЭИ. – 2016 г. – №3 – С. 67–73.
6. Сизых Н.В. Особенности и преимущества применения наглядных балансовых моделей для анализа финансового состояния компании / Н.В. Сизых, Д.С. Сизых // Международный бухгалтерский учет. – 2015 г. – № 25 – С. 29–46.

## АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПРОВЕРКИ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

**Наумова Ангелина Олеговна**

*студент, КНИТУ-КАИ имени А.Н. Туполева,  
РФ, г. Казань*

**Нургалеева Алия Ильгизовна**

*студент, КНИТУ-КАИ имени А.Н. Туполева,  
РФ, г. Казань*

**Шакирова Эльвира Гафисовна**

*студент, КНИТУ-КАИ имени А.Н. Туполева,  
РФ, г. Казань*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается работа автоматизированной системы проверки коммунальных услуг.

Зачастую люди даже не догадываются, что переплачивают за коммунальные услуги. Случайные и намеренные ошибки и неточности в квитанциях стали появляться всю чаще и чаще. Данная автоматизированная система позволит проверить правильность начисления коммунальных платежей и узнать, что делать в случае выявления ошибки.

В связи с активным экономическим ростом и совершенствованием новых цифровых технологий на различных промышленных предприятиях и в организациях возникает проблема оптимального и рационального управления информационными потоками.

Для функционирования любой организации или предприятия руководство обязано четко контролировать все протекающие процессы, управлять материальными и информационными потоками.

Необходимость контроля информационных потоков касается и жизни обычного человека. Разработка автоматизированных систем управления достаточно новая и актуальная задача, которая стоит перед многими организациями.

Автоматизированная система это такая система, в которой реализовываются информационные технологии и выполняются специфические функции при помощи комплекса средств автоматизации.[2].

Несмотря на достаточное количество возможностей, автоматизированная система проверки коммунальных услуг не сложна в использовании.

Применение данной автоматизированной системы может освоить на превосходном уровне даже неподготовленный пользователь.

Практически все операции автоматизированы, что ведет к достаточно весомой экономии времени. В расчетах используются не только показания счетчиков, но и принимаются во внимание актуальные действующие тарифы на ЖКУ и размер жилой площади помещения.

В данной системе любой пользователь может рассчитать или проверить необходимые выплаты за следующие виды услуг: электроснабжение, отопление, горячее и холодное водоснабжения, водоотведение и газ.

Чтобы произвести необходимые расчеты пользователю нужно знать общую и жилую площади помещения, количество жильцов в квартире, площадь квартиры, показания счетчиков (если есть) и тарифы за единицу услуги. Внося эти данные в выделенные поля (рис.1), он сможет узнать необходимую сумму для оплаты.[3].

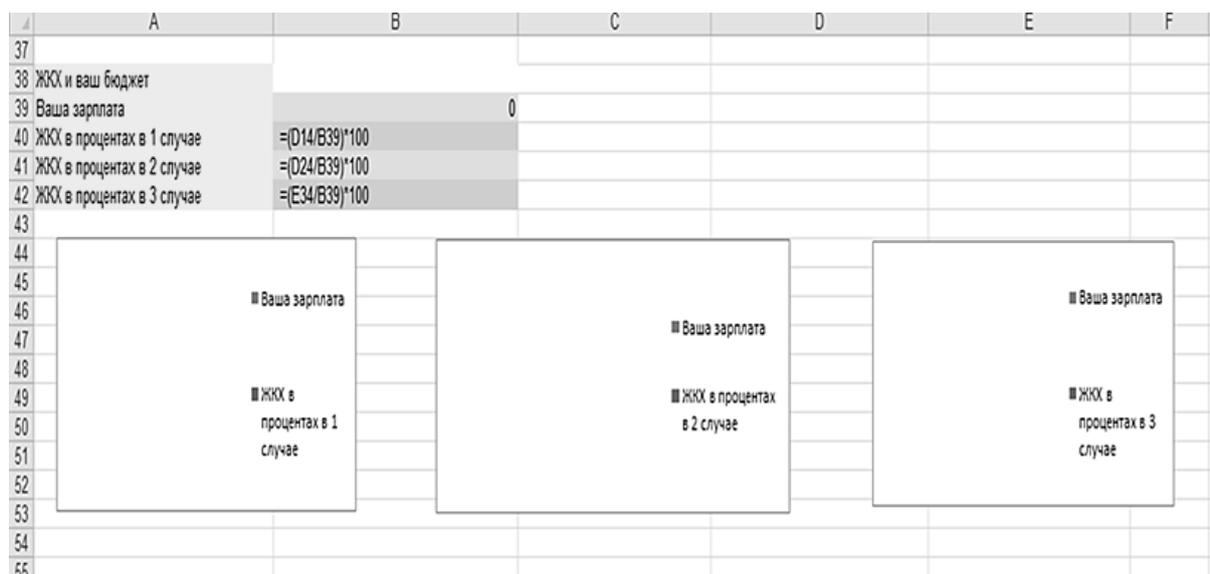
	A	B	C	D	E
1	Информация собственника квартиры				
2	Введите данные в ячейках				
3					
4	Общая площадь помещения в м2.	Жилая площадь помещения в м2.	Кол-во жильцов	Площадь вашей квартиры	
5					
6	1. В вашей квартире стоит индивидуальный счетчик				
7	Краткое наименование услуги	Тариф за единицу услуги руб.*	Показания счетчиков	К оплате	
8	Электроснабжение кВт*ч			=B8*C8	
9	Отопление Гкал				0
10	Горячее водоснабжение куб.м.				0
11	Холодное водоснабжение куб.м.				0
12	Водоотведение куб.м.				0
13	Газ куб.м				0
14			Итого к оплате:		0
15					
16	2. Отсутствие показательных приборов (общедомовых и квартирных)				
17	Краткое наименование услуги	Тариф за единицу услуги руб.*	Коэффициент или нор-тив	К оплате	
18	Электроснабжение кВт*ч			=B18*C18*C5	
19	Отопление Гкал			=B19*C19*D5	
20	Горячее водоснабжение куб.м.			=B20*C20*C5	
21	Холодное водоснабжение куб.м.			=B21*C21	
22	Водоотведение куб.м.			=B22*C22	
23	Газ куб.м			=B23*C23	
24			Итого к оплате		0
25					
26	3. Наличие общедомового счетчика				
27	Краткое наименование услуги	Т-ф или нор-тив за единицу услуги руб.*	Объем услуг по общ дом счет.	Объем услуг в нежилом помещении	К оплате
28	Электроснабжение кВт*ч				=B28*A5*D5/B5
29	Отопление Гкал				=B29*(C29-D29)
30	Горячее водоснабжение куб.м.				=B30*(C30-D30)
31	Холодное водоснабжение куб.м.				=B31*(C31-D31)
32	Водоотведение куб.м.				=B32*(C32-D32)
33	Газ куб.м				=B33*(C33-D33)
34				Итого:	

**Рисунок 1. Автоматизированная система**

Стоит отметить, что в расчетах не учитываются долги домохозяйства за предыдущие месяцы. Необходимую информацию можно узнать как из самой квитанции, так и используя портал государственных услуг РФ ([www.gosuslugi.ru](http://www.gosuslugi.ru)). Здесь так же учтено наличие индивидуальных и общедомовых счетчиков, а также их отсутствие. Проще всего рассчитать сумму к оплате при наличии индивидуальных счетчиков. Как видно по формулам на рисунке 1, тариф перемножается с показателем счетчика. Если показательные приборы отсутствуют, то вводится дополнительный коэффициент или норматив. Там, где рассчитывается электроснабжение, отопление и горячее водоснабжение, учитывается количество жильцов в квартире. При наличии общедомового счетчика, нужно так же учитывать объем услуг в нежилом помещении и вычесть показатель из объема услуг на общедомовом счетчике. Именно в данном случае необходимы все данные в первых четырех выделенных ячейках (рис.1). При расчете электроснабжения площадь квартиры делится на всю жилую площадь, для того, чтобы выявить объем услуг конкретного пользователя.[1].

Так же с помощью системы можно определить долю расходов на ЖКХ в бюджете пользователя (рис.2).

Для этого необходимо ввести заработную плату и для визуализации автоматически будет построена диаграмма.



**Рисунок 2. Расчет бюджета пользователя**

Таким образом, можно сказать, что с помощью данной системы можно не только проверить правильность счетов за коммунальные платежи, но и рационально использовать свои финансы.

В случае найденной ошибки пользователи имеют право обратиться к исполнителям услуг. Мы рекомендуем быть более осознанным при платежах.

**Список литературы:**

1. Ахмадиев Р.Я., Мингалеев Г.Ф., Гарифуллин Р.Ф. Применение принципов бережливого производства в формализации бизнес-процессов в техническом университете // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2015. № 1. С. 148-152.
2. Автоматизированная\_система // [Электронный ресурс], доступ: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Гарифуллин Р.Ф. Повышение безопасности логистических операций за счет внедрения носимых устройств // Вестник НЦБЖД. 2016. № 4 (30). С. 11-14.
4. Гарифуллин Р.Ф. Стратегии, планирование и достижение цели // Экономика, предпринимательство и право. 2011. № 6. С. 11-17.

## ИМИДЖ МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ В РОССИИ

*Рыбникова Валерия Игоревна*

*студент, Российский Государственный Гуманитарный Университет,  
РФ, г. Москва*

Цифровая и инновационная ориентация современных экономических систем значительно усложняет процессы современного хозяйствования. Постоянное увеличение числа экзогенных и эндогенных факторов влияния, массивов данных, влияющих на принятие экономических решений, повышают значимость деятельности экономических субъектов, профессионально оценивающих различные стоимостные объекты для формирования эффективных рейтингов. На финансовом рынке главными оценщиками выступают рейтинговые агентства – организации, специализирующиеся на оценке кредитоспособности эмитентов долговых обязательств и анализе вероятных рисков для инвесторов [3, с. 307]. Деятельность рейтинговых агентств – это профессиональная деятельность, которая осуществляется на постоянной основе и в совокупности состоит из подготовки, присвоения, подтверждения, пересмотра, отзыва кредитных рейтингов, прогноза по кредитным рейтингам, которая основана на анализе информации и в соответствии с методологией сопровождается распространением информации о присвоенных рейтингах и прогнозах любым способом, обеспечивая доступ к ней неограниченному кругу лиц [8, с. 80]. По результатам мониторинга и собственных исследований агентства присваивают кредитные рейтинги, тем самым облегчая или затрудняя доступ эмитентов и заёмщиков к привлекаемым ими ресурсам. Сегодня, в условиях ужесточающийся международной конкуренции, присвоение кредитных рейтингов зачастую превращается в инструмент влияния на динамику развития экономики государств и конкурентоспособность отечественного бизнеса.

В условиях неблагоприятной политической и экономической конъюнктуры все более интересным вопросом становится осмысление трансформации имиджа международных рейтинговых агентств в России. Многоаспектность данной проблемы подчеркивает тот факт, что именно имиджево-репутационная политика приобретает особую значимость в эпоху информационного общества, выступая неотъемлемым компонентом эффективного функционирования организации внутри политического, культурного и социально-экономического пространства. Имидж можно определить как инструмент социально-экономического воздействия, позволяющий сформировать мнение о компании, адекватное запросам целевого сегмента и других контактных аудиторий, позволяющее отделить организацию от конкурентов, сформировать успешный бренд и использовать его как фактор успешного развития. Имидж является предметом исследования самых разных научных дисциплин: социологии и маркетинга, экономики и права. Каждая из них акцентирует внимание на каких-то особенных аспектах этого многогранного феномена, анализируя такие взаимосвязанные элементы имиджевой политики, как престиж (в социологии), гудвилл (в управленческом и бухгалтерском учете); бренд (в маркетинге), репутация и репутационный капитал (в менеджменте).

Мировой рынок кредитных рейтингов в настоящее время представляет собой ярко выраженную олигополию. Всего в мире насчитывается более 100 рейтинговых агентств, но на "Большую тройку" агентств приходится около 90% этого рынка: Standard & Poor's (S&P) – 40%, Moody's – 40% и Fitch – 10%. Это является объективной возможностью существенно влиять на большинство принимаемых решений в любой, в том числе кризисной, политикоэкономической ситуации.

Имидж и оценочное восприятие эффективности и объективности работы рейтинговых кредитных агентств в первую очередь связано с реактивной оценкой выставленных индексов относительно последовавших событий. Так, ведущие рейтинговые агентства не смогли предвидеть кризис недвижимости в США и предупредить инвесторов о проблемах в

крупнейших компаниях, таких как: Enron, AIG и др. При этом рейтинговые агентства до самого момента банкротства Enron оставались в неведении относительно происходящих кризисных процессов и присваивали фирме высокие рейтинговые показатели. Особым нареканием агентства подверглись во время кризиса 2008 года, когда компаниям, испытывавшим серьёзные финансовые трудности и даже ставшим причиной кризиса, присваивались достаточно высокие инвестиционные рейтинги. Провалы рейтинговых агентств в оценке развивающихся стран, по статистике Конференции ООН по торговле и развитию, были ещё более масштабны. Именно тогда впервые у ряда ведущих инвесторов появились сомнения в профессиональной компетентности рейтинговых агентств "Большой тройки" [3, с. 310]. Это вызвано тем, что в рейтинговой отрасли зачастую стал доминировать коммерческий интерес в оценке рисков.

Как подчеркивает Ошерович И.Л., негативное воздействие на имидж рейтинговых агентств оказывает сама специфика их функционирования, связанная с тем, что основными источниками финансирования рейтинговых агентств являются сами эмитенты, которые оплачивают факт их включения в рейтинги. Эмитенты ежегодно вносят оплату за получение независимой оценки своих долговых обязательств. Услуги по присвоению рейтинга оплачивает сам эмитент актива, который, в свою очередь, почти всегда заинтересован в максимально возможной оценке, что может оказывать определенное (специальное или непреднамеренное) влияние на качество оценок, рассматриваемых в конечном итоге как общественностью и инвесторами как несовершенные, субъективные, зачастую некорректные, вследствие чего происходит систематическое завышение рейтингов [6, с. 52]. Кроме того, объективность рейтингов, определяемая потребностями информационной экономики, сочетается с их субъективным характером, поскольку они формируются специалистами, которые подвержены разного рода психозкономическим воздействиям, находятся в плену каких-то устойчивых, но не обязательно правильных представителей, а иногда и заведомо искажающих действительность [5, с. 135]. Вместе с тем, по оценкам Самиева П.А., управляющего директора Национального рейтингового агентства России, критика рейтинговых агентств, связанная с неэффективной оценкой предкризисной устойчивости облигаций, приведшая по сути к мировому финансовому кризису 2007-2008 годов, часто является конъюнктурной и смещением акцентов лишь на скандальные случаи [10].

Если западные государственные структуры и представители бизнеса беспокоятся о некорректном завышении рейтингов, которые приводят к кризисам, то Россия (как и другие развивающиеся страны) давно выражает недовольство обратной ситуацией — занижением оценок и государства как заемщика, и компаний, действующих в стране. Несколько крупных российских государственных компаний уже отказались от услуг агентств "большой тройки". По мнению члена Совета Федерации РФ Пушкина А.К., действия "большой тройки" характеризуются высокой степенью ситуационного субъективизма и политической ангажированностью, ввиду чего рейтинговые агентства являются органически встроенными в экономическую войну США против РФ, выставляя оценки на 80% объясняемые политической конъюнктурой "независимые", почти синхронно с заявлениями Государственного Департамента США [11]. Несомненно, что публикации крупными западными агентствами, под влиянием американской политической элиты "правильных" международных рейтингов серьезно снизили доверие к российским компаниям и финансовым учреждениям, деструктивно воздействуя как на имидж отечественных компаний зарубежом, так и на имидж самих рейтинговых агентств в России. Подобный негативный имидж крупнейших рейтинговых агентств разделяется не только российскими экспертами: согласно Йохану Санио, президенту Федерального управления финансового надзора Германии (BaFin), рейтинговые агентства — это крупнейшая бесконтрольная сила в глобальной финансовой системе. По мнению обозревателя The New York Times Томаса Фридмана "в мире известны две супердержавы: это США и Moody's" [3, с. 311]. В его высказывании о том, что если США способны уничтожить иностранное государство военным путём, то

рейтинговое агентство способно сделать его банкротом, просто снизив его рейтинг по долговым обязательствам, присутствует достаточно большая доля истины. Если говорить о причинах подобных психологических рейтинговых "атак" на экономику России, можно усмотреть определенную связь с внешнеполитическими событиями, казалось бы, связанными с экономикой страны только косвенно. В связи с кризисом на Украине, развивающимся по одному из не самых благоприятных для России сценариев, неизбежен рост попыток США оказать политическое и экономическое давление на Россию.

Согласно председателю комитета Госдумы по финансовым рынкам Аксакову А.Г., по отношению к России рейтинговые агентства откровенно необъективны, поскольку при оценках российских компаний и нашей страны в целом "большая тройка" применяет непонятные и непрозрачные критерии [10]. Однако существует и другая точка зрения, связывающая негативное восприятие действий мировых рейтинговых агентств в России не с их политизированностью и субъективизмом, а с объективной спецификой методологии, более глубоким (относительно российских и культурных агентств) учетом факторов риска и уровня развитости институциональной среды, а также культурной дифференциацией.

Итак, огромные массивы информации, порождаемые функционированием хозяйственных и иных субъектов мировой экономики, их взаимодействием и взаимозависимостью, выдвигают объективную потребность в формализованных оценках ее основных характеристик, их упорядоченности и стандартизации. Эта объективная потребность, порожденная информационной революцией, реализуется технологическими возможностями создания и использования инструментов оценки конъюнктуры рынка. Рейтинги (рэнкинги) стали важным информационным, аналитическим инструментом в современных международных экономических отношениях, в осуществлении и развитии бизнес-процессов, регулировании векторов международного предпринимательства. В настоящее время сложилась система отношений в бизнесе, основанная на рейтинговом сознании. Подобное влияние кредитных рейтинговых агентств, усугубляемое олигополистичной структурой рынка в данном сегменте (на "Большую тройку" – Standard & Poor's, Moody's, Fitch – приходится около 90% этого рынка), повышает ценность и влияние решений, принимаемых данными агентствами, но, в то же время, усиливает обратное воздействие выставленных оценок на воспринимаемый имидж и репутацию данных компаний. Имидж рассматриваемых агентств в современной России преимущественно формируется на деструктивных (с позиции самих агентств) предпосылках о прямом политическом влиянии США, объективно превращающем международные финансовые и кредитные рейтинги в один из инструментов ведения экономической войны. Очевидно, что в условиях экономических санкций и острого политического конфликта между Россией и западными странами рейтинги, присваиваемые "Большой тройкой", стали политически мотивированными и, к сожалению, выступили одним из препятствий для улучшения ситуации на рынках заимствований и развития финансовой системы в нашей стране. Вместе с тем, данные обстоятельства снижают и саму ценность "Большой тройкой" в восприятии российского инвестора, прямо демонстрируя необъективность выполняемой работы. Данные тенденции положительно воздействуют на имидж национальных рейтинговых агентств ("Эксперт РА", Национальное рейтинговое агентство, АК&М, RusRating), поддерживаемых российским государством и крупными инвесторами, представляющими более объективную неполитизированную информацию со значительно более корректным учетом факторов национальной специфики. Представляется, что для трансформации имиджа в позитивном направлении в восприятии российских субъектов рынка, представителям рейтинговых агентств необходимо не только развивать политику транспарентности оценок, но и преднамеренно демонстрировать аудиториям оценочные решения, антагонистичные официальной политической линии Соединенных Штатов Америки.

**Список литературы:**

1. Авдокушин Е.Ф. Рейтингономика как инструмент финансовой экономики // Вопросы новой экономики. 2014. № 2 (30). С. 4-12.
2. Будкевич А.Г. Оценка достоверности прогнозов рейтинговых агентств // Экономика в промышленности. 2014. № 4. С. 121-123.
3. Галяева Л.Е., Котляр Е.А. Тенденции развития деятельности кредитных рейтинговых агентств в России // Вестник Воронежского ГУИТ. 2016. № 2 (68). С. 307-313.
4. Карташов К.А. Международные рейтинговые агентства – диссонанс развития конкурентоспособности национальных экономик в современных реалиях // Фундаментальные исследования. 2014. № 11-5. С. 1108-1113.
5. Кратковский Д.В. Качество мировых рейтингов России и их объективность // Национальная Ассоциация Ученых. 2015. № 2-1 (7). С. 134-135.
6. Ошерович И.Л. Проблема актуальности деятельности ведущих международных рейтинговых агентств Standard&Poor's, Moody's, Fitch // Экономика, социология и право. 2015. № 11. С. 49-55.
7. Печников В.Н. Рейтинговые агентства и их роль в современной экономике // Финансы Башкортостана. 2016. № 3 (069). С. 77-80.
8. Самойлова Я.В. Рейтинговые агентства: зарубежный и российский опыт // Ученые записки Международного банковского института. 2016. № 16. С. 80-89.
9. Цареградская Ю.К. Кредитные рейтинговые агентства как субъекты финансовых правоотношений // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 3 (88). С. 56-60.
10. Лента. Буревестники кризиса. URL: <https://lenta.ru/articles/2017/01/17/rating/>
11. РИА Новости. Пушков: рейтинговые агентства участвуют в экономической войне США с РФ. URL: <https://ria.ru/economy/20150201/1045316328.html>

## СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕЖДУНАРОДНОГО РЕЙТИНГОВОГО АГЕНТСТВА MOODY'S В РОССИИ

*Рыбникова Валерия Игоревна*

*студент, Российский Государственный Гуманитарный Университет,  
РФ, г. Москва*

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие имиджа, специфические факторы, которые влияют на его формирование. Описывается важность формирования имиджа рейтингового агентства, на примере агентства Moody's, анализируются проблемы формирования имиджа агентства на российском рынке, а также основные инструменты его формирования, применяемые в Moody's.

**Ключевые слова:** имидж; рейтинговое агентство; Moody's; инструменты формирования имиджа.

В настоящее время формирование имиджа становится важным для любого социального субъекта, который стремится организовывать эффективное взаимодействие со всеми своими контактными аудиториями. Это связано с тем, что сформированный положительный имидж — является одним из необходимых условий достижения этим объектом устойчивого и продолжительного успеха.

В связи с тем, что имидж является нематериальным и многогранным понятием как с точки зрения его создания, так и восприятия, то в настоящее время нет единого подхода к его определению. Несмотря на то, что понятие имиджа формировалось в течение долгого времени. Особое внимание со стороны специалистов оно получило только в середине XX века.

Термин имидж заимствован из английского языка, где «image» имеет несколько значений, которые на русский язык можно перевести как: образ, изображение, отражение, сходство, идол, метафора, репутация, лицо, престиж [1].

Как видно из перевода данного понятия возможность дать ему четкое определение затрудняется его многозначностью в языке происхождения. Также стоит обратить внимание на то, что «имидж» обозначает не только понятия «образ» и «лицо», как это часто принято считать, но и имеет такие важные значения, как отражение, идол, репутация. Так в англоязычных странах в литературе по формированию имиджа он определяется, как «отражение в психике человека в виде образа тех или иных характеристик объекта или явления» [5, с. 14].

Многозначность понятия имиджа связана также и с тем, что он определяется по-разному различными социогуманитарными науками: психологией, связями с общественностью, имиджелогией. Так, в имиджелогии рассматривается следующее определение: «имидж – это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта, содержит в себе значительный объём эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определённым социальным поведением» [2, с. 18].

В рамках данного определения стоит отметить, что имидж и образ не тождественные между собой понятия, так как образ складывается произвольно, а имидж формируется целенаправленно.

В связях с общественностью представлены следующие основания определения имиджа: отражение того, как та или иная часть общественности воспринимает предмет PR-кампании [3, с. 308]; заявленная (идеальная) позиция, т. е. такая, которую персона или организация спланировали и намереваются продвигать в целевые группы [8, с. 154].

Данные определения отходят от понятия образа в описании имиджа, а делают акцент на том, что имидж – это специально спланированное формирование восприятия целевой

аудиторией некоторого объекта. Для понятия имидж можно выделить следующие ключевые характеристики, которые определяют специфику его формирования:

- не подлежит прямому измерению, оценить его можно лишь по отношениям, проявляющимся в общении, деятельности, выборе;
- должен быть целостным и непротиворечивым, соответствующим однозначным обобщенным представлениям;
- неустойчив, нуждается в постоянном подкреплении;
- должен содержать ограниченное число компонентов, не быть слишком сложным;
- должен быть в какой-то мере реалистичным, явное приукрашивание приводит к снижению доверия;
- должен быть ориентированным на ограниченный круг задач;
- должен вызывать эмоциональный отклик [3, с. 310].

Несмотря на различия в подходах к определению имиджа, большинство специалистов сходятся во мнении о его главной функции или назначении, которая состоит в формировании положительного отношения к определенному социальному субъекту. Чаще всего имидж формируется для известных персон (творческих и политических), компаний, брендов, товаров и др. В рамках данной работы таким социальным субъектом по формированию имиджа выступает рейтинговое агентство Moody's.

Рейтинговое агентство Moody's входит в тройку крупнейших международных рейтинговых агентств наравне с агентствами Fitch Ratings и Standard & Poors, которые отличаются разными подходами к оценке и присвоению рейтингов. Агентство присваивает международные и национальные рейтинги, которые называются рейтингами дефолта эмитента. Методика агентства Moody's имеет важное отличие от других агентств: основным событием, вероятность которого показывает рейтинг, является не сам дефолт, а тот факт, что инвесторы понесут потери при его наступлении [7].

Moody's было основано в 1909 году в США, сейчас у компании 24 представительства в мире. В России и СНГ агентство Moody's представлено российским филиалом агентства Moody's Investors Service, который присваивает рейтинги Moody's по глобальной шкале, и компанией Мудис Восточная Европа (Moody's Eastern Europe - МЕЕ).

На российском рынке рейтинговое агентство Moody's присваивает рейтинги и публикует независимые заключения о кредитоспособности эмитентов и кредитном качестве выпускаемых ими ценных бумаг. Агентство присваивает рейтинги долговым обязательствам банков, корпораций, страховых компаний, фондов доверительного управления, региональных и местных администраций, государств, международных образований. Moody's также присваивает рейтинги структурированного финансирования [10].

В условиях, когда международные рынки капитала более чем когда-либо зависят от кредитных рейтингов, рейтинги агентства Moody's дают большие преимущества и открывают новые возможности как эмитентам, так и инвесторам. Инвесторы используют рейтинги агентства Moody's для определения кредитного риска покупаемых или продаваемых ими ценных бумаг с фиксированным доходом.

В связи с такой важной ролью на рынке, для рейтингового агентства Moody's большую роль играет формирование специфического имиджа, связанного с авторитетностью, экспертностью и надежностью формируемых им рейтингов, так как от этого зависит восприятие агентства инвесторами и эмитентами, СМИ, представителями государственных органов, с которыми агентство ведет сотрудничество, так как присвоение рейтинга является коммерческой услугой.

На российском рынке агентство Moody's в последние годы сталкивается с определенными трудностями, связанными с формированием собственного положительного имиджа. К таким факторам относятся:

1. Напряжение внешнеполитической ситуации между Россией и США (агентство является американской компанией) в связи с чем оно часто обвинялось представителями

государственных органов в предвзятости в выставлении рейтингов России и ее ключевым национальным компаниям [4];

2. Рейтинговое агентство Moody's не предоставляет гарантий за результат своих исследований и не разглашает в полном объеме используемую методологию, что снижает доверие некоторых инвесторов и эмитентов к агентству, требует больших усилий по формированию доверительного имиджа [6];

3. Многие эксперты указывают на то, что, являясь международным агентством, Moody's недостаточно учитывает национальную специфику российского рынка, что ведет к искажениям в рейтингах [6].

При этом спецификой формирования имиджа рейтингового агентства также выступает и то, что наличие положительного рейтинга дает эмитентам возможность предлагать свои ценные бумаги более широкому кругу инвесторов, снижает процентные ставки, а также положительно влияет и на его имидж и репутацию. Таким образом, от благоприятного имиджа агентства Moody's во многом зависит и имидж его клиентов, что также обуславливает важность его формирования и поддержания.

В целом, для преодоления существующих проблем, формирования имиджа надежного, независимого и авторитетного рейтингового агентства на российском рынке агентством Moody's используются следующие технологии:

1. Увеличение открытости и прозрачности деятельности, раскрытие основных положений в формировании рейтингов путем публикации подробной информации о рейтинговом процессе агентства Moody's, перечня инсайдерской информации на русском языке на официальном сайте компании [10];

2. Event-мероприятия, направленные на установление коммуникаций с контактными аудиториями. К примеру, агентство ежегодно проводит конференцию в Москве Moody's Emerging Markets - 12th Annual Russia & CIS Summit, на которой происходит обсуждение основных кредитных драйверов, политических рисков и последних и наиболее влиятельных региональных тенденций [9].

3. Медиарелейшенз, в рамках которого агентство Moody's взаимодействует со всеми основными российскими СМИ, которые пишут на экономическую и бизнес-тематику. Агентство осуществляет рассылку пресс-релизов в СМИ, предоставляет комментарии и интервью специалистов на различные темы, что формирует имидж экспертности через СМИ.

4. E-mail маркетинг, направленный на регулярные коммуникации с эмитентами и инвесторами через актуальные e-mail рассылки на актуальные темы, получение различных отчетов, прогнозов, что способствует формированию доверия к агентству, имиджа авторитетного агентства, открытого общению со своими клиентами. Для получения рассылки от агентства необходимо зарегистрироваться на сайте, что также дает доступ к расширенной информации об эмитентах.

Несомненно, на имидж агентства Moody's на российском рынке, помимо указанных мероприятий и технологий, влияет надежность и точность выдаваемых прогнозов, формируемых рейтингов, поэтому от качественной работы специалистов агентства, понимания специфики российского рынка, также существенно зависит формирование его положительного имиджа.

#### **Список литературы:**

1. Англо-русский словарь АБВУУ Lingvo Live [электронный ресурс]: <https://lingvolive.ru/translate/en-ru/imige>
2. Квеско Р.Б., Квеско С.Б. Имиджелогия. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 116 с.
3. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2012. – 384 с.

4. Могут ли наши рейтинговые агентства отобрать работу у S&P, Moody's и Fitch? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://republic.ru/economics/v\\_reytingovykh\\_otsepkakh\\_bolshoy\\_troyki-1084361.xhtml](https://republic.ru/economics/v_reytingovykh_otsepkakh_bolshoy_troyki-1084361.xhtml) (дата обращения: 07.10.18)
5. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: Омега-Л, 2009. – 266 с.
6. Плата за имидж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=5279951> (дата обращения: 07.10.18)
7. Рейтинговое агентство Moody's [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/wikibank/moodys/> (дата обращения: 07.10.18)
8. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс. – 2016. – 160 с.
9. 12-я ежегодная конференция агентства Moody's [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/wikibank/moodys/> (дата обращения: 07.10.18)
10. Moody's в России и СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://events.moody.io/events/russia-cis-summit-ru> (дата обращения: 07.10.18)

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОБИЗНЕСА В ГЕРМАНИИ

*Стегний Анастасия Богдановна*

*магистрант Донского государственного технического университета  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Деятельность экспобизнеса на современном этапе реализуется на основе функций, которые различаются в зависимости от направления деятельности участников, стабильного развития рынка, и социально-экономических составляющих данного рынка. Стоит обратить внимание, что, во-первых, экспобизнес представляет собой высокопроизводительный аппарат экономической сферы, способствующий эффективному внедрению товаров, услуг и других форм деятельности компаний на внутренние и внешние рынки. А, во-вторых, экспобизнес функционирует в виде обычной предпринимательской деятельности, устанавливающей деловые контакты между партнерами внутренних и внешних площадок [1, с. 67].

В связи с чем, представляется актуальным провести анализ преимуществ реализации экспомероприятий для всех участников этого процесса. Так, по заказу Европейской школы бизнеса, Международная ассоциация выставочной индустрии разработала макро-экономическую модель преимуществ реализации экспомероприятий. Данная модель разъясняет взаимосвязь разнообразных количественных преимуществ реализации экспомероприятий [1, с. 95]:

1. К первичному благу относится профит для участников и посетителей, например, рост объемов сбыта для первых, и снижение цен на поставку экспотоваров для вторых.

2. К вторичному благу относится профит для региона, выступающим местом проведения экспомероприятий, от потоков денежной массы и формирования рабочих мест.

3. К долгосрочному благу относится долгосрочный профит всех участников разных уровней экономики по отношению к краткосрочному профиту.

Результативность данной модели определяется на основе итога процесса, который характеризуется созданием рабочих мест, роста благосостояния населения, улучшением имиджа всего региона или отдельной страны.

Экспоуслуги на мировом рынке выступают, стремительно растущим и активно укрепляющим свои позиции, сектором. В связи с чем, в статье поднят вопрос о количественных и качественных показателях глобального выставочного пространства на примере Германии как крупнейшего организатора международных выставок и ярмарок.

Выставочное пространство представляет собой помещения, специально созданные экспоцентром, или иные помещения, например, отели, арены, спортивные площадки, предназначенные для проведения потребительских или общественных выставок на регулярной основе. Понятие выставочной площади включает в себя объем валовой выставочной площади на территории, систематически продаваемой, арендуемой, лицензируемой, используемой для проведения экспомероприятий [3]. Общая площадь выставочных площадей во всем мире составляла в 2017 34,6 млн. м<sup>2</sup>.

*Таблица 1.*

**Анализ выставочного пространства во всем мире на 2018 год [5]**

<b>Регион:</b>	<b>Число экспокомплексов:</b>	<b>Объем вместимости, млн. м<sup>2</sup>.</b>	<b>Доля в мире, %</b>
Европа	496	15,6	46
Северная Америка	394	8,17	24
Азиатско-Тихоокеанский регион	203	8,22	20
Центральная и Южная Америка	60	1,2	4
Ближний Восток и Африка	59	1,4	4

К странам-лидерам этого рейтинга относят США (выставочное пространство - 6,8 млн. м<sup>2</sup>, доля на мировом рынке - 19,8 %), Китай (выставочное пространство - 5,7 млн. м<sup>2</sup>, доля на мировом рынке - 16,6 %), Германия (выставочное пространство - 3,2 млн. м<sup>2</sup>, доля на мировом рынке - 9,3 %).

Подробно остановимся на Германии, которая является крупнейшим организатором международных выставок и ярмарок. Общая сумма доходов немецких компаний в 2017 году достигла 3,9 млрд. евро в 2017 году. Одной из особенностей немецкого экспобизнеса выступает международная привлекательность, поскольку больше половины экспонентов являются зарубежными представителями, третья часть которых представляют страны, находящиеся за пределами Европы. Немецкие экспоплощадки ежегодно привлекают более 50 000 экспонентов и 6 000 000 посетителей, что связано с функциональными возможностями выставочных площадей.

Таблица 2.

## Топ-10 мест проведения экспомероприятий в Германии за 2017 год [8]

Город	Экспокомплекс	Площадь, тыс. м <sup>2</sup>
Ганновер	Messe Hannover	463,3
Франкфурт	Messe Frankfurt	366,6
Кёльн	Koelnmesse	284,0
Дюссельдорф	Messe Duesseldorf	261,8
Мюнхен	Neue Messe Muenchen	180,0
Берлин	Expo Center City (Messe Berlin)	170,0
Нюрнберг	Nuernberg Messe	170,0
Лейпциг	Leipziger Messe	111,3
Эссен	Messe Essen	110,0
Штутгагт	Messe Stuttgart	105,2

Немецкий экспобизнес держит свои лидирующие позиции. Такой расклад подтверждает всевозрастающим количеством экспомерпориятий, проходящих на территории Германии. Так, согласно данным Ассоциации немецких торговых ярмарок (AUMA) в текущем году немецкими организаторами было проведено более 300 крупных зарубежных экспомероприятий в 38 странах. Основная тематика выставок - промышленные отрасли, автоматизация, строительная техника, энергетика, пищевая промышленность, транспортная отрасль, машиностроение, текстильная промышленность, сельское хозяйство [7].

Большую роль в развитии немецкого экспобизнеса играет активная работа Федерального Министерства экономики и технологий Германии, Ассоциации немецких торговых ярмарок [8].

Специфика немецкого экспобизнеса также заключается в активном взаимодействии участников на национальных и мировых рынках. В системе национального экспобизнеса наибольшее распространение получила концепция B-to-B [6]. То есть, экспокомпании реализуют деятельность не только на конечного потребителя, но и на компании, работающие в этой сфере. Такое взаимодействие проявляется во взаимной информационной, торгово-закупочной, экономической и другой помощи. В связи с этим, экспобизнес предполагает встречи с деловыми партнерами, совместную оценку продуктов и услуг, обсуждение сильных и слабых сторон функционирования экспорынка.

Основные цели и задачи участников немецкого экспобизнеса заключаются в расширении своей клиентской базы, удержании постоянных клиентов и постоянном расширении тематики международных и национальных выставок. Поэтому, экспобизнес имеет сильные позиции в области коммуникаций для бизнеса.

Таким образом, для немецкого экспобизнеса характерна высокая степень интернационализации выставочной деятельности, что выступает преимуществом в глобальной конкуренции на данном рынке. Однако, можно выделить и факторы, подрывающие деловую

репутацию немецкого экспобизнеса на национальном и мировом рынках, такие как рост конкуренции, нестабильное экономическое положение ЕС, вызванное неконтролируемыми потоками мигрантов, ослабление партнерских связей ЕС.

**Список литературы:**

1. Стровский Л.Е. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский. — : учебное пособие. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 288 с.
2. Симонов К.В. Экспоиндустрия в условиях глобализации, интеграции и специализации // Москва: Экономика, социология и право. – 2016 - № 4 – С. 92-95.
3. Выставочное пространство. Принципы проектирования выставочного пространства <http://www.exposentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/vystavochnoe-prostranstvo/>
4. Федеральное министерство экономики и энергетики (BMWi). URL: [https://www.german-pavilion.com/content/ru/german\\_pavilion/bmwi.php](https://www.german-pavilion.com/content/ru/german_pavilion/bmwi.php) (дата обращения: 02.10.2018)
5. Center for Exhibition Industry Research. URL: : [www.exhibitionsmeanbusiness.org](http://www.exhibitionsmeanbusiness.org) (date of appeal: 04.10.2018)
6. German trade fair industry: facts, functions, outlook. - AUMA, Germany, Berlin. URL: <http://www.auma.de/en/downloadpublications/seiten/thegermantradefairindustry.aspx> (date of appeal: 08.10.2018)
7. Serving the trade fair industry. - AUMA, Germany, Berlin. URL: <http://www.auma.de/en/downloadpublications/seiten/thegermantradefairindustry.aspx> (date of appeal: 09.10.2018)
8. UFI World Map of Exhibition Venues 2018 UFI World Map of Exhibition Venues Country Profile Germany. URL: [www.ufi.org](http://www.ufi.org) (date of appeal: 10.10.2018)

## ПЕРЕХОД БИЗНЕСА К ДТ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПОВСЕДНЕВНУЮ ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ

*Юрчик Лидия Александровна*

*студент Петрозаводского государственного университета,  
РФ, г. Петрозаводск*

Цифровые технологии стремительно меняют мир вокруг нас. Наши привычки, работа, общение – все переосмысливается, упрощается и совершенствуется благодаря digital.

Два года назад журнал Fortune спросил генеральных директоров крупнейших компаний мира, которые входят в топ-500 (Fortune Global 500 List) о том, какие вызовы они считают самыми серьезными для своих компаний. Больше 70% опрошенных ответили: скорость появления инноваций.

Кроме того, сегодня практически каждый человек, в той или иной мере, пользуется гаджетами и современными цифровыми сервисами, то есть главным драйвером изменений выступает сам потребитель.

Digital-бизнес обгоняет традиционный: в рейтинге глобальных брендов Interbrand Топ-100 Apple и Google ещё в 2013 году опередили постоянного лидера списка Coca-Cola. Секрет успеха самых дорогих компаний в стратегии, ориентированной на будущее. Они удовлетворяют не только существующие потребности, но и те, которые пользователи еще не осознали. Здесь и возникает такое популярное сегодня понятие, как digital transformation или цифровая трансформация.

Цифровая трансформация – изменение бизнес-процесса с помощью современных цифровых технологий, происходящее под воздействием конкуренции. Сегодня более 60% крупнейших мировых корпораций уже работают над своей стратегией digital-трансформации.

Стоит отметить, что цифровая трансформация – это не столько про сами технологии, сколько про стратегию. Ведь кто знает ответ на вопрос какие технологии нужно изучать сегодня, чтобы быть в выигрышном положении через пять лет? Основой digital-трансформации является разработанная стратегия, реализация которой затрагивает проработку шести направлений:

- 1) Клиентский сервис;
- 2) Партнерство и коллаборации;
- 3) Работа с данными;
- 4) Внедрение инноваций;
- 5) Ценность;
- 6) HR-стратегия

Чтобы лучше понять, что из себя представляет ДТ, рассмотрим конкретные примеры цифровых технологий, которые уже существуют. А для наглядности представим день обычного человека по имени Аркадий.

Аркадий не любит ранние пробуждения, но сегодня у него важный день. Так как ему сложно вставать по утрам, то он использует приложение Good Morning, которое отслеживает циклы сна и мягко будит Аркадия в самое оптимальное для его организма время. После того, как будильник сработал, Good Morning прислал Аркадию статистику о качестве его сна и рекомендации по его улучшению.

У Аркадия бронхиальная астма, но режим его дня не позволяет ему должным образом следить за своим состоянием, поэтому родители подарили ему цифровой ингалятор, который контролирует его болезнь и напоминает о приёме лекарства в течение дня. И даже умывается Аркадий только с помощью «умной зубной щетки» от P&G, которая контролирует все, что только возможно и позволяют передавать информацию удаленно.

Вообще Аркадий работает фрилансером, но параллельно он ищет себе офисную работу. Он оставил резюме на сайте HeadHunter и ждёт уведомлений о том, что им заинтересовались.

И вот сегодня ему повезло. Отель Four Points выбрал его анкету при первичном отборе. Ему позвонили по Skure. Девушка на экране представилась: «Добрый день, меня зовут Вера, я – робот, звоню по поводу работы». После короткого разговора с рекрутером-роботом Аркадия пригласили на собеседование с HR-ом в саму компанию.

Сегодня хорошая погода, он решил прогуляться пешком. Проходя вдоль своего двора, Аркадий снова подумал, что как же хорошо, что он живёт в новом строительном комплексе, где установлены «умные урны», которые самостоятельно уплотняют мусор и посылают сигналы при наполнении в централизованную службу сервиса.

Вот Аркадий добрался до отеля. Собеседование прошло отлично. Здесь он узнал, что абсолютно все номера в отеле оснащены системой SPG Keyless, которая позволяет гостям зарегистрироваться и получать доступ к своей комнате с помощью цифрового ключа на смартфоне. На завтра Аркадия пригласили на финальное собеседование с финансовым директором. Он радостный от этой новости, позвонил маме. Они договорились встретиться. Так как времени до встречи оставалось не много, Аркадий воспользовался приложением Uber, чтобы вызвать такси.

Мама Аркадия, Агата, делает ремонт на кухне. Она очень долго придумывала дизайн помещения, пока не увидела рекламу нового магазина, который использует технологию смешанной реальности и HoloLens, чтобы их клиент смог создавать кастомный дизайн для своей кухни. Это только пилотный проект, но он показался Агате очень полезным. Находясь в демонстрационном зале, она смогла собрать собственный дизайн кухни из всех доступных товаров в магазинах, с помощью простых жестов.

После она пришла на встречу с сыном в кафе Pauling. При заказе кофе Агата и Аркадий заметили, что у сотрудницы кафе установлена веб-камер над кассой. Оказалось, что камеру в кафе используют для оценки сервиса. Она анализирует качество обслуживания и удовлетворённость клиента в режиме реального времени. А кофе нашим героям принесли в «умных кофейных чашках», использующие тепловую энергию кофе для показа изображений на чашке.

Мама рассказала Аркадию, как вчера они с папой ходили по обувным магазинам, но так и не смогли подобрать ему подходящую обувь. Тогда Аркадий порекомендовал маме зайти в виртуальный 3D-бутик кастомизированной обуви, где они смогут самостоятельно создать для себя идеальную пару с учётом своих потребностей: вкуса, особенностей стопы и других предпочтений.

Можно продолжить эту историю, но и так понятно, что человек использует цифровые технологии постоянно и будет использовать их ещё больше.

Но в примере часто звучали названия таких технологий, которые в России, к сожалению, пока не разработаны. Идея внедрение цифровых технологий для большинства населения в России кажется абсурдным: проблемы с дорогами, больницами, школами, энергосетями. Но не все проекты должны быть коммерческими. Я выделила топ-3 социальных кейсов DT, которые при использовании их в России могли быть помочь в решении некоторых социальных проблем:

1) Платформа Schneider Electric, позволяющая экономить воду и электроэнергию, а также помогает обеспечить электроэнергией отдалённый уголки России.

2) Internet of Things для шахт, с помощью которого можно отслеживать рабочих и технику, а также контролировать вентиляцию в шахте;

3) MCSC – некоммерческий проект, в котором было создано решение для быстрого сбора информации о пропавшем ребёнке, и автоматической отправки данных в правоохранительные органы.

И так как конкретных советов, как сделать свой бизнес максимально цифровым, нет (так как это не какая-то волшебная таблетка, которая подходит всем и действует мгновенно), то в качестве вывода я бы хотела выделить несколько простых советов и главных мыслей, которые помогут хотя бы не сбиться с пути цифровой трансформации:

1) Не отказываться от DT. Этот процесс неизбежен и рано или поздно коснётся всех компаний;

- 2) Умение превратить конкуренцию в партнёрство;
- 3) Ориентация на меньшее количество пользовательских шагов до цели;
- 4) Простота сервиса (он должен восприниматься как стиль жизни);
- 5) Несмотря на то, что компания внедряет цифровые технологии, думать нужно не о том, что находится внутри монитора, а о том, что находится вне;
- 6) Чтение обзоров, докладов о DT, а также новых статей по данным аналитиков;
- 7) Ввести на специальности Менеджмент спецкурс по цифровым технологиям (цифровой экономике и новым финансовым технологиям), в рамках студенческой практики устраивать экскурсии в компании, использующие DT. Если студенты хотят устраиваться в хорошие компании, то знание и применение DT может стать конкурентным навыком. Существуют онлайн-курсы по DT, например, в школе бизнеса Синергия или Digital Economy Center.

#### **Список литературы:**

1. Хабрахабр [Электронный ресурс] / «ТМ». – Электрон. дан. – [Россия], 2006 : URL : <https://habrahabr.ru/>, Свободный. – рус. яз. – 23.03.2018.
2. KMDA [Электронный ресурс] / KMDA. - Электрон. дан. - [Россия] : URL : <https://komanda-a.pro/>, Свободный. - рус. яз. - 23.03.2018.

**РУБРИКА****«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»****ПРАВОВАЯ ПРИРОДА САМОВОЛЬНОЙ ПОСТРОЙКИ (СТ. 222 ГК РФ)***Лосева Кристина Евгеньевна**магистрант, Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
РФ, г. Пермь*

В настоящее время самовольное строительство является известным явлением в гражданском обороте. Несмотря на недавние нововведения законодателем относительно рассматриваемой категории, в юридической литературе неоднозначно урегулированы следующие аспекты: отнесение самовольной постройки к объектам гражданских прав, применимы ли нормы о самовольной постройке к движимому имуществу, также не утихают споры по поводу двойственной правовой природы данного явления как гражданского правонарушения и способа приобретения права собственности.

Как верно утверждает Е.А. Мотлохова, самовольная постройка является социально-правовой категорией, которая возникает на границе, как частных, так и публичных интересов. С одной стороны, это выражается в реализации прав на строительство владельцем земельного участка, с другой - правоотношения связанные с созданием (возведением) объекта недвижимости согласно требованиям, установленные законодательством РФ и находящиеся под контролем органов власти [11, с. 26]. О частно-публичных интересах в признании постройки самовольной разъяснено и в судебной практике, в частности Верховным судом РФ по делу № А32-22681/2014 [19].

Отметим, что федеральным законом от 03.08.2018 № 339-ФЗ, вступивший в силу с 01.09.2018г., изложена дефиниция самовольной постройки в новой редакции [14]. В связи с этим, в п. 1 ст. 222 Гражданского кодекса РФ (далее - ГК РФ) было закреплено измененное определение самовольной постройки [6].

Необходимо подчеркнуть, что в определении самовольной постройки в новой редакции законодателем добавлено следующее условие: основания - нарушения самовольности постройки должны действовать на дату ее выявления, а также, указанные нарушения должны быть установлены на дату начала возведения или создания самовольно возведенного объекта. Данное условие ранее отсутствовало в прежней редакции ст. 222 ГК РФ, введенное Федеральным законом 13.07.2015 № 258-ФЗ [15]. В частности, о данном условии, частично, было упомянуто в Обзоре судебной практики по делам, связанным с самовольным строительством, в котором была выражена следующая позиция суда: «При рассмотрении дел, связанных с самовольной постройкой, судам необходимо применять градостроительные и строительные нормы и правила в редакции, действовавшей во время возведения самовольной постройки» [13].

Также стоит упомянуть введение законодателем нового последствия (санкции) за осуществление самовольного строительства - «приведение в соответствии с установленными требованиями». К сожалению, в статье 222 ГК РФ не раскрывается содержание введенной санкции, однако, исходя из анализа законодательства, мы видим, что данная норма раскрыта в п. 10 ст. 55.32 Градостроительного кодекса РФ (далее – ГрК РФ): «приведение самовольной постройки в соответствии с установленными требованиями осуществляется путем ее реконструкции» [5]. Несмотря на указанное нововведение в ГК РФ для судебной практики понятие «самовольная реконструкция объекта» не является новым. Так, в п. 28 Постановления Пленума ВС РФ и Пленума ВАС РФ от 29.04.2010г. № 10/22, указано, что

положения ст. 222 ГК РФ распространяются на самовольную реконструкцию недвижимого имущества, в результате которой возник новый объект [16].

На наш взгляд, является положительным, введение новой санкции, связанная с реконструированным объектом, что привело в соответствие судебную практику и норму закона, однако было бы уместным раскрыть содержание нового последствия - «приведение самовольной постройки в соответствие с установленными требованиями путем реконструкции» в ст. 222 ГК РФ аналогично п. 10 ст. 55.32 ГрК РФ.

Говоря о правовой природе самовольной постройки, в частности об отнесении исследуемой категории к объектам гражданских прав, мы приходим к выводу, на основании анализа норм законодательства, а также мнения ученых, об отнесении самовольной постройки к объектам гражданских прав как вещи, в отношении которой при соблюдении условий, закрепленных в п. 3 ст. 222 ГК РФ может быть признано право собственности у управомоченного субъекта, вследствие чего возникнет вещное право. Напомним, что виды объектов гражданских прав закреплены в ст. 128 ГК РФ.

По нашему мнению, стоит согласиться с мнением З.К. Кондратенко, что самовольная постройка обладает признаками вещи как объекта гражданских прав, и неразрывная связь с земельным участком позволяет отнести такую вещь к объекту недвижимости [9, с. 59]. Н.Н. Далбаевой при анализе определения самовольной постройки приходит к выводу, что данное явление может быть отнесено к объектам гражданских прав. Однако, автор акцентирует внимание на дихотомической природе самовольной постройки, право собственности на которую не возникает с самого начала, однако «оно обусловлено установленным законодательным порядком его признания, что предполагает наличие вещи, т.е. самовольной постройки, без которой поднимать вопрос о возникновении вещного права не представляется возможным, поэтому самовольную постройку следует относить к разновидности объектов гражданских прав как вещи» [7, с. 39].

Рассматривая казус, об отнесении норм о самовольной постройке (ст. 222 ГК РФ) к движимому имуществу или исключительно недвижимому, следует упомянуть, что понятие недвижимости содержится в ст. 130 ГК РФ, к тому же перечень объектов, относящийся к недвижимому имуществу перечислен в п. 38 Постановления Пленума ВС РФ от 23.06.2015 № 25 [17].

Стоит отметить, что в судебной практике, в частности в п. 38 Постановления Пленума ВС РФ от 23.06.2015г. № 25, закреплено следующее, что вещь является недвижимой, либо в силу своих природных свойств - абз. 1 п. 1 ст. 130 ГК РФ, либо в силу прямого указания закона, что такой объект подчинен режиму недвижимых вещей - абз. 2 п. 1 ст. 130 ГК РФ.

Верны мнения Н.А. Воропаевой [4, с. 70], Л.В. Чиконовой [22, с. 106], что самовольная постройка относится к недвижимости именно по своей физической природе, представляя собой, особую разновидность недвижимых вещей, созданных с нарушением закона, правовой режим которых имеет принципиальные отличия от других объектов недвижимого имущества.

Отметим, что судебная практика также придерживается позиции об отнесении самовольной постройки к недвижимому имуществу. Так, согласно п. 29 Постановления Пленума ВС РФ и ВАС РФ № 10/22 от 29.04.2010 г.: нормы ст. 222 ГК РФ не распространяются на отношения, связанные с созданием самовольно возведенных объектов, не являющихся недвижимым имуществом. Аналогичный вывод содержится в Определении Верховного Суда РФ № 18-КГ16-61 от 19.07.2016, в котором закреплено, что по содержанию указанной юридической нормы (п. 1 ст. 222 ГК РФ), самовольной постройкой может быть признан исключительно объект недвижимого имущества [18].

Таким образом, исследовав правовые нормы, позиции ученых и судебную практику, мы приходим к выводу об отнесении самовольной постройки к недвижимому имуществу, так как при отнесении объекта самовольного строительства к недвижимости необходимо обращать внимание на природные свойства вещи, а также указание закона, что спорный объект относится к недвижимости, при невозможности установить данные признаки

существует необходимость в проведении экспертизы. К тому же судебная практика также придерживается позиции об отнесении самовольной постройки к недвижимому имуществу.

В заключение рассмотрим еще одну проблему, касающуюся двоякой правовой природы самовольной постройки как способа приобретения права собственности и как гражданского правонарушения. По данному казусу также не сформулирована единообразная точка зрения среди ученых.

Так, Д.М. Ветров [2, с. 157], Н.А. Заболотная [8, с. 27] полагают, что по правовой природе самовольная постройка является гражданским правонарушением, так как виновный субъект не соблюдает действующее законодательство РФ, что проявляется в следующих аспектах: при землеотводе - осуществляет строительство объектов без соблюдения целевого назначения земель, при подготовке к строительству не получает необходимую разрешительную документацию, или в процессе самого строительства, не соблюдает установленные нормы и правила, закрепленные законодательством РФ. Отметим, что Конституционный суд РФ, также относит самовольную постройку к правонарушению [12].

К тому же, как верно отмечают З.К. Кондратенко, Н.С. Мустакимов необходимо устанавливать вину лица в осуществлении самовольной постройки, так как санкция, предусмотренная в ст. 222 ГК РФ может быть применена, если доказана вина субъекта в осуществлении самовольного строительства объекта. Такие действия являются виновными, в случае доказанности совершения хотя бы одного из условий субъектом, указанных в п. 1 ст. 222 ГК РФ [10, с. 231]. О необходимости в установлении вины лица, осуществившего самовольную постройку разъяснено и Конституционным судом РФ [20].

Другой точки зрения придерживаются П.П. Балашова, А.Е. Прудникова [1, с. 16], А.В. Виданов [3, с. 244], А.В. Савина [21, с. 7], ученые рассматривают самовольную постройку как гражданское правонарушение и способ (основание) приобретения права собственности, последнее носит специальный характер и подлежит применению лишь к тому виду самовольных построек, у которых ликвидированы нарушения строительных и градостроительных норм и правил.

Таким образом, по нашему мнению, самовольная постройка имеет двойственную правовую природу как гражданское правонарушение и как способ (основание) приобретения права собственности. Самовольная постройка как правонарушение проявляется в том, что субъект, нарушивший нормы и правила земельного, градостроительного законодательства РФ при возведении (создании) объекта самовольной постройки без разрешений и согласований уполномоченных органов, лиц, претерпевает неблагоприятные последствия, которые выражаются в обязанности снести самовольно осуществленный объект строительства или привести в соответствие с установленными требованиями, либо получает отказ в приобретении права собственности на самовольную постройку, также таким объектом запрещено распоряжаться, заключать какие-либо сделки в отношении него. С другой стороны, законодателем предусмотрены условия (п. 3 ст. 222 ГК РФ), при соблюдении которых правоприменитель дает возможность приобрести субъекту, осуществившему самовольное строительство объекта право собственности на него.

Итак, исходя из вышеизложенного мы приходим к выводу, что самовольная постройка относится к объектам гражданским прав как вещи, нормы о самовольной застройке, указанные в ст. 222 ГК РФ распространяются исключительно на объекты недвижимого имущества, также правовая природа исследуемого явления имеет двойственный характер как гражданское правонарушение и способ приобретения права собственности.

### **Список литературы:**

1. Балашова П.П., Прудникова А.Е. Самовольно реконструированный объект недвижимости как нетипичное основание приобретения права собственности // Актуальные вопросы модернизации гражданского законодательства: материалы заочной научно-практической конференции / Кубанский гос. ун-т. - Краснодар, 2016. - С. 16-20.

2. Ветров Д.М. Перспективы развития института самовольной постройки в РФ // Правовое развитие России XXI века: актуальные задачи юридической науки и практики: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященная 25-летию юбилею института права Челябинского государственного университета. - Челябинск, 2016. - С. 156-160.
3. Виданов А.В. Самовольная постройка: проблемы теории и практики // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. - 2015. - № 17. - С. 242-248.
4. Воропаева Н.А. К вопросу о соотношении категории «самовольная постройка» и «самовольное строительство» // Актуальные проблемы права: материалы V Международной научной конференции / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - М., 2016. - С. 70-72.
5. Градостроительный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Российская газета. 2004. № 290.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
7. Далбаева Н.Н. Признание права собственности на самовольную постройку // Проблемы государственной регистрации недвижимости: материалы III научно-практической конференции / под ред. А.А. Пахарукова. - Иркутск: Иркутский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России), 2018. - С. 38-42.
8. Заболотная Н.А. Гражданско-правовая ответственность за самовольное строительство // Молодой ученый. - 2017. - № 40 (174). - С. 26-30.
9. Кондратенко З.К. Признание права собственности на самовольную постройку как способ защиты права частной собственности гражданина // Конституция Российской Федерации: практика реализации и проблемы построения правового государства. - 2016. - С. 57-63.
10. Кондратенко З.К., Мустакимов Н.С. Особенности межотраслевых связей гражданского, земельного и градостроительного права в области регулирования отношений по строительству объектов недвижимости // Актуальные проблемы экономики и права. - 2014. - № 4 (32). - С. 229-235.
11. Мотлохова Е.А. Особенности правового режима самовольных построек в российском гражданском праве // Имущественные отношения в РФ. - 2015. - № 10. - С. 25-33.
12. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Умрихина Юрия Николаевича на нарушение его конституционных прав статьями 15 и 16, пунктом 2 статьи 222, пунктом 1 статьи 1064 и статьей 1069 Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс]: Определение Конституционного Суда РФ от 28.06.2018 № 1510-О. Документ опубликован не был. Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 12.09.2018).
13. Обзор судебной практики по делам, связанным с самовольным строительством: утв. Президиумом Верховного Суда РФ от 19.03.2014 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2014. № 6.
14. О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации и статью 22 Федерального закона «О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации»: Федеральный закон от 03.08.2018 № 339-ФЗ // Российская газета. 2018. № 172.
15. О внесении изменений в статью 222 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации и Федеральный закон «О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации»: Федеральный закон от 13.07.2015 № 258-ФЗ // Российская газета. 2015. № 154.

16. О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при разрешении споров, связанных с защитой права собственности и других вещных прав: Постановление Пленума ВС РФ, Пленума ВАС РФ от 29.04.2010 № 10/22 (ред. от 23.06.2015) // Российская газета. 2010. № 109.
17. О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25 // Российская газета. 2015. № 140.
18. Определение Верховного Суда РФ от 19.07.2016 № 18-КГ16-61 [Электронный ресурс]. Документ опубликован не был. Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 12.09.2018).
19. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 10.03.2016 № 308-ЭС15-15458 по делу № А32-22681/2014 [Электронный ресурс]. Документ опубликован не был. Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 28.08.2018).
20. По запросу Сормовского районного суда города Нижнего Новгорода о проверке конституционности абзаца второго пункта 2 статьи 222 Гражданского кодекса Российской Федерации: Определение Конституционного Суда РФ от 03.07.2007 № 595-О-П // Вестник Конституционного Суда РФ. 2007. № 6.
21. Савина А.В. Правовой режим самовольной постройки: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. - Самара, 2010. - 22 с.
22. Чиконова Л.В. Некоторые проблемы применения дефиниции «самовольная постройка» // Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2017. - № 2 (185). - С. 104-113.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

*Электронный научный журнал*

**СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ:**

№ 20 (41)  
Октябрь 2018 г.

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»  
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5  
E-mail: [studjournal@nauchforum.ru](mailto:studjournal@nauchforum.ru)

16+

