

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Экономический факультет

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ
ПАНДЕМИИ: АНАТОМИЯ САМОИЗОЛЯЦИИ, ГЛОБАЛЬНЫЙ
ЛОКДАУН И ОНЛАЙН-БУДУЩЕЕ

Материалы Международной научно-практической конференции
Краснодар, 19–22 апреля 2021 г.

Том 4

Под редакцией профессора И.В. Шевченко

Краснодар
2021

УДК 330.341 (470+571)
ББК 65 (2 Рос) (3)
Э 402

Редакционная коллегия:

И.В. Шевченко, Л.В. Пономаренко, К.О. Литвинский

Э 402 Экономическое развитие России в условиях пандемии: анатомия самоизоляции, глобальный локдаун и онлайн-будущее: материалы Международной научно-практической конференции / под редакцией профессора И.В. Шевченко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021. – Т. 4. – 256 с. – 500 экз.
ISBN 978-5-8209-1906-0
ISBN 978-5-8209-1910-7 (т. 4)

В предлагаемом издании представлены научные доклады, посвященные вопросам экономического развития России в условиях пандемии, инновационному потенциалу отечественной экономики, развитию различных отраслей промышленности, банковской системы, международным аспектам функционирования отечественной экономики и другим направлениям социально-экономического развития страны.

Адресуется научным и практическим работникам, преподавателям, аспирантам и студентам вузов, а также всем, кто интересуется современной экономикой.

УДК 330.341 (470+571)
ББК 65 (2 Рос) (3)

ISBN 978-5-8209-1906-0
ISBN 978-5-8209-1910-7 (т. 4)

© Кубанский государственный университет, 2021

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

COVID-19 стал «черным лебедем» для мировой экономики, на фоне пандемии просели фондовые индексы, закрылись ряд целых городов и стран, произошла массовая отмена авиарейсов. Правительства разных стран отменили массовые мероприятия, в том числе экономические форумы.

Централизация экономики (США) проявила в экстраординарный кризис свои преимущества – способность государства мобилизовать в кратчайшие сроки все масштабные ресурсы (финансовые, человеческие, технологические) на фоне мирового упадка. Задачи экономического развития сменились; на первый план выходит протекционизм и локализация производственных цепочек на национальных территориях, эффективность международного товарообмена отходит на второй план. Это дает мощный толчок цифровизации – все, что можно организовать удаленно станет таким. Пандемия упрочила связи бизнеса и государства, причем не только с инвестиционной стороны. Государство сейчас главный регулятор, задающий темп экономического развития и оказывающий поддержку в экстремальных обстоятельствах.

COVID-19 обнажил социально-экономическое неравенство населения всех стран, и поляризация в обществе только усиливается. В частности, на это повлияли географический фактор и возможность удаленной работы. По данным аналитического центра Centre for Cities в Великобритании около 40% работников, проживающих в крупных городах юго-востока страны имеют возможность работать удаленно, среди проживающих в городах промышленного севера таких работников только 20%.

Также особенно уязвимы жители стран, экономика которых зиждилась на сферах прекративших или существенно сокративших деятельность в период пандемии – это Таиланд и другие островные государства в Тихом океане. Страны с постоянно низким уровнем дохода (большинство стран Африки) страдают из-за неразвитой системы здравоохранения, ухудшения жилищно-коммунальных условий, что усугубилось в период распространения COVID-19.

Главной жертвой коронавируса стала глобализация. Если ранее глобальная система и ее институциональная структура была способна эффективно преодолеть масштабные проблемы, то пандемия показала обратное: отсутствие реакции от ООН, Международного валютного фонда. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) также не предприняла действий по предупреждению о вирусе на ранних стадиях. В связи с исчезновением глобального доверия на первый план выходит регионализация, что влияет на инфраструктурное развитие территорий. Из-за пандемии реализация

ряда инвестиционных проектов в особых экономических зонах (ОЭЗ) и моногородах приостановлена, также переносятся сроки сдачи строительства и ввода в эксплуатацию объектов инфраструктуры. Не исключено, что масштабы кризиса подтолкнут бизнесменов к расторжению заключенных соглашений о данных ранее инвестиционных обязательствах, так как компании-резиденты, как и все переводили своих сотрудников на время карантина на удаленный формат работы, либо получали специальные разрешения на продолжение работы, однако деятельность некоторых предприятий все же была приостановлена, что и вызвало продление сроков реализации ряда инвестиционных проектов от трех месяцев до года. По данным Министерства экономического развития (Минэкономразвития) произошел перенос ряда строительных мероприятий, реконструкции и ввода в эксплуатацию объектов инфраструктуры в ОЭЗ. Кроме того, значительно снизился туристический поток, как следствие, произошла просадка грузоперевозок, что стало ударом для деятельности туристско-рекреационных и портовых ОЭЗ. В период пандемии инвесторы столкнулись с рядом других проблем, например, ограничения поставок импортного сырья и оборудования, потеря доступа к финансовым ресурсам, базирующимся в иностранных банках. Минэкономразвития занимается разработкой мер поддержки инвесторов, в частности, некоторые уже работают – это смягчение требований к показателям реализуемых проектов и проведению проверок.

Однако, существуют и положительные примеры влияния пандемии на резидентов ОЭЗ. К примеру, в ОЭЗ «Дубна» предприниматели переориентировали свою деятельность и наряду с косметической продукцией запустили производство антисептиков. К сожалению, меры поддержки государства распространяются не на всех резидентов ОЭЗ, а только на входящих в перечень пострадавших отраслей, но у многих инвесторов сохраняются льготы по налогам.

На наш взгляд, инвестиции в инфраструктуру и активное применение механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) должны стать одними из антикризисных мер поддержки бизнеса государством для борьбы с экономическими последствиями пандемии COVID-19. Реализация инфраструктурных проектов в кризисных условиях может спровоцировать темп роста ВВП, в частности, за счет:

- развития инфраструктуры, которая создает возможности для восстановления экономики и притока частных инвестиций;
- создания новых рабочих мест (борьба с безработицей) и заказов для бизнеса;
- качественного и своевременного предоставления услуг населению (в том числе цифровых услуг, дистанционно) через объекты инфраструктуры.

На доходности инфраструктурных проектов, особенно в транспортной и социальной сферах, негативно сказались ввод режима самоизоляции и

социального дистанцирования населения, введенные ограничения привели к рекордно низким отметкам потребительского спроса.

Транспортно-логистическая инфраструктура оказалась наиболее уязвимой – и в связи с резким ограничением международной деятельности, и на фоне спада внутренних перевозок грузов и пассажиров. Правительства стран принимают значительные усилия по поддержке этих видов деятельности, поскольку даже в условиях ограничения деловой активности капитальные затраты на сохранение и поддержание объектов транспортной инфраструктуры, подвижного состава и кадрового потенциала требуют постоянных больших капитальных затрат. Меры правительств по поддержке транспортного комплекса и сопряженных производств машиностроения и строительства остаются в центре внимания во всех странах.

На фоне возникших транспортно-логистических сложностей выгодно выделяются успехи в импортозамещении в продовольственном комплексе. Надо отметить, что этот вектор демонстрирует отчетливый прогресс на протяжении последних лет.

Сложнее с импортозамещением обстоят дела в инвестиционно-строительном комплексе, который плотно привязан к импорту капитальных товаров. Те же проблемы и у производств, ориентированных на импортные промежуточные товары. Это хорошо видно, например, в автомобилестроении, приборостроении, фармацевтическом производстве. Как и в период до пандемии, здесь основным вопросом остается уровень локализации и наличие конкурентоспособных производственных мощностей. В условиях падения производства в 2020 г. развитие импортозамещения скорее всего ограничится точечной поддержкой критически значимых производств. Изменяется конфигурация взаимодействия государств в экономической и социальной сферах. При этом объемы обмена результатами деятельности будут определяться скоростью восстановления различных экономик и изменением их места в системе международных торгово-экономических, научных и социо-гуманитарных контактов.

В условиях пандемии радикально поменялась ситуация в сфере российского туризма. По статистике, ежегодно около восьми миллионов туристов отправляются на отдых в российские села. Арсенал развития территорий сельского туризма чрезвычайно обширен: отдохнуть можно на страусиных фермах, чайных плантациях, конных клубах и так далее. Пандемия способствовала развитию потенциала российского агротуризма, однако социально-экономические вопросы инфраструктурного развития сельских территорий стоят довольно остро: слабый сервис, сложная транспортная доступность – на этом и акцентирует внимание Министерство сельского хозяйства. Последние три месяца идет активная разработка стратегии развития сельского туризма, которая станет базой роста сегмента и поддержит бизнес в нужной мере. Цель разработки стратегии – придание стимула

социально-экономическому развитию инфраструктуры сельских территорий и повышение уровней жизни населения, а также диверсификация сельской экономики за счет развития агротуризма.

Понятие «агротуризм» планируется закрепить в Федеральном законе №132-ФЗ от 24.11.1996 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». На данный момент ведущими в этой сфере считаются южный и центральный регионы России. В частности, на юге особенно привлекательны территории, на которых расположены виноградники и винодельни, рыбнопромысловые хозяйства и садоводческие хозяйства и чайные плантации. Центр России привлекает своими конными клубами, сыроварнями и пасеками. Согласно оценке Центра отраслевой экспертизы Россельхозбанка в сельской местности России на данный момент можно разместиться 562 000 человек. Из-за пандемии, и как следствие, сокращения потока иностранных туристов, количество мест увеличится до 1 500 000 человек.

Таким образом, агротуризм несет в себе огромный потенциал как инструмент инфраструктурного развития территорий. Российская природа, богатейшее культурное и историческое наследие страны – одно из конкурентных преимуществ на мировом рынке туристического бизнеса. Социально-экономические вопросы инфраструктурного развития территорий в условиях пандемии стоят особенно остро и курируются госпрограммой, в рамках которой планируются кардинальные преобразования по улучшению сельской инфраструктуры, в том числе улучшении качества дорог и транспортной развязки и работа над расширением интернет-покрытия.

Уже сейчас можно оценить влияние пандемии на российский туризм, и оно довольно противоречиво. На первый взгляд, это удар, ведь масса турагентств были вынуждены закрыться, ряд гостиниц и санаториев не смогли попасть под программу государственной поддержки, поэтому находятся в кризисной ситуации и не могут принять туристов. Однако, внутри страны запущен ряд чартерных направлений и новых маршрутов (железнодорожных и автомобильных). Например, предлагаются туры вдоль Волги (Казань, Ярославль, Нижний Новгород, Тверь) и Русской Балтики (Санкт-Петербург и Ленинградская область, Калининград). До пандемии на Кавказе горнолыжный сезон был одним из лучших за последние годы, только на одном «Архызе» было порядка 125 тысяч туристов в месяц. Но в марте число посетителей сократилось вдвое, а затем курорты закрылись на карантин. После снятия ограничений была спланирована на индивидуальный туризм, и уже сейчас функционирует летняя инфраструктура: велотрассы, экотропы, горный кемпинг.

Как показывает мировой опыт, кризисы не только неизбежны, но и в определенном смысле необходимы, поскольку они связаны не только с негативными явлениями и процессами – кризисы почти всегда открывают

дополнительные возможности для дальнейшего роста и развития.

Термин «кризис» (греч. Krisis – решение, поворотный пункт) в самом широком смысле обозначает резкое изменение, крутой перелом, сложное переходное состояние чего-либо. Существует множество различных трактовок этого понятия, отражающих особенности неустойчивого состояния явления или процесса, когда имеющиеся средства достижения целей становятся неэффективными.

Примечательно, что туризм в кризисных ситуациях является достаточно уязвимым видом экономической деятельности, быстро реагируя на происходящие изменения, в то время как период восстановления бывает относительно непродолжительным. При этом спрос на туристские продукты и услуги сокращается, но полностью не угасает.

При всех отрицательных последствиях нынешнего кризиса, возникшего на фоне пандемии, важно отметить следующий важный момент: современная индустрия туризма давно находится в преддверии больших перемен.

Ситуация, сложившаяся в результате коронавируса, скорее всего, только ускорит приближающуюся трансформацию. Так, например, актуальными станут тренды более активного внедрения технологий виртуальной и дополненной реальности, а также экономики впечатлений. Будут меняться инструменты удовлетворения потребностей туристов. При этом важно понимать, что сами потребности у них останутся прежними (потребности в передвижении, общении, новых эмоциях и знаниях и т.п.).

Наряду с активизацией использования цифровых технологий в туризме необходимо отметить еще один тренд, ожидаемый в первое время после того, как пандемия пойдет на спад. Для России это может означать возращение популярности экологического туризма.

Экологический туризм предполагает посещение туристами относительно нетронутых антропогенным воздействием территорий, он направлен на повышение экологической культуры туристов и создание условий для получения выгод от охраны окружающей среды местным сообществом.

Всемирная туристская организация выделяет экологический туризм в число приоритетных направлений развития туризма в России, что обусловлено особыми природными условиями нашей страны.

Очевидно, что после пандемии должно сильно измениться мировосприятие и психология потребления в целом, кроме того, начнется новый этап конкуренции в туризме, который приведет к абсолютно новому распределению ресурсов на этом рынке.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

С распространением пандемии Covid-19 по всему миру в сознании и поведении большинства населения планеты произошли серьезные изменения, обусловленные необходимостью кардинальной трансформации образа жизни и привычных процессов, происходящих в обществе. Внесение преобразований в режим работы большинства предприятий, в том числе с непрерывным циклом производства, наложение ограничений на работу отдельных отраслей и сфер экономики, перевод большинства штата работающих на удаленный режим работы повлекли экономические и социальные последствия. Существенные итоги пандемии испытало на себе и государство. Негативные результаты проявили себя в экономическом кризисе, колоссальной нагрузке на бюджетную сферу, систему здравоохранения, образования, вынужденном закрытии предприятий, сокращении рабочих мест, ухудшении психического здоровья граждан.

Новая коронавирусная инфекция, впервые появившись в китайском городе Ухань, быстро распространилась на все страны Европы, Азии, США, Африку. Вследствие неготовности системы здравоохранения и фармацевтической промышленности к такому резкому скачку заболеваемости, мировая экономика оказалась под серьезной угрозой, перейдя в состояние стагнации.

Странами-лидерами по количеству заразившихся являются США, Индия и Бразилия. Так, коэффициент смертности на 1 млн. жителей Земли составляет порядка 395,8. В то время как в США на 1 млн. жителей в среднем умирает 1757 чел., в Индии – 1134 чел., а в Бразилии – 1795 чел.

Современная ситуация в России и мире отягощена распространением коронавируса SARS-CoV-2, обвалом мировых цен на нефть, снижением курса рубля и акций крупнейших российских компаний на фондовом рынке. Закрытие границ стран, переход на особое положение в условиях пандемии Covid-19 не может не сказаться отрицательно на мировом рынке.

За период существования и распространения Covid-19 правительства стран мира вводили меры различного характера для сдерживания экспоненциального распространения вируса, такие как полное закрытие границ, ограничение поездок, введение карантина и самоизоляции граждан. Установление крайних мер спровоцировало снижение товарного предложения, вследствие закрытия предприятий, увеличение товарных запасов, рост ажиотажного спроса на товары первой необходимости, медицинские препараты и маски.

На фоне пандемии коронавируса падение мировой торговли в 2020 г. к уровню 2019 г. составило 32%. Так, по словам главного советника гендиректора Всемирной торговой организации, Тима Енда «Пандемия корона-

вируса серьезно, драматично повлияла на мировую экономику и торговлю. Очевидно, что эти сферы сейчас очень нестабильны. Но с точки зрения глобальной торговли можно сказать, что она сократилась на 32%».

Практика противостояния распространению Covid-19 позволила сделать вывод о неспособности глобальной системы и её институциональных структур эффективно справляться с масштабными проблемами. Не наблюдалось должной реакции Организации Объединенных Наций (ООН) не на первых и не на последующих этапах борьбы с вирусом. Спрогнозировать и предупредить распространение коронавируса не сумела даже Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ). Адекватный глобальный экономический ответ на распространяющуюся пандемию не смог дать Международный валютный фонд (МВФ).

От пандемии Covid-19 пострадали экономики всех стран мира, миллионы граждан лишились своей работы. Под ударом оказались традиционные формы розничной торговли, общественное питание и ресторанный бизнес, индустрия развлечений и спорта, туристическая отрасль и коммерческая авиация.

В результате ограничительных мер, введенных в период пандемии, оборот розничной торговли в 2020 г. к уровню 2019 г. сократился на 4,1%. Наибольший удар пришелся на предприятия малого бизнеса и региональные торговые сети. Сложившаяся ситуация выступила серьезным катализатором развития онлайн-торговли, при этом увеличение продаж в онлайн-сервисах составила порядка 25%.

Оборот предприятий общественного питания в 2020 г. к уровню 2019г. сократился почти на 25%. Однако и в постковидный период темпы восстановления отечественного общепита незначительны, что обусловлено существующими опасениями потенциальных посетителей заведений относительно высокого риска заражения в общественных местах, снижением уровня жизни и пессимистическими ожиданиями населения. Ситуация также усугублена ростом конкуренции со стороны крупных продовольственных сетей и супермаркетов, которые в период пандемии освоили производство и доставку готовой еды.

По данным Ростуризма в 2020 г. к уровню 2019 г. число туристических поездок сократилось на 43% (с 65 млн. до 37 млн.). В благоприятных условиях в 2020 г. оказались лишь курортные территории России, которые сумели сохранить до 90% туристического потока 2019 г. Однако величина выручки от реализации турагентов и туроператоров снизилась в 6 раз.

Убытки выездного туризма в десятки раз превысили въездной, поскольку до пандемии основные прибыли отрасли обеспечивались благодаря выездному туризму. В текущих реалиях выезда российских граждан для отдыха за рубеж также имеют серьезные ограничения, связанные с очередными всплесками заболеваемости на популярных направлениях

отдыха, необходимостью прохождения карантина по прибытии, предоставления медицинских справок, имеющих ограниченный срок действия. Следовательно, участники отрасли при поддержке Ростуризма имеют реальную возможность переориентироваться на внутренний туризм.

Согласно прогнозам, пандемия Covid-19 может оказать следующее влияние на мировую экономику:

- ускорение процессов перевода в развитые страны производств, ранее перенесенных в государства с более низкими производственными издержками, что может подстегнуть увеличение цен на производимую продукцию при одновременном сокращении объемов продаж;

- разорение предприятий малого и среднего бизнеса по причине падения спроса, необходимости остановки производства и перевода части сотрудников на удаленный режим работы, разрыва сложившихся производственных связей из-за закрытия границ;

- сокращение платежеспособного спроса населения вследствие падения реальных доходов населения и роста безработицы;

- сокращение доходной части государственного бюджета и рост чрезвычайных и непредвиденных расходов в период пандемии Covid-19;

- усиление нагрузки на кредитно-банковскую систему вследствие роста спроса на кредиты, необходимости предоставления кредитных каникул и расширения программ реструктуризации задолженности;

Рейтинговое агентство Moody's опубликовало прогноз о том, какие сферы бизнеса могут больше всего пострадать от эпидемии коронавируса, а какие могут заработать сверхприбыли. По мнению экспертов, более всего пострадает непродовольственный сектор, туристическая отрасль, система общественного питания. Согласно позиции Moody's, торговля продовольственными товарами, при отсутствии проблем с поставками, напротив – будет набирать обороты, в особенности вследствие ажиотажного спроса населения обусловленного пессимистическими ожиданиями потребителей в условиях «самоизоляции» и пандемии. Так, Аналитики Big Data X5 Retail Group выяснили, что в течение марта 2020 г. более 50% покупателей совершали покупки «впрок» на ограниченный ассортимент товаров длительного хранения в магазинах компании («Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель»). Согласно проведенным расчетам, среднестатистической российской семье приобретенного продуктового набора длительного хранения может хватить в среднем на 108 дней.

Вследствие распространения коронавируса и продленных в связи с этим каникул в КНР ряд предприятий, производящих товары легкой промышленности и их составляющие, не функционировали. Согласно данным South China Morning Post в апреле-мае 2020 г., на предприятиях «Поднебесной» возобновили деятельность только 60% мощностей. В результате российским производителям китайская продукция поступала с серьезными

перебоями. В сложившихся условиях российские предприниматели несли убытки и вынуждены были искать альтернативных поставщиков.

Одним из негативных последствий разворачивающейся пандемии Covid-19 является крупный обвал цен на нефть. Так, падение цен на нефть марки Brent в марте 2020 г. составило 24%. Самая низкая цена на нефть за баррель была зафиксирована 20 апреля 2020 года на уровне 21,44 долл. В условиях жесточайшей экономической неопределенности мировые фондовые рынки понесли серьезные потери в размере 6 трлн. долл. в период с 24 по 28 февраля 2020 г. В этой связи правительством анализируются возможности выживания экономики при стоимости нефти 10 долларов за баррель.

Положительными последствиями распространения пандемии Covid-19 является цифровая трансформация бизнеса, когда необходимость выживания и удерживания прежних объемов выручки выступила спусковым механизмом оцифровки хозяйственных процессов на предприятиях различных организационно-правовых форм и видов бизнеса. Процесс цифровизации быстро захватил систему образования, здравоохранения, бизнес, институциональные структуры. В кризисных условиях произошел быстрый переход на приложения с защитой данных. Согласно прогнозам аналитиков консалтинговой компании AlphaBeta, процесс цифровизации в состоянии принести российской экономике до 520 млрд. долларов к 2030 г., то есть порядка 25% валового внутреннего продукта (ВВП).

Мощным триггером роста и развития электронной розницы и e-commerce выступили обстоятельства, в которых оказались граждане и предприятия в условиях пандемии. Около 67% россиян перешли на покупки продовольственных и непродовольственных товаров через систему онлайн-магазинов на фоне введенных ограничительных мер. Удельный вес онлайн-покупок товаров повседневного спроса в 2020 г. к уровню 2019 г. возрос почти в два раза. По прогнозам специалистов, рост электронной торговли в перспективе продолжится, что обусловлено как постковидной реакцией потребителей, так и общим переформатированием потребительского поведения в условиях цифровой трансформации общества.

Удаленный режим работы способствовал более быстрому переходу общества на технологии дистанционных коммуникаций. Многие предприятия приступили к освоению новых технологических решений, которые до пандемии Covid-19 не рассматривались как приоритетные. Ускорение цифровизации обусловлено необходимостью синхронизации всех процессов за пределами офиса, а также интеграцией чат-ботов и приложений для аналитической обработки большого массива данных.

Глобальным трендом пандемии и постковидного периода является развитие телемедицины. Так, за первые месяцы самоизоляции число дистанционных медицинских консультаций посредством онлайн-сервисов

мобильных приложений возросло на 177% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Следующим этапом развития телемедицины явилось внедрение искусственного интеллекта (ИИ-сервисы) при анализе сложных медицинских данных, в том числе в целях расшифровки медицинских снимков, диагностики процессов, разработки протоколов лечения, назначения лекарственных средств, мониторинга состояния пациента.

При анализе постковидных последствий целесообразно отметить такой социальный аспект проблемы как ухудшение психического здоровья граждан, которое, безусловно, сказывается и на экономическом состоянии. Так, директор ВОЗ по психическому здоровью Девора Кестель, охарактеризовала психику как «забытый аспект Covid-19». «Скорбь по жертвам короны, одиночество, потеря дохода и страх вызывают психические заболевания или усугубляют существующие».

Нельзя не отметить рост таких негативных проявлений поведения граждан в период самоизоляции как увеличение потребления алкоголя, наркотиков, психические депрессии, бессонница и тревога за свое будущее. По оценкам ВОЗ, развитые страны с минимальными последствиями для психического здоровья смогли преодолеть пандемию, в том числе благодаря мерам государственной поддержки.

Таким образом, пандемия Covid-19, распространившаяся на все мировое сообщество, повлекла серьезные последствия для экономики, как отдельных стран, так и мира в целом. Меры государственной политики, предпринятые в ряде стран в целях нивелирования экономических издержек пандемии, могут повлечь серьезные отрицательные последствия в долгосрочной перспективе.

Пандемия Covid-19 спровоцировала дисбаланс в мировой экономике вследствие нарушения налаженной цепи поставок и закрытия ряда производств. Пандемия привела к серьезному обвалу цен на нефть, тем самым поставив под угрозу экономики стран, зависимых от экспорта нефти.

Сохраняющиеся в постковидный период профилактические меры для сглаживания распространения пандемии, такие как закрытие границ для иностранных туристов, ограничения международных и локальных поездок, продолжают отрицательно сказываться на мировом экономическом развитии.

Необходимо отметить, что остается актуальной потребность в скоординированных действиях всех государств по продвижению медицинского протокола сокращения распространения пандемии, в том числе посредством всеобщей вакцинации. Сохраняется необходимость мер, направленных на поддержку производственного сектора и наиболее пострадавших отраслей экономики, стимулирования покупательной способности населения.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТАРИФОВ НА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Одной из проблем на электроэнергетическом рынке (в том числе, в условиях пандемии) в России и в мире в целом, является резкое снижение потребления электрической энергии основным конечным потребителем – промышленными отраслями.

На оптовом электроэнергетическом рынке России поставщики электроэнергии (генерирующие компании, импортеры электрической энергии) продают покупателям электрической энергии (гарантирующим поставщикам, сбытовым компаниям, крупным потребителям, экспортерам электрической энергии) электроэнергию и мощность.

Электрическая энергия, купленная на оптовом электроэнергетическом рынке, реализуется гарантирующими поставщиками и сбытовыми компаниями на розничном электроэнергетическом рынке конечным потребителям.

Цена на электрическую энергию (мощность) для конечного потребителя включает: стоимость поставленной по свободным (рыночным) ценам электрической энергии и мощности, стоимость услуг инфраструктурных компаний (системный и коммерческий операторы), стоимость услуг федеральной сетевой компании (ФСК ЕЭС) и распределительных электросетевых компаний (РСК), сбытовую надбавку гарантирующему поставщику.

Под государственное регулирование тарифообразования в электроэнергетике подпадают инфраструктурные компании, сетевые компании и гарантирующие поставщики.

Одной из составляющих регулируемого государством тарифообразования на электрическую энергию с учетом мощности является стоимость услуг федеральной сетевой компании (ФСК ЕЭС) и распределительных электросетевых компаний (РСК).

Федеральные сетевые компании (ФСК ЕЭС) и распределительные сетевые компании (РСК) предоставляют услуги по передаче электрической энергии по единой национальной электрической сети России.

Федеральная сетевая компания (ФСК ЕЭС) входит в ПАО «Россети» – оператор электрических сетей, управляющий магистральными электрическими сетями России. ПАО «Россети» является одной из крупнейших мировых электросетевых компаний. ФСК является субъектом естественной монополии.

При снижении потребления электроэнергии (мощности) конечными потребителями происходит перераспределение электроэнергии (мощности) на уменьшающееся потребление при заявленном планируемом ранее объеме.

Согласно действующей модели рынка сбытовые компании помимо покупки электрической энергии (мощности) оплачивают всю распределяемую электроэнергетическую энергию с учетом мощности (запланированный заявленный объем), включенную в баланс ФСК и прошедшую проводимый системным оператором конкурсный отбор.

Дело в том, что заявленный объем электроэнергии (мощности) не зависит от потребительских колебаний, связанных, в том числе, с пандемией. Из этого следует вывод, что при снижении потребления нерегулируемые (свободные) цены на электрическую энергию с учетом мощности будут расти, так как обязательства по оплате остаются неизменными и распределяются на уменьшающееся количество единиц потребленной электрической энергии.

Для решения этой проблемы законодательно необходимо внедрение механизма управления спросом на электроэнергию с учетом мощности как обязательной составляющей оптового электроэнергетического рынка России. Это должно оказать позитивное влияние на динамику цен. Управление спросом, по сути, продолжение внедрения практики управления ценозависимым потреблением электрической энергии (мощности) для потребителей оптового электроэнергетического рынка, который «запущен» еще с 2017 года в качестве пилотного проекта. В 2021 году подобный проект должен внедряться и на розничный электроэнергетический рынок через появление организаций-агрегаторов спроса.

На сегодня всего выбрано 49 агрегаторов. Победителями отборов стали «Русэнергосбыт», «Энергосбытхолдинг», «Транснефть», «Интер РАО», «Русал», «Евраз» и другие. У первых двух наибольшая доля – почти 40% квоты. По прогнозам общий объем сокращения потребления в марте 2021 года составит более 700 МВт. По тем же прогнозам доходы агрегаторов за проделанную работу в этот месяц превысят 200 млн рублей. Но эксперты из Vugon Consulting, считают, что проект, который остается на сегодняшний день пилотным, в целом не оказывает существенного влияния на формирование цен на электричество. Отборы агрегаторов проходят ежеквартально.

Для самих ФСК в условиях новой реальности необходима дифференциация единого тарифа ФСК на электроэнергию с учетом мощности.

Дифференциация единого тарифа ФСК позволит выявить потенциал для снижения тарифа для предприятий малого и среднего бизнеса. При этом, цены для прямых потребителей ФСК могут, по прогнозам, увеличиться примерно на 10 %, а стоимость услуг по передаче электроэнергии снизится.

Дифференциация единого тарифа ФСК – мера, связанная, прежде всего, с одной из самых сложных проблемных областей электроэнергетики – перекрестном субсидировании и его равномерном перераспределении.

Другой проблемой в электроэнергетическом рынке России является ценовое неравенство тарифов на услуги по передаче энергии между потребителями магистрального сетевого комплекса и распределительного. Это создает условия формирования некорректных цен. Такие ценовые сигналы являются мотивом для крупных электропотребителей возводить собственные генерации и вынуждает их переходить на подключение с распределительных сетей к магистральным сетям для уменьшения собственных затрат и снижения (избавления) от социальной нагрузки. Результатом таких действий является возникновение экономического дисбаланса в электросетевом комплексе страны.

Негативные последствия принятых решений по собственным генерациям и подключению к магистральным сетям сказываются на малом и среднем бизнесе. То есть бремя дополнительных затрат на содержание региональной инфраструктуры распределяется между оставшимися потребителями, число которых снижается. По оценкам экспертов, стоимость электроэнергии (мощности) для них достигает, например, в ЦФО 10 руб за кВт час .

Одним из вариантов решения этой проблемы является проведение справедливого распределения перекрестного субсидирования на все категории конечных потребителей (кроме населения и приравненного к нему категорий). То есть, речь идет о зависимости от категории потребителей дифференциации тарифа на услуги по передаче электрической энергии по единой общероссийской распределительной сети и независимости от присоединения распределительным или магистральным электрическим сетям.

Еще одной проблемой современной реальности является перекрестное распределение для населения и приравненных к нему категорий.

Так стоимость электроэнергии (мощности) для такого конечного потребителя как население сегодня регулируется и субсидируется за счет других потребителей.

Одним из вариантов оптимального выбора механизма ценообразования может стать решение о переносе перекрестного субсидирования населения на оптовый электроэнергетический рынок страны.

Также, возможно внедрение дифференциации тарифов для населения в зависимости от объемов потребления электроэнергии с учетом мощности, временного потребления (по времени энергопотребления действуют различные тарифы). Это может явиться стимулом для энергосбережения, что, в свою очередь, приведет к снижению нагрузки на бюджет в части возмещения льгот по оплате электроэнергии для населения. В конечном итоге, в будущем это может привести к уменьшению объемов перекрестного субсидирования.

Так или иначе, перекрестное субсидирование является на сегодня одной из проблемных областей электроэнергетики страны.

Однозначного мнения по проблеме перекрестного субсидирования, как ни странно, до сих пор не существует.

Есть мнение, что использование перекрестного субсидирования оказывает отрицательное влияние на развитие промышленных отраслей экономики страны, уменьшает и инвестиционные вложения. По оценкам экспертов, их снижение по стране составляет более 50 млрд.руб в год. Использование перекрестного субсидирования ведет к снижению ВВП примерно на 2-2.5% и промышленного производства на 1.25-2.5 %. Следует заметить, к примеру, что годовой объем перекрестного субсидирования в феврале 2020 года был оценен в размере почти 235 млрд.рублей.

По оценкам промышленных представителей, в случае проведения дифференциации единого тарифа ФСК не будет сколько-нибудь заметного общего снижения перекрестного субсидирования. Но это позволит скорректировать перераспределение нагрузки между участниками энергетического рынка. В противном случае, цены для промышленных потребителей превысят инфляцию на 2-4 %, что приведет к негативным последствиям социально-экономического развития субъектов федерации.

Однако, некоторые эксперты уверяют о сложившихся мифах о перекрестном субсидировании. Например, о ежегодном росте перекрестного субсидирования в сетях. На самом деле, по их мнению, перекрестное субсидирование в абсолютных числах остается на прежнем уровне, в относительных – уменьшается ежегодно на 25 %.

Есть также мнение по доле перекрестного субсидирования в структуре НВВ ТСО (необходимая валовая выручка территориальных сетевых организаций). Так доля перекрестного субсидирования в Кировской области составила 37 % от НВВ ТСО в 2012 году, а в 2020 году снизилась до 26 %.

Также, миф о значительном влиянии перекрестного субсидирования на конечную цену электрической энергии. Однако, в некоторых субъектах РФ объем перекрестного субсидирования не влияет на конечный тариф (Ленинградская область, Рязанская область, Курганская область). Следует заметить также, что средневзвешенный тариф в 2019 г. составил 5658 руб.за МВтч (конечный тариф). При этом ставка перекрестного субсидирования составила 9 % или 590 руб.

Например, в 2019 году в Ленинградской области экономически обоснованный одноставочный тариф для прочих потребителей составил 5892 руб./МВтч. А утвержденный одноставочный тариф с учетом объемов перекрестного субсидирования составляет 5400 руб./МВтч.

Также рассеян миф об отсутствии законодательно закрепленной методики расчета перекрестного субсидирования. Но пунктом 81(5) Основ ценообразования в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике, утв. ПП РФ от 29.12.2011 № 1178 закреплен порядок расчета величины

перекрестного субсидирования, учитываемой в ценах (тарифах) на услуги по передаче электрической энергии.

Подводя итог, можно утверждать, что проблемами перекрестного субсидирования на современном электроэнергетическом рынке страны являются:

- неравномерность распределения перекрестного субсидирования по уровням напряжения;
- наличие «отрицательного» перекрестного субсидирования на низком уровне напряжения, фактически вводящее ещё одно перекрестное субсидирование.

Отрицательное перекрестное субсидирование наблюдается сегодня в 17 субъектах РФ.

Для решения проблемы перекрестного субсидирования:

- было выпущено Постановление правительства РФ от 13.11.2019 г. №1450

– разработаны Методические указания по расчету величины и ставки перекрестного субсидирования, которые утверждаются приказом ФАС России.

Суть предложений сводится к следующему:

- необходим четкий алгоритм распределения перекрестного субсидирования в субъектах федерации: то есть установление «ставки перекрестного субсидирования» в каждом регионе РФ. Эта официальная информация должна быть открытой и доступной;
- необходимо введение принципа «равномерного распределения» перекрестного субсидирования для каждого уровня напряжения сети;
- вводится переходный период до 2025 года
- вводится запрет на утверждение отрицательной величины перекрестного субсидирования с 2023 года.

Об актуальности вопросов перекрестного субсидирования населения и формирования тарифов на передачу электроэнергии, роста субсидирования потребителей со стороны генерирующих компаний в рамках регулируемых договоров на оптовом рынке и многие другие, не менее важные вопросы электроэнергетической отрасли, свидетельствует прошедший в конце ноября 2020 года круглом столе при участии первых лиц министерства по энергетике, представителей Системного оператора, Ассоциации гарантирующих поставщиков и энергосбытовых компаний и других значимых представителей.

ОПТИМИЗАЦИЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ПОСТПАНДЕМИИ

В современных социально-экономических условиях, связанных с агрессивным влиянием внешних факторов, особенно пандемии коронавирусной инфекции, вызванной коронавирусом SARS-CoV-2, на экономическую микросистему (предприятие, организацию) для достижения стратегических целей развития необходим высококвалифицированный персонал, обладающий потенциалом для эффективного выполнения своих профессиональных обязанностей. Конкурентоспособность любой организации достигается за счет наличия у нее организационных компетенций, включающих и компетенции персонала. В этом контексте кадровый менеджмент, его технико-технологический инструментарий обеспечивает формирование конкурентных преимуществ всей организационной системы.

Анализ структурного обеспечения эффективности кадровой работы в организациях, независимо от специализации и размера, показал, что есть системные проблемы, решение которых возможно при реализации проекта по структурному обоснованию системы управления персоналом организации.

Таблица 1 – Структурирование проблемных зон системы кадрового менеджмента

Проблемная зона	Целевая установка оптимизации
Отсутствие системного подхода в разграничении организационно-функциональных обязанностей в кадровой службе	Применение системного подхода к организации работы по управлению трудовыми ресурсами по всем подсистемам менеджмента персонала
Аплазия персонификации при реализации процедур отбора и найма персонала	Внедрение дифференцированной системы адаптированного к условиям организации технологического инструментария оценки кандидатов
Деконцентрация системы адаптации трудоустроенного персонала	Обоснование и внедрение диверсификационной системы адаптации персонала, ориентированной на развитие институционально-управленческого взаимодействия
Недостаточность и отсутствие системности в реализации программ развития персонала	Формирование многоаспектного базиса разнонаправленного развития всех категорий персонала организации, интеркаляция системы карьерного менеджмента
Бессистемность и несовершенство технологического инструментария системы аттестации персонала, отсутствие обоснованной индикативной системы ключевых показателей эффективности трудовой деятельности	Проведение комплексной многоаспектной аттестации и оценку персонала всех категорий с увязкой с системой материального стимулирования

Конкурентная среда – это достаточно сложная система, включающая разнообразные элементы и факторы, оказывающие влияние на субъекты конкурентной среды, их экономическое развитие и уровень конкурентоспособности.

Конкурентоспособность сотрудников формирует общую конкурентоспособность экономических микросистем. Конкурентоспособность персонала представляет собой качественную совокупность характеристик человеческого капитала: психологических, физиологических, профессионально-квалификационных, ценностно-мотивационных, нравственно-этических и др., определяющих структуру компетентностного профиля и конкурентные возможности на рынке труда.

Система кадрового менеджмента результативным показателем эффективности определяет конкурентоспособность персонала на уровне личности и в совокупном организационном формате, при этом структурные элементы данного показателя формируются в рамках сложной системы оценки профессионализма, компетентности по отношению к должности и возможностей работника к активизации его трудоспособности, развитию навыков и совершенствованию профессиональных знаний.

При проведении оценки необходимо учитывать следующие критерии конкурентоспособности персонала (табл. 2).

Таблица 2 – Модель конкурентоспособности работников

Модель	Характеристика
Профессионал	работник имеет высокий уровень квалификации
Универсал	работник владеет несколькими специальностями, разнообразными компетенциями
Трудоголик	работник ответственный, дисциплинированный, добросовестный, обязательный
Гибкий	работник, способный оперативно переориентироваться, приспособиться, освоить новые виды деятельности, т.е. обладает «мягкими навыками»
Целеустремленный	работник, стремящийся к определенной цели, обладающий упорством, настойчивостью
Мобильный	работник, способный освоить новую специальность (профессию)
Контактный	работник, способный к общению, к установке связей, контактов

Таблица 3 – Направления совершенствования системы кадрового менеджмента

Алгоритмические маршрутные направления	Объективно-контролируемые показатели достижения
Стратегические цели: 1) системность в организации кадровой работы по всем направлениям;	1) динамика кадровых коэффициентов и финансово-экономических показателей трудовой деятельности

Алгоритмические маршрутные направления	Объективно-контролируемые показатели достижения
<p>2) персонализированный подход;</p> <p>3) обеспечение устойчивого роста профессионально-компетентного профиля персонала.</p>	<p>в организации;</p> <p>2) динамика коэффициента постоянства кадров;</p> <p>3) динамика производительности и интенсивности труда</p> <p>4) коэффициент компетентного профиля по всем категориям персонала</p>
<p>Цель проекта:</p> <p>1) Обеспечение устойчивого роста финансово-экономических показателей трудовой деятельности в организации</p> <p>2) Оптимизация работы кадровой службы</p> <p>3) Формирование дифференцированной системы адаптированного к условиям организации технологического инструментария оценки кандидатов</p> <p>4) Внедрение диверсификационной системы адаптации персонала</p> <p>5) Формирование многоаспектного базиса разнонаправленного развития всех категорий персонала организации, интеркаляция системы карьерного менеджмента</p> <p>6) Апробация и внедрение комплексной многоаспектной аттестации и оценки персонала всех категорий</p> <p>7) Формирование эффективной конструкции материального стимулирования персонала на основе внедрения обоснованной индикативной системы ключевых показателей эффективности трудовой деятельности.</p>	<p>1) динамика кадровых коэффициентов;</p> <p>2) динамика коэффициента постоянства кадров;</p> <p>3) динамика производительности и интенсивности труда;</p> <p>4) уровень среднемесячной заработной платы;</p> <p>5) среднее время закрытия вакансий;</p> <p>6) коэффициент обеспеченности кадрового резерва.</p>
<p>Результаты:</p> <p>1) постоянство кадров;</p> <p>3) рост производительности;</p> <p>4) рост уровня среднемесячной заработной платы;</p> <p>5) снижение времени закрытия вакансий;</p> <p>6) обеспеченность кадрового резерва.</p>	<p>1) динамика кадровых коэффициентов;</p> <p>2) динамика коэффициента постоянства кадров;</p> <p>3) динамика производительности и интенсивности труда;</p> <p>4) уровень среднемесячной заработной платы;</p> <p>5) среднее время закрытия вакансий;</p> <p>6) коэффициент обеспеченности кадрового резерва.</p>
<p>Действия:</p> <p>1) Научно-обоснованная разработка технико-технологического инструментария оптимизации кадровых процессов</p> <p>2) Оптимизация функциональной нагрузки кад-</p>	<p>1) усовершенствованная система нормативно-правового регулирования трудовых процессов;</p> <p>2) согласованная система материально-финансового обеспечения</p>

Алгоритмические маршрутные направления	Объективно-контролируемые показатели достижения
<p>ровой службы</p> <p>4) Введение оценки персонала всех категорий на основе внедрения обоснованной индикативной системы ключевых показателей эффективности трудовой деятельности.</p> <p>5) Внедрение диверсификационной системы адаптации персонала</p> <p>6) Применение многоаспектной аттестации и оценки персонала всех категорий</p> <p>7) Интеркаляция системы карьерного менеджмента</p> <p>8) Апробация и экстраполяция эффективной конструкции материального стимулирования персонала</p>	<p>работы с кадрами;</p> <p>3) системность в адаптации конструкции материального стимулирования персонала в рамках изменений системы ключевых показателей эффективности трудовой деятельности;</p> <p>4) сплошная цифровизация кадровых процессов.</p>

Направления совершенствования системы кадрового менеджмента определяются структурой основных направлений и включают: информатизацию информационно-технологических процессов в управлении персоналом; оптимизацию процедур подбора и отбора кадров; мобильно-инструментальную систему адаптации персонала; унификационно-предметную систему оценки и аттестации персонала; многоаспектный базис развития персонала через применение инструментов карьерного менеджмента; традиционно-альтернативные направления стимулирования персонала.

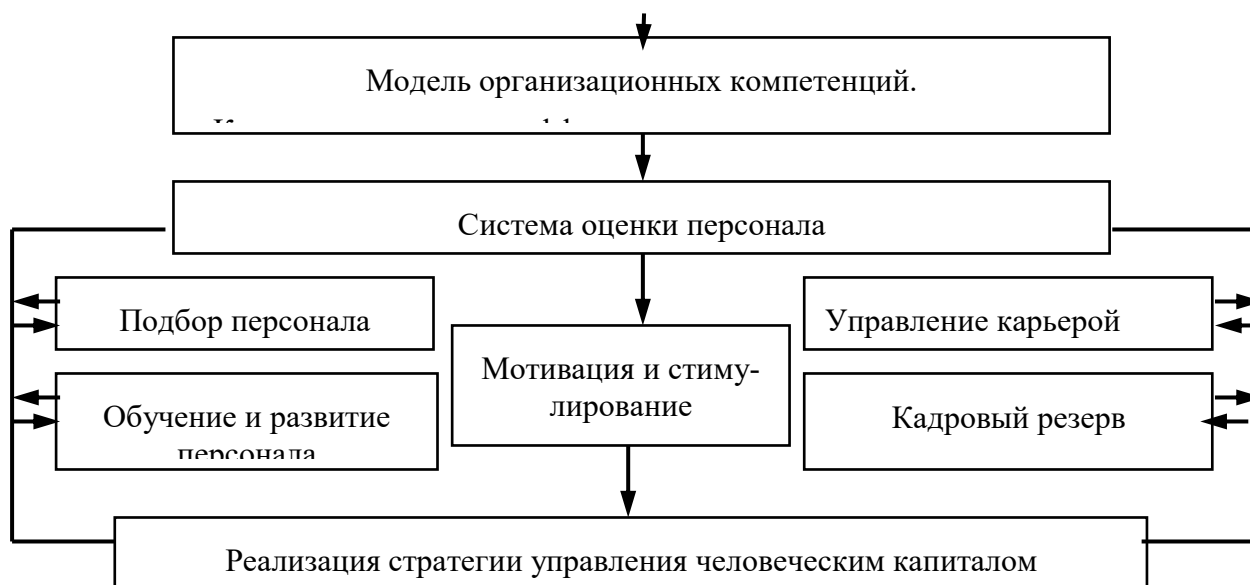


Рисунок 1 – Структура основных направлений кадрового менеджмента

Функциональное поле компетентностной работы кадровых служб широкое, связано с трансформационными изменениями ввиду агрессивного влияния внешних факторов, в конкурентоспособных организациях кадровые службы являются агрегационными конструктивными площадками по обоснованию и разработке превентивных направлений повышения эффективности организации труда. Этапность формированию объективно-контролируемой системы управления персоналом начинается с оптимизации структуры кадровой службы с максимальной цифровизацией всех процессных составляющих, что обеспечит оптимизационную перестройку затратного механизма, как по работе с персоналом, так и в целом по организации.

Совершенствования системы найма является базовым условием для обеспечения устойчивого роста финансово-экономических показателей трудовой деятельности, вместе с тем требуется научно обоснованное введение новых технологически инструментальных дифференцированных методов оценки кандидатов при приеме. От правильности выбора показателей и критериев эффективности системы кадрового менеджмента зависит практическая значимость данного инструмента, более того должен учитываться профиль деятельности предприятия (табл. 4).

Таблица 4 – Показатели и критерии эффективности системы кадрового менеджмента

Форма выражения	Критерий	Показатель
Экономическая эффективность	Определяет уровень фактической реализации объективных возможностей достижения максимально полезного результата при установленных или минимальных затратах с произведенными затратами на построение и развитие системы.	Оценивается с помощью сопоставления всех полученных эффектов (экономического, социального, потребностного и т.п.)
Социальная эффективность	Направлена на реализацию системных мер, связанных с удовлетворением социально-экономических ожиданий; включает проведение анализа степени удовлетворения потребностей сотрудников; предполагает достижение позитивных и предотвращение отрицательных изменений на предприятии.	Снижение количества неквалифицированных сотрудников; снижение количества необоснованных увольнений сотрудников; повышение количества сотрудников, удовлетворенных условиями труда; снижение текучести кадров; улучшения результатов труда и методов управления.
Потребностная эффективность	Демонстрирует степень репрезентации потребностей в цели и (или) в результате	Учет потребности субъектов и объектов оценки в целевых ориентирах системы оценки персонала.

Форма выражения	Критерий	Показатель
Коммерческая эффективность	Учитывает интересы организации в конкурентной среде, поскольку демонстрирует срок окупаемости инвестиций в систему кадрового менеджмента до момента, когда объем финансовых вложений сравняется с суммарным объемом амортизации чистой прибыли.	в точном количественном показателе не устанавливается, поскольку затраты на оценку и прибыль от нее являются невычленимым элементом общих затрат на персонал.

Формирование научно-обоснованной системы в организации кадрового менеджмента по всем направлениям позволит обеспечить качество и своевременность принятий кадровых управленческих решений на всех организационно-экономических уровнях, унифицировать оценочные и аттестационные процедуры, оптимизировать систему материального стимулирования на основе объективно-контролируемой системы ключевых показателей эффективности трудовой деятельности.

И.А. Тронина, А.О. Андросова

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ГЕНЕРИРОВАНИЯ НОВЫХ ИДЕЙ И СПОСОБЫ АКТИВИЗАЦИИ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ МЕНЕДЖЕРА

Современный мир детерминирован процессами глобализации и усилением конкурентного соперничества, поэтому основной задачей любой организации является быстро реагировать на изменения внешней среды и адаптировать свою деятельность в соответствии с ее требованиями. Вследствие чего, основополагающим фактором успеха любой современной компании являются управленцы, в чьих силах быстро подстраиваться под новые требования и реалии, диктуемыми извне, а также которые будут обладать неодинарным мышлением и будут способны генерировать оригинальные креативные идеи, предлагать принципиально новые пути развития и быстро принимать нестандартные решения, а также уметь грамотно их реализовывать, исходя из имеющихся ресурсов. Этому способствуют разнообразные методы активизации творческого мышления менеджера.

Мышление менеджера – основа видения ситуации и нахождение ее новой интерпретации. Оно приводит к творческому переосмыслению традиционных методов решения профессиональных задач. Процесс активизации мышления – это событие или действие, которое влечёт за собой креативность мыслительной деятельности и ускоряет мыслительный процесс.

Зачастую термин «креативность» принято характеризовать как одну из личностных характеристик и связывать с процессом творческой деятельности. Однако это не совсем полное понимание креативности. Поми-

мо личностной креативности также существует интеллектуальная, вербальная (словесная) и невербальная (изобразительная), поведенческая и изобразительная. А изобразительная креативность, в свою очередь, представляет собой способность к творческой деятельности в рамках профессиональной области, о чем и пойдём речь в данной работе.

Креативность – один из самых ценных навыков на рынке труда сегодня. По мере того, как автоматизация берет на себя более сложные действия, все большее значение приобретает придумывание масштабных идей. Генерация идей является неотъемлемой частью практической и творческой деятельности руководителя. При этом менеджеру не нужно быть "артистичным", чтобы быть креативным. Каждый может научиться генерировать смелые, новаторские идеи, применяя творческий подход и лучшие инструменты мышления.

В свою очередь, под креативным мышлением менеджера понимается способность в ходе управленческой деятельности находить принципиально новые пути решения той или иной проблемы, мыслить инновационно и новаторски, создавая новый взгляд на один и тот же объект, соединять воедино разные процессы так, как ранее еще не делали.

Способность постоянно развивать свой образ мышления, творчески мыслить и использовать нестандартные подходы в процессе принятия решений позволяет держать свою команду и организацию в целом на шаг впереди конкурентов.

Можно выделить три ключевых подхода, которые способствуют генерированию новых идей и креативности мышления менеджера:

1. Ломка старых моделей мышления. Различного рода шаблоны и стереотипы всегда доминируют над поведением людей. Чтобы иметь свежие идеи, необходимо оторваться от устоявшихся шаблонов мышления и начать видеть новые пути вперед. Это можно сделать, бросив вызов своим парадигмам, посмотрев на проблему под другим углом и т.п.

2. Устанавливание новых и неожиданных связей. Некоторые из лучших идей появляются совсем случайно и этому могут способствовать: случайные слова, подсказки с картинками или объекты, заставляющие мозг устанавливать новые связи, проводить аналогии и т.п.

3. Получение свежих перспектив. Можно добавить дополнительный динамизм своему мышлению, сделав шаг назад от своей обычной точки зрения и посмотрев на проблему "свежим взглядом". Вследствие этого можно получить неожиданный новый взгляд на проблему, всего лишь обсудив ее с кем-то, кто обладает иной точкой зрения.

Креативное мышление может помочь разработать идеи, которые могут привести вас к новым инновациям. Многие великие мыслители и предприниматели являются или были креативными мыслителями, которые пошли независимым путем и сделали одни из величайших открытий и

изобретений всех времен: Мария Кюри, Стив Джобс, Никола Тесла, Ада Лавлейс... список бесконечен. Хотя у многих из этих гениальных новаторов были неортодоксальные идеи и методы, которые казались странными их современникам, их результаты говорят сами за себя; они сделали современный мир таким, какой он есть.

Компетентный руководитель должен уметь эффективно управлять и собственным творческим потенциалом, и потенциалом каждого своего сотрудника, так как люди – это важнейших ресурс любой организации. Опираясь на командное мышление можно достичь еще больших результатов и разработать принципиально новый путь решения той или иной проблемы в достижении поставленных целей. Этому могут способствовать многочисленные методы активизации мышления, среди которых в общем виде можно выделить следующие:

1) методы командной генерации идей. Данные методы подразумевают коллективное генерирование идей в неформальной обстановке, которая способствует активизации творческого потенциала участников команды, которые пытаются решить ту или иную проблему путем бурной генерации множества вариантов различных идей и мыслей, причем степень их адекватности не так важна, имеют место быть любые идеи: от абсурдных до конструктивных. После чего каждая из предложенных идей коллективно обсуждается и, несомненно, хотя бы одна из них будет иметь рациональное зерно. К данным методам можно отнести следующее: метод прямой мозговой атаки, обмен мнениями, суды идей и т.п.;

2) методы анонимного обсуждения. Преимуществом данного типа методов является большая степень объективности, так как в данном случае подразумевается создание анонимных опросов и обсуждений, что способствует избежанию любого рода конформизма или иерархности среди предложенных идей. Примером такого метода является метод типа Дельфи;

3) сценарные методы. Данные методы подразумевают механизмы описания группой экспертов позитивного и негативного исхода при решении той или иной проблемы. Благодаря структурной активизации мыслительной деятельности, данный метод позволяет придти к более логическому и конструктивному решению той или иной проблемы, путем анализа всевозможных вариантов.

Высококвалифицированный управленец должен уметь выбирать именно те методы поиска инновационных идей, которые будут наиболее продуктивными в определенной среде и для конкретных работников. Кроме этого, конечный результат в значительной степени зависит от того, насколько менеджер сумел распознать явные и скрытые способности своих работников, и дал возможность каждому из них принимать участие в инновационной деятельности.

Креативное мышление неразрывно связано с наиболее влиятельной ролью коммуникации, которая действует так же, как агент импульсивных инноваций. Творческий процесс влечет за собой различные типы коммуникативного обмена на разных уровнях и этапах: способность людей работать внутри и общаться в нескольких сферах деятельности. Рассмотрим роль креативного мышления руководителя, необходимого на различных уровнях рабочего места, которое основывается на взаимодействии между членами коллектива:

1. Креативное мышление при принятии решений. Принятие решений – одна из важнейших способностей, которые сегодня требуются от управленца. На разных этапах развития и получения прибыли как высшее руководство, так и сотрудники должны принимать решения в зависимости от ситуации. Перед тем, как принять какое-либо решение, нужно рассмотреть сложившуюся ситуацию с разных точек зрения и критически осмыслить. Менеджеры должны выбрать наиболее подходящие и результативные управляющие действия, чтобы принять лучшее решение и избежать негативных результатов. Применение креативного мышления при столкновении с разного рода дилеммами может ограничить обобщающие ситуации и может улучшить навыки для тщательной оценки таких случаев, когда заранее определенные предположения и заблуждения отвергаются, а суждения о ситуации принимаются надлежащим образом.

2. Креативное мышление в разрешении конфликтов. Часто сотрудники оказываются застрявшими в конфликтах из-за разногласий между личностями и мнениями. На карту поставлены не только рабочие отношения, но и то же самое, что может привести к негативным результатам всей компании, таким как плохая производительность, например. Менеджерам очень сложно разрешать споры, поскольку предпочтение сотрудника фаворита ведет к дальнейшим спорам, а невыполнение этого приводит к натянутым отношениям с сотрудниками. Следовательно, управление конфликтами требует высокого уровня понимания креативного мышления и его интеграции при разрешении конфликтов.

3. Креативное мышление в создании инноваций. Создание инновационных идей может происходить только через нестандартное мышление или достижение уровня мышления, недоступного для других. Креативное мышление может вдохновить сотрудников на появление нетипичных, но проницательных идей, которые могут подвергнуть сомнению общие предположения и привести к новаторским решениям. Получение и обработка мыслей, идей, догадок, опасений и даже всплеск вдохновения из неизвестных источников в нашем сознании может сформировать строительные блоки большой творческой способности для бизнеса.

4. Креативное мышление в решении проблем. Ежедневно в любой компании возникает множество проблем, которые требуют немедленного

решения и, если их не решить, могут негативно повлиять всю деятельность в целом. Некоторые проблемы, такие как этические вопросы, культурные конфликты, враждебность в команде и проблемы того же рода, требуют особого внимания и быстрых методов решения. Эти деликатные вопросы необходимо тщательно изучить, а затем предложить решения, поскольку недостаточная информация может привести к ошибочным решениям, а проблемы могут стать нестабильными без каких-либо решений. Следовательно, креативное мышление предлагает решения многих проблем, рассматривая каждую проблему по-разному и стремясь найти уникальное решение каждой проблемы, причем не опираясь на устоявшиеся предупреждения и стереотипы.

5. Креативное мышление в развитии лидерских навыков. Креативность – один из важнейших навыков эффективных лидеров. Именно лидеры используют творческие навыки, чтобы создавать изменения и трансформировать рабочие места. На самом деле ни один лидер не может существовать без творческого мышления. Лидеры часто рассматриваются как катализаторы, которые вносят изменения в организацию, а творческое мышление является топливом, стоящим за этими изменениями. Лидерство и творческое мышление – это взаимосвязанные термины. Эффективные лидеры известны своим воображением и инновациями, которые вдохновляют людей, которые следуют за ними благодаря способности творческого мышления. Лидеры – очень творческие люди, которые не только решают проблемы, но и визуализируют предстоящие препятствия с помощью своего творческого мышления и сообщают то же самое своим людям. Креативность также позволяет им не увлекаться побуждением оценить или быстро принять какое-либо решение. Креативность позволяет лидерам оставаться открытыми для принятия идей и сохранять непоколебимое любопытство для рассмотрения сгенерированных идей и при этом оставаться гибкими в любых изменениях.

Для того чтобы поддерживать и развивать в себе и своей компании творческий потенциал современному креативному руководителю, как ключевому связующему элементу системы, необходимо также и обладать рядом черт, среди которых можно выделить: умение видеть, ценить и использовать творческое начало в подчиненных; умение работать в условиях неопределенности и риска; скурпулезность в выполнении поставленных задач; восприимчивость к переменам; обладание новаторским мышлением; умение отклоняться от общепринятых стереотипов и традиций; использование системного подхода; умение извлекать уроки из сделанных ошибок; способность управлять творческой группой.

Сформулируем ряд принципов, которыми должен руководствоваться современный руководитель для развития творческого потенциала в своей организации:

1) необходимо создавать открытую и свободную обстановку на рабочем месте. Чтобы стимулировать творческий подход, некоторые компании предоставляют работникам закуски, игры и “свободное время” в рабочее время. Например, Google позволяет разработчикам работать над собственными проектами один полный день в неделю. Помимо всего прочего, это привело к появлению отличных сервисов, таких как Google News—так что, очевидно, подход работает. Но в случае когда предоставить “свободное” время своим сотрудникам не представляется возможным, по крайней мере, необходимо поощрять общение между сотрудниками, создавать позитивные отношения и среду с низким уровнем стресса. Все это может поддерживать большую умственную гибкость и свободную мысль, которые приводят к прибыльным инновациям;

2) поощряйте разнообразие. Широкий спектр стилей работы, мыслительных процессов и точек зрения необходим, чтобы избежать группового мышления, когда однородная команда теряет способность видеть решения, очевидные для посторонних. Креативные идеи могут расти только в хорошо удобренном поле. Вместо того, чтобы сдерживать его рост, необходимо найти способы поощрять взаимодействие и обмен идеями. Разбейте информационные бункеры между командами, собрав их вместе для обмена идеями. Пригласите ораторов извне, чтобы они предложили альтернативные точки зрения;

3) предоставьте необходимые инструменты. Плотники не могут выполнять свою работу только с молотками; им также нужны пилы, уровни, рубанки, сверла и торцовочные коробки. Убедитесь, что ваши люди получают необходимые инструменты: компьютеры, программное обеспечение, образование или обучение для эффективного осуществления своих задач;

4) создавайте инновационные команды. Создавайте команды, состоящие из членов с различными стилями работы, опытом и наборами навыков, ранним мировоззрением, основная цель которых собраться вместе для генерирования новых идей. Твердая коллективная мысль может привести к удивительным инновационным способам решения той или иной проблемы;

5) не критикуйте. Чтобы быть по-настоящему инновационным, необходимо уметь идти на риск. Это просто часть творческого мышления, поскольку вы чаще терпите неудачу, чем добиваетесь успеха. Если члены вашей команды боятся наказания или критики с вашей стороны, если их инициативы провалятся, зачем им вообще пытаться? Всегда предоставляйте поле для предложений, чтобы сотрудники могли вносить свой вклад анонимно. Даже в открытой среде некоторые люди предпочитают конфиденциальность.

Таким образом, современный процесс управления включает в себя комплекс инновационных механизмов, организованных вокруг взаимодействия работников, активизации творческого потенциала персонала, инте-

грации его усилий на достижение поставленных целей, а также личностный и профессиональный вклад в данный процесс лидера. Это очень важная часть взаимодействия, так как творческий потенциал менеджера представляет собой синергию между личностными качествами и потенциала руководителя и потенциала и способностей его подчиненных. Умение грамотно соединять всё это в единый процесс и есть основополагающий фактор успеха.

Н.Б. Тула

РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ И ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Глобальность переписи населения требует от правительства не только значительных финансовых затрат, но и адаптации методологии проведения переписи населения, применительно к условиям Узбекистана, а также совершенствования ее организации. На сегодняшний день использование современных цифровых технологий повышает эффективность проделанной работы во всех сферах экономики.

Не является исключением и проведение переписи населения.

Для совершенствования организации переписи населения, в частности сокращения издержек, повышения качества переписи населения необходимо проводить комбинационную перепись с тремя методами:

1. Интернет-перепись – респонденты самостоятельно заполняют данные о себе и своей семье;
2. На стационарных участках – респонденты приходят на специально отведенные стационарные участки и дают информацию о себе;
3. По месту жительства – переписчики посещают, тех людей, кто не смог переписаться через Интернет или пройти опрос на стационарном участке.

Для качественного проведения переписи уровень квалификации переписчиков, которых будут привлекать к переписи населения должен быть высоким. Они должны пройти специальный курс обучения по проведению переписи. Как минимум за три дня до начала переписи им необходимо объяснить всем жителям района, в котором они будут проводить перепись, как правильно заполнить анкету. Все переписчики должны быть вежливыми, тактичными, коммуникабельными, терпеливыми, способными следовать детальным письменным инструкциям, хорошо организованными, способными ясно излагать свои мысли в устной и письменной форме, а также уметь работать в команде. Перед началом переписи им необходимо наладить контакт со взрослыми членами каждой семьи. Важным аспектом в обработке полученных данных в ходе переписи населения, является подготовка высококвалифицированных специалистов, которые будут обрабатывать данные переписи. Даже при использовании сложных программ

интерпретации, необходимо некоторое количество операторов для распознавания изображений, но к сожалению, они не все могут быть высококвалифицированными. Следовательно, на этом этапе имеется два важных требования: проверка должна быть простой и быстрой, и операторы не должны вносить дополнительных ошибок. Решение, принятое INSTAT, состояло в так называемой «массовой верификации»: изображения всех интерпретируемых символов были представлены в группе в соответствии с их значением. Если символ появляется в неправильной группе, верификатор отбирает его, и он будет автоматически помещен в поле, где возник этот символ, для исправления. Сначала цифры подвергаются массовой верификации, затем буквы и, наконец, поля с отметками.

На основе требований INSTAT компания “ReadSoft” разработала программное обеспечение для контроля и управления крупномасштабными операциями по сканированию. Основной задачей нескольких сотрудников INSTAT, начиная с апреля месяца, состояла в том, чтобы тестировать, исправлять неполадки и сообщать о проблемах разработчикам из ReadSoft. Несмотря на некоторые проблемы вначале, когда в ноябре началось сканирование переписных листов переписи населения и жилого фонда, программное обеспечение работало достаточно стабильно.

Необходимо принимать во внимание тот факт Интернет перепись и перепись на стационарных участках может проводиться одновременно, а перепись по месту жительства после получения данных от Интернет переписи и переписи на стационарных участках. В этом случае достаточно переписать тех людей, которые не смогли пройти перепись первыми двумя методами. Данный вид переписи существенно экономит затраты на проведение переписи и анализ результатов переписи.

При проведении переписи населения цифровые технологии можно использовать на разных этапах. Существует несколько вариантов использования цифровых технологий при проведении переписи населения. Например, при составлении карт переписных участков, определении местонахождения переписчиков, саморегистрации населения через Интернет, обработке и анализе полученных данных.

Перепись должна позволять получать данные о численности и характеристиках населения и жилищ на уровне самых малых географических районов страны и малых групп населения при одновременном соблюдении основополагающего требования о защите конфиденциальности персональных данных.

Методы составления карт переписных участков (ЭА) и домашних хозяйств должны перейти от громоздких бумажных списков к комплексным методам с использованием ГИС, глобальной системы определения местоположения (GPS) и цифровых карт. Процесс сбора данных необходимо из ручного ввода данных перевести к использованию технологий сканирова-

ния с применением изображений и цифрового ввода с помощью электронных вопросников. Процесс обработки данных переписей должен включать передовые методы анализа и программное обеспечение для визуализации, электронные платформы распространения и интерактивные веб-инструменты для распространения и анализа. Внедрение таких новых технологий требует значительных предварительных инвестиций на уровне национальных статистических управлений и международного статистического сообщества в ходе раунда переписей 2020 года. Для успешного использования и интеграции этих инновационных методов потребуются гибкость и готовность принять изменения.

Новые технологические решения для проведения переписи предоставляют широкие возможности для повышения качества, эффективности и своевременности проведения переписи. Для того чтобы воспользоваться этими технологическими решениями, национальные статистические управления должны сделать своевременный стратегический выбор для принятия решений для использования цифровых технологий при проведении переписи населения. Основными проблемами для принятия этих решений, являются: располагает ли правительство персоналом для поддержки внедрения современных методов, соответствует ли инфраструктура и есть ли возможность подключения к ИКТ (информационно-коммуникационные технологии). Государство должно быть готово поддержать отбор оптимальных технологических решений, когда это будет необходимо.

Использование Интернета в качестве метода сбора данных означает, что методология сбора данных переписи должна основываться не на опросах, а на саморегистрации. Перепись через Интернет может быть включена в любой из традиционных методов доставки и сбора переписных листов (например, отсылка/пересылка, отправка по почте, возврат по почте).

Ключевым фактором переписи населения через Интернет является управление операциями по контролю сбора – то есть обеспечение того, чтобы каждое домашнее хозяйство и человек учитывались только один раз. Для этого требуется предоставлять каждому домохозяйству и человеку уникальный код, связанный с их географическим местоположением. Еще одной проблемой для тех стран, в которых переписные листы собираются счетчиками (а не пересылаются по почте), является наличие точных и своевременных данных счетчикам, с тем чтобы они могли обновлять свою информацию о контроле за сбором, для того чтобы они не посещали домашние хозяйства, которые уже вернули бланки.

При проведении переписи населения следует учитывать, долю населения, которая может получить доступ к интернету из дома и долю тех, кто пользуется услугами широкополосного доступа и общим использованием интернета в других бизнес-целях (например, онлайн-банкинг, подача нало-

говых бланков, шопинг). Использование интернета, скорее всего, приведет к увеличению стоимости переписи, лишь на начальном этапе, так как заранее неизвестно, кто, будет пользоваться интернетом и возникнет необходимость доставить бумажную форму каждому домохозяйству, включая тех, кто пройдет перепись через интернет. Но в последующем эти затраты окупятся.

Проводя перепись комбинационным методом, необходимо также разработать системы и процессы, обеспечивающие интеграцию переписи через Интернет с бумажной переписью, что в свою очередь увеличит расходы. С другой стороны, предполагается значительная экономия затрат на сбор данных и обработку данных. Таким образом, экономия затрат на сбор и обработку данных, вероятно, будет значительно больше, чем затраты на разработку и внедрение интернет-системы.

Еще одним важным, немаловажным фактором, требующим внимания, является безопасность. Отраслевой стандарт шифрования (SSL128) предлагает двустороннее шифрование (то есть он шифрует данные, поступающие как с компьютера пользователя, так и на него) и был принят практически во всех странах как достаточный для защиты переписной информации. Безопасность должна быть ключевым фактором при проектировании инфраструктуры. Для сбора переписной информации должна быть создана физически отдельная инфраструктура. Заполненные индивидуальные переписные листы следует перенести за брандмауэрами, а затем в инфраструктуру, которая полностью отделена от инфраструктуры сбора. Для загружаемой интерактивной формы требуется гораздо меньше инфраструктуры, чем для форм, заполненных в режиме реального времени. Однако загружаемые формы требуют большего уровня компьютерной грамотности, чем интерактивные формы. Они не обязательно будут работать в тысячах различных компьютерных конфигураций, и можно ожидать, что переписное ведомство сможет решить каждую отдельную проблему. С точки зрения респондентов, они гораздо чаще предпочитают заполнять форму онлайн. В этой связи большинство стран предлагают заполнение переписных листов в режиме онлайн. Еще одним преимуществом электронной формы, является возможность интерактивного редактирования для улучшения качества ответа, что невозможно на бумажной форме. При проведении переписи через интернет необходимо тщательно рассмотреть вопрос о том, насколько в форму встроены другие средства редактирования или кодирования в режиме онлайн. Как показывают исследования, формы, заполненные через Интернет, имеют более высокое качество, чем бумажные формы.

Добавление варианта переписи, через Интернет может способствовать повышению качества переписи, облегчая реагирование некоторых трудноизвлекаемых групп. Большинство стран отмечают трудности с переписью

молодых людей и людей, проживающих в режимных объектах, где доступ ограничен. Некоторым людям с ограниченными возможностями также будет проще заполнить интернет-форму, чем бумажную. Кроме того, некоторая часть не желает общаться с переписчиками в виду различных причин (опасений заражения инфекционными заболеваниями (туберкулёз, COVID-19, грипп и т.п.), ограблений и мошенников под видом переписчиков). Поэтому для данной категории населения заполнить интернет-форму, является более подходящим вариантом, чем пройти перепись традиционным способом.

Обеспечение достаточной инфраструктуры является одной из основных проблем, связанных с предложением возможности использования Интернета. Перепись проводится в течение относительно короткого периода времени и затрагивает все население страны, и маловероятно, что Госкомстат будет иметь необходимую инфраструктуру для удовлетворения пиковых потребностей переписи. Поэтому наиболее эффективным на наш взгляд будет передать Интернет перепись на аутсорсинг. Возможно, потребуется изменить процедуры сбора для ограничения спроса. Например, требование к лицам, находящимся за пределами заранее определенных целевых групп/районов, обращаться в переписное учреждение до того, как они смогут использовать форму Интернета, может служить средством ограничения использования формы Интернета. Переписным учреждениям необходимо оценить, каким образом они хотят содействовать использованию Интернета. Продвижение варианта Интернета должно определяться способностью службы справляться с ожидаемой нагрузкой и согласовываться с процедурами сбора данных. Стратегия в области связей с общественностью должна включать обеспечение безопасности информации, предоставляемой через Интернет. Если исходить из того, что Интернет ориентирован на все население, то стратегия в области связей с общественностью должна предусматривать управление ожиданиями общественности относительно возможности доступа к сайту в периоды пикового спроса. Простые сообщения, советующие людям пользоваться Интернетом в «пиковое» время, должны готовиться и при необходимости использоваться на самом сайте переписи в Интернете и через службу телефонных запросов переписи, радио и печать.

Многие страны уже используют современные технологии для проведения переписи населения. Сложность значительной части нового программного обеспечения и инфраструктуры, необходимых для многих новых и передовых технологий, выходит за рамки существующего технического потенциала многих переписных органов. Важные компоненты переписных операций во многих странах необходимо передать на аутсорсинг (outsourcing). Преимущество аутсорсинга заключается в том, что внешние поставщики приносят с собой технические знания и опыт, которые недо-

ступны переписным органам, и позволяют национальным статистическим институтам (НСИ) сосредоточиться на своей главной задаче – проведении переписи, вместо того, чтобы разрабатывать внутренние процедуры и развивать навыки, не относящиеся к основным областям их специализации. Кроме того, пяти– или десятилетний цикл традиционной переписной деятельности, короткие сроки обработки информации и требуемые масштабные системы данных означают, что аутсорсинг создает возможности для обеспечения эффективности и рациональности расходования денежных средств.

Таким образом, перепись проводимая с использованием цифровых технологий и традиционным способом, является на наш взгляд наиболее оптимальной в условиях цифровой трансформации. Большая часть населения имеет доступ в Интернет, но в тоже время имеется часть населения, которая пользуется им лишь для общения в социальных сетях, кроме того есть отдаленные населенные пункты, которые не имеют доступа в Интернет. В этой связи наряду с использованием цифровых технологий целесообразно провести перепись с заполнением бумажных анкет.

Г.О. Турдыева, И.М. Саидахмадова

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Система управленческого учета в туристических организациях внедрена в туристическом бизнесе, как правило, у туроператоров, поскольку эти организации имеют достаточную численность высококвалифицированных работников, а руководители остро нуждаются в информации о деятельности организации за короткие промежутки времени. В результате анализа действующих моделей управленческого учета в туризме были выявлены следующие недостатки: несоответствие системы управленческого учета бизнес – модели туристической деятельности и внешней бизнес – среде, недостаток эффективных инструментов оценки и контроля затрат туристических услуг, ориентация на административные методы управления, низкая степень управления эффективностью основной деятельности.

Эти проблемы особенно актуальны для современных условий хозяйствования и повышения предпринимательской активности туристических фирм. Модель управленческого учета должна усиливать роль стратегического управления с целью эффективного функционирования всего туристического бизнеса и отдельных хозяйствующих субъектов. Формируемая система управленческого учета должна обеспечить его эффективность во внутренней и внешней среде, а также в связи с реализацией 5 января 2019 года были приняты важные для сферы туризма нормативные акты: Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5611 «О дополнительных

мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» и Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4095 от 05.01.2019 года «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли».

В современных условиях особую важность представляет процесс обеспечения долгосрочной финансовой стабильности, экономической эффективности и конкурентоспособности каждой бизнес – единицы. Поэтому, система управленческого учета дополняется рядом необходимых функций, процедур и методов, способных обеспечить увеличение качества принятия управленческих решений и усиление предпринимательской активности.

В основной целью турфирм является выбор наиболее перспективной бизнес – модели, способствующей максимизации прибыли не только за счет роста деловой активности экономического субъекта, но и за счет оптимизации внутренних издержек. Это, в свою очередь, предполагает планирование туристского продукта, основным компонентом которого выступает величина его себестоимости. Процесс формирования себестоимости турпродукта является в достаточной степени многоаспектным, что предполагает необходимость организации эффективной целевой подсистемы финансового управления, непосредственно направленной, с одной стороны, на обеспечение рациональной структуры затрат турфирмы, а с другой на оптимизацию конкретных статей калькуляции. Проблема разработки организационно-методических основ управленческого учета в туристских организациях в настоящее время приобрела особую актуальность.

В настоящее время в год совершается более 900 млн туристских поездок. На экономическом уровне он представляет собой мощную мировую индустрию, занимающую до 10% мирового валового продукта. В области социальных отношений туризму отводится особое место, потому что каждый 15-й человек в мире связан с индустрией туризма.

Узбекистан обладает огромным туристическим потенциалом. В стране насчитывается более 8 тысяч объектов культурного наследия, 209 из них в составе четырех городов-музеев «Ичан кала в городе Хиве», «Исторический центр города Бухары», «Исторический центр города Шахрисабза» и «Город Самарканд», включенных в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. Национальная система охраняемых природных территорий включает 8 заповедников, 2 природных и 1 национальный парк, 6 памятников природы, 11 заказников, более 50 водоохраных зон. В Узбекистане традиционно развитым является историко – культурный вид туризма. Наиболее всемирно популярными туристскими центрами республики являются Самарканд, Бухара, Хива, а также Шахрисабз.



Рисунок 1 – Количество туристов, прибывших в Узбекистане в 2017-2019гг.

Численность прибывающих иностранных посетителей в Узбекистан ежегодно растет высокими темпами. Так, в 2018 году в Республику Узбекистан въехало 5 346 тыс. иностранных посетителей туристов. Данный показатель в 2 раза больше по сравнению с 2016 годом, когда количество прибывших составило 2 690 тыс. человек. В свою очередь, в течение 2019 года количество иностранных посетителей составило 6 748 тыс. человек и превысило показатели 2018 года на 26%. При этом, темпы роста иностранных гостей из различных регионов мира показывают различный уровень. Если рост количества иностранных туристов из Центральной Азии и других стран СНГ составил 25% и 22%, соответственно, то рост количества туристов из стран дальнего зарубежья составил 50%.

Таблица 1 – Распределение по странам числа посетителей, въехавших в Республику Узбекистан за январь 2019 г. и январь 2020 г.

№	Регионы и страны	Январь 2019 г.	Январь 2020 г.	рост в %
	Въехало всего	437 265	538 360	23,1
I.	из стран СНГ	419 202	514 774	22,8
1	Азербайджан	851	858	0,8
2	Армения	108	159	47,2
3	Беларусь	344	333	-3,2
4	Казахстан	163 968	164 100	0,1
5	Кыргызстан	91 402	121 856	33,3

№	Регионы и страны	Январь 2019 г.	Январь 2020 г.	рост в %
6	Республика Молдова	629	304	-51,7
7	Российская Федерация	26 150	29 105	11,3
8	Таджикистан	107 605	137 298	27,6
9	Туркменистан	27 378	59 784	118,4
10	Украина	767	977	27,4
II.	из дальнего зарубежья	18 063	23 586	30,6
1	Австралия	54	127	135,2
2	Австрия	53	69	30,2
3	Афганистан	3 553	4 559	28,3
4	Германия	405	543	34,1
5	Грузия	169	219	29,6
6	Израиль	258	351	36,0
7	Индия	1 299	1 181	-9,1
8	Индонезия	62	228	267,7
9	Иран	148	265	79,1
10	Испания	92	103	12,0
11	Италия	230	319	38,7
12	Канада	74	144	94,6
13	Китай	2 295	2 659	15,9
14	Малаузия	103	233	126,2
15	Пакистан	223	224	0,4
16	Республика Корея	2 737	3 158	15,4
17	Великобритания	250	419	67,6
18	США	402	527	31,1
19	Турция	3 657	5 245	43,4
20	Франция	261	281	7,7
21	Другие	1738	2732	27,7

В целях укрепления позиций на рынке туристских услуг, получения прибыли, создания конкурентоспособного либо уникального продукта, конструирования и укрепления привлекательного для потребителей услуг имиджа туроператоры и турагенты формируют предложение, осуществляют его реализацию, определяют доступность продукта через ценовой уровень, предопределяя тем самым качество предлагаемого туристского

продукта, предоставляют потребителю услуг достоверную информацию о нем.

Управление в туристской отрасли представляет собой систему деятельности, элементами которой являются различные виды деятельности, осуществляемые управляющими субъектами (организующими оказание услуг, производящими их составляющие, приобретающими ее, которые распределены между различными субъектами: органами власти, менеджментом туристских фирм и объединений, потребителями)

Органы государственной власти и местного самоуправления, регламентирующие и регулирующие их деятельность посредством нормативно-правовых актов, среди основных своих задач имеют представление интересов потребителей услуг (по вопросам качества, безопасности), получение внебюджетных источников финансирования для реализации конкретных проектов (например, выставочных), стимулирование приоритетных видов туризма (в развитие внутреннего и въездного туризма).

Для достижения целей, решения поставленных задач по созданию условий для функционирования и развития туристской отрасли органы государственной власти разрабатывают и реализуют туристскую политику. Основными целями государственной туристской политики являются:

- совершенствование нормативно-правовой базы в сфере туристской деятельности, имплементация международных норм и стандартов, направленных на создание благоприятных условий для развития туристской отрасли;

- развитие инфраструктуры туризма и сопутствующей инфраструктуры во всех регионах республики с учетом потребностей и запросов туристов;

- развитие транспортной логистики, расширение внешних и внутренних маршрутов, повышение качества транспортных услуг;

- принятие комплексных мер, предусматривающих снижение влияния сезонного фактора путем диверсификации туристского продукта и услуг, ориентированных на различные сегменты туристского рынка.

Система управленческого учета должна быть ориентирована на потребности туристических фирм в информации предпринимательской активности. Предпринимательская активность включает всю совокупность активных действий, начиная от замысла, выдвижения идей и заканчивая процессом их реализации вплоть до полного удовлетворения потребностей клиентов. Внедрение системы управленческого учета предпринимательской активности позволит повысить устойчивость туристических фирм к отрицательному действию внешних факторов и мобилизовать внутренние факторы в целях повышения эффективности их деятельности.

Финансовый результат для этих туристических фирм ответственности мы рекомендуем определять как разницу между доходами от реализации услуг и их затрат. Для турагентов нами рекомендован центр ответственности «центр маржи», оказывающий влияние только на прямые расходы, которые являются объектом калькулирования.

КРОСС-ГРАНИЧНЫЕ ДИНАМИКИ СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСОВ

За последние полвека в мировой экономике наблюдались разные по своим масштабам и последствиям финансовые кризисы. Глобализация, ставшая мейнстримом во второй половине двадцатого века, подвела человечество к черте, за которой последствия финансовых потрясений затрагивают большинство, включая самые скромные по размерам юрисдикции, требуя от национальных правительств решительных действий по восстановлению темпов роста экономики.

Ч. Киндлбергер предложил исследовать природу шоков, опираясь на универсальную последовательность развертывания кризисных явлений, включающую ажиотажный спрос на спекулятивные активы, расширение кредитного предложения, образование «пузырей» на рынке, возникновение паники и краха, приводящего к цепному падению цен на таргетированный актив и сопутствующие сегменты рынка. Фиксация региональных и национальных особенностей проникновения финансовых кризисов реализуема через диалектическое движение от общего к особенному и, далее, к единичному. Определение общих тенденций основано на пространственном анализе относительных изменений денежно-кредитных показателей. Региональные динамики позволят определить тесноту и симметричность общих связей, а единичные кейсы раскроют имманентные противоречия в эволюции финансового капитала в отдельных государствах.

После падения социалистического лагеря мировая экономика в качестве базиса избрала капитал, при этом модальность общественных отношений все больше двигалась в сторону финансовых рынков. Кризисы 90-х годов затрагивали отдельные государства и регионы, падение мирового ВВП на десятки миллиардов долларов в 1998 г., вызванное преимущественно развивающимися государствами Азии, Бразилией и Россией, в целом не позволяют классифицировать их в качестве глобальных. Ч. Киндлбергер приводит ряд причин возникновения международного кризиса 1998 г., которые не связаны между собой и характеризуют локальные особенности «перегревов» отдельных сегментов финансового рынка.

Среди государств, относимых к Большой восьмерке, падение ВВП наблюдалось только у Японии, Канады и России. Кризис 1998 г. можно отнести к категории «неразвитых» глобальных, при этом глубина падения отдельных юрисдикций связана больше с формирующимся статусом финансового сектора экономик, в то время как глобальный флуктуационный тренд находился еще в черно-белом эскизе. Объявленный российским правительством дефолт часто рассматривается как внутренняя причина кризиса. На рисунке 1 представлен рост мирового ВВП за последние 60 лет, темным цветом выделены кризисные периоды.

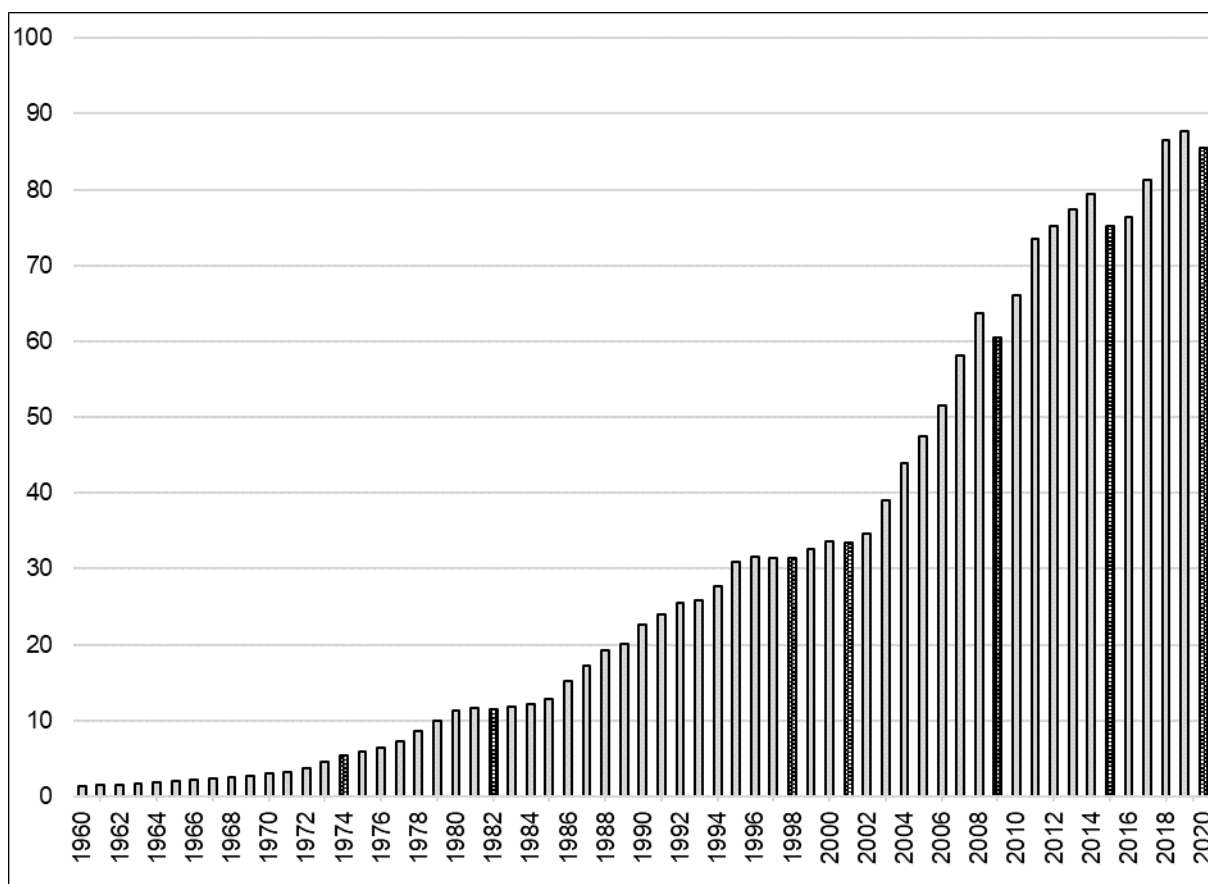


Рисунок 1 – Динамика мирового ВВП, трлн долл.

Аналогом потрясений 98-го года служит кризис «Доткомов» на американском фондовом рынке в 2000-м году, но принципиально новая сфера экономики для инвестиций содержала в себе богатый опыт накопленных противоречий финансового капитала. Перегрев рынков сопровождался знакомством со средой интернета «ламповой» частью финансово-экономического истеблишмента, который впитывал инновации для устоявшейся системы координат, воспринимая электронный маркетплейс в качестве канала продаж для «физических» ценностей. Обрушение бумаг доткомов вполне сопоставимо с ажиотажным спросом на криптовалюты в конце 2017-го года, когда курс биткоина достиг исторического максимума, после чего последовала длительная коррекция. Кризис 2000-го года остался международным, но не глобальным феноменом. Инвесторы, у которых фундаментальный анализ строился на основе коэффициентов с прибылью, опередили время на полтора десятилетия, но потеряли часть средств из-за в целом не готовых к нововведениям рынков.

Мировой финансовый кризис 2008-2010 гг., возникший на рынке секьюритизированных ипотечных кредитов США, анатомически подробно исследован, опубликованы тысячи академических трудов, сняты голливудские картины, собравшие сотни миллионов долларов в прокате. В тоже

время кульминация кризиса, наступившая в 2009 г., дифференцированно проявляла себя субконтинентально и в отдельных юрисдикциях. Монетарные показатели с разной степенью эластичности реагировали на процессы, происходящие в глобальных финансах.

В целом мировая экономика продемонстрировала снижение инфляции на 5,6%, в странах арабского мира падение превысило 25%. Европейский союз оказался единственным регионом, где инфляция продолжила снижаться после преодоления острой фазы кризиса в 2009 г., при этом другие регионы с развитыми рыночными экономиками задавали общемировой тренд на ускорение инфляционной динамики в посткризисный этап развития. В азиатском регионе из мощнейших развивающихся экономик, вошедших в дефляционную зону в период кризиса, следует выделить Китай и Малайзию, чья ценовая рефлексия в большей степени зависит от глобальных динамик.

Латинская Америка примечательна нефтедобывающими и находящимися в стадии глубинных реформ экономиками. Государства Магриба и ближневосточные страны демонстрировали двухзначную инфляцию в докризисный период практически повсеместно, Африка южнее Сахары – свыше половины исследуемых кейсов.

Мировая экономика приблизилась к кризису с удвоенным ВВП за восемь предшествующих лет, при этом инфляционные показатели находились в диапазоне 3-8%, достигнув максимума в 2008 г. на уровне 7,9%, а падение в 2009 г. до 2,3% оказалось историческим рекордом за предшествующие 40 лет. Таким образом вычерчиваются контуры зависимости между динамикой ВВП и инфляцией, зафиксированной в период наступления финансовых кризисов. Из анализируемых 202 государств снижение инфляции наблюдалось в 175 случаях.

Демонстрация неоднородности абсорбирования динамики глобального шока характерна для развитых и развивающихся экономик. В Японии наблюдается многолетняя дефляция, попытки преодоления которой не всегда приносят положительный результат, при этом кризис 2009 г. приблизил отрицательную инфляцию к нулевой отметке на 0,3%. Немецкая экономика в докризисный период характеризовалась самым низким уровнем инфляции во всем Европейском союзе, в 2009 г. произошло удвоение темпов роста цен, после чего инфляция снизилась на короткий промежуток времени, а с 2011 г. и по настоящее время находится в диапазоне 1,5-2%. Экономика Чили столкнулась с глобальным шоком, находясь в собственном энергетическом кризисе, вызванном увеличением объемов производства меди и сильной зависимостью от поставок газа из Аргентины.

Израильская финансовая система в докризисный период характеризовалась высокой степенью зарегулированности, что не позволяло наполнять инвестиционные портфели финансовых институтов «токсичными» ин-

струментами. Таким образом, часть мировой экономики, представленная развитыми и формирующимися рынками, смогла относительно благополучно пережить финансовые потрясения 2008-2010 гг. Выход на траекторию устойчивого роста начался уже в 2010-м году.

В научном дискурсе кризис 2015-го года исследовался с позиций распространения антироссийских санкций, приведших к замедлению роста в ключевых отраслях российской экономики. В то же время падение мировых цен на нефть послужило глобальным драйвером кризиса, последствия которого острее всего наблюдались в ближневосточном регионе и России.

Крупнейшие экономики мира, обладающие диверсифицированной структурой производства, смогли без глубоких потерь пережить последствия распространения кризиса. ВВП Китая и Соединённых Штатов по итогам 2015-го года оказались выше докризисного периода, но с замедленными темпами роста. Индия и Гонконг также смогли увеличить ВВП, а аргентинская экономика демонстрировала сильный рост.

Российская экономика сократилась более чем на треть, что даже больше острой фазы кризиса 2009-го г. Санкционное давление умножилось на удешевление энергоресурсов, кроме того, возникли дополнительные затраты на аннексированные территории. Как и в 2009-м году, развивающаяся часть мировой экономики пострадала в целом сильнее, лидер падения – Экваториальная Гвинея, где ВВП сократился на 40%, на втором месте шла российская экономика, для которой падение нефтяных цен оказалось более драматичным кейсом, по сравнению с воюющей Украиной, где ВВП снизился на 31%.

Арабские государства, оставаясь лидерами по экспорту нефтепродуктов, как и в период кризиса 2009-го г., демонстрировали сильнейшие инфляционные колебания. В Саудовской Аравии инфляция упала на 14%, продолжая оставаться в дефляционной зоне, в Омане падение превысило 20%, В Арабских Эмиратах – 14,5%. Таким образом, инфляционные динамики остаются важным индикатором в условиях фиксированных валютных курсов лидеров мировой нефтяной индустрии.

В азиатской части планеты также наблюдалось падение инфляции, государства Европейского Союза представляли единственный крупный регион, где нефтяные котировки обратно повлияли на рост цен, что вполне логично для импортирующих экономик. В Северной Америке отмечалось падение инфляции (США – с 1,8 до 1,0%), что для развитой экономики существенно, но не критично.

Украина встретила кризис, находясь в состоянии гражданской войны и утратив часть территорий, что радикальным образом сказалось и на финансово-кредитных показателях. Российская экономика испытывала последствия введенных санкций и удешевления нефти. Наименьшие инфляционные колебания отмечались в Албании, Венгрии и Турции.

Исламская Республика Иран, чья инфляционная динамика характеризовалась сокращением в 2014 г. в 3,5 раза, а в пиковый период кризиса – в двадцать раз – лидер падения в своем регионе. Ливийская экономика также в топе ценовых падений в арабском мире. Некоторая инфляционная стабилизация крупнейших нефтяных игроков, по сравнению с кризисом 2009-го г., может быть связана с продолжающейся активной инвестиционной политикой на развитых рынках, позволяющей постепенно сокращать нефтяную зависимость. Для находящегося под многолетними санкциями Ираном и перманентно кризисной Ливией подобные сценарии трудно реализуемы.

Как отмечалось ранее, украинская экономика тяжелей остальной Европы переживала кризисный период. Гривна за два года была девальвирована практически на 300%, что сопровождалось увеличением военных расходов. Рубль с 2013-го г. испытал падение почти в два раза, что несопоставимо больше с девальвацией в 27% в 2009-м году. Турция и молдавская экономика также среди лидеров падения национальных валют.

Распространение коронавирусной инфекции в начале 2020-го г. послужило триггером очередного экономического кризиса, масштабы которого еще находятся в процессе подсчета, при этом многие государства продолжают фиксировать прирост новых случаев заражения и вводить изоляционные меры. Аналитики МВФ опубликовали отчет с данными о падении мирового ВВП на 2,3% по итогам 2020-го г. Часть показателей в отчете – прогнозные значения, в этой связи верификация данных с аналитикой Организации стран экономического сотрудничества и развития сжала выборку до 45 исследуемых кейсов, приходящихся на крупнейшие мировые экономики.

Большинство государств столкнулись с падением ВВП (данные МВФ – 48 из 195) в первый год развития кризисных процессов, что отличает пандемию от событий 2008-2010-го гг., когда стартовые рыночные диспропорции заставляли управляющих фондами проверять финансовые активы на предмет «токсичных инвестиций». Разрастание ипотечного кризиса позволяло надеяться на поиск защитных финансовых инструментов с отрицательной эластичностью, в то время как прогнозировать динамику финансовых рынков в условиях новой пандемии остается труднореализуемой задачей.

Начавшаяся в Китае пандемия незначительно замедлила рост их ВВП, а если оценивать паритет покупательной способности, то в абсолютном выражении китайская экономика уже несколько лет мировой лидер. Турция и Норвегия отчитались о приросте темпов валового продукта по сравнению с доковидным 2019-м г. Аргентина, продолжая испытывать внутренние противоречия, оказалась лидером по инфляционным толчкам. Нефтедобывающая Саудовская Аравия также в топовых позициях, в то время как российская экономика сократила инфляцию на 1%. Выделение

финансовой помощи национальных правительств наиболее пострадавшим секторам экономики позволяет сделать оптимистичный прогноз на возвращение к докризисным темпам роста уже в ближайшее время.

Л.М. Уразбаева, А.А. Нагметуллаев

СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Сфера услуг – важный сектор экономики. Не случайно в последние годы в процессе структурных преобразований данного сегмента уделяется серьезное внимание. Как результат, ускоренными темпами развиваются все его направления и особенно – туризм, являющийся важным фактором обеспечения занятости населения, повышения доходов и качества жизни людей.

Но кризисы подталкивают к переосмыслению и ускоряют смену экономических явлений. Текущая эпидемия не повлияет на общую тенденцию повышения уровня туристического потребления, но будет способствовать росту рыночного спроса на некоторые туристские продукты. Период простоя в условиях пандемии дает возможности для отдыха и раскрытия внутреннего потенциала. Если четко понимать условия и тенденции развития, привести мысли в порядок, выбрать правильное направление и быть готовым следовать ему, выход из кризиса может принести положительный результат. Итак, какие виды туризма получают развитие после эпидемии?

В условиях эпидемии люди осознают важность укрепления здоровья и начинают менять свой образ жизни. Возрастает потребительский спрос на занятия спортом и оздоровление организма, физические упражнения будут играть важную роль в жизни людей. Поэтому после эпидемии появятся новые тенденции развития индустрии спортивного туризма.

Даже Указом Президента Узбекистана образовалось Министерство туризма и спорта.

Спортивный туризм – это отдых, который сопровождается физическими нагрузками. Такое занятие нравятся очень активным людям, которые не могут сидеть на месте, и которые любят проводить время в компании и наслаждаться красивыми видами природы.

Основными составляющими спортивно-оздоровительного туризма должны быть: духовное и физическое развитие нации, здоровый образ жизни, повышение походного мастерства и инструкторской квалификации, спортивные звания и разряды, спортивно-научная и военно-прикладная деятельность.

С целью воссоздания в Республике Узбекистан спортивно-оздоровительного туризма необходимо:

- разрабатывать разрядные требования по спортивному туризму, Правила проведения спортивных походов и путешествий, Положения о туристских общественных кадрах и другие руководящие материалы;

- добиваться государственной поддержки и финансирования учебных и туристско-спортивных мероприятий; очевидно, нужно вернуть Профсоюзы к практике руководства туристско-спортивным движением в стране;

- возобновить со школьниками и учащейся молодежи походы по родному краю, конкурсы и соревнования по туризму;

- решить вопрос более облегченной процедуры получения туристских виз для граждан Узбекистана в зарубежные страны.

Восстановить географию туристских маршрутов, спортивных походов и экскурсий в горной местности. Урегулировать в соответствующих ведомствах вопросы, связанные с посещением уникальных географических объектов:

- Аман-Кутан – рукотворный лес, расположенный в горной местности Самаркандской области. Отличное место для не сложных пеших прогулок. Здесь расположена пещера известная как «пещера первобытного человека» и «пещера Лева» (по имени её первого исследователя – археолога Д. Н. Лева).

- Байсун Омонхона расположен в Сурхандарьинской области. Паломники считают эти места священными. По приданию, на эту местность была обрушена страшная эпидемия и один из местных, с надеждой возмолвился богу с просьбой о помощи. После, жителя посетило видение, что надо подняться на вершину и ударить посохом по священному камню и оттуда пойдет вода, которая излечит его жителей. На священные источники собираются толпы людей, говорят, что вода обладает целебными свойствами. В 300 километрах находится аномальная зона, где вода течет вверх, а машины на нейтральной передаче даже набирают скорость, двигаясь по подъему. Скорее всего, это оптическая иллюзия известная в физике как «нижний мираж». Пейзажи здесь просто восхитительны.

- Пещера Тешик – тош тоже находится в Сурхандарьинской области в горах Байсунтау. Известность это место получило благодаря известному советскому археологу Алексею Павловичу Окладникову. Здесь он нашел останки неандертальской девочки, захоронение которой было окружено рогами, что доказывает существование веры еще в те давние времена. Также были обнаружены орудия труда и кости животных. Пещера таит в себе целую историю древнего мира и окутана некой необъяснимой аурой.

- Гиссарский хребет – самая высокая горная точка в Узбекистане. Этот хребет располагается одновременно и в Узбекистане, и в Таджикистане. Во время прогулки по горе рекомендуем посетить заповедник, который расположен в центре Гиссарского хребта. Он считается самым большим в Узбекистане. Здесь вы сможете увидеть животных, которые давно занесены в Красную книгу: беркутов, туркестанскую рысь, снежного барса, белогогого медведя и других.

- Нуратинские горы – это небольшой горный хребет, который располагается в центральной части Узбекистана. На некоторых горных участках можно встретить самые разные геологические породы. В горы лучше отправляться в весной: в это время на склонах растут красные тюльпаны, которые занесены в Красную книгу. Кстати, здесь с 1975 года находится Нуратинский заповедник, который расположен в центральной части хребта. Кроме цветов из Красной книге, вы можете встретить и редких животных – черных грифов, беркутов и баранов Северцова. К середине весны весь снег с горных вершин тает, поэтому погода для пеших прогулок благоприятная.

- Чаткальский хребет – горный хребет считается самым западным в стране. Чаткальский хребет проходит не только через Узбекистан, но и Россию, Казахстан и Киргизию. Весной к склонам гор приезжают альпинисты и горные туристы, которые мечтают осуществить свою мечту – впервые взойти на гору. Поблизости с горами находится колоритные селения, которые тоже нужно посетить. Здесь вы сможете ознакомиться с народными обычаями и этносом, погулять по маковым полям и виноградникам. Все это можно увидеть в деревне Сукок, Невич или поблизости Чарвакского водохранилища.

- Массив «Ходжа Гур-Гур Ота» – отец всех пещер. Здесь природа построила скошенную вершину горы, где с одной стороны обрыв, а с другой следы динозавров. Множество тайн хранят эти земли, ведь не каждый может туда добраться. Известно лишь, что в этих местах может находиться самая глубокая пещера в мире – 2500 метров. Стены пещеры украшены кристаллами льда, постоянная температура -2, -5 градусов по Цельсию. Мумифицированные природой останки горных козлов и конечно следы динозавров, все это находится здесь. Прогулка по окрестностям массива возможна только с гидами профессионалами и исключительно с соответствующим снаряжением, но это стоит того.

- Плато Устюрт. Говорят, здесь проводились испытания бактериологического и ядерного оружия. Пустыня находится между Аральским морем и Каспием, на границе между Азией и Европой. Суровый климат этих земель не оставил живности в округе, также повлияла и всем известная катастрофа на Аральском море. Несмотря на это таинственные земли плато манят к себе туристов со всего света, а рассказы об этих землях будоражат сознание каждого человека. Говорят, здесь видели НЛО! Некоторые путешественники в подробностях описывают происходящее.

- Ущелье Сармыш. Поистине живописное место, которое находится недалеко от областного центра города Навои. На одном из отрогов Нуратинских гор близ перевала Ката-Карга природа создала немислимый пейзаж горных склонов. Здесь, среди сверкающих конусов вершин, огромных арок и гротов природа нарисовала свой пейзаж, а люди дополнили его.

Туристы со всего мира едут посмотреть наскальные рисунки, оставленные в разные эпохи, начиная с каменного века. Здесь их более 4 тысяч. Нигде в мире вы не сможете встретить такого разнообразия древнего искусства.

- Плато Демонов. Самарканд известен всем своей потрясающей архитектурой и историей, но не только это может впечатлить туриста. В Самаркандской области между перевалами Илансай и Тахтакарача находится Плато Демонов. Одно лишь название пугает людей, но не стоит бояться, хотя здесь и присутствует некая тайна. Плато известно многим тем, что на большой площади оно усыпано необычными камнями. Громадные глыбы имеют схожий силуэт с дикими животными – демонами и людьми. На некоторых камнях ярко выражены лица людей, будто здесь сражались титаны и после битвы могучие воины окаменели.

Обширные горные регионы Узбекистана просто предназначены для альпинизма, скалолазания и ледолазания. Основные маршруты альпинизма, скалолазания и ледолазания находятся в основном в районах Западного Тянь-Шань: Майдантальский хребет, Пскемский хребет и Чаткальский хребет. Здесь ежегодно проводятся открытые соревнования Узбекистана по альпинизму и скалолазанию.

Кто любит заниматься спортом на свежем воздухе и вдали от больших мегаполисов, находится в нужном месте в Узбекистане. Мягкий климат позволяет заниматься большинством видов спорта практически круглый год. Для классического зимнего спорта есть четыре хорошо оборудованных горных курорта: Чимган, Бельдерсай, Амирсой и Янгибад. Их число вскоре будет расти.

Узбекистан предлагает многочисленные возможности для экстремальных видов спорта благодаря его обширным и разнообразным ландшафтам, хотя эти виды спорта все еще являются новыми в стране. К ним относятся:

- экстремальные лыжи, сноуборд;
- мотогонки (Motorcycle racing), ралли (Rallying), мотокросс;
- скейтбординг, горный велосипед, скалолазание, каньонинг и парапланеризм.

Огромные горные районы страны особенно привлекательны.

Наша страна обладает огромным туристским потенциалом благодаря географическому расположению и природно-климатическим условиям. Сегодня по количеству исторических объектов Узбекистан прочно занимает место в десятке ведущих стран мира. На территории республики расположено свыше семи тысяч памятников архитектуры и искусства, которые взяты под государственную охрану.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизация внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населе-

ния, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития.

Техника пешеходного туризма, выработанная специалистами и проверенная не одним поколением туристов, позволяет без потерь преодолевать самые сложные препятствия. Раз попробовав, будешь возвращаться к этому спорту вновь и вновь. Люди, по-настоящему увлеченные туризмом, как правило, никогда не бросают этот спорт, до глубокой старости.

Соревнования по спортивному туризму проходят среди людей разных возрастных категорий. Различают детский туризм, юношеский, взрослый и даже семейный.

Для спортивного туризма необходимо специальное снаряжение. К ним относятся одежда, правильная обувь, термобелье и т.д. Если это не просто пешеходный туризм, а, например, лыжный спорт или скалолазание, то без специальных вещей не обойтись. Это и лыжи, снегоступы, зацепы, лыжные костюмы, специальные ботинки и очень много других важных вещей, без которых не стоит отправляться в походы. Приобретая снаряжение для туризма, нужно выбирать только самое качественное. Не стоит экономить! Ведь от этого зависит здоровье, а иногда и человеческая жизнь.

О.В. Фирсанова, В.Г. Байков

МАРКЕТИНГ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОМПАНИЯМИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОСИСТЕМ

Современный потребитель активен в своем стремлении взаимодействовать с такими же как он, в своих попытках поделить опытом потребления товара и знаниями о нем. Он общается с компаниями, выражая свое отношение к их товарам, предлагая пути их усовершенствования, делясь идеями для создания новых, а в ряде случаев, даже участвуя в финансировании производства нового товара и т.д. Современные компании, понимая всю безграничность когнитивного, эмоционального ресурсов потребителей, реализуя маркетинг вовлечения, активно их вовлекают во взаимодействие, мотивируя участвовать в процессе создания товара как потребительской ценности.

Маркетинг вовлечения компаний предполагает создание необходимых условий для потребителей, их мотивирования, расширения возможностей для участия и измерения вклада в процесс совместного создания ценности. Вовлечение потребителя предполагает его физическое, когнитивное и эмоциональное присутствие. Потребитель заинтересован во взаимодействии с компанией (эмоциональное присутствие), способен делиться своими навыками и знаниями (когнитивное присутствие). Что же касается физического

присутствия потребителя в процессе создания товара как потребительской ценности, то в цифровой экономике оно не является уже столь обязательным. Более важным для компании является вовлечение потребителя во взаимодействие с ним в цифровой среде.

С развитием современных цифровых технологий у компаний появляются все больше и больше новых инструментов для вовлечения потребителей в различные процессы взаимодействия дистанционно, т.е. в онлайн формате. Для этого применяются различные цифровые ресурсы (сайты, приложения, интернет-площадки и др.), предоставляющие потребителю широкий спектр способов обмена информацией с другими пользователями компании, а также возможностей изучения предложения компании, ее ассортимента, услуг и т.д. Компании, чья деятельность строится на такого рода ресурсах, довольно часто себя называют «экосистемами».

Понятие «экосистема» в науке до определенного момента применялось для описания биологических систем. В 1993 году Мур Д.Ф. впервые использовал этот термин для объяснения проблем в области стратегического управления. Научная адаптация этого термина в экономико-управленческую область вовсе не случайна, к этому моменту в экономической науке сформировалось методологическое представление об объектах как «открытых живых системах». Маркетинг оказался также в мейнстриме. В научных исследованиях, посвященных маркетинговым проблемам компаний, понятие «экосистема» использовалось в методологии маркетинга взаимодействия при изучении рыночных сетей как открытых «живых систем» (Фирсанова О.В.), а также при исследовании проблем стратегических сетей и стратегических альянсов (Юлдашева О.У., Соловьева Ю.Н.). Основным посылом применения в экономике термина «экосистема» была необходимость акцентировать внимание именно на влиянии других участников рыночной деятельности на компанию, являющуюся объектом изучения.

Сегодня в науке, как правило, выделяют, как минимум, следующие основные компоненты экосистем – участники, ресурсы, обмен ценностями. Экосистемы традиционно делят по территориальному признаку (региональные, городские и муниципальные социально-экономические экосистемы), по масштабу (микроэкосистема, мезоэкосистема, макроэкосистема, глобальная экосистема), по отраслевому признаку (отраслевая, межотраслевая), по используемой платформе (цифровая, технологическая); по типу (объекту (предприятие, регион, государство), среде (инфраструктура, инвестиционный климат), процессу (бизнес-процессы предприятия, распространение информации, логистика) или проекту (стартапы, выпуск новой продукции, реорганизация предприятия)). Существует множество других классификаций экосистем, как и их классификационных групп. Тем не

менее, большинство классификаций и группировок далеки от реальности и не отражают сущностное содержание современных рыночных экосистем.

В практике рыночной деятельности термин «экосистема» в большинстве случаев применяют в контексте «цифровых экосистем». И это не случайно, рыночная сила таких компаний очевидна. Абсолютное большинство мировых компаний, имеющих самую высокую капитализацию, относятся к таковым. Значительная часть их доходов складывается от деятельности в рамках созданных ими цифровых экосистем. По оценкам McKinsey&Company к первой семерке таких компаний в 2020 году относятся Apple (капитализация 1876 млрд долл.), Saudi Aramco (капитализация 1855 млрд долл.), Microsoft (капитализация 1614 млрд долл.), Amazon (капитализация 1572 млрд долл.), Alphabet (капитализация 999 млрд долл.), Facebook (капитализация 712 млрд долл.), Alibaba (капитализация 709 млрд долл.).

Многие из компаний-экосистем работают на B2C-рынках, другие же, например, такие, как Jabil Circuit (производство электроники, 90 заводов в 23 странах мира, в т.ч., в России – Тверская область), охватывают B2B-сферу. Многие компании работают и на B2C, и на B2B-рынках. Например, Amazon связывает воедино в своей деятельности электронную коммерцию, облачные вычисления, логистику, бытовую электронику; другим примером может служить компания Tencent (КНР) предоставляющая целый спектр услуг, включая социальные сети, игры, финансы, облачные вычисления.

Сегодня на рынке представлено множество экосистем с «разными основаниями». Например, в основу экосистемы уже упомянутой выше компании Amazon была положена диверсификация ассортиментного ряда; компания предложила рынку более широкий спектр товаров, расширив в том числе и ассортимент услуг в направлении доставки товаров. Сегодня у компании есть собственная грузовая авиакомпания Amazon Air, которая занимается воздушной транспортировкой посылок от Amazon. Аналогичным образом компания Sony в период выпуска на рынок игровой консоли PlayStation 4 заявила о создании экосистемы PlayStation, в которой расширила спектр услуг, предоставляемых потребителям на их игровой консоли, начиная от включения нового контента с содержанием, отличным от игрового, и, заканчивая привлечением новой аудитории за счет создания и предложения ей мобильных приложений.

В России также имеются компании, называющие себя экосистемами. Наиболее известные – СБЕР и Яндекс. Экосистема СБЕРа после ребрендинга включает различные услуги, в том числе заказ и доставку товаров, транспортные услуги, медиа контент и др. Помимо различных приложений для повседневной жизни обычного пользователя, СБЕР предоставляет информацию для бизнес-клиентов, данные собственных исследований и т.д. Яндекс также активно расширяет ассортимент доступных приложений

и услуг, в том числе и в направлении финансовых и банковских услуг (выпуск собственной кредитной карты). Некоторые приложения Яндекса интегрированы в другие сервисы, например «Яндекс.Мессенджер».

Многие компании активно внедряются на данный рынок. В частности, Mail.ru Group также позиционирует себя как экосистему. Ozon после «развода» со Сбербанком осенью 2020 года активно наращивает свои мощности, совершив крупнейшую в истории сделку на рынке аренды помещений, активно развивая себя в области финансовых и банковских функций, о чем свидетельствует появление Ozon Card. Более того, с начала с 2021 года интерес ритейлеров к финансовым услугам еще более вырос. В частности, компания Wildberries приобрела банк «Стандарт-кредит», компания Ozon учредила микрофинансовую организацию «Озон Кредит», Яндекс готов представить рынку собственный сервис безналичной оплаты Yandex Pay, а Магнит представил итоги работы собственного платежного сервиса Magnit Pay. Иностранные компании также активно выходят на этот рынок, достаточно привести пример намерения головной компании сети ИКЕА группы Ingka приобрести 49% Icano Bank (Швеция). Становится очевидным, что с появлением «цифры» возможности для компаний, развивающихся как «цифровые экосистемы», становятся почти безграничными.

Агрегация множества цифровых инструментов в единую систему значимо для современного потребителя. По мере того, как растет «цифровая грамотность» потребителя, он все больше предпочитает пользоваться теми цифровыми сервисами, которые предоставляют больший набор услуг и возможностей. Немаловажным для потребителя является экономия его временного ресурса, поэтому объединение большого количества различных функций так важно для него.

Некое подобие экосистем можно увидеть и на других рынках, не имеющих прямого отношения к купле-продаже. Примером может служить опыт Европы по адаптации инструментов общественного (или альтернативного) финансирования в единую государственную или банковскую систему. Под альтернативным финансированием подразумевается система, благодаря которой компании или индивидуальные предприниматели получают финансирование напрямую от инвесторов или конечных потребителей, направляя полученные средства на развитие бизнеса или разработку новых товаров. Альтернативное финансирование, в целом, включает в себя такие инструменты, как краудфандинг, краудинвестинг и краудлендинг, отличающиеся методом вознаграждения инвесторов в зависимости от их вложений. Как подчеркивается специалистами «P2PMarketData», более 80% финансирования в краудфандинге приходится на P2P бизнес-кредитование и P2P потребительское-кредитование, объем которого в 2020 г. достиг 195,3 млрд долларов. Лидирующими странами по объемам альтернативного финансирования посредством краудфандинга являются КНР

(70,73% рынка), США (20,07% рынка) и Великобритания (3,4% рынка). Несмотря на то, что ежегодный прирост оборота средств в Китае в последнем отчетном периоде сократился из-за пандемии почти на 40% (приблизительно до 215 млрд. \$), в целом в 30 лидирующих странах наблюдается активное развитие рынка альтернативного финансирования.

Конечно же такой вид финансирования так или иначе регулируется государством; согласно исследованию «CrowdfundingHub» к 2016 году в 17-ти странах Европы уже существовало законодательство об альтернативном финансировании. Сегодня, например, в Бельгии правительство принимает активное участие в запуске, работе и финансировании краудфандинговых платформ, которые находятся под регулированием FSMA (Управление финансовых услуг и рынков). В Италии краудлендинг строго регулируется государством, площадкам необходимо получить лицензию от Банка Италии, при этом кредиторы не могут напрямую выбирать заемщиков денежных средств. Краудфандинг акций в Италии также строго регулируется законом и финансовым регулятором «CONSOB» (регулятор ценных бумаг и бирж). При том, что краудфандинг акций может финансировать только определенный вид компаний, по оценкам «CrowdfundingHub» к началу 2020 года именно этот вид альтернативного финансирования показал наибольший рост – 114% по сравнению с 2019 г. Нужно заметить, что в допандемийный период (к концу 2018 года) совокупный размер альтернативных инвестиционных фондов в странах Европейского Союза вырос до 5,8 трлн. евро, что на 11% больше аналогичного показателя за 2017 год; конечно же свою роль в таком росте сыграл запуск новых интернет-площадок альтернативного финансирования.

Опыт Европы показывает, что государство и банки все чаще стараются интегрировать инструменты общественного финансирования в свою практику, привлекая потребителей на собственные интернет-ресурсы или объединяя их с уже существующими площадками.

В какой-то степени все вышеуказанное можно также отнести к «экосистемам». Интересно, что Россия также «движется» в этом направлении. Известно, что Правительство России по поручению Президента России разрабатывает Концепцию регулирования цифровых экосистем, предполагается законодательно закрепить понятия «экосистема» и «цифровая платформа», а также определить границы государственного регулирования рынка экосистем для повышения конкурентоспособности российских экосистем на мировом рынке и меры стимулирования поэтапной трансформации цифровых сервисов в сторону цифровых платформ и рынка экосистем и т.д.

Заметим, что наличие финансовых и банковских функций не является достаточным условием для отнесения компаний, чья деятельность основана на цифровых платформах, к экосистемам. Примером может служить

компания «Valve Corporation», в частности, их онлайн-магазин «Steam». Изначально данный магазин предлагал пользователям возможность приобрести компьютерные игры для персонального компьютера. Со временем данная площадка расширила свой ассортимент и сегодня является крупнейшим игроком на рынке развлечений, крупнейшим онлайн-магазином по продаже игр, где представлена как продукция разных игровых студий (от крупных компаний до индивидуальных разработчиков), так и программы для графической обработки, обработки аудио и видео контента, моделирования, рисования, программирования и т.д. К «экосистеме» данную площадку приближает наличие следующих функций. Во-первых, на ней реализованы функции взаимодействия потребителей, возможности пользователям обмениваться информацией друг с другом напрямую или через различные сообщества, оставлять отзывы на те или иные товары и т.д. Во-вторых, внутренний аукцион предметов, получаемых игроком в компьютерных играх, позволяет потребителям продавать полученные ими предметы другим пользователям или обмениваться с ними на аналогичные предметы, что создает свою уникальную экономическую экосистему внутри данной площадки. В-третьих, на данной площадке могут быть реализованы различные маркетинговые инструменты продвижения, начиная от создания различного контента для пользователей, заканчивая возможностью проведения стримов, различных акций и т.д. Несмотря, на то, что площадка «Steam» не имеет собственной платежной системы и взаимодействует с банковской системой на территории каждой страны (а площадка «Steam» представлена в большинстве стран мира), такое активное и разнообразное взаимодействие пользователей на данной площадке отвечает требованиям «экосистемы».

Таким образом, можно признать, что рынок экосистем – активно развивающийся рынок. Экосистемы создают потребительскую ценность по двум направлениям. В экосистемах происходит консолидация клиентов, часто из разных секторов, и из B2C, и из B2B и даже из B2G рынков по горизонтальным векторам сотрудничества. Что же касается вертикальных взаимосвязей, то процесс покупки является здесь определяющим. Компания-экосистема стремится укрепить свои позиции и доминировать в точках взаимодействия с клиентами на их пути к покупке, как в B2C-сегментах, так и на B2B-рынках. Понятно, что экосистемы активно сотрудничают с другими участниками рынка, находящимися в пределах их традиционных отраслевых границ или даже за их пределами. Такой подход к построению бизнеса определенно дает основания для стремительного распространения распределенных инноваций и повышения эффективности цепочек создания потребительской ценности, улучшения клиентского опыта, открывая при этом новые возможности для широкого круга участников.

Можно сделать вывод, что помимо компаний, которые открыто заявляют о том, что разрабатывают и расширяют свои экосистемы, существует множество систем, уже соответствующих основным требованиям для того, чтобы называться экосистемами. Это самоорганизующиеся, устойчивые системы на основе цифровых платформ, которые образуют единую информационную среду для пользователей, которые могут взаимодействовать между собой без четких функциональных связей. Такие системы позволяют компаниям активно вовлекать своих потребителей в процесс совместного создания ценности, потребление товаров, их рецензирование, обмен информацией, создание нового контента и т.д. Вне зависимости от того, о какой экосистеме идет речь (созданная на основе банковской системы или через интеграцию с площадками общественного финансирования, или через онлайн-магазин и т.д.), основным условием развития такой системы является предоставление возможности для пользователей осуществлять взаимодействие друг с другом. Компания может принимать участие в этом взаимодействии, привлекая специалистов с необходимыми компетенциями из числа участников экосистемы. Для маркетинга вовлечения это означает, что у компаний всегда есть доступ к заинтересованным потребителям, т.е. экосистемы обеспечивают дистанционное когнитивное и эмоциональное присутствие пользователей в процессе совместного создания ценности.

Для маркетинга любая экосистема является возможностью развития методов взаимодействия с аудиторией, новых каналов предоставления информационного контента в наиболее удобной и востребованной для потребителей форме, а также создания новых каналов взаимодействия между участниками рынка.

Д. Хамзаева

ОЦЕНКА ФАКТОРА СЕЗОННОСТИ В РЕГИОНАЛЬНОМ ТУРИЗМЕ И ПУТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

2019 год ознаменовался бурным ростом туристической отрасли во всём мире, в том числе и в нашей стране. Общее количество составило 21231,6 тыс.чел., в том числе иностранных туристов – 8279, 0 тыс.чел. и граждан республики – 12932,6 тыс.чел. Экспорт туристических услуг составил 1313 млн. долларов США. Индустрия туризма стала оцениваться как один из драйверов национальной экономики.

Однако, распространение пандемии привело к резкому снижению туристических потоков и соответственно снижению доходов туристических организаций. В 2020 году приток иностранных туристов снизился на 82 % и составил всего 1504,1тыс.чел. Кроме того, введение ограничений внутри страны оказало серьёзное отрицательное влияние на внутренний туризм.

В настоящее время важнейшей задачей туризма Узбекистана является восстановление туристических потоков и развитие туристических маршрутов. Решение данной задачи связано в первую очередь с развитием туристического потенциала регионов. Туризм должен быть эффективным инструментом экономического развития не только признанных центров туризма, таких как Самарканд, Бухара и Хива, но и всех областей нашей страны.

К примеру, Сурхандарьинская область является одним из специфических и перспективных туристических направлений нашей страны. Область обладает значительным туристическим потенциалом. На её территории находятся 374 объекта культурного наследия, из которых 69 предназначены для посещения туристов, в том числе объекты паломнического туризма – 14, объекты буддистского туризма – 7, историко-архитектурные объекты – 25, объекты экологического туризма – 12, культурно-рекреационные объекты – 7, объекты оздоровительного туризма – 4. На сегодняшний день только 25 из них активно используются в туристских целях. Наиболее известными объектами туризма можно назвать музей под открытым небом “Фаёз-тепа”, мемориально-культурный комплекс “Султан Саодат”, археологический комплекс “Кампиртепа”, медресе “Саид оталик”, мавзолей Хаким-Ат-Термезий, Сангардакский водопад, пещера Тешик-Таш, крепость Кирк Киз. Большие перспективы имеются для развития горного и экстремального туризма.

Однако, здесь мы сталкиваемся с одной из традиционных проблем туризма – сезонности спроса на туристские услуги. Фактор сезонности является объектом изучения многих учёных. Многообразие исследований сезонности в туризме способствует развитию различных точек зрения по определению данной категории. Некоторые авторы считают сезонность следствием периодического изменения климатических условий в течение года. (Артёмова Е.Н., Козлова В.А.) Другие определяют её как устойчиво повторяющуюся характерную для данного места цикличность туристической деятельности. (Отто О. В.) Есть мнение, что сезонность – это проявление действия рыночного механизма, сбалансированности спроса и предложения, связанного с условиями рекреации. (Калинина О. А.) Считают также, что сезонность является внешним стихийным фактором и не может быть подвержена формальному управлению. (Николаев С.В.)

Из всех изложенных определений сезонности можно сделать вывод о том, что данный фактор неразрывно связан с содержанием туристической поездки и туристической деятельностью в целом. Мы считаем, что сезонность в туризме заложена в сущности туристической потребности. Она проявляется как в местах формирования спроса, так и в местах его удовлетворения.

Показателем оценки сезонности туристического района является индекс сезонности, который позволяет выявить периоды наибольшего и наименьшего посещения туристов. Анализ данных по Сурхандарьинской области за 2014 – 2018 годы показал следующие результаты (таблица 1).

Таблица 1 – Определение индекса сезонности туристского потока по Сурхандарьинской области за 2014-2018 годы

Месяцы	Годы					Среднее	Индекс сезонности
	2014	2015	2016	2017	2018		
январь	281	312	378	379	521	374,2	0,46
февраль	186	271	294	263	678	338,4	0,42
март	291	372	594	374	1 399	606	0,75
апрель	482	454	742	566	1 854	819,6	1,02
май	410	554	674	902	2 576	1023,2	1,27
июнь	445	520	323	468	2 710	893,2	1,11
июль	337	427	463	705	2 546	895,6	1,11
август	661	583	486	834	2 726	1058	1,31
сентябрь	616	633	601	1 092	2 679	1124,2	1,39
октябрь	596	662	694	1 042	2 461	1091	1,35
ноябрь	399	337	374	572	1 790	694,4	0,86
декабрь	451	391	389	594	1 941	753,2	0,93
Итого	429,58	459,67	501,00	649,25	1 990,08	805,92	

Возникает вопрос: как вести себя туристическим предприятиям по отношению к фактору сезонности: стараться уменьшить его влияние или использовать его в текущей деятельности?

Было бы логично утверждать, что второй путь более эффективен, и многие туроператоры считают себя его сторонниками. Вместе с тем, на практике больше используется первый путь, то есть туроператоры направляют много ресурсов на борьбу с сезонностью в туристическом спросе. Для эффективного решения данного вопроса для конкретного региона необходимо провести сравнительный анализ принимаемой стратегии по отношению к фактору сезонности. Это связано с наличием положительных и отрицательных сторон каждого из направлений (таблица 2).

Таблица 2 – Анализ основных направлений снижения влияния фактора сезонности в туризме

Показатели	Отношение к сезонности	
	Борьба с сезонностью спроса	Учёт сезонности спроса
Основные мероприятия	Диверсификация туристской дестинации; Развитие нетрадиционных для региона туристских направле-	Повышение привлекательности туристского бренда; Повышение потенциала туристских организаций;

Показатели	Отношение к сезонности	
	Борьба с сезонностью спроса	Учёт сезонности спроса
	<p>ний;</p> <p>Инвестиции в туристскую инфраструктуру;</p> <p>Разработка новых туристических ресурсов;</p>	<p>Повышение качества оказания услуг;</p> <p>Инвестиции в кооперацию с другими дестинациями;</p> <p>Развитие и совершенствование туристических ресурсов.</p>
Возможные положительные результаты	<p>Повышение ритмичности туристского потока;</p> <p>Равномерная загрузка туристских организаций;</p> <p>Максимальное использование туристических ресурсов;</p> <p>Повышение привлекательности туристского бренда региона;</p> <p>Повышение эффективности туристического бизнеса.</p>	<p>Диверсификация деятельности туристских организаций;</p> <p>Увеличение мощности туристского потока в сезон пик;</p> <p>Эффективное использование кратковременных высоких сезонов;</p> <p>Сочетание международного и внутреннего туризма;</p> <p>Перераспределение инвестиций в сферу инфраструктуры туризма;</p> <p>Повышение класса и уровня туристских услуг.</p>
Возможные потери	<p>Потери из-за низкой привлекательности нетрадиционных для региона направлений туризма;</p> <p>Низкая отдача от инвестиций в новые виды туризма;</p> <p>Ускорение износа туристических ресурсов и необходимость их восстановления;</p> <p>Снижение привлекательности традиционных туристических ресурсов.</p>	<p>Потери от недостаточной загрузки туристических мощностей;</p> <p>Потери от снижения деловой активности в сфере туризма;</p> <p>Потери от перераспределения доходов в пользу других регионов;</p> <p>Недостаточное использование новых туристических ресурсов;</p> <p>Снижение рыночной привлекательности туризма и гостеприимства</p>
Условия использования стратегии	<p>Наличие перспективных туристических ресурсов;</p> <p>Высокие потери от сезонности, соизмеримые с финансовой несостоятельностью;</p> <p>Кардинальные изменения в структуре спроса</p>	<p>Ограниченность разработанных туристических ресурсов;</p> <p>Высокие инвестиционные риски вложений в туристические ресурсы.</p>

Как видно из приведенной таблицы, при выборе стратегии поведения туристической организации необходимо оценить возможные последствия от изменения фактора сезонности. Изучение фактора сезонности показывает, что практически во всех регионах страны туристическая деятельность зависит главным образом от сезонности туристских потоков. Примером таких регионов является Сурхандарьинская область.

Как показывают результаты оценки фактора сезонности наименьший поток туристов приходится на первые месяцы года, а наибольший – на август, сентябрь и октябрь. Показателями внешнего проявления сезонности в данном туристском регионе являются:

Ярко выраженный сухой континентальный климат, то есть жаркое лето даже для Узбекистана. Для равнинной части области летний туристский сезон связан с трудностями посещения памятников в дневное время суток;

Удалённость от других туристских ресурсов. Расстояние от Самарканда центра области Термеза 300 км, а от Ташкента – 600 км.

Специфика туристских ресурсов. Основные объекты туризма являются религиозными и археологическими ресурсами, их посещение возможно только в определённое время года. Объекты экстремального туризма также доступны в определённое время года.

С учетом указанных климатических характеристик региона считаем необходимым провести комплекс мероприятий по оказанию влияния на спрос через активное стимулирование предложения туристических услуг.

Одним из направлений развития предложения на рынке туристических услуг является совершенствование системы курортно-оздоровительного туризма. Наличие лечебного источника Омонхона, соляной пещеры Хужаикон, а также высокогорных курортных мест является ресурсной основой данного направления.

Вторым направлением развития туристского предложения является развитие транспортной инфраструктуры. Как уже отмечалось, большое расстояние от столицы и других туристских центров отрицательно влияет на привлекательность ресурсов региона. Пока турист теряет большую часть времени на перезды. Мы считаем, что удобные авиамаршруты, скоростные поезда из Ташкента, а также включение Термеза в туристическое кольцо республики значительно повысит туристский потенциал региона. Важной задачей является организация перевозок туристов внутри региона. Это связано прежде всего с улучшением состояния дорог к горным и предгорным курортам. Инвестиции в дорожное строительство обеспечит приток внутренних туристов, которые используют собственный транспорт, а также увеличит перевозки иностранных туристов.

Однако главным направлением развития туристского предложения является преодоление фактора сезонности в туристической деятельности региона. В настоящее время предложение туристических продуктов иностранным туристам носит ярко выраженный сезонный характер. Туроператоры региона уделяют внимание на весенний и осенний сезоны, то есть ориентируются на естественное формирование спроса. В это время как иностранные, так и внутренние туристы посещают

достопримечательности региона по собственной инициативе. Вместе с тем, существует большой потенциал использования туристского потока в зимние месяцы, так как зима в области значительно протекает мягче, чем в других регионах республики. Курортные места хорошо приспособлены и для зимних месяцев.

Совершенствование гостиничного фонда, развитие кулинарного элемента туристской инфраструктуры, расширение культурно-развлекательной программы является необходимым условием совершенствования туристского предложения. Считаем, что развитие туристского потенциала Сурхандарьинской области позволит стимулировать спрос и преодолеть влияние сезонности в деятельности туристических организаций.

И.В. Хан-Хойская

ОЦЕНКА ОНЛАЙН – ОБУЧЕНИЯ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

История время от времени доказывала, что нет более священного пути для развития нации, чем путь науки и образования. Все развитые страны мира достигли своих целей только благодаря силе науки, образования и знаний. Образование – главный источник свободы личности, но это не только индивидуальная свобода, а социальная свобода общества.

Интересы, вкусы, мировоззрение, образ жизни людей меняются. Проблемы образования время от времени были предметом публичных дебатов, и не все направления обучения в современном образовании в конечном итоге обеспечивали качество образования. Локдаун внёс свои коррективы в изменение направлений образования. Начался особый этап в истории нашего отечественного образования. Абсолютное большинство людей в Азербайджане, так или иначе связанных с образованием, ощутит существенные качественные изменения в своей жизни, если этот этап пройдет целенаправленно.

Однако к новому будущему надо идти постепенно, сначала начать с формирования стратегического видения, чёткого представления о будущем профессионального образования в каждом высшем учебном заведении страны, а именно: разработать стратегию повышения качества образования, доведя его до уровня мировых образовательных стандартов, при этом сохраняя национально-нравственные ценности. Внедрение такой стратегии обеспечит подготовку кадров, обладающих высоким уровнем профессиональных компетенций. Благодаря этому представляется возможность динамично развиваться не только отдельно взятому индивидууму, но и всей нации, воспринимая важность ценностей мировой цивилизации как фундаментальную составляющую политики подготовки инновационной элиты. Эта элита склонна к новаторству, модернизации.

И этому должны отвечать современные образовательные модели, по которым в университетах подготавливают профессионалов, способных стать основоположниками политики модернизации и внести свой вклад в развитие страны, с тем чтобы азербайджанская молодёжь, мечтавшая учиться за границей, могла получить аналогичные знания в отечественных университетах, а молодёжь, выбравшая иностранный университет, благодаря нововведениям новой эпохи, смогла бы без усилий приобщиться к его учебному процессу, получать знания, нестандартно обмениваться мыслями, чтобы уже как профессионалы приносить пользу в различных сферах общественной жизни своей страны.

Сегодня нельзя не отметить положительную тенденцию, обусловленную изменениями в развитии и приобретения прогрессивного опыта молодых людей, прилагаемого в различных сферах деятельности. Результатом сформированных традиций является плод, приносящий выгоду как в настоящем, так и будущем для общества в целом. Примером может служить создание первого на Востоке демократического государства в 1918 – 1920 годах на территории Азербайджана, Азербайджанской Демократической Республики. Республика была создана сотней бывших передовых студентов, получивших достойное образование в лучших университетах мира.

Образованные люди страны, даже находящиеся за пределами своей исторической родины, являются национальной гордостью, они – её голос и дыхание. Чем успешнее они будут и сильнее будут их позиции, тем шире будут границы любой страны и известны её достижения. Силы, противодействующие той или иной стране в тот или иной период времени, вынуждены будут осознать её место перед лицом более организованной объединённой силы – образованной молодёжи. Важность безупречного образования, владения современными знаниями и навыками очевидна. Важным фактором нынешних и будущих достижений образования и общества в целом будет правильное выполнение задач, поставленных и достигнутых при реализации стратегических целей в сфере образования.

В первую очередь, это задача дальнейшего углубления реформ в сфере образования. Известно, что реформы в национальном образовании должны осуществляться по восходящей, должны носить устойчивый и динамический характер. Восходящий процесс связан с возрастанием социально-экономического развития страны и новыми тенденциями развития в мире в целом. Сегодня совершенствование системы образования в большинстве стран мира переживает период трансформации, потому что современные вызовы полностью меняют систему образования в мире.

Соотношение спроса и предложения на рынке труда меняется. Некоторые профессии исчезают и заменяются новыми профессиями и направлениями. Кроме того, радикальные реформы, проводимые в стране, увеличи-

чивают спрос на профессионалов с международным опытом, отличными знаниями и навыками в различных областях. Это естественно, так как все страны вовлечены в процесс глобализации. Экономика стран стали неотъемлемой частью мировой экономической системы. Отсюда и совместное развитие этой системы. Однако именно профессионалы превращают возможности для прогресса в реальность.

Переход к новым тенденциям образовательного процесса связан с современными процессами модернизации экономики, по сути, увеличивается потребность страны в высококвалифицированных специалистах для удовлетворения требований информационного общества.

Всё человечество уже понимает, что самый ценный актив в современном мире – это человек, его знания и умения, которые необходимо постоянно совершенствовать и реализовывать. Человеческий разум – это главный источник познания. Опыт развитых стран показывает, что прогресс, достигнутый в этих странах, обусловлен высоким уровнем образования. Уровень образования определяет уровень научно-технического прогресса. Это указывает, что страны достигли наивысшего уровня развития не за счёт эксплуатации природных ресурсов, а за счёт знаний, грамотности, образования, науки, зрелости человеческого разума. Инвестирование в человеческий капитал определяется для государства как стратегическая цель. Например, в Азербайджане для реализации этой цели проводились постоянные реформы, под влиянием которых в стране появилось новое поколение, воплощающее новые тенденции во всех важных сферах общественной жизни.

Умения, знания, интерес к новейшим технологиям у молодёжи, а также их активность, увлечённость, инициативность являются показателями развития общества в целом. Как и в большинстве стран СНГ, в Азербайджане материально-техническая база науки и образования, и новый подход к управлению человеческими ресурсами сформировались в XX веке. В последнее десятилетие экономика, наука, образование и культура вовлечены в интеграционные процессы, и человеческие ресурсы формируются в соответствии с требованиями времени.

На современном этапе экономическая мощь страны напрямую связана со способностью молодых людей осваивать новые технологии, использовать информацию, приобретать знания и навыки. В ходе экономических реформ необходимо обогащение имеющегося интеллектуального потенциала и развитие научных и профессиональных образовательных учреждений. Радикальные реформы в международных организациях, различных государственных учреждениях и частном секторе, банковской и финансовой системах обеспечивают переход науки и образования на новый уровень, отвечающий современным мировым стандартам. Миссия образования – наращивание человеческих ресурсов, поэтому национальная система

образования должна быть адаптирована к требованиям общего развития страны и современным реалиям.

Создание новых университетов, основанных на международном опыте, открытие филиалов ведущих зарубежных университетов – это требования рынка образовательных услуг. Процессу установления связей с иностранными учреждениями профессионального образования должно быть уделено внимание в первую очередь, а именно: развитию материально-технической базы образования, повышению его качества. Однако модернизация инфраструктуры в сфере образования – это ещё полдела. Важно принимать меры для обеспечения качества образования.

В современном мире образование – одна из самых быстро меняющихся сфер, изобилующая новыми тенденциями развития. Чтобы достичь прогресса в сфере образования, очень важно постоянно отслеживать эти тенденции и предпринимать гибкие шаги. В мире наметились новые тенденции в сфере образования, и важной задачей становится углубленный анализ реформ, проводимых в развитых странах, и применение соответствующих практик в стране. Наряду с повышением интеллектуального потенциала страны за счёт образования, необходимостью остаётся учёт потребности рынка труда. Основные направления образования должны быть полностью связаны с индустриальным и экономическим развитием страны, и их надо особенно тщательно анализировать на этапе поступления в университеты.

Сегодня мир вступил в эпоху четвёртой промышленной революции. Повсеместная цифровизация, применение инновационных решений в различных сферах общественной жизни – это основные тенденции нового этапа развития. Эти тенденции изменили нашу жизнь. Они оказывают серьёзное влияние на традиционные профессии. Ряд профессий, не требующих столько интеллектуальных знаний и навыков сдают позиции, исчезают постепенно. Вместо них появляются профессии, требующие навыков работы с цифровыми технологиями. Тот факт, что преподаватели продолжали проводить уроки онлайн в период карантина в связи с пандемией, показал насколько большие возможности открыло дистанционное обучение. Эти навыки сохранятся, и их будут использовать даже после того, как жизнь вернётся в нормальное русло. И это указывает на то, что спрос на профессиональных преподавателей с навыками онлайн-обучения будет расти.

В связи с этим, нет необходимости готовить кадры по профессиям, которые постепенно исчезают в результате развития технологий. Вместо этого следует уделять внимание обучению профессиям, востребованным на рынке труда. Учитывая рост населения, обновление демографического состава в Азербайджане и продолжающийся процесс урбанизации, а также стремление молодых людей к личному развитию, автор статьи считает, что

следует обучать молодёжь таким навыкам, которые необходимы для решения современных задач, связанных с развитием индустрии 4.0. Обучение навыкам работы с инновационными технологиями предотвратит возникновение проблемы с безработицей и зарабатыванием денег на собственные нужды, однако даст возможность реализовать свой потенциал в рамках процессов глобального развития. В этом отношении большим потенциалом обладают учреждения профессионального образования.

Образовательная среда должна рассматриваться не только как количественная составляющая образовательных учреждений: школ, высших и средних профессиональных учебных заведений, но и как условия, которые помогают взаимодействовать личностям, семьям, сообществу, бизнесу, СМИ – в общем, каждому, заинтересованному в развитии образования в стране. Следовательно, чтобы создать такую среду, необходимо и дальше расширять общественные дискуссии об образовании в обществе. Конечно, формирование необходимой образовательной среды внесёт большой вклад в то, чтобы наше общество встретило своё будущее подготовленными профессионалами.

Развитие образования и его качество находится под пристальным вниманием общества. Тот факт, что более 10 000 респондентов в ходе опроса, проведённого Министерством образования Азербайджанской Республики в середине учебного года 2020-2021, высказали свои взгляды и мнения о качестве образования, свидетельствует о том, что современное изменение парадигмы образования волнует общество.

Применение информационных цифровых систем в образовании позволило странам интегрироваться в мировое образовательное пространство, высшим учебным заведениям оценить свою конкурентоспособность по уровню качественного преобразования преподавания, а также выстроить новую эффективную образовательную политику, отвечающую международным стандартам.

Введение цифровой стратегии позволило реализовать потенциал цифровых технологий для повышения преподавания, обучения и оценки, с тем чтобы молодые люди стали более вовлечёнными в мыслительный процесс, активными студентами, конструкторами своих знаний, карьеры и ответственными гражданами для полноценного участия в жизни общества и экономики. Стратегия содействует внедрению цифровых технологий во все студенческие мероприятия, с тем чтобы использование цифровых технологий стало неотъемлемой частью всего образовательного процесса и приобретения опыта.

Главное для университета – подготовить и выпустить специалиста с полным резюме, а не просто полученным дипломом. Иначе престиж вуза снизится. Вузам следует задуматься над получением таких статистических показателей, как количество востребованных специалистов, выпускаемых

по той или иной специальности на рынке труда. Для этого следует пересмотреть круг специальностей, которые могут быть востребованы на рынке труда и надо организовать маркетинговую службу для исследований.

Маркетинговая деятельность университетов, колледжей, в основном большинстве, сводится лишь к организации ярмарок и выставок, с конечной целью самопрезентации и рекламной деятельностью. А следует организовать сбор статистических данных покупателей услуг образования, их удовлетворённости полученным продуктом, не только дипломом, но и знаниями, навыками.

Как любой товар, услуга в сфере профессионального образования должна давать ощущение выгоды и обладать той ценностью, которая удовлетворит потребность покупателя. Поэтому так важно знать уровень удовлетворённости потребителя. И если дистанционное обучение характеризуется как услуга образования, соответствующая представлению потребителя о её высокой потребительской ценности, то вуз должен расширить данные услуги, а технология и модель обучения в цифровой среде должна отличаться от технологии и модели обучения при стационарном обучении.

М.М. Харламов

БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАКЕТНО–КОСМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (РКП)

Регламентация новых условий в контексте парадигмы развития страны привела к необходимости применения инструментов цифровой трансформации в различных отраслях экономики народного хозяйства. Данное обстоятельство продуцировало свою важность в контексте перехода на новый этап развития предприятий ракетно–космической промышленности, отличающихся особенностями и подходами к системе трансформации окружающей среды. Цифровая трансформация предприятий ракетно–космической промышленности регламентирована несколькими факторами. Рассмотрим их более подробно.

Первый фактор цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности базируется на полной цифровой разработке изделий (продукта), производимого в контексте данной отрасли. Данное условие направлено на повсеместную автоматизацию предприятий ракетно–космической промышленности, которая затрагивает, в том числе, аспект контроля за технологическими процессами.

Второй фактор цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности обусловлен использованием матричного подхода к данному процессу. Выделенный фактор, прежде всего, основан на использовании системы проектирования изделий, заключающейся в сборе параметрии и последующем анализе данных на всех этапах жизнен-

ного цикла разрабатываемой и реализуемой модели продуктов. Система проектирования предприятий ракетно–космической промышленности тесно связана с системами PLM и ERP, аккумулирующими данные в разрезе управления проектами посредством технологических систем.

Третий фактор цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности связан с учетом временных и ресурсных компонентов в разрезе управления процессами платформенного типа ракетно–космической промышленности (более подробно в статье Тюрина А.Н. Ракетно–космическая промышленность России: государственный космический научно–производственный центр им. М.В. Хруничева, опубликованной в журнале «Матрица научного познания». 2017. № 1–2. С. 109.). В первую очередь, синхронизация технологических платформ ракетно–космической промышленности усложняет и удлиняет процесс по выработке и принятию решений о производстве инноваций, позволяющих заместить и удешевить определенные этапы или элементы ракетно–космического производства.

Выделенные выше факторы констатирует актуальность процесса цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности. Особенно важным, в рамках выделенного условия, выступает определение базовых принципов, позволяющих сформировать наиболее значимые условия цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности.

Целью написания данной статьи выступает формирование представления о базовых принципах цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности. Реализация сформулированной цели в контексте исследования предполагает сфокусировать внимание на следующих задачах:

- рассмотрение базовых мероприятий цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности, реализуемых Роскосмосом;

- формулирование базовых принципов цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности.

Методическая основа исследования предполагает использовать методы аккумулирования данных, группировки, графического представления, выявления разнообразных качественных характеристик исследуемого объекта. Итак, цифровая трансформация предприятий ракетно–космической промышленности обусловлена эволюционными процессами, которые связаны с:

- появлением малых предприятий, предлагающих интересные стартапы в области развития и выработке новых подходов в ракетно–космической промышленности;

– возникновением новых моделей ведения бизнеса, в том числе регенерации частных субъектов в ракетно–космической промышленности (упрощение доступа в космос через созданные ракетные носители) (более подробно в статье Кяримова Ш.Д. Ракетно–космическая отрасль на современном этапе развития, опубликованной в журнале «Актуальные проблемы авиации и космонавтики». 2017. Т. 3. № 13. С. 375.);

– созданием подрывных технологий, меняющих представление о ракетно–космической промышленности;

– преобладанием эпохи Space 4.0 в соответствии с которой происходит переход от взаимодействия субъектов ракетно–космической промышленности к созданию инноваций, переходящих в процессы информирования и стимулирования действий всех участников отрасли.

Последние условия сформулированы не только на основе изменений, происходящих в ракетно–космической промышленности, но и посредством влияния факторов цифровизации страны, обусловленных развитием технологий. В качестве основных технологий, которые оказали влияние на усиление роли Space 4.0 в рамках ракетно–космической промышленности выступили: цифровое проектирование, аддитивное производство, искусственный интеллект, большие массивы данных, интернет вещей, технологии блокчейна. Появление изменений формирует проблемы, которые замедляют развитие отраслей и производств, на основе выстраивания барьеров регенерирующих инновационные процессы. В соответствии с выделенным выше тезисом, в качестве некоторых проблем развития ракетно–космической отрасли, сформулированных в рамках цифровой трансформации можно назвать:

– сокращение сроков этапов разработки инновационной продукции, способствующей развитию ракетно–космической промышленности;

– унификация перспективной аппаратуры, используемой в ракетно–космической промышленности;

– появление модельной инженерии, которая замещает проектно–документационную работу;

– выстраивание новой парадигмы Роскосмосом, которая требует внедрения современных платформ, информации и услуг для предоставления данных элементов как услуги.

В контексте последнего тезиса стоит отметить, что Роскосмосом сформулированы базовые мероприятия (рисунок 1) цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности, которые реализует ИТ–интегратор – ООО РК–Цифра.



Рисунок 1 – Базовые мероприятия цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности, реализуемые Роскосмосом

Данные мероприятия, усиливают роль цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности. Так, формирование единого информационного пространства в рамках производственной составляющей и жизненного цикла изготавливаемых изделий позволяет сфокусировать внимание на аспектах кооперации между предприятиями ракетно–космической промышленности. Запуск цифрового проектирования и использование инструментов математического моделирования (вычислительных машин) усиливает влияние цифровых активов на предприятиях ракетно–космической промышленности, посредством применения цифровых моделей по изготовлению изделий, цифровых двойников выпускаемой продукции, цифровых двойников предприятий (более подробно в рамках публикации «Роскосмос одобрил программу преобразований космического приборостроения», опубликованной на сайте <http://russianspacesystems.ru/2021/02/20/roskosmos-odobril-programmu/>). В аспекте данного мероприятия усиливается роль процессов по быстрому созданию модификаций из базовых конфигураций изделий, контрактов обеспечения готовности, корпоративных платформ.

Внедрение механизмов работы с данными предполагает создание комплексных систем «Управление производством» и «Управление предприятием» в рамках ракетно–космической промышленности. Реализация механизмов работы с данными позволит осуществить более быструю интеграцию ERP и MES–систем через единую методологию управления предприятиями ракетно–космической промышленности, а также управлять сквозными процессами в цепочках кооперации между предприятиями ракетно–космической промышленности. Развитие компетенций сотрудников в работе с цифровой трансформацией и выводе цифровой продукции на рынок являются смежными мероприятиями, позволяющими осуществить концептуальный переход к цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности. На основе представленных мероприятий, сформулируем базовые принципы цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности.

Принцип единого информационного пространства. Данный принцип заключается в формировании общей информации предприятий ракетно–космической промышленности, используемой в рамках кооперационного взаимодействия. Единое информационное пространство фокусируется в контексте активного формирования новых разработок в ракетно–космической отрасли. В качестве примера, можно обозначить разработку сенсоров MEMS посредством использования атомных и оптических стандартов частоты нового поколения, метода кластерных группировок в рамках подхода спутник–прибор, алгоритма управления кластерами. Кроме того, принцип единого информационного пространства проявляется в контексте аккумулирования данных в рамках платформенной системы, которая объединяет множество возможностей, позволяющих обеспечить пользователю доступ к большому количеству разнородных данных и инструментов преобразования их в востребованные услуги. Архитектура платформы основана на бизнес–модели, в которой все пользователи (государственные и частные) предоставляют информационные данные высокого качества и получают за оказанные услуги деньги.

Принцип цифровой трансформации производства. Данный принцип определяет важность проведения цифровой трансформации предприятий ракетно–космической отрасли с целью изменения алгоритма и структуры производства и жизненного цикла по изготовлению продукции. Цифровая трансформация производства предприятий ракетно–космической промышленности обусловлена формированием цифровых двойников и цифровых потоков. В соответствии с этим, цифровые двойники трансформируют процесс производства систем и деталей через многоуровневое моделирование изделий, способствующих созданию и использованию цифровых технологий в рамках цифровых потоков.

Принцип проектирования. Данный принцип фокусируется на применении этапов стадий сборки, интеграции и испытаний, которые задействуют предприятия ракетно–космической промышленности и требуют организовать взаимодействия между всеми субъектами производства. Одним из эффективных способов проектирования выступает применение математического инструментария посредством имитационного моделирования. Выделенное условие проявляет принцип использования математических инструментов для технологизации отрасли. Математический инструментарий, входящих в состав имитационного моделирования для предприятий ракетно–космической промышленности связан с применением MBSE, которое обеспечивает использовании поведенческих моделей проектируемой системы для валидации и верификации информации о создаваемых изделиях.

Принцип корректировки механизма управления. Данный принцип связан с пересмотром всей системы управления предприятием ракетно–космической промышленности. Приоритетом выступает цифровая трансформация, направленная на эффективное использование данных (принцип эффективности использования данных) и современных компетенций (принцип использования современных компетенций). Принцип использования современных компетенций определен управлением через аналитические системы, применяемые посредством внедрения интегрированного планирования на предприятиях ракетно–космической промышленности, управления данными в рамках систем поставок, замещением виртуальной рабочей документацией и методами дополнительной реальности, а также прогнозированием производственных функций на основе оптимизации и имитации процессов технологических систем. Посредством использования компетенций формируется и принцип вовлеченности персонала в цифровую трансформацию отрасли. Принцип вовлеченности персонала в цифровую трансформацию отрасли необходим для обеспечения перехода предприятий ракетно–космической промышленности к проектам полного цифрового жизненного цикла создания космических систем и комплексов.

Принцип использования элементов цифровизации в рамках выпуска новой продукции выступает завершающей основой базового развития предприятий ракетно–космической промышленности. Под элементами цифровизации понимается вся совокупность, используемых в рамках выше представленных принципов инструментов, оснований, критериев, факторов. Главной особенностью реализации данного принципа выступает факт, что цифровая трансформация предприятий ракетно–космической промышленности может быть активизирована только путем совокупного внедрения технологий и инструментов модельно–ориентированного инжиниринга, цифровых двойников и системы проектирования.

Таким образом, проведенное выше исследование позволило сделать вывод, что базовые принципы цифровой трансформации предприятий ракетно–космической отрасли неотделимы от мероприятий, проводимым Роскосмосом в аспекте реализации национальных проектов и программ. Ключевыми принципами, используемыми в исследовании, выступили: формирование единого информационного пространства, цифровая трансформация производства, проектирование, корректировка механизма управления, использование современных компетенций, вовлеченность персонала в цифровую трансформацию отрасли, использование элементов цифровизации в рамках выпуска новой продукции. Применение выделенных выше базисных принципов в совокупности позволит провести цифровую трансформацию предприятий ракетно–космической промышленности структурировано и системно, что создаст и регламентирует первоначальные зачатки перехода в систему развития Space. Russia 4.0.

К.В. Хартанович

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Актуальность заявленной тематики заключается в слабой ее разработке в теоретических исследованиях и в недостаточной прогностической практической ясности. Представляется, уже перезрела потребность прояснить общественности многообразные грани перспективного состояния экономических отношений на рынке труда в условиях реализации стратегии цифровой трансформации.

Современной экономической науке необходимо акцентировать значительные усилия по всестороннему обоснованию самой важной, на наш взгляд, проблеме социально-экономической цифровизации – динамике функционирования рынка труда в период формирования нового инновационного технологического уклада. Причем, в процессе становления этого уклада, надо на первый план ставить личностные и экономические интересы человека, то есть, всегда помнить о роли труда в становлении и развитии человеческого общества, в удовлетворении потребностей людей.

Думается уместно вспомнить классическое наследие Ф.Энгельса, который вполне убедительно доказал, что труд является первоосновой роста благосостояния общества. Он непосредственно повлиял на биологическую эволюцию людей и создал человека именно человеком.

Современная трактовка понятия «труд» определяет его как процесс сознательной целесообразной деятельности людей по видоизменению природы (натуральной и искусственной) и общественных отношений в целях поддержания жизнедеятельности социума. Труд – это не только сохранение уже достигнутого уровня и качества жизни, но и средство развития человеческого общества.

Контент экономических отношений в процессе трудовой деятельности менялся в зависимости от конкретно-исторического периода жизни общества, от его классовой основы и способа производства. На каждом периоде существовали свои специфические разновидности технологий и организации производства.

Трудовая деятельность постепенно приобретает более широкое содержание экономической активности. В динамике общественного прогресса, постепенно снижается доля востребованности физического труда и увеличивается спрос на умственные интеллектуальные качества на рынке труда. Такая закономерность сегодня становится основным трендом развития человечества, основой прогрессивного развития земной цивилизации. Главный вектор модернизации современной рыночной экономики простирается в сторону нового технологического уклада с его инновационными информационными технологиями.

Прогресс технократической составляющей цифровизации экономики нужно рассматривать как объективное условие качественной диверсификации всех социально-экономических отношений. В первостепенном порядке, отношений на рынке труда.

Динамично поступательный прорыв в IT-технологиях в отраслях экономики по производству товаров и услуг наглядно можно наблюдать в наши дни. Но, активизации прогресса в социально-трудовой сфере пока не достаточно, чтобы адекватно соответствовать технологическим перспективам.

Имманентная сущность рынка труда будет сохраняться в стратегической перспективе развития экономических отношений. Она состоит в том, что эти отношения выстраиваются по поводу услуг труда, покупаются и продаются не сами индивидуумы, а их знания, умения, навыки, способности оказывать разнообразные услуги труда.

Эти классические массовые виды экономических отношений на рынке труда реализуются через наём свободного работника работодателем на вакантную должность с учетом определенных условий. Договорная свобода выбора условий трудовых отношений является безусловным, юридически гарантированным, демократическим компонентом современной системы всех экономических отношений.

За последние три десятка лет значительно увеличилась доля индивидуальных предпринимателей и самозанятых граждан. Их пребывание на рынке труда регулируется законодательством и контролируется соответствующими государственными и муниципальными органами.

Основными работодателями на рынке труда выступают государство (с местными органами власти) и предприниматели. В сложившейся структуре экономических отношений в нашей стране наблюдается наклон весов рабочей силы в сторону государственного сектора.

Предпринимателям, с их союзами и ассоциациями, необходимо скорее определяться с будущими потребностями своих производств товаров и услуг в соответствующих работниках в условиях цифровой экономики.

Спецификой формирующегося рынка труда можно выделить следующие его характеристики:

- во-первых, возрастает спрос на высококвалифицированные кадры специалистов в информационных технологиях и в государственном, и в предпринимательском секторах экономики;

- во-вторых, происходит «перетекание» значительного количества кадров из отраслей материального производства в сферу услуг. Причем, производство услуг растет все более быстрыми темпами;

- в третьих, активно идет диверсификация социальной и производственной инфраструктуры. Она тоже стремится соответствовать цифровой экономике;

Это наглядно заметно по рынкам образовательных услуг и здравоохранению. В эти сферы экономики уже внедрились цифровые технологии, которые основаны на широком спектре использования цифрового оборудования и передовых методик.

В-четвертых, внутренние и внешние переменные на рынке труда нуждаются в систематическом мониторинге. Его должны проводить соответствующие государственные и муниципальные службы занятости. Они, пока, во многом, только фиксируют сложившиеся экономические отношения на рынке труда.

Необходимо активизировать их прогностические функции. Нужна относительно четкая картина всего спектра перспективной востребованности стратегических вакансий. Такой прогноз важно довести до работодателей, образовательных учреждений и всех заинтересованных участников экономических отношений на рынке труда;

- в-пятых, должна быть постоянная массовая информация о состоянии экономических отношений на рынке труда – в средствах массовой информации, особенно в интернете для молодежи, для ее определения с будущими профессиями.

Безусловно, роль информации в процессе трудовой деятельности будет возрастать. Так же, будут усиливаться требования к объективности и достоверности информации в условиях информационного общества.

Все эти и другие позиции специфики становления нового видения экономических отношений на рынке труда претерпевают значительные корректировки, вызванные форсмажорными обстоятельствами. Они сложились в обстановке мировой пандемии, которая где-то затормозила процесс цифрового развития экономики, а где-то, наоборот несколько его ускорила.

В обозримом периоде времени прогнозируется рост мировой цифровизации экономики до 25 % глобального производства.

Эта цифровая активность вызовет необходимость качественных перемен на рынке труда. Эти перемены значительно затормозила мировая эпидемия.

В условиях борьбы с пандемией и в постпандемический период, целый ряд предприятий малого и среднего бизнеса, в основном из сферы услуг, были вынуждены (по решению Правительства и региональных властей) приостановить свою работу, сейчас они находятся в трудном экономическом положении. Для восстановления их деятельности нужно привлекать антикризисных консультантов и специалистов по управлению персоналом. Конечно, если остались на них средства после пандемии.

Заметно возросла роль посредников между продавцами и покупателями. Появилась масса курьеров, диспетчеров с водителями-доставщиками.

Особо отметить надо «порыв души» благородного движения волонтеров. Они помогали людям, находящимся на карантине и самоизоляции, получить необходимые для жизни продукты питания и предметы первой необходимости.

Значительное место на рынке труда занимала «когорта» всевозможных охранников всего и вся. Цифровизация данного сегмента рынка труда приведет к высвобождению большей части персонала с этого поля деятельности.

Осуществлять контроль за охраняемыми объектами будут разнообразные цифровые и беспилотные гаджеты. Соответственно, возрастет спрос на их производство.

Другая массовая профессия – водитель, тоже сузит свой диапазон на рынке труда. Беспилотные автосредства будут активно выходить на просторы нашей Родины.

Учителя школ и преподаватели СУЗов и ВУЗов будут вынуждены внедрять разнообразные on-lain методики в образовательный процесс, а так же оцифровывать само содержание учебных дисциплин. Разумеется, есть определенные в них преимущества перед устной речью преподавателя – более наглядная визуальная подача материала. Ведь человек получает больше информации об окружающем мире через органы зрения, чем через слуховое восприятие информации.

Пандемия значительно активизировала дистанционные технологии обучения школьников и студентов. Причем эта активизация прошла в директивном безапелляционном режиме. Общество, под влиянием пандемии, вынуждено было «подсесть» на режим самоизоляции и уйти в виртуально пространство общения.

Думается, что дискуссии по поводу плюсов и минусов дистанционного формата преподавания учебного материала будут продолжаться беско-

нечно. С одной стороны, это веление цифрового времени, с другой, возникает большое сомнение по поводу возможности вести полноценное воспитание подрастающего поколения в виртуальном пространстве.

Социальная сущность человека реализуется в личностных контактах между людьми. Коммуникации и общение «воочию», непосредственные отношения в обществе, любовь и другие чувства, эмоции, настроения, коллективизм, патриотизм, на наш взгляд, не возможно тотально оцифровать.

Цифровизация экономических отношений на рынке труда затронет все отрасли и сектора реальной экономики. К наступлению активной фазы данного процесса необходимо готовиться в современных условиях преодоления негативов пандемии.

В перерабатывающих отраслях реального сектора экономики будут востребованы узкие специалисты в области цифровых технологий на конкретные производства. Процессы автоматизации, роботизации, компьютеризации приведет к росту спрос на таких специалистов на рынке труда.

Цифровизация в добывающих отраслях экономики будет иметь свою специфику. Министр энергетики Правительства России Александр Новак в интервью телевизионному каналу «Россия» от 17.06.2020 высказался за ускорение перехода к цифровой энергетике будущего. Основной ее посыл заключается в том, что изменяется роль работника в производственном процессе. Теперь не он непосредственно осуществляет прямое управление механизмами и оборудованием, а контролирует и по мере необходимости корректирует работу производственных систем.

Последствия пандемии значительно видоизменили спрос и предложение на рынке труда в его секторе услуг. Этот сектор очень сильно пострадал от объективно необходимой приостановки деятельности в процессе борьбы с вирусом в 2019-2020 годах.

Это такие массовые услуги как – торговля непродовольственными товарами, автобусные и авиа перевозки, гостеприимство и туризм, полиграфия, бытовые услуги, общественное питание, парикмахерские, спа-салоны, услуги культуры и искусства, спорта и других массовых мероприятий и так далее. Многие из предприятий сферы услуг либо совсем обанкротились, либо резко ограничили объемы своего бизнеса.

Конечно, данные перемены сказались на рынке труда. Прежде всего, количественно возросла общая реальная и скрытая безработица. К тому же, пандемия, к сожалению, унесла жизни многих работников сферы услуг.

Бурные цифровые инновации грядут на финансовых рынках. Это не только внедрение криптовалюты (это не массовое явление), но и перемещение реальных (наличных) денег в область виртуальных расчетных средств (всевозможные карты, расчеты со смартфонов и т.д.). Торговые и

транспортные предприятия, миллионы интернет-магазинов осуществляют торговлю в безналичной форме.

Надо так же отметить возрастание роли государства в процессе цифровизации экономических отношений на рынке труда. Оно превратилось в мощнейший драйвер цифровизации всей нашей жизни.

Государство решительно начало цифровизацию сферы государственных и муниципальных услуг. Активно, в административном порядке, все государственные структуры обязали иметь место в интернете для общения с гражданами. Наиболее раскрученными в этом отношении являются портал «Госуслуги» и услуги многофункциональных центров .

Ожидается, что цифровизация государственно-муниципальных услуг приведет к ослаблению бюрократических и коррупционных проявлений в работе чиновников разных рангов и территориальных уровней..

Важно отметить значительные успехи в цифровизации деятельности правоохранительных органов, особенно на незримых «фронтах» информационных войн. Отражение информационных атак, фейки, хакерские взломы и другие негативы должны иметь надежный заслон.

Ну и конечно, нельзя обойти вниманием цифровые прорывные технологии в работе государственного оборонно-промышленного комплекса. Он всегда был олицетворением передового производства и научного лидера.

Думается, в перспективе будет возрастать его мультипликативная роль в процессе цифровизации экономики. ОПК призван оказывать поддержку гражданским жизненно важным для населения и бизнеса отраслям экономики и конкретным производствам.

Российской государство прикладывает гигантские усилия на борьбу с вирусом, за сохранение жизни своих граждан, спасая и видоизменяя структуру рынка труда. В то же время, оно не забывает о стратегии экономического развития. Так, по поручению Президента Правительство утвердило общенациональную программу действий по выходу их кризиса, вызванного пандемией. В не предусмотрены 500 мероприятий на сумму 5 триллионов рублей. Большая часть пойдет на инфраструктуру экономики.

Таким образом, краткий обзор некоторых существенных цифровых явлений и процессов в условиях постпандемии, хочется завершить на оптимистической ноте. Жизнь человечества продолжается. И ее основной вектор развития лежит в области цифровой экономики.

Наука, при всесторонней поддержке государства, призвана мобилизовать усилия в борьбе с вредоносным вирусом. В то же время, надо активизировать поиск эффективных путей цифровизации экономических отношений на рынке труда.

Базовый постулат, который позволит быстрее выйти из пандемии и не сбиться с цифровой дороги, гласит, что рынок труда был, есть и будет приоритетом социально-экономического развития. Только он способен

создать все жизненно необходимые блага, обеспечить достижение главной цели экономики – удовлетворение потребностей граждан нашей страны, обеспечение соответствующего данным потребностям качества и уровня жизни.

О.С. Хлусова, О.И. Половинкина

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И СИСТЕМ

В условиях нестабильности современной рыночной экономики, крайне важно, получение своевременной, полной, достоверной, и объективной экономической информации, необходимой для решения конкретных задач управления коммерческой организацией, рассмотрения его текущего состояния и перспектив развития, с целью минимизации возможных финансовых рисков.

Главная цель системного анализа на предприятии – обеспечение руководства компании максимально полной информацией, необходимой для эффективной работы компании. С этой целью была разработана и использована специальная анкета для опроса работников компании, которые непосредственно занимаются планированием и финансирование деятельности, а также анализом финансово-экономических показателей, и поэтому они могут выступать в качестве экспертов в области управления предприятием.

Специалистам было предложено с помощью трехсот бальной шкалы определить значимость перечисленных в анкете факторов, распределяя баллы между ними таким образом, чтобы их сумма составляла триста баллов.

По результатам анкетирования, представленным в таблице 1, можно сделать вывод, что для анализируемого предприятия наиболее значимыми оказались два фактора.

Таблица 1 – Экспертная оценка факторов, влияющих на ООО «N»

Факторы	Эксперт					Сумма баллов
	№1	№2	№3	№4	№5	
Маркетинговые						
1. Эффективность исследования рынка	10	15	10	15	10	60
2. Ассортимент реализуемых услуг	10	10	10	10	10	50
3. Конкуренентоспособность компании	10	10	10	10	10	50
4. Оптимизация объема продаж	15	15	10	10	10	60
5. Эффективность рекламы	10	10	10	10	10	50
Организационно – технические						
1. Эффективность изучения возможностей развития собственных торговых марок	15	10	20	10	15	70
2. Техника и оборудование для развития собственных торговых марок	10	10	15	10	10	55

3.Технология продаж	15	10	15	15	10	65
4.Организация ведения бизнеса	15	15	10	15	10	65
5.Эффективное управление имуществом	20	30	10	10	15	85
6. Эффективное управление финансами	35	25	65	55	40	220
7. Эффективное управление нововведениями	15	15	10	15	15	70
8. Эффективное управление инвестициями	15	10	15	10	15	65
9. Эффективное управление кадрами	20	25	15	15	15	90
Факторы ближайшего окружения						
1.Потребители	25	30	50	20	40	165
2.Конкуренты	10	10	10	10	10	50
3.Посредники	10	10	10	10	10	50
4. Поставщики	10	10	10	10	10	50
Факторы макросреды						
Экономика страны	15	10	20	15	15	75
Политическая ситуация в стране	15	10	15	15	10	65
Научно– технический прогресс	20	10	10	10	10	60
Всего баллов	300	300	300	300	300	

Первое место по значимости для ООО «N» занимает критерий – эффективное управление финансами предприятия. Второй по значимости критерий – потребители (от них зависят потенциальные возможности динамического развития компании). Потребители – это внешний фактор, которым предприятие управлять не может. Основной акцент необходимо сделать на развитие собственной системы финансового управления.

В ходе исследования было установлено сбой в управлении компанией. Основная причина низкая эффективность финансового контроля и мониторинга за системой внутрихозяйственных расчетов.

Для решения поставленных задач используются следующие методы, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Методы, используемые для решения поставленных задач

Задача	Проблема	Методы решения
Совершенствование системы контрольных целевых показателей расчетной политики	Система контрольных целевых показателей не обеспечивает контрольную функцию	Математические методы
Пересмотр методология оценки и управления внутренними рисками	Требуется более эффективное управление	Использование экспертных методов

В работу ООО «N» внедрена схема процесса разработки расширенной системы целевых контрольных индикаторов расчетно – платежной политики предприятия; и системы корректирующих их коэффициентов, представленных на рисунке 1.

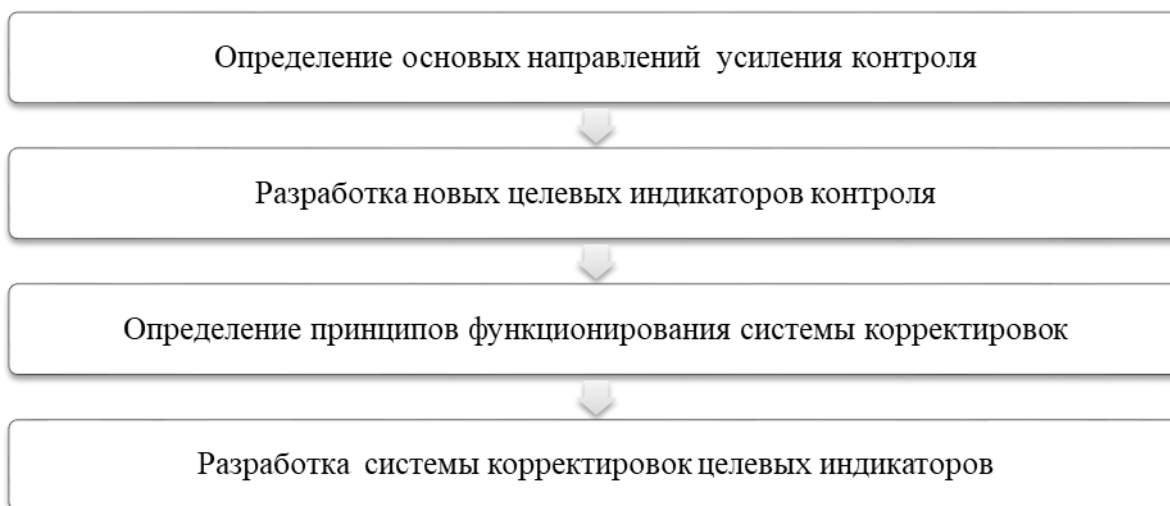


Рисунок 1 – Схема процесса разработки расширенной системы целевых контрольных индикаторов и системы их корректировки

Рассмотрим схему разработки системы корректирующих коэффициентов для существующих целевых индикаторов контрольных показателей. Система корректирующих коэффициентов первичных данных будет представлена в виде автоматизированной системы, содержащая ключевые инструменты для создания корректировки целевых индикаторов с учетом влияния факторов внешней и внутренней среды.

Таблица 3 – Система корректирующих коэффициентов ООО «N»

Названия	Показатель, для которого разрабатывается	Цель поправки
Первая группа		
Коэффициент корректировки	Сроки платежей	Сокращение сроков расчетов
Вторая группа		
Интегрированный коэффициент влияния экономических, политических и прочих рисков (суммарная оценка всех негативных рисков)	Выручка	При негативном влиянии корректировка в сторону снижения и наоборот.
	Ликвидность	
	Дебиторская задолженность	Корректировка при негативном прогнозе в сторону увеличения сроков оборачиваемости и объемов дебиторской задолженности
Третья группа		
Интегрированный коэффициент влияния внутренних рисков	Система управления запасами	При негативном влиянии корректировка в сторону снижения

Как видно из таблицы 3, все корректирующие коэффициенты можно разбить на несколько групп.

Первая группа, система коэффициентов, учитывающая неэффективность внутреннего финансового контроля. Вторая группа, система коэф-

фициентов, учитывающая риски по внешним расчетам. Третья группа, система коэффициентов, учитывающая внутривозрастные риски при расчетах.

Рассмотрим основные регламенты процедур управленческого и бухгалтерского учета.

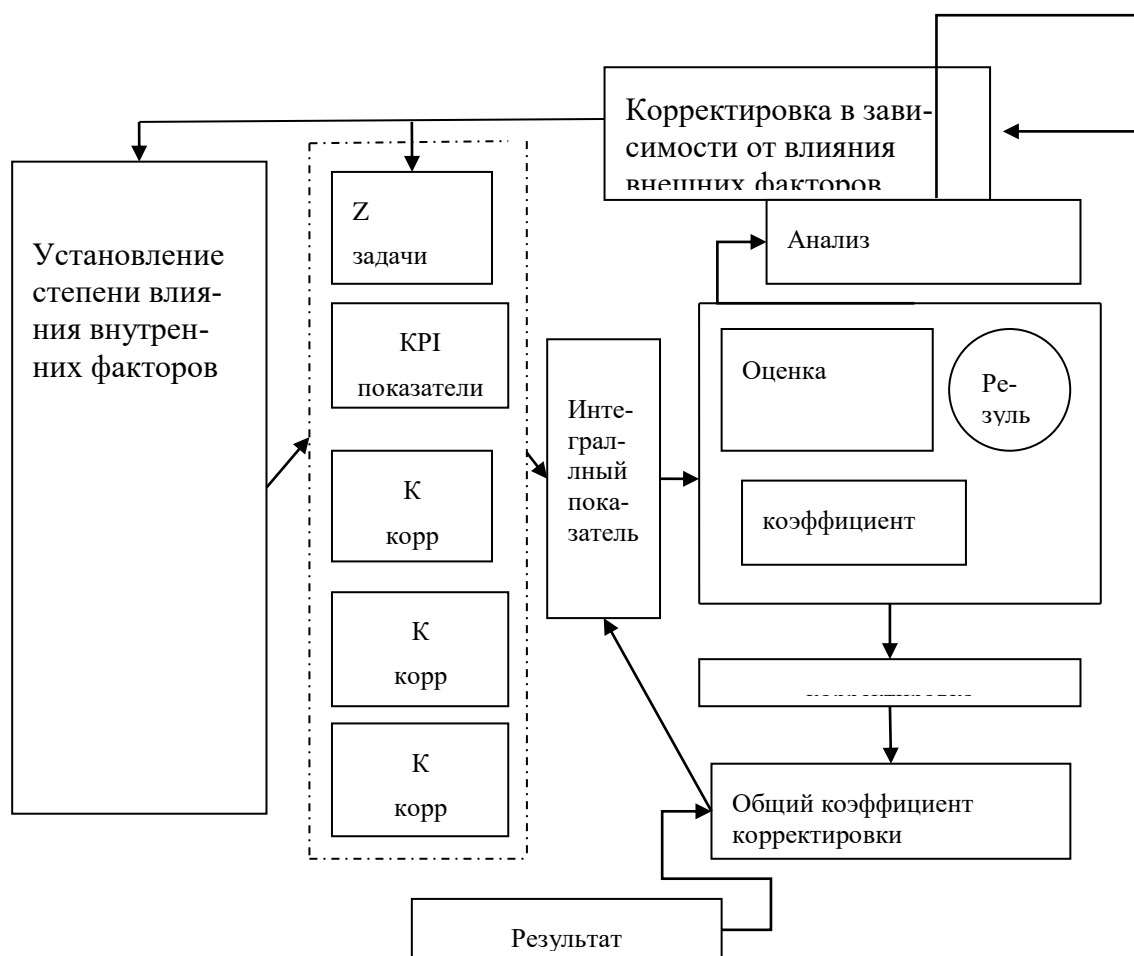


Рисунок 2 – Принцип функционирования системы корректировок

Определим участки работы, которые будут исследованы в ходе внутреннего контроля.

Таблица 4 – Перечень объектов проверки ООО «N»

Объект проверки	Характеристика информации, подлежащей аудиту
Учетная политика предприятия	Основная документация по всем аспектам учетной политики
Производственные запасы	Аналитический и синтетический учет ТМЦ
Товаров (на хранении)	Аналитический и синтетический учет товаров
Денежные средства	Аналитический и синтетический учет денеж-

	ных средств (счета 50-59)
Расчеты	Аналитический и синтетический учет расчетных операций (счета 60-79)
Бухгалтерская отчетность и налоговая отчетность	Оценка правильности формирования финансовой и налоговой отчетности в части оборотных активов

Определим характер проверки по каждому участку, результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Определение характера проверки ООО «N»

Объект проверки	Характер проверки
Учетная политика предприятия	Сплошная проверка
Производственные запасы	Выборка
Товаров	Выборка
Денежные средства	Сплошная проверка
Расчеты	Выборка
Бухгалтерская отчетность и приложения	Сплошная проверка

В ООО «N» внедрена ERP–система, которая способствует повышению эффективности работы, ускорению расчетов, повышению эффективности и управления прибылью компании.

В первую очередь применение ERP-системы способствует успешной реализации бизнес-стратегии, исполнение которой обеспечивает эффективное планирование ресурсов предприятия и управление ими.

Для этого в компании оптимизирована работа подразделений:

- Решение проблем с упорядочиванием и поиском нужной информации.
- Повышение достоверности и актуальности данных.
- увеличение скорости документооборота между подразделениями.
- Организация единого информационного пространства между головным офисом и удалёнными филиалами.
- Сокращение времени заполнения документации и избавление от возможных ошибок.

Для реализации процесса планирования ФХД и контроля в ООО «N» менеджер использует модель контура управленческого контроля, которая применяется для измерения и оценки деятельности в рамках конкретного проекта (или повторяющейся деятельности) организации.

Используемые инструменты на данном этапе:

- SMART-характеристики целей;
- Матрица для расстановки приоритетов по целям.

Составим дерево целей ООО «N».



Рисунок 3 – Дерево целей проекта в ООО «N»

Мониторинг внедрения системы включает в себя следующий диапазон методов:

- наблюдение и личное участие на всех этапах реализации проекта и доступность для всех его участников.
- текущая статистика показателей деятельности
- отчет об исключительных ситуациях только в случае отклонения от плана и чрезвычайных обстоятельств;
- опросы и обсуждения во время встреч по проекту или телефонных переговоров, связанных с ним.

Матрица ответственности проекта по внедрению информационной системы ФХД в ООО «N» представлена в таблице 5. Представленная матрица проекта позволит более четко определить ответственного за каждую работу в рамках проекта.

Таблица 6 – Матрица ответственности по проекту внедрения информационной системы ФХД ООО «N»

Наименование работ	Менеджер проекта	Бухгалтерия	Управление автоматизации и развития	Отдел кадров
Анализ существующих технологий документооборота	И	У	О	
Оценка существующей системы управления ФХД		О		
Изучение технологии внедрения электронного документооборота в других подразделениях предприятия	И	У	О	
Выбор - технологии внедрения электронного документооборота	У		О	

Формирование группы для внедрения технологии	О			И
Информирование о внедрении проекта трудового коллектива		О		У
Реализация		У	О	
Оценка результатов	К	К		К
Оценка затрат на применение новой технологии		И		
Корректировка и оформление регламента внедрения информационной системы ХД				О
Утверждение	О		И	И

Где И – исполнитель, О – ответственный, У – участник, К – контроль.

Проект разработки технологии внедрения информационной системы планирования и контроля ФХД в относится к проектам со средним сроком. За реализацией проекта будет отвечать менеджер проекта.

В результате внедрения ERP–систем происходит высвобождение рабочего времени сотрудников компании, что влечет за собой высвобождение денежных средств (в виде прироста производительности труда работников).

А.А. Цыганов

ПРАКТИКА И РИСКИ ПРИОБРЕТЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ В РОССИИ

Побудительными мотивами для приобретения недвижимости в период пандемии стали изменение валютного курса и цен на нефть, снижение доходности по депозитам и объявление о повышении налогообложения депозитных доходов, введение программы льготной ипотеки. Отчасти, недвижимость вновь стали рассматривать как перспективный объект для долгосрочных инвестиций и средство сбережения.

Приобретая недвижимость с расчётом на будущий доход, нужно понимать, что времена стремительного роста стоимости квадратного метра повторяются не часто, хотя есть множество исследований, которые показывают устойчивый исторический рост стоимости земли и хороших объектов недвижимости в Европе и США за 100 и более лет. На сегодня инвестиции в недвижимость для физического лица это довольно консервативный инструмент, позволяющий немного уверенней чувствовать себя на пенсии. Даже если квартира или дом подешевеют (при исчислении в иностранной валюте это происходит практически в каждый кризис), они останутся в собственности и смогут приносить пассивный арендный доход, и он не будет столь же подвержен инфляции как вклад в банке или накопления в НПФ. С другой стороны, нужно учесть возможность роста налогообложения как самой недвижимости, так и арендных доходов. И тем не ме-

нее, на сегодня покупка недвижимости часто рассматривается жителями России как форма частных инвестиций и сбережения накоплений.

В конце 1990-х – начале 2000-х гг. в России ипотека воспринималась чаще всего или как рассказ о западной жизни, или как недостижимая возможность, доступная только немногочисленным уже состоявшимся представителям среднего класса.

К началу 2000-х гг. были заложены основы институциональные основы ипотечного кредитования – в 1998 году принят профильный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» и ещё до этого осенью 1997 года создано Агентство по ипотечному жилищному кредитованию (в настоящее время – ДОМ.РФ). За прошедшие 20 лет количество ежегодно выдаваемых ипотечных кредитов выросло практически выросло практически с 4 тысяч за 2000-й год по всей России до 1,7 миллионов за 2020 год. Поэтому справедливо утверждать, что за прошедшее с 2000-го года время изменения на российском жилищном рынке произошли и очень значительные.

В 2020 году зафиксирован исторический минимум величины средней кредитной ставки (7,17% в сентябре 2020 года, а в 2000-х г. рублёвая ставка доходила до 50% годовых). Во многом это связано с государственными программами поддержки предоставления льготных ставок по ипотечному кредитованию и формированию специализированных ипотечных программ и систем для отдельных категорий жителей нашей страны.

За 2010-е гг. разработаны и внедрены программы использования материнского капитала для улучшения жилищных условий, «семейной», «сельской» и «деревянной» ипотеки, при чем последние ориентированы на поддержку возрождения деревень. В итоге ипотека к 2021 в России году стала реально популярным и доступным для многих способом улучшения жилищных условий и появилась существенная потребность в разработке цифровых инструментов для заключения ипотечных сделок.

Пандемия и самоизоляция привели к распространению онлайн-сделок и приобретению товаров с доставкой на дом. Тенденция проявилась и в отношении недвижимости, приобрести которую можно, не выходя из собственного дома для выбора, заключения договора купли-продажи и последующей регистрации. Однако, ощущение рискованности сделки в данной ситуации довольно большое и отступление от привычного порядка, сложившегося в начале 1990-х гг., пока не воспринимается как окончательно состоявшееся. Риски во многом связаны с доверием к посредникам, организующим сделку и обеспечивающим признание электронных документов и подписей.

Для большей уверенности перед покупкой стоит задуматься о перспективах района и развитии его инфраструктуры, что можно сделать дистанционно. Критерии обеспечения роста стоимости квартиры и повышенного спроса на аренду вполне могут сочетаться, хотя и не всегда полно-

стью. Например, открытие станции метро в крупном городе – миллионнике скорее повышает ликвидность, но не всегда цену квартиры. Тем более, что планы строительства метро публикуются заранее и при покупке их, как правило, учитывают за несколько лет. Зато спрос на аренду и цена растут.

На стоимость квартиры влияет больше факторов, чем на аренду, где на некоторые неудобства до пандемии спокойно закрывали глаза, если расположение было удобным. Соответственно, для арендной квартиры можно выбрать меньший формат и сэкономить за счет площади. Если же рядом будет много учебных институтов и студентов, то желающие арендовать будут прибывать к каждому сентябрю после возвращения к очному формату обучения.

Приобретение апартаментов в качестве инвестиционного актива вполне уместно, если его стоимость ощутимо ниже, чем у сопоставимой квартиры. Связано это с большими, чем для жилой недвижимости, коммунальными платежами и налогами при такой же арендной плате. Правда есть один фактор, который может стать выигрышным – есть вероятность, что часть апартаментов приравняют к жилой недвижимости и переведут в этот разряд, в этом случае можно рассчитывать на дополнительный рост цены приобретения при реоформлении.

В случае приоритетности именно арендного дохода есть резон присмотреться к конкурсным торгам, на которых продают небольшие квартиры и дома, находящиеся в муниципальной собственности. Может быть интересной покупка нежилого помещения на первом этаже или машиноместа. Но здесь выше коммерческие риски, так как аренда для предприятий сферы услуг очень зависит не только от места расположения и проходимости места, но и от экономической ситуации. Применительно к машиноместам при правильном подходе можно рассчитывать на более высокую рентабельность. Например, при покупке подземного машиноместа за 1-1,5 миллионов рублей в центральной части Москвы можно рассчитывать на арендную плату в 15 тысяч рублей в месяц, если в доме квартир значительно больше, чем машиномест и на ближайших улицах и дворах уже есть проблемы с парковочными местами.

Начиная анализ предложения на рынке недвижимости, первое на что следует обратить внимание – это выбор дома и квартиры, которые в период пандемии и самоизоляции нельзя было осмотреть самостоятельно и нужно полагаться на видеоролики о них. Но, с другой стороны, при покупке недвижимости на стадии котлована квартира и вид из ее окон тоже предстают только на плане. В настоящее время застройщики создают 3D-модели домов и квартир, размещают камеры вокруг стройки, есть детальные спутниковые карты и планы развития местности. Поэтому можно предположить, что для новостроек уже создана или будет в скором времени достаточная информационная среда для получения информации в ре-

жиме онлайн. Уже сегодня АО ДОМ.РФ создана и действует единая информационная система жилищного строительства – наш.дом.рф, на сайте которой можно предусмотреть формирование стандартизированной информации о новостройках, достаточной для сравнения и выбора вариантов для приобретения.

Долевое строительство стало регулироваться отдельным законом с 2005 года именно в целях предотвращения обмана покупателей. И за прошедшее время было предпринято несколько попыток предотвратить появление обманутых дольщиков – увеличение требований к уставным капиталам застройщиков или к использованию собственных средств, определение минимальной доли собственных средств в общем объёме финансирования, привлечение банковских гарантий или договора страхования ответственности застройщика перед дольщиками. Но проблемы решались не полностью, что привело к появлению Фонда защиты прав граждан – участников долевого строительства, куда были переведены обязательства по договорам страхования ответственности застройщиков. А главное – летом 2019 года появился механизм проектного финансирования, основанный на эскроу-счетах. Основное достоинство этого механизма – отсутствие возможности снять средства со счета до окончания строительства и исполнения договора долевого строительства в полном объёме. Раз нельзя снять средства, то их нельзя растратить или сбежать с ними. Получается, что риски дольщиков становятся связанным более с банками, в которых по данным Банка России на 1.1.2021 года было открыто 303 878 счетов эскроу, а средства на них составили 1 191 937,3 млн. руб.

Для минимизации рисков банкротства банков, которые тоже бывали и неоднократно в России, был сформирован и внедрён механизм отбора банков, имеющих право работать с эскроу-счётами граждан – участников долевого строительства, что подтверждает их надёжность и в определенной мере повышает шансы на санацию, а не банкротство в случае проблем. Для счетов эскроу была повышена норма гарантирования по банковским вкладам в Агентстве по страхованию вкладов.

Для вторичного жилья общедоступной базы верифицированных данных пока нет, но при доверии к риелтору можно поручить сбор информации и отправку видео об объекте. На сайтах о недвижимости уже не редкость видео об объекте и окрестностях, предоставленное продавцом. Конечно, по нему можно составить первое впечатление, но проверить нужно обязательно.

Следующий этап – это проверка документов и полномочий сторон, отсутствия препятствий по заключению сделки и «подводных» камней в лице не включённых в приватизацию детей, не выделения на них доли при использовании материнского капитала, «потерянных» наследников и т.д. Данная проверка редко когда по силам покупателю самостоятельно и про-

водится не им самим, что делает ее вполне возможной в удалённом для покупателя режиме.

Важным условием безопасности является контроль за электронно-цифровой подписью (ЭЦП) и ее защитой. Во многом это доверие к удостоверяющему центру, который должен проверить личность получателя ЭЦП и потом в ее подлинности. Уже есть примеры мошенничества с ЭЦП в сфере недвижимости и это настораживает. Но применительно к обычным офф-лайн сделкам вероятность использования поддельных и подложных документов не равна нулю, могут быть и ошибки при подаче документов в Росреестр. Нотариальная форма сделки возможна и служит снижению рисков, но нотариус будет проводить ее в очном режиме, хотя и называться такая сделка будет дистанционной. Получается, что необходимо будет организовать дистанционный контакт двух пар: продавец и его нотариус плюс покупатель и его нотариус.

Выполнение процедур по регистрации, которая ведётся вне контроля сторон как в случае традиционной подачи документов, так и применительно к электронным сделкам. В настоящее время подать заявление в Росреестр о регистрации можно в электронном виде через личный кабинет правообладателя на сайте этого ведомства, для чего у заявителя потребуется наличие ЭЦП.

Одно из наиболее важным во время проведения сделки с недвижимостью условий – безопасность расчётов. При онлайн-сделках трудно воспользоваться банковской ячейкой (курьерская доставка все же не очень уместна в данном случае), но безопасное использование эскроу-счета или аккредитива вполне возможно.

Для покупателя может быть интересным получение ипотечного кредита, что в режиме онлайн практически доступно уже сейчас. Например, СберБанк 10 марта 2021 объявил о первом случае выдачи ипотечного кредита на вторичную недвижимость полностью в дистанционном формате (<https://blog.domclick.ru/post/sber-bank-vydal-pervyj-v-rossii-ipotechnyj-kredit-onlajn-na-vtorichnom-rynke>). Такое возможно при наличии уже оформленных ЭЦП у покупателя и продавца. Подать онлайн заявку на получение ипотечного кредита получится в большинстве случаев, но для оформления всех документов и идентификации заёмщика банк может настоять на личном присутствии будущего заёмщика в офисе банка или прислать своего специалиста на дом.

Позитивным фактором для развития электронных продаж и повышения доверия сторон является действие ст. 68.1. «Компенсация добросовестному приобретателю за утрату им жилого помещения» Федерального закона "О государственной регистрации недвижимости" от 13.07.2015 N 218-ФЗ, по которой добросовестный приобретатель имеет право «на выплату однократной единовременной компенсации за счет казны Россий-

ской Федерации после вступления в законную силу судебного акта об истребовании от него соответствующего жилого помещения». Поэтому очень и очень важно выполнения всех требований законодательства для признания добросовестным приобретателем.

Очевидно, что в ближайшие годы многие процессы перейдут в дистанционный режим окончательно. А какие-то пока задержатся в оффлайн, так как экономия времени на поездку и осмотр объекта недвижимости и его окрестностей будет незначительной. Практика показывает, что значительная часть потребителей ценит личное общение и это оставляет необходимым поддержание вариантов для классического заключения договоров. Личное же присутствие понадобится для обеспечения правильности выбора квартиры или дома, собственного спокойствия, а также для удовлетворения всех требований законодательства. Полностью дистанционный формат покупки недвижимости также будет развиваться и использоваться в случаях необходимости, а развитие технологий передачи реальности будет способствовать повышению интереса к данной форме.

К.К. Чарахчян

ВЛИЯНИЕ НА КОРПОРАТИВНОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Стратегическое планирование как инструмент успешного развития корпорации модифицируется вследствие изменений, осуществляющихся в совокупности сред, обобщающим выражением которой выступает экономическая система. В ней прогнозируются набирающие силу тенденции: цифровизация, сетевизация, монополизация. Рассмотрим каждую из этих тенденций в аспекте её влияния на стратегическое планирование.

Основным противоречием жизнедеятельности члена современного общества, включая его социальные и экономические роли, является противоречие между увеличением возможностей для применения индивидуальных способностей и возрастанием зависимости от других участников общественных отношений. «Ценой» развития возможностей выступает рост взаимозависимости.

В современной экономической системе компании необходимо применять цифровые технологии практически в каждом процессе производства и обмена благ, иначе она обречена на проигрыш в конкуренции. Информационные технологии стали универсальными благодаря подключению, контакту и взаимодействию разнообразных субъектов: домохозяйств, фирм, государственных учреждений, международных организаций. Цифровую экономику уже нельзя рассматривать отдельно от хозяйственной системы.

Цифровые технологии стали играть в современном производственном процессе роль, аналогичную математике и черчению вместе взятым в тех-

нологиях XX в. Они выступают универсальным языком общения участников хозяйственной деятельности и, вместе с тем, способом проектирования, создания и продвижения продукции к потребителю. Поэтому тот, кто глубже и шире освоил цифровые технологии, тот получает стратегическое конкурентное преимущество.

В экономической системе стратегическое планирование само служит средством конкурентной борьбы. Оно позволяет более рационально распределить экономические ресурсы всех видов, с одной стороны, и определить направления их эффективного использования, с другой стороны. Рост многообразия направлений и дифференциация ресурсов требуют дополнения способностей менеджеров и маркетологов потенциалом компьютерного «разума», т.е. технологий сбора, анализа и обобщения больших массивов данных. Стратегия строится на определении основных проблем и выборе оптимальных вариантов их решения. Ключевой задачей становится формулирование критерия оптимальности.

Стратегическое планирование – это область управления, в которой всё больше применяется искусственный интеллект. Однако то, какой вариант он выберет для подготовки стратегического плана, зависит не только от критерия оптимальности (его пока ещё определяет человек, наделённый правом принятия соответствующего решения), но и от особенностей алгоритмов и способа их обработки.

Ведущие компании мира применяют в планировании алгоритмы ценообразования. Они заключаются в использовании компьютерных программ для установления цен, действующих по заданному набору правил. Использование единого ценового алгоритма участниками рынка, даже если они изначально и не предполагали согласованных действий, может привести к результатам, аналогичным действующему картелю.

Антимонопольные структуры развитых государств обсуждают варианты регулирования использования алгоритмов, которые будут влиять на протяжении длительного периода на поведение участников рынка. Первый вариант – полный запрет ценовых алгоритмов в связи с риском сговора. Однако установление запрета на определённые варианты поведения может привести к торможению развития цифровых и связанных с ними технологий. Это будет сдерживать развитие не только отдельных компаний, но и экономики в целом. Запрет инноваций в области алгоритмизации искусственного интеллекта не только станет новым административным барьером, но и неизбежно подтолкнёт участников рыночных отношений к поиску путей его преодоления.

Реализация второго варианта натолкнётся на задачу постоянной «сепарации» цифровых технологий в целях выявления способных к самообучению программ. Однако всё более широкое внедрение искусственного интеллекта делает подобную «сепарацию» затратной и малоэффективной.

На стратегию компаний повлияют правила, которые будут регулировать не только ценообразование, но и пределы самостоятельности искусственного интеллекта. Очевидно, что эти пределы будут постепенно расширяться по воле самих хозяйствующих субъектов, т.к. сулят им новые экономические возможности, а риски последствий не столь очевидны. Можно предположить, что уже не цена станет регулятором хозяйственного поведения, и не совокупные расходы (как полагал Дж. М. Кейнс), а самообновляющиеся алгоритмы рыночных сигналов, генерируемые искусственным интеллектом.

В полной мере встаёт вопрос о стандартизации деятельности искусственного интеллекта, правил его функционирования, универсальности комплекса присущих ему программ. Иными словами, возможно ли будет вести речь о «разновидностях» этого комплекса, или же всеми компаниями будет применяться некий единообразный интеллектуальный аппарат. В значительной степени ответ на этот вопрос даёт процесс распространения сетевых структур, обладающих общими правилами деятельности для всех участников.

Цифровизация стала катализатором для процесса образования хозяйственных сетей (сетевизации), идущего с конца XX в. Вертикальная интеграция товаропроизводителей в условиях современной экономики дополняется горизонтальной интеграцией посредством сетевых хозяйственных связей. Происходит переход к созданию партнерств с целью построения экосистемы вокруг цифровой платформы.

Сетевизация экономики влияет на целеполагание в стратегическом планировании через направления развития компании. Вопрос «что продавать» становится вторичным по отношению к вопросу «как развиваться». Как ведущий фактор выдвигается способ роста капитализации компании, основанный на устойчивости доверия к ней. Глобальная в аспекте сфер деятельности компания приобретает форму, которая способствует выходу в эти сферы. Примером служит переход «Сбербанка России» к форме экосистемы «Сбер». Это решение является примером именно стратегического решения.

В данной форме уже нет ограничений, связанных со специализацией и территорией деятельности. Однако для стратегического планирования возникает ряд проблем, связанных с местом компании в хозяйственной системе.

Первая проблема – изменение характера препятствий входа на рынок. Барьеры на вход (выход) с рынка заменяются барьерами входа и выхода из сети. Препятствием становятся издержки включения в сеть и ограничения при принятии условий деятельности как звена этой сети. Аналогичные последствия для участников компании имеет использование цифровых стандартов, принятых в сети. Изменить стандарты возможно лишь одно-

временно всем участникам данной структуры, что может привести к скачку издержек. Принятые стандарты должны учитываться в их стратегических планах. Каковы же будут предельные издержки при выходе из сети? Следует ли в стратегическом плане предусматривать варианты смены сети или самостоятельной хозяйственной деятельности? Представляется, что выход (смена) сети это будет стратегическим по своему значению решением компании. Изменение цифровых стандартов увеличит издержки выхода, возможно, до критического уровня.

Вторая проблема заключается в сломе привычных моделей поведения на рынке. Если компания-потребитель неких ресурсов основывается на адаптивных ожиданиях, то она оптимизирует поведение в краткосрочном периоде, однако не добьётся оптимизации в долгосрочном периоде, т.к. будет зависеть от ассортимента и цен ресурсов от данного поставщика. Если же компания-потребитель исходит из рациональных ожиданий, то она прогнозирует наличие «ловушек», создаваемых компанией-продавцом, предлагающим бесплатные сервисы. Однако из-за асимметрии информации покупатель не сможет «переиграть» продавца и в долгосрочном периоде не получит оптимального варианта использования приобретаемых ресурсов. Поэтому стратегический план полезнее строить не на ожиданиях, а на ограниченной рациональности, заранее закладывая в прогноз допустимую погрешность отклонения от целевых ориентиров.

Третьей проблемой выступает децентрализация организации работы сотрудников компаний, т.е. распространение сетевых принципов деятельности на участие работников в создании благ. Благоприятные условия подготовила автоматизация, вытеснившая рабочих из производственного процесса и переместившая их в офисы и контрольные пункты. Современные средства цифровой связи позволили дистанционно включаться в кооперацию труда, тем более, осуществлять необходимые операции на отдельных участках производства и обмена благ. В этих условиях стратегическое планирование всё более отвлекается от численности персонала компании, её кадрового состава, уровня оплаты труда. Планирование теперь строится на агрегированных величинах в структуре возможных и достаточных доходов и расходов, обеспечивающих функционирование компании в рамках сети.

Пандемия вируса Covid-19 дала толчок сетевизации рабочих мест. Вынужденная самоизоляция затронула миллионы работников. Происходит процесс, обратный тому, который наблюдался в экономике некоторых европейских стран в XVI-XVIII вв. Тогда произошёл переход от рассеянной к централизованной мануфактуре. Работники были объединены в одном помещении под контролем предпринимателя и подчинены единому ритму производственной деятельности. В современных условиях всё больше работников локализуют свою деятельность, будучи связанными в общем

хозяйственном процессе информационными, финансовыми и социальными сетями.

Возрождаются индивидуальные условия труда, вновь стирается граница между свободным и рабочим временем, место жестких правил и регламентов занимают рамочные правила и гибкие графики. Предметом юридических и экономических споров стал статус работника в сетевых структурах. Доставка заказов или таксист, получающий задания по сетям и выполняющий их без непосредственного контакта с коол-центром: индивидуальный предприниматель или наёмный сотрудник? Для стратегии компании важно функционирование данного звена сети. На смену планированию деятельности конкретных исполнителей приходит планирование для «звена сети» или «участка деятельности». Фактор «труд» теперь воплощается не в обезличенном индивиде, «привязанном» к данному предприятию (офису), а в также обезличенном, но свободно перемещающемся в экономическом пространстве индивиде.

Представляется, что фрилансеру легче добиться особого положения в сети, если ему удаётся, применив метод «товарной дифференциации», представить свои навыки и способности как уникальный ресурс и усилить свою монопольную власть на рынке, предъявляющем на него спрос. Вместе с тем, фирма, нанимающая фрилансера, склонна не обременять себя перед ним обязательствами в трудовой и социальной сферах и нести соответствующие расходы. Фрилансеры вынуждены обращаться к государству за трудовыми и социальными гарантиями, что объективно усиливает роль государства в хозяйственной сфере общественной жизни.

Цифровизация и сетевизация, ускоренные фактором пандемии, генерируют импульсы для монополизации рыночных отношений. Тенденция к монополизации рынков перемещается в область закрепления долгосрочных стимулов к лояльному поведению потребителей (корпоративных, индивидуальных, государственных) и «пакетному» характеру предоставляемых услуг и товаров. Тот, кто владеет приложениями, позволяющими получать разнообразные блага через сети, тот обладает монопольной властью над рынком.

Отраслью, демонстрирующей рассмотренные выше тенденции, выступает сформировавшаяся индустрия финансовых услуг. В ней происходит активное вытеснение традиционных игроков и традиционных бизнес-моделей. Новые финансовые решения позволяют изменять структуру потребления, сокращать затраты на функционал, повышать эффективность и качество бизнес-процессов. Банкам и небанковским финансовым организациям проще, чем компаниям производственного сектора, овладеть рынком через оцифрованную и организованную в сеть систему филиалов, отделений, «дочерних» структур.

Пока стратегическое планирование не в полной мере восприняло новую форму монополизации доступа к рынкам. Однако можно предположить, что стратегии поведения компаний, овладевших новым технологическим ресурсом, будут сразу ориентироваться на доминирование в сегменте рынка, на котором преимущество даёт данная технология. Так, окупаемость производства микроэлементов для массово применяемых устройств достигается при количестве потенциальных покупателей порядка 500 млн. потребителей. Вновь обостряется проблема насыщения рынков сбыта и борьбы за их передел. Разворачивающиеся в современном мире мега-проекты глобального значения (такие как «один пояс – один путь», связь 5 G, переход к приоритету фрекинга и поставок сжиженного газа) создают благоприятные условия для стратегического планирования компаний-гигантов. Они будут не просто заниматься бизнесом, но и творить собственную историю, которая неизбежно переплетётся с историей национальных государств и их интегративных объединений.

В.А. Черненко, И.А. Резник

СПЕЦИФИКА ОТВЕТНОЙ РЕАКЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА ПАНДЕМИЮ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Ограничительные меры, вызванные пандемией, уязвимость торгового рынка сырья, оказали негативное влияние на развитие банковского сектора, а впоследствии на мировую торговлю. Национальными стратегиями борьбы с пандемией стали разные: в Китае был введен полный карантин во всей стране; Австралия, Новая Зеландия, Таиланд, Вьетнам закрыли границы на раннем этапе, кроме этого Корея, Тайвань отслеживали больных при помощи информационных технологий (мобильных устройств). Японии удалось справиться с ситуацией, несмотря на отсутствие четкой тактики (непринудительное ношение масок, маленькое количество ПЦР, необязательный карантин).

Данная ситуация подтолкнула коммерческие банки мгновенно пересмотреть ведение своего бизнеса, в сторону внедрения информационных технологий, бесконтактной системы оплаты, онлайн-обслуживания клиентов и др. Развитие информационных технологий и ранее было одним из конкурентоспособных преимуществ банков, но в период середины марта високосного 2020 г. приобрело фактор выживания и удержания на рынке банковского бизнеса.

Одним из популярных банковских продуктов остаются банковские платежные карты. Современный российский рынок банковских платежных карт в 2020 г. действовал при участии 428 операторов по переводу денежных средств, из которых 82 осуществляют переводы исключительно электронных денежных средств. Кроме того, в национальную систему банковских платежных карт входят:

- 28 операторов платежной системы (например, «МИР»);
- 35 операторов услуг платежной инфраструктуры;
- 2 организации федеральной почтовой связи и банковские платежные агенты.

Отдельные банки в период самоизоляции приняли решение продления срока действия своих пластиковых карт, срок которых истек на тот момент. Тинькофф Банк, работающий без отделений, позиционирует себя как первый российский банк, предлагающий клиентам всю линейку своих продуктов в дистанционном формате, в том числе и банковские карты.

Стали внедряться новые продукты – полностью цифровые карты, которые можно эмитировать в мобильном банке, а впоследствии применять их в расчетах, прикрепив карту к ApplePay или GooglePay. Весомым направлением трансформации банковского сектора стало применение учреждениями собственных экосистем с целью удовлетворения потребностей клиентов по принципу «единого окна», использование инноваций и постоянная модернизация клиентского сервиса.

В период самоизоляции банковские переводы упростили системой быстрых платежей, которая стала одним из ключевых моментов развития мобильного банкинга. В связи с переводом клиентов банка на удаленную работу в марте 2020 года количество операций с помощью СБП увеличилось на 9,5 %, а общая сумма операций – на 37,5 %.

В зависимости от способа обслуживания больше половины процентов активных пользователей клиентов банков продолжают использовать дистанционный банкинг: одни предпочитают только интернет-банк, другие мобильный банк; преобладают клиенты, которые пользуются обеими платформами. В апреле 2020 года увеличилась доля онлайн-заявок: кредитов наличными на 50 %, автокредитов на 60 %, ипотеку на 9 %.

Внедрение на рынок действительно нового банковского продукта всегда несет определенные риски. С одной стороны, новый продукт позволяет банку выйти на новые сегменты, получить новых клиентов, а значит, и получить дополнительную прибыль. С другой стороны, сложно предугадать поведение потенциальных клиентов и их интерес к абсолютной банковской новизне. Если такой новый продукт будет востребован, банк превратится в монополиста и до тех пор, пока конкуренты не внедрят аналоги, будет получать повышенную прибыль.

В целом, банки проявили устойчивость в период неопределенности, вызванный пандемией, но по данным обзора банковского сектора Банком России в мае 2020 г. прибыль банков в России упала до 45,4 млрд. рублей с 51,2 млрд. рублей в апреле и с 218,5 млрд. рублей в марте 2020 г.

Драйвером продуктовых инноваций в банковской отрасли будут являться такие технологические и цифровые тренды, как анализ больших массивов данных, машинное обучение, углубленная аналитика, искус-

ственный интеллект, робоэдвайзинг, а также блокчейн, позволяющий совершать операции без участия посредников и бэк-офиса. Теперь на основе сквозных технологий создаются принципиально новые, в том числе банковские продукты, обладающие коммерческим потенциалом, сервисы, возможности и услуги, требовавшие ранее личного присутствия клиентов в банке, а теперь перешедшие в онлайн-среду, кастомизированные предложения, скидки, инвестиционные услуги и чат-боты для помощи клиентам в подборе продуктов.

Основной мотивацией для выпуска продуктовых инноваций в банках является привлечение новых клиентов и удержание старых с помощью удовлетворения их потребностей. На открытие счета в банке и выпуск карты теперь требуется не больше недели, в некоторых банках – один день. Межбанковские переводы совершаются за считанные минуты. Такое ускорение процессов облегчило переход клиента из одного банка в другой, что сделало повышение лояльности клиентов одной из главных задач для банков.

Например, банк «Открытие» внедрил функцию идентификации пользователя по фотографии при осуществлении денежных переводов, в основе которой лежит технология машинного обучения. Биометрическая идентификация будет набирать популярность, она позволит не только идентифицировать клиента, но и удаленно заключать договор между потребителем и банком при открытии нового счета. Банки уже предлагают услугу электронного оформления сделок через регистрационную палату, а также страхование жизни и другие сопутствующие сервисы в онлайн-формате, увеличивающие комиссионные доходы банков.

Коммерческие банки продолжают развивать онлайн-сервисы. Большинство банков предоставляют персонализированные кешбэк-сервисы с функцией выбора покупок, а некоторые используют предиктивную аналитику для создания индивидуальных кастомизированных предложений. Многие коммерческие банки интенсивно развивают цифровое направление своих продуктов и базовые сервисы, основанные на анализе Big Data.

Так, банк ВТБ помимо финансовых аспектов учитывает возраст и стиль жизни клиента, а бонусная программа Сбербанка «Спасибо» умеет различать клиентов в зависимости от их интересов. Персонализация помогает усилить эффект от использования программ лояльности.

Вслед за системой быстрых платежей и биометрией ЦБ РФ была запущена пилотная платформа для видеообщения с клиентом, применяемая для работы с индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами. ЦБ РФ разрабатывает платформу на блокчейне для электронных подписей и безбумажного документооборота. Ускорить процесс вывода продуктов на рынок можно благодаря сотрудничеству с партнерами: со-

здав стратегическое партнерство с ИТ-компанией, сократив средний цикл вывода продукта на рынок.

В период пандемии возросла нагрузка на контактные центры, решающие вопросы потребителей. Связанные с этим направлением работы проекты выросли в больших масштабах, при этом наблюдается ускоренное внедрение и пилотирование вспомогательных систем, таких как, чат-бот-платформ для текстовой связи с банком.

Коммуникация играет интегрирующую роль в обеспечении лояльности клиента. Она предполагает не просто коммуникацию с клиентом по различным каналам (мультиканальность), а интеграцию этих каналов в единую систему, что позволяет создавать более точную и информативную CRM-систему и затем использовать полученные данные для создания более персонализированного подхода, который позволит увеличить коэффициент удержания клиентов.

В сравнении с началом пандемии ситуация с ликвидностью в банковском секторе стала улучшаться. В июне и в июле 2020 года стало увеличиваться количество вкладов граждан в рублях. В настоящий момент рынок депозитных вкладов едва покрывает инфляцию, распространились операции с ценными бумагами через торговые онлайн-площадки.

Тинькофф Банк запустил сервис ипотечного брокера, позволяющий подать онлайн-заявку на кредит и значительно сократить количество посещений банка, а также инвестиционный сервис, дающий возможность удаленно открыть брокерский счет и в режиме онлайн управлять своими активами.

В тоже время возможность мгновенно осуществлять финансовые операции с гаджетов, с помощью мобильных приложений, породило распространение геймификации, о чем шла речь на открытой дискуссии Ассоциации Российских Банков 18 февраля 2021 г. Геймификация – это технология адаптации игровых методов к неигровым процессам и событиям для большей вовлеченности участников в процесс. Финтех платформы – это новые игроки рынка, позволяющие инвестировать, играя (как в квест), обеспечивают быстрый перевод средств, доступ к торговым площадкам, дающие инвестиционные рекомендации, предоставляя кредитное плечо. При этом все выглядит как игра, но инвестор теряет реальные деньги.

Финансовые организации в период коронакризиса ускорили процесс модернизации ИТ-систем и сервисов. Расходы на информационные технологии в 2021 году, должны будут вырасти на 6,6 % и превысить показатели, которые были до пандемии.

Коммерческие банки разрабатывают новые платформы под новые нагрузки и потребности. В новых реалиях переход на безбумажный документооборот оказался неизбежен, из-за невозможности и нежелания клиентов посещать физически отделения банков.

В пандемию коммерческие банки начали развивать и видеопродажи своих продуктов. В рамках этой концепции клиент может пообщаться с сотрудником банка посредством видеозвонка. Для этого он либо сам заходит в мобильный банк и звонит эксперту, либо получает через приложение уведомление о звонке. Видеозвонки обеспечивают и дополнительную защиту от мошенников.

Продуктовая политика является основой стратегических решений, связанных с формированием ассортимента продуктов и продвижением их на рынок. Финансовые посредники разрабатывают и внедряют новые продукты, модернизируют уже имеющиеся с целью удовлетворения потребностей рынка. Коммерческие банки развивают альтернативные каналы продаж. Речь идет не о таргетированной рекламе в поисковиках, а о размещении ботов в мессенджерах и социальных сетях. Бот представляет из себя развернутую в мессенджере версию мобильного банка и позволяет быстро собирать новых клиентов, оформляя им предоплаченные карты за пару кликов. Затем, зная номер телефона нового клиента, банк может продолжить знакомить его с продуктовой линейкой.

Несомненная роль в такой ситуации с затяжной пандемии отводится мегарегулятору Центральному банку РФ, который предпринял ряд мер, направленных на предотвращение усугубления состояния:

- смягчение мер регулирования и надзора;
- отсрочка предусмотренных мер в отношении капитала банков;
- послабление ряда требований к кредитным организациям;
- оказание поддержки банкам, столкнувшимся с оттоком вкладов и неплатежами по кредитам;
- рекомендации коммерческим банкам о предоставлении кредитных каникул обратившимся заемщикам;
- просвещение населения с помощью блоков и мероприятий о финансовой грамотности.

Регуляторные послабления способствовали реструктуризации ссуд, позволили заемщикам поправить свое платежеспособное состояние. Значительная часть мер Банка России из-за пандемии была назначена на период с 1 марта 2020 года до 30 сентября 2020 года. Одновременно с этим планировалось, что выход из послаблений должен быть постепенным, чтобы банки адаптировались. Банк России перешел к мягкой денежно-кредитной политике, снизив ключевую ставку до 4,25%, в результате чего банки имели возможность снижать ставки по кредитам, в том числе для малого и среднего бизнеса. С 22 марта 2021 г. ключевая ставка составляет 4,5 %.

Несмотря на такие меры, по данным официального сайта ЦБ, наблюдалось сокращение количества действующих кредитных учреждений, а отдельные банки позволили себе превысить показатели допустимого про-

центного риска в своей деятельности. Послабительные меры привели к несвоевременному предоставлению информации в кредитное бюро и другой отчетной документации.

Одним из факторов, влияющим на показатели банковского рынка, является показатель долговой кредитной нагрузки заемщиков, который своевременно был введен для ограничения предоставления кредитов и оптимального формирования кредитного портфеля коммерческих банков.

Насколько верными были предпринятые меры ЦБ, покажет время, а в настоящее время, таким показателем является качество, доступность, омниканальность предоставления банковских услуг и удовлетворенность ими клиентов, как главная задача банковского бизнеса. Цифровая трансформация убедила клиентов в удобстве, которые и в дальнейшем планируют ею пользоваться.

А.С. Чулков, В.А. Гребенникова, Е.В. Вылегжанина
**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ (МУНИЦИПАЛЬНЫЙ) ФИНАНСОВЫЙ
КОНТРОЛЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА:
ПРОБЛЕМЫ, ФОКУС И ВЕКТОР РАЗВИТИЯ**

Эффективный и действенный финансовый контроль на всех этапах социально-экономического развития является необходимым условием существования сильного государства и важным фактором государственной стабильности и процветания. Регулирующая функция государства в экономической сфере заключается не только в предупреждении, выявлении и пресечении финансовых нарушений на федеральном и муниципальном уровнях, но и в организации эффективной системы финансового контроля с целью повышения эффективности использования бюджетных средств.

Муниципальный финансовый контроль является одним из необходимых инструментов, обеспечивающих функционирование и развитие государства. Особое значение государственный, и в частности, муниципальный контроль, приобретает в период проведения социально-экономических реформ и кризисных явлений в мировой и национальной экономике. Это обусловлено изменением условий и принципов планирования, поступления и использования муниципальных средств и муниципального имущества и необходимостью повышения эффективности их использования.

Значительные объемы денежных средств, направляемых из федерального бюджета на покрытие расходов муниципальных образований, определяют актуальность проблемы улучшения организации и повышение эффективности контроля за их использованием.

Организация финансового контроля в муниципальных образованиях – одна из первоочередных задач для органов власти и органов местного самоуправления, так как именно на местном уровне решаются важнейшие проблемы обеспечения жизнедеятельности граждан: образования, жилищ-

но-коммунального и социально-бытового обслуживания, дорожного строительства, культурного досуга.

В связи с изложенным в 2021 году в условиях продолжающейся пандемии возрастает роль системы муниципального финансового контроля. Условием эффективного функционирования этой системы является наличие совершенной нормативно-правовой базы и методологических основ функционирования контроля в целом и отдельных элементов контроля. Поэтому, прежде всего в процессе исследований нами были проанализированы и учтены законодательные акты, директивные и нормативные документы органов федеральной исполнительной власти, материалы законодательной (представительной) и исполнительной власти субъекта РФ и органов местного самоуправления.

Законодательство в области бюджетных правоотношений меняется достаточно стремительно. Кардинальные изменения внесены в Бюджетный кодекс Федеральными законами от 26.07.2019 № 199-ФЗ и от 01.04.2020 № 71-ФЗ в части осуществления внешнего и внутреннего государственного (муниципального) контроля. Особенное значение для контрольных органов имеют изменения законодательства о применении мер принуждения – вынесении объектам контроля представлений и предписаний органов государственного (муниципального) финансового контроля (ст.270.2 БК РФ).

В предыдущие годы финансовыми органами муниципальных образований в рамках осуществления муниципального финансового контроля отработан механизм контроля за устранением выявленных по результатам контрольных мероприятий нарушений, при этом особое внимание уделялось устранению причин и условий, повлекших установленные нарушения. Исполнение вынесенных представлений и предписаний контролировалось вплоть до поступления в бюджет денежных средств, израсходованных с нарушением положений бюджетного законодательства Российской Федерации и иных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения.

В соответствии с последними изменениями норм статьи 270.2 БК РФ, пункт 3.2. установил, что срок исполнения представления, предписания органа внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля может быть продлен не более одного раза по обращению объекта контроля в порядке, предусмотренном федеральными стандартами внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля, такой подход не представляется возможным.

Таким образом, уже однажды продленное органом контроля предписание, представление должно быть снято с контроля независимо от того являются ли принятые объектом контроля меры к устранению нарушений исчерпывающими или возможно наиболее полное устранение нарушений: направлено письмо либо претензия подрядчику или подан в суд иск о воз-

мещении ущерба, причиненного нарушением условий исполнения муниципального контракта. В первом случае формально меры приняты, а возмещение денежных средств в бюджет весьма призрачно.

Другим вопросом, требующим решения, в настоящее время является формирование единого подхода к классификации нарушений в финансово-бюджетной сфере, устанавливаемых органами внешнего и внутреннего государственного (муниципального) контроля.

Так, Казначейством России утвержден 19.12.2017 Классификатор нарушений (рисков), выявляемых Федеральным казначейством в ходе осуществления контроля в финансово-бюджетной сфере, с изменениями и дополнениями от 31.12.2019. Данный Классификатор в своей работе применяют практически все органы внутреннего государственного (муниципального) контроля.

Органы внешнего государственного (муниципального) контроля руководствуются Классификатором нарушений, выявляемых в ходе внешнего государственного аудита (контроля), одобренным Советом контрольно-счетных органов при Счетной палате РФ 17.12.2014 (протокол № 2-СКСО, Коллегией Счетной палаты РФ 18.12.2014). Текст документа опубликован на сайте <http://audit.gov.ru> по состоянию на 28.01.2020.

Согласно подпункту 1.1.15 Классификатора нарушений, выявляемых в ходе внешнего государственного аудита (контроля) правовыми основаниями квалификации Нарушения главным распорядителем бюджетных средств порядка планирования бюджетных ассигнований и методики, устанавливаемой соответствующим финансовым органом, являются подпункт 4 пункта 1 статьи 158, пункт 1 статьи 174. 2 Бюджетного кодекса Российской Федерации.

В то же время, согласно Классификатору нарушений (рисков), выявляемых Федеральным казначейством, код нарушений (риска) 01 02 01 00 01 01 Нарушение (риски) главным распорядителем бюджетных средств порядка планирования бюджетных ассигнований и методики, разработанной соответствующим финансовым органом, правовыми основаниями квалификации нарушения (риска) являются нормы части 1 статьи 174.2 Бюджетного кодекса РФ. Таким образом, имеет место неоднозначность квалификации нарушений.

Устранение этой правовой коллизии позволило бы решить проблему однозначности классификации нарушений, что, в свою очередь, обеспечить более четкую и слаженную работу контролирующих органов, в том числе в части устранения выявленных нарушений.

Несомненно, утверждение федеральных стандартов осуществления внутреннего (государственного) муниципального контроля определит основные принципы контрольной деятельности. Но, на сегодняшний день практически отсутствуют методические рекомендации по проведению

проверок в различных отраслях социальной и производственной сферы.

При этом изучаемые вопросы требуют специальных знаний в каждой из проверяемых отраслей. Выводы, изложенные в актах проверок, должны быть обоснованы ссылками на действующие в данной отрасли нормативно-правовые акты. Принимая во внимание, что зачастую по результатам проверок применяются меры принуждения, обязывающие объекты контроля возместить в бюджет неправомерно использованные денежные средства, велика доля вероятности обжалования результатов контрольных мероприятий как в досудебном, так и судебном порядке.

Значительная часть вынесенных представлений и предписаний исполняется объектами контроля путем взыскания с третьих лиц в судебном порядке. Контроль за исполнением указанных мер принуждения также осуществляется ревизорами, выявившими данные нарушения.

Принимая во внимание вышеизложенное, для обеспечения наиболее качественного проведения и оформления результатов контрольных мероприятий, исключения возможности обжалования результатов проверок, существует острая необходимость в методических рекомендациях по вопросам проведения и оформления проверок объектов контроля различной направленности.

Еще одной проблемой является вопрос возврата средств субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания в случае невыполнения учреждением установленных показателей качества и (или) объема.

Требования статьи 69.2 Бюджетного кодекса РФ предусматривают практически добровольный порядок возврата учреждениями средств субсидии, в случае недостижения (превышения допустимого (возможного) отклонения) показателей государственного (муниципального) задания, характеризующих объем и качество оказываемых государственных (муниципальных) услуг (выполняемых работ). Как показывает практика, большинство учреждений, не выполнивших государственное задание, не имеет при этом остатков средств субсидии на его выполнение.

Законодательство не определяет источник средств, за счет которого учреждения должны осуществлять возврат в доход соответствующего бюджета указанных остатков средств субсидии на выполнение государственного задания.

По мнению Минфина России, изложенному в письме от 12 апреля 2016 года № 02-01-09/20629, возврат остатков субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания возможно осуществлять как за счет образовавшихся у бюджетных и автономных учреждений неиспользованных остатков субсидий на финансовое обеспечение выполнения государственного задания, так и за счет других не запрещенных законом поступлений (в том числе за счет средств на выполнение государственного

задания текущего года). Исключением являются средства, предоставленные учреждениям в соответствии с абзацем 2 пункта 1 статьи 78.1 и статьи 78.2 Бюджетного кодекса РФ.

Аналогичная позиция высказана в письме Минфина России от 14.09.2017 г. № 02-07-10/59464 по вопросу возврата в случае неправомерного расходования средств субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания. Источником возврата ведомство определяет:

- образовавшиеся у бюджетных и автономных учреждений неиспользованные остатки субсидий на финансовое обеспечение выполнения государственного задания;

- другие, не запрещенные законом поступления (в том числе за счет средств на выполнение государственного задания текущего года).

В связи с изложенным, если учреждение, в случае отсутствия (либо недостаточности) средств от приносящей доход деятельности, возмещает средства субсидии в результате недостижения (превышения допустимого (возможного) отклонения) показателей государственного (муниципального) задания, характеризующих объем и качество оказываемых государственных (муниципальных) услуг (выполняемых работ), за счет средств субсидии на выполнение государственного задания текущего года, это ставит под угрозу его выполнение.

В связи с пандемией коронавируса Правительство РФ Постановлением № 438 установило запрет, а в ряде случаев – ограничение для проверок юридических лиц и ИП с 1 апреля до конца 2020 г. Вместе с тем приостановление контрольных мероприятий не означает приостановку всей деятельности контрольно-ревизионных управлений. Их сотрудники участвуют в мероприятиях по просьбе прокуратуры при условии соблюдения дистанционного режима, проводят аналитическую работу, разрабатывают план проверок на период после окончания пандемии и готовятся к возобновлению контрольных мероприятий с учетом риск-ориентированного подхода и санитарно-эпидемиологических требований.

В дистанционном режиме осуществляется контроль за реализацией итогов ранее проведенных контрольных мероприятий (контроль за недопущением нарушения срока исполнения представлений, предписаний, оказание консультативной помощи объектам контроля по вопросам исполнения представлений, предписаний). Дела рассматриваются в отсутствие лиц, в отношении которых возбуждены дела об административных правонарушениях, при наличии соответствующего ходатайства или в их присутствии при желании данных лиц с соблюдением требований социального дистанцирования и масочно-перчаточного режима, а также санитарно-эпидемиологических требований. Административные дела в онлайн-режиме не рассматриваются ввиду отсутствия подобного порядка рассмотрения в КоАП РФ. И конечно же, период пандемии контролеры используют для самообу-

чения и повышения уровня квалификации путем прослушивания онлайн-семинаров, курсов по профильной деятельности на различных интернет-ресурсах.

Ситуация с коронавирусом не может не сказаться и на содержании дальнейших контрольных мероприятий. После пандемии контролеры сфокусируются на контроле за качеством поставляемых товаров, оказанных услуг, выполненных работ, за расходованием и целевым использованием бюджетных средств, особенно в сфере здравоохранения, образования, соцзащиты. Велика вероятность того, что большая часть контрольных мероприятий будет проходить путем проведения камеральных проверок, а не выездных, с использованием программного обеспечения, способствующего осуществлению дистанционного контроля.

Г.Я. Чухнина

УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ ПРИ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ (ПСН) В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Для индивидуальных предпринимателей существует еще один особый специальный режим налогообложения, который не может быть использован юридическими лицами – Патентная система налогообложения (ПСН).

Как и при остальных специальных налоговых режимах, ИП имеет право добровольно перейти на уплату ПСН. Применение данной системы начинается с того момента, когда было подано заявление в налоговый орган.

Применение патентной системы налогообложения возможно только при ведении определенными видами деятельности, указанными в Налоговом кодексе Российской Федерации, таким как парикмахерские и косметические услуги, ремонт мебели, ремонт одежды и обуви, фотоателье и другие. [2]

Есть еще одно ограничение для тех, кто хочет перейти на патентную систему налогообложения. Численность сотрудников у индивидуального предпринимателя не должна превышать 15 человек.

Единый налог заменяет уплату:

- а) Налога на доходы физических лиц;
- б) Налога на имущество;
- в) НДС .

Индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения, имеют право осуществлять расчеты без применения контрольно-кассовой техники при условии выдачи по требованию покупателя (клиента) документа, подтверждающего прием денежных средств за соответствующий товар (работу, услугу). Указанный документ выдается в момент оплаты товара (работы, услуги) .

Если индивидуальный предприниматель осуществляет несколько видов деятельности, то патент необходимо приобретать на каждый вид отдельно. Патент может быть выдан сроком от одного до 12 месяцев и будет действовать в течение календарного года.

Таким образом, если патент, был приобретен, например в сентябре 2020 года, то срок его действия закончится 31 декабря 2020 года. В следующем году патент необходимо приобретать заново.

Налоговый кодекс Российской Федерации под налоговой базой понимает потенциально возможный годовой доход индивидуального предпринимателя от деятельности, по которой применяется патентная система налогообложения, выраженный в денежных единицах.

Ставка по патентной системе налогообложения равна 6%. Субъектом Российской Федерации размер ставки может быть снижен до 0%. Такая льгота предоставляется вновь зарегистрированным индивидуальным предпринимателям. Однако, нулевая ставка по патентной системе налогообложения может быть применена только в течение 2 лет.

Особые условия предоставляются индивидуальным предпринимателям, зарегистрированным на территории Республики Крым и города федерального значения Севастополя. По решению данного субъекта в период с 2017 года по 2021 год процентная ставка может быть снижена до 4%.

Налог по патенту за 12 месяцев рассчитывается путем умножения налоговой базы на налоговую ставку. Если индивидуальный предприниматель получает патент на срок менее двенадцати месяцев, то налог рассчитывается по формуле 1.

$$\text{НБ}/12*\text{СП} \quad (1)$$

где, НБ – налоговая база;

СП – срок патента, указанный в месяцах

Для уплаты налога по патенту законодательством РФ определены определенные сроки:

а) если патент получен на срок до 6 месяцев, то выплачивается полная сумма налога не позднее окончания срока его действия;

б) если патент приобретен на срок свыше 6 месяцев, то уплата налога может делиться. 1/3 часть общей суммы налога выплачивается не позднее 90 дней от начала действия патента. 2/3 общей суммы налога выплачивается не позднее окончания срока действия патента.

При патентной системе налогообложения ИП, у которого нет наемных работников, освобождается от налоговых отчетов и отчетов во внебюджетные фонды.

Если ИП на ПСН является работодателем, то ему необходимо сдавать такие же отчеты, как и на УСН и ЕНВД, то есть в ИФНС сдаются отчетность по среднесписочной численности работников, справки 2-НДФЛ и

6-НДФЛ, а также расчет по страховым взносам; в ФСС – отчет по форме 4-ФСС; в ПФР – отчетность по форме СЗВ-М.

Исходя из этого, ИП применяющие ПСН также обязаны выплачивать пособие по листам нетрудоспособности тем гражданам, которые имеют официальное место работы у данного предпринимателя. Работодатели платят страховые обязательные взносы на временную нетрудоспособность по ставке 2,9% ежемесячно с доходов трудоустроенных лиц и именно за счет этих отчислений формируется выплата по листку нетрудоспособности.

В общем порядке индивидуальные предприниматели не обязаны платить взносы на ВНиМ, поэтому права на больничное пособие при заражении ковид также не имеют.

Но если индивидуальный предприниматель добровольно зарегистрировался в ФСС и ежегодно платит страховые взносы за себя и является добровольным плательщиком взносов в ФСС, то он также имеет право получить выплату по листку нетрудоспособности, если заболел коронавирусом.

Следовательно, право на выплату по листу нетрудоспособности, открытому в связи с заражением коронавирусом, есть у следующих основных категорий:

- официально работающих по договору;
- ИП, добровольно уплачивающих взносы в ФСС.

В связи с коронавирусом применяется алгоритм расчета больничного пособия аналогичный, что и при любым других заболеваниях.

Контактирующие лица с ковидными больными, также получают право на оплату листа нетрудоспособности сроком на 14 дней, при этом применяется порядок стандартный расчета. Федеральным законом от 01.04.2020 г. № 104-ФЗ введены новые правила расчета пособий по нетрудоспособности в связи с пандемией коронавируса, защищающие граждан с низким страховым стажем.

Согласно данному закону, устанавливается нижняя граница для пособия, определяемая МРОТ.

Если по результатам расчетов за полный месяц размер пособия оказывается меньше МРОТ, то дальнейшие вычисления выплаты ведутся из МРОТ, установленного на текущий год. Сначала следует рассчитать средний дневной заработок, затем его умножить на количество календарных дней в году и на процент стажа. Полученная сумма сопоставляется с МРОТ (в 2020 году это 12 130 руб.). Если в ходе вычислений доход заболевшего коронавирусом окажется ниже 12 130, то для расчета за средний месячный доход принимается МРОТ, который будет делиться на календарное число дней в году и умножаться на количество дней нетрудоспособности.

Для расчета начисления больничных по коронавирусу в 2021 году, используется

заработок работника за 2019 – 2020 годы, куда включаются все начисления, с которых платились взносы на ВНиМ. В суммарную сумму заработка берутся суммы не превышающий лимит:

в 2019 году – 865 тыс. руб.,

в 2020 году – не больше 912 тыс. руб.,

Следует учитывать, что в ряде случаев работники вправе запросить замену лет. При отсутствии данных о заработке, следует запросить у работника справку 182н от бывшего работодателя.

Далее определяется стажевой коэффициент, зависящий от страхового стажа. Больничные рассчитываются по формуле: Доход за 2019 + 2020 годы : 730 * Стажевый коэффициент * Число дней лечения

Следующим этапом следует сделать проверку, сравнить больничные с минимальным пособием.

Минималку высчитывается так:

МРОТ : количество календарных дней в месяце лечения * количество дней лечения.

Если работник лечился 20 дней в марте 2021 года то минимальное пособие равно: 12 792 руб. : 31 дн. * 20 дн. = 8 252,90 руб. (меньшим размер пособия быть не может).

При условии, если в конкретном регионе установлен районный коэффициент, то он применяется к определению минимального размера больничных.

Больничный по болезни оплачивается частями:

-Первые три дня оплата производится работодателем.

Из этой части пособия (за три дня) предприниматель должен удерживать НДФЛ, а остаток выдается работнику.

– Остаток пособия работнику производится владельцу листка нетрудоспособности. из ФСС напрямую, то есть применяются правила проекта «Прямые выплаты»

ФСС удержит НДФЛ из своей оставшейся части, а остаток начисленных больничных перечислит на банковские или почтовые реквизиты работника физлица.

Данные правила действуют с 2021 года на всей территории России.

Обязательным условием является передача данных в ФСС в течение пяти дней.

Отсчет начинается с даты получения больничного листка от работника, поэтому возникает необходимость предоставления работником заявления. Работники социального страхования имеют право в течении десяти

дней осуществлять проверку листка нетрудоспособности и перечисление средств.

Применение патентной системы налогообложения не снимает с индивидуального предпринимателя обязанностей по ведению бухгалтерского учета. Приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 22.10.2012 № 135н (ред. от 07.12.2016) утверждена форма Книги учета доходов (КУД), которую должны применять ИП, применяющие ПСН, а также правила их заполнения. Книга ведется по каждому патенту отдельно.

В Книгу учета доходов вносятся все хозяйственные операции, связанные с получением дохода. Ведение Книги должно быть непрерывным, достоверным, в хронологическом порядке и подтвержденное данными первичных документов. В КУД должна быть отражена следующая информация:

- порядковый номер операции;
- дата и номер первичного документа, подтверждающего факт свершения хозяйственной операции;
- содержание операции;
- сумма дохода от реализации, полученная в связи с осуществлением предпринимательской деятельности, указанной в патенте.

Доходы, полученные индивидуальным предпринимателем от других видов деятельности, отличных от той, что указана в патенте, не должны быть включены в Книгу учета доходов.

Допускается ведение документа, как на бумажном носителе, так и в электронном виде.

На территории Волгоградской области с 1 января 2020 года вступил в силу новый закон о патентной системе налогообложения. Теперь индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения, должны руководствоваться положениями Закона Волгоградской области от 26.11.2019 № 120-ОД. Новый закон установил размеры потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода по отдельным видам предпринимательской деятельности.

По отдельным видам предпринимательской деятельности в отношении которых применяется ПСН в зависимости от места действия патента на территории Волгоградской области:

- городской округ город-герой Волгоград; первая группа муниципальных образований
- Городищенский, Калачевский, Среднеахтубинский муниципальные районы, городские округа г. Волжский, г. Камышин, г. Михайловка; вторая группа муниципальных образований, среди которых городские округа г. Урюпинск, г. Фролово и 14 муниципальных районов;

-третья группа муниципальных образований включает 14 муниципальных районов – в том числе Фроловский и Чернышковский муниципальные районы.

Исключение составляют патенты на осуществление некоторых видов предпринимательской деятельности, в числе которых оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов автомобильным транспортом.

Размер потенциально возможного годового дохода по видам деятельности, в отношении которых применяется ПСН зависит от физических показателей таких как средняя численность наемных работников, грузоподъемность, квадратный метр площади, обособленный объект и др. Новым является наличие ограничений для применения патентной системы налогообложения в рамках действия одного патента.

Совершенствование патентной системы налогообложения на территории региона проведено в связи с изменениями, внесенными в Налоговый кодекс РФ и может стать альтернативой другому специальному режиму налогообложения – единому налогу на вмененный доход.

Внутренний контроль при патентной системе налогообложения должен заключаться в правильности ведения Книги учета доходов. В книге не должно быть пропусков. Все доходные операции по патенту должны быть немедленно отражены.

Кроме того, в Книгу учета не должны быть вписаны операции, которые принесли доход от другого вида деятельности или по другому патенту.

Индивидуальный предприниматель может выбрать любой специальный налоговый режим. Юридическое лицо может выбрать любую систему налогообложения, кроме патентной.

Переход на другую систему налогообложения осуществляется с начала года, путем подачи заявления в налоговый орган. Специальные налоговые режимы значительно упрощают ведение бухгалтерского учета и отчетности у предпринимателей.

Н.С. Шангереева

ФСБУ 5/2019 «ЗАПАСЫ»: НОВОЕ В УЧЕТЕ ТОВАРОВ

Новый федеральный стандарт ФСБУ 5/2019 «Запасы» утвержден приказом Минфина РФ от 15.11.2019 г. №180н. Бухгалтеры начали работать, основываясь на требованиях нового ФСБУ, в обязательном порядке с 01.01.2021 г. Однако желающие могли начать применять его и раньше, еще в 2020 г., отразив этот факт в своей учетной политике.

ФСБУ 5/2019 «Запасы» кардинально изменил подход к бухгалтерскому учету запасов у подавляющего большинства хозяйствующих субъектов.

ФСБУ 5/2019 «Запасы» заменил ранее действовавшее ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», а вместе с ним утратили силу:

– Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов (утв. Приказом Минфина РФ от 28.12.2001 г. №119н);

– Методические указания по бухгалтерскому учету специального инструмента, специальных приспособлений, специального оборудования и специальной одежды (утв. Приказом Минфина РФ от 26.12.2002 г. №135н).

Итак, начиная с 2021 г. учет запасов обязаны вести по-новому российские организации, которые:

– не являются бюджетными;

– не считаются микропредприятиями, наделенные правом применять упрощенные способы ведения бухгалтерского учета и составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность;

– в отношении имущества, подпадающего под сферу действия нового ФСБУ 5/2019 «Запасы». Так, ФСБУ 5/2019 «Запасы» имеют право не применять любые организации в отношении запасов, предназначенных для управленческих нужд организации. Стоимость таких запасов в соответствии с п. 2 ФСБУ 5/2019 «Запасы» организация может признавать расходом текущего периода.

В новом ФСБУ 5/2019 «Запасы» сформулировано определение категории «запасы» и критерии их признания в бухгалтерском учете. Так, п. 3 ФСБУ 5/2019 «Запасы» определено, что запасами считаются активы, потребляемые или продаваемые в рамках обычного операционного цикла организации, либо используемые в течение периода не более 12 месяцев. В частности, запасами являются:

– сырье, материалы, топливо, запчасти, комплектующие изделия, покупные полуфабрикаты, предназначенные для производства продукции, выполнения работ, оказания услуг;

– инструменты, инвентарь, спец. одежда, спец. оснастка, тара, др. аналогичные объекты, используемые при производстве продукции, продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг, за исключением тех объектов, которые по правилам бухгалтерского учета относятся к основным средствам (п. 4, п. 5 ПБУ 6/01 «Учет основных средств»);

– готовая продукция, предназначенная для продажи в ходе обычной деятельности организации;

– товары, приобретенные у других лиц и предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности организации;

– готовая продукция и товары, переданные другим лицам в связи с продажей до момента признания выручки от их продажи (т.е. ФСБУ 5/2019 выделена отдельная группа запасов «отгруженные товары» и «отгруженная продукция»);

– объекты незавершенного производства, включая продукцию, не прошедшую всех стадий технологического процесса, а также затраты, по-

несенные организацией на выполнение работ, оказание услуг другим лицам до момента признания выручки от их продажи в бухгалтерском учете;

- объекты недвижимого имущества и интеллектуальной собственности, приобретенные или созданные (находящиеся в процессе создания) для продажи в ходе обычной деятельности организации.

В п. 4 ФСБУ 5/2019 «Запасы» четко определены активы, на которые требования данного стандарта не распространяются. В частности, это:

- финансовые активы, включая предназначенные для продажи;
- материальные ценности других лиц, находящиеся у организации в связи с оказанием ею этим лицам услуг по закупке, хранению, транспортировке, доработке, переработке, сервисному обслуживанию, продаже по агентским договорам, договорам комиссии, складского хранения, транспортной экспедиции, подряда, поставки;
- материальные ценности, полученные некоммерческой организацией для безвозмездной передачи гражданам или юридическим.

ФСБУ 5/2019 «Запасы» устранил пробел, присутствовавший в ранее действовавшем ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» относительно порядка (критериев) признания запасов в бухгалтерском учете. Теперь, для признания запасов в учете должны одновременно выполняться два условия (п. 5 ФСБУ 5/2019):

- для коммерческой организации затраты, понесенные при приобретении или создании запасов должны в будущем обеспечивать приток экономических выгод, для некоммерческих организаций должны обеспечивать достижение целей, ради которых НКО была создана.

- должна быть определена сумма затрат, понесенных в связи с приобретением или созданием запасов (или приравненная к ней величина).

Теперь рассмотрим новшества, касаемые непосредственно учета товаров. Так, п. 3 ФСБУ 5/2019 «Запасы» определено, что товары – это запасы, приобретенные у других лиц и предназначенные для продажи в ходе обычной деятельности без дополнительной обработки.

При принятии к бухгалтерскому учету товары следует оценивать по фактической себестоимости, которая по общему правилу формируется исходя из всех затрат на их приобретение, приведение в местоположение и состояние, необходимое для продажи. В частности, в фактическую себестоимость товаров включают:

- оплату поставщику за товар;
- затраты на заготовку и доставку товаров до места их продажи;
- таможенные пошлины;
- затраты по предпродажной подготовке (такие как сортировка, фасовка и др.);
- иные расходы.

Наибольший интерес представляет собой до недавнего времени достаточно спорный вопрос об учете скидок, предоставленных поставщиками при приобретении товаров. В новом ФСБУ 5/2019 «Запасы» указывается, что фактическая стоимость приобретаемых запасов, а значит и товаров, определяется с учетом всех скидок. И абсолютно не важно, как эта скидка называется в договоре (скидка, уступка, вычет, премия, льгота и т.п.); не важно, в какой форме она будет предоставлена (живыми деньгами или поставкой дополнительной партии товара); не важно, как прописана в договоре связь скидки с ценой товара (изменяет ли скидка цену товара или нет); не важно, в какой период времени будет предоставлена скидка (в течение текущего отчетного периода или после его окончания) и т.д. Главное, что товары обошлись организации с учетом скидки дешевле. То есть теперь скидки учитываются в составе фактической себестоимости товаров, а не, в составе прочих доходов, в частности. Таким образом, уже на этапе принятия к бухгалтерскому учету товаров, по которым предполагается получение скидки от поставщика, необходимо определять его фактическую стоимость за вычетом предполагаемой скидки.

Если же товары получены безвозмездно или расчеты с их поставщиком осуществлены неденежными средствами, то такие товары теперь следует оценивать по справедливой стоимости. Причем, в первом случае – получаемых безвозмездно товаров, а о втором – передаваемого имущества. Определение справедливой стоимости дано в МСФО 13 «Оценка справедливой стоимости», введенным в действие на территории РФ приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н.

Если же товары приобретены по договорам, предусматривающим исполнение обязательств (оплату) полностью или частично неденежными средствами, то в таком случае, затратами, включаемыми в фактическую себестоимость товаров (в части оплаты неденежными средствами), считается справедливая стоимость передаваемого имущества (п. 14 ФСБУ5/2019).

Если товары получены безвозмездно, то затратами, включаемыми в их фактическую себестоимость, считается справедливая стоимость этих товаров (п. 15 ФСБУ 5/2019).

Ранее, в указанных случаях ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» предписывало принимать к бухгалтерскому учету товары исходя из их текущей рыночной стоимости на дату принятия.

Если же товары приобретены на условиях рассрочки, превышающей 12 месяцев, то сумма, которую организация должна уплатить за такие запасы, рассчитывается путем дисконтирования. Т.е. товары, приобретаемые в рассрочку, принимаются к бухгалтерскому учету по их фактической себестоимости, при этом, в фактическую себестоимость включается сумма, которая была бы уплачена при отсутствии рассрочки (без учета НДС).

Сумма эта рассчитывается путем дисконтирования задолженности. А разница между этой суммой и той, что подлежит уплате в будущем согласно договору (без учета НДС), учитывается в порядке, предусмотренном ПБУ 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам», то есть как расходы на проценты.

Учет товаров в бухгалтерском учете ведется на счете 41 «Товары». Бухгалтерский учет товаров в оптовой и розничной торговле имеет ряд отличительных особенностей. Как и раньше, организации, реализующие товары оптом, учитывают их по стоимости приобретения. Предприятиям же розничной торговли предоставлено право выбора: учитывать товары по покупной, либо по продажной стоимости с обособленным учетом торговых наценок (на счете 42 «Торговая наценка»). Однако, величина наценок теперь подлежит регулярному пересмотру в соответствии с текущими условиями закупки и продажи товаров (п. 21 ФСБУ 5/2019). А выбранный организацией розничной торговли вариант учета необходимо закрепить как элемент учетной политики предприятия.

Что же касается реализации товаров, то выручка от их продажи (без НДС) в соответствии с нормами ПБУ 9/99 «Доходы организации» включается в доходы по обычным видам деятельности на дату перехода права собственности на них к покупателю.

Списание товаров теперь нужно производить не только в случае признания выручки от их продажи или выбытия, отличного от продажи, но и в случае, если выявлены обстоятельства, в связи с которыми организация не ожидает поступление экономических выгод в будущем от продажи товаров, то есть если выяснилось, что товары уже не соответствуют понятию актива (п.41 ФСБУ 5/2019).

При реализации товарно-материальных ценностей их оценка, как и раньше, производится по (п. 36 ФСБУ 5/2019):

- средней себестоимости;
- себестоимости каждой единицы;
- методом ФИФО (по стоимости первых по времени приобретения товаров).

Реализация товаров обязательно должна быть сопровождена следующими первичными бухгалтерскими документами:

- при оптовой торговле: товарная накладная по форме ТОРГ-12; счет-фактура; транспортные документы (товарно-транспортная накладная, транспортная накладная и др.).

- при розничной торговле: чек ККМ; товарный чек, который выдается по требованию покупателя.

Согласно п. 28 ФСБУ 5/2019 «Запасы» последующая оценка запасов, в том числе и товаров, после их признания в бухгалтерском учете (т.е. оцен-

ка на отчетную дату) производится, как правило, по наименьшей из следующих величин:

- либо по фактической себестоимости;
- либо по чистой стоимости продажи.

Для коммерческих организаций данное правило является обязательным, некоммерческие же организации применяют его при учете только тех запасов, которые используются ими в приносящей доход деятельности.

Чистая стоимость продажи товаров определяется как предполагаемая цена, по которой организация может продать товары в том виде, в котором обычно продает их в ходе основной деятельности, за вычетом предполагаемых затрат, необходимых для подготовки их к продаже и осуществления продажи (п.29 ФСБУ 5/2019).

Как же определить чистую стоимость продажи товаров в зависимости от ситуации помогут разобраться бухгалтеру нормы МСФО 2 «Запасы».

Для целей бухгалтерского учета превышение фактической себестоимости товаров над их чистой стоимостью продажи считается обесценением товаров. В этом случае организация создает резерв под обесценение в размере превышения фактической себестоимости товаров над их чистой стоимостью продажи. Балансовой стоимостью товаров при этом считается их фактическая себестоимость за вычетом данного резерва (п. 30 ФСБУ 5/2019).

До конца невыясненным остается вопрос о том, куда же относить расход по созданию резерва. В ФСБУ 5/2019 «Запасы» говорится о том, что он признается расходом периода, в котором был создан (увеличен) резерв под обесценение стоимости материальных ценностей. При этом не уточняя, к какому конкретно виду расхода его следует отнести – от обычных видов деятельности или прочему. Вспоминая нормы ПБУ 10/99 «Расходы организации», можно сделать вывод, что расходы по созданию резерва следует относить к категории прочих расходов. Однако, если внимательно вчитаться в п. 31 и 43 ФСБУ 5/2019 «Запасы» (более позднего и соответственно более сильного с точки зрения нормативного регулирования), то можно сделать вывод, что расходы по созданию (увеличению) резерва следует относить на себестоимость реализации. А значит, в отчете о финансовых результатах за 2021 год статья «резерв под обесценение запасов» будет отражаться в составе себестоимости продаж (расходов от обычных видов деятельности).

Новый ФСБУ 5/2019 «Запасы» внес весьма значимые, и можно даже сказать, местами революционные изменения в порядок бухгалтерского учета запасов в целом, и товаров в частности. Не исключено, что это спровоцирует еще большее отдаление бухгалтерского учета от налогового.

И как уже отмечалось выше, ФСБУ 5/2019 «Запасы» обязателен к применению, начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2021

год. При этом, новые правила можно применять с 2021 года перспективно. А можно выбрать ретроспективный метод, т.е. пересчитать все показатели отчетности в части запасов так, как будто новый ФСБУ 5/2019 «Запасы» должен был применяться уже давно.

Л.С. Шаховская, В.И. Тимонина

НОВЫЕ РИСКИ И ВЫЗОВЫ МИРОВОГО ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

Одним из последствий пандемии стало резкое увеличение значения цифровой среды в социальной и политической деятельности, в результате которой парадоксальным образом развиваются общественные отношения на основе цифровизации.

При пандемии снижение цен на углеводороды стало выгодно странам-импортёрам, а страны-производители вынуждены были снизить вложения, направленные на поддержание и развитие энергетической промышленности. Готовность к перебоям в поставках нефти и газа – это ключевой аспект деятельности каждой страны, развивающей энергетическую промышленность. Для этого многие страны обратили внимание на энергетическую безопасность и её увеличение в долгосрочной перспективе. А также на разработку стратегий диверсификации видов энергии и источников поставок, и на улучшение функционирования и углубления интеграции энергетических рынков. Склонность большинства стран к снижению доли углеводородов в энергобалансе и привело к трансформации самого мирового энергетического рынка, в условиях которого экспортёры столкнулись с необходимостью перехода от экспортно-сырьевого к ресурсно-инновационному развитию. Так и появились вызовы и угрозы в энергетической сфере: зависимость от стран-экспортёров; киберугрозы на энергетическую инфраструктуру; экологические проблемы; нарушение поставок вследствие политической нестабильности.

Эти риски привели к «вызовам» на рынке, то есть к поиску решений для их предотвращения. Большинство государств уже добиваются снижения взаимозависимости, особенно в тех регионах, где политическое доверие ограничено. Например, в Японии постоянно стимулируют свою промышленность на переориентацию цепочек поставок. Экологические проблемы многие страны решают в зависимости от своих возможностей: кто-то видит решение в переходе к ВИЭ, а кто-то улучшает технологические мощности. Киберугрозы – это риски будущего, энергетика в данный момент с ними ещё не столкнулась.

Стоит учесть, что применение цифровых технологий в энергетическом секторе началось полвека назад. На данный момент это стало осуществляться в первоочередном порядке. Цифровизация затронула все сту-

пени энергетического производства: разведка месторождений, производство, транспортировку, хранение, переработку, распределение и т.д.

Учитывая, что технологии – ядро любого развития, то их внедрение позволяет эффективно (и частично) устранять многие проблемы. Например, технологии в энергетике позволяют оптимизировать потребление ресурсов, привести к эффективности отраслей ТЭК, оптимизировать влияние на окружающую среду, привести к снижению предсказуемости спроса и предложения на энергию, снизить уровень «энергетической бедности» и, что не менее важно, увеличить масштаб рыночных отношений между потребителями и производителями.

Цифровые технологии, как развитие активно-адаптивных электроэнергетических сетей, позволяют решить основные задачи устойчивого развития (см. рис. 1).

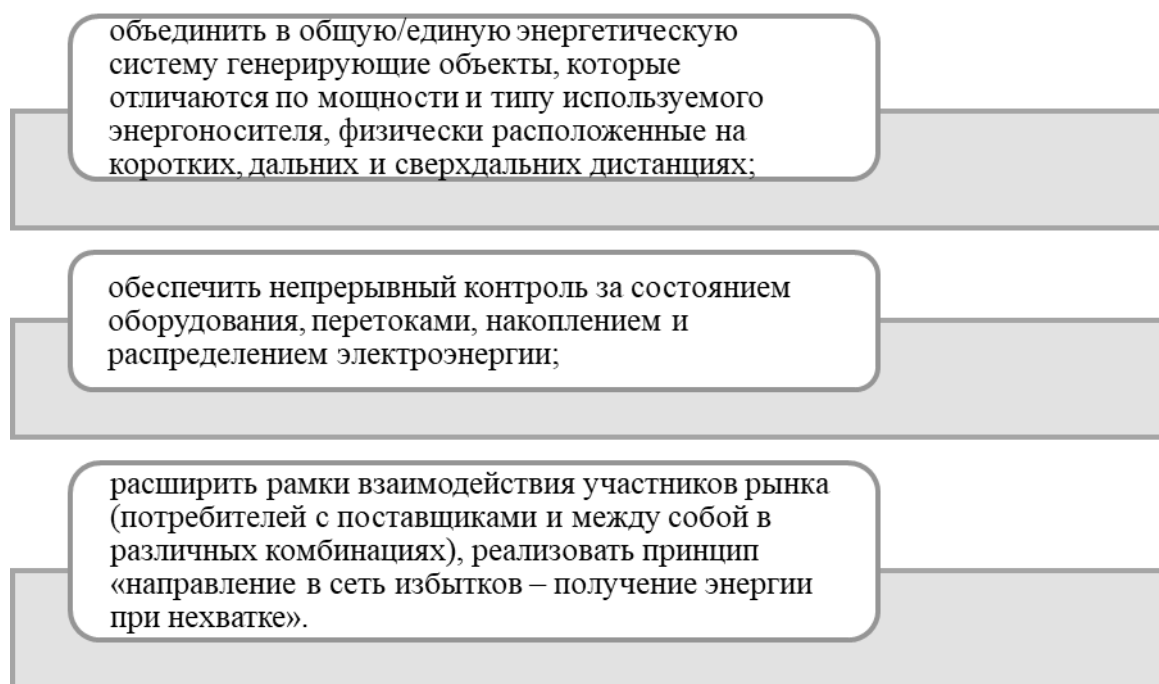


Рисунок 1 – Возможности цифровых технологий в энергетическом секторе

Таким образом, в современном сетевом хозяйстве идёт процесс глубокой модернизации структуры, при этом создаваемые сетевые структуры продолжают выполнять функции третьего энергетического уклада. Основными выгодоприобретателями являются страны, обладающие не только запасами углеводородов, но и развитой торгово-сбытовой инфраструктурой (см. рис.2).

Таблица 1 – Страны – лидеры по видам деятельности [составлено автором]

Вид деятельности	Вид работ	Страна-лидер
Геологоразведка	Строение виртуальных моделей недр и схем по добыче	Россия и США
Бурение скважин	Морские буровые платформы	Россия и США
Добыча углеводородов	Гидроразрыв пласта. Разработка технологий по добыче в условиях Арктики, в Мировом океане и на шельфе	США, Канада, Норвегия, Франция, Россия, Китай
Транспортировка	Очистка сырья, перевод в различные фазы	Россия, США, Канада, Катар, Китай, Австралия
Переработка нефти и газа	Выпуск нано- и биополимеров, разработка материалов для преобразования энергии, создание биосенсоров	США, Германия, Япония, Великобритания, Китай, Индия, Бразилия и Россия
Производство и переработка угля	Гибкие системы на основе ИИ, нано- и биотехнологий для переработки угля и отходов	Япония, Чехия, США, Китай, Россия
Атомная промышленность	Проектирование на компьютере и управление жизненным циклом продукции	Россия, США, Франция
Электроэнергетика	Активно-адаптивные сети, передача электроэнергии постоянным током	США, Европейский Союз, Корея, Индия, Россия
Рынок газогидратов	Развитие не только на суше, но и в Мировом океане	Япония, Канада, США
ВИЭ	Развитие солнечной, геотермальной, ветреной энергетики. Создание морских, наземных, биотопливных технологий	США, Бразилия, Европа, Республика Корея, Китай, Исландия, Япония, Россия

Цифровая революция разрушает привычные стереотипы управления: если в традиционных областях, чем больше ресурсов тратим, тем дороже продукт, то в цифровой экономике наоборот, – чем больше данных накоплено, тем дешевле производство. В этом случае не действует ни закон стоимости, ни закон предельной полезности. Накопление данных позволяет генерировать новые данные со значительным снижением затрат на получение дополнительной информации.

Если говорить о реформах в отрасли, то изменяется сама структура. Для такой тенденции характерен устойчивый рост ВВП, рост инвестиций в основной капитал и развитие «зелёных технологий», с последующими эффектами (см. рис. 2).

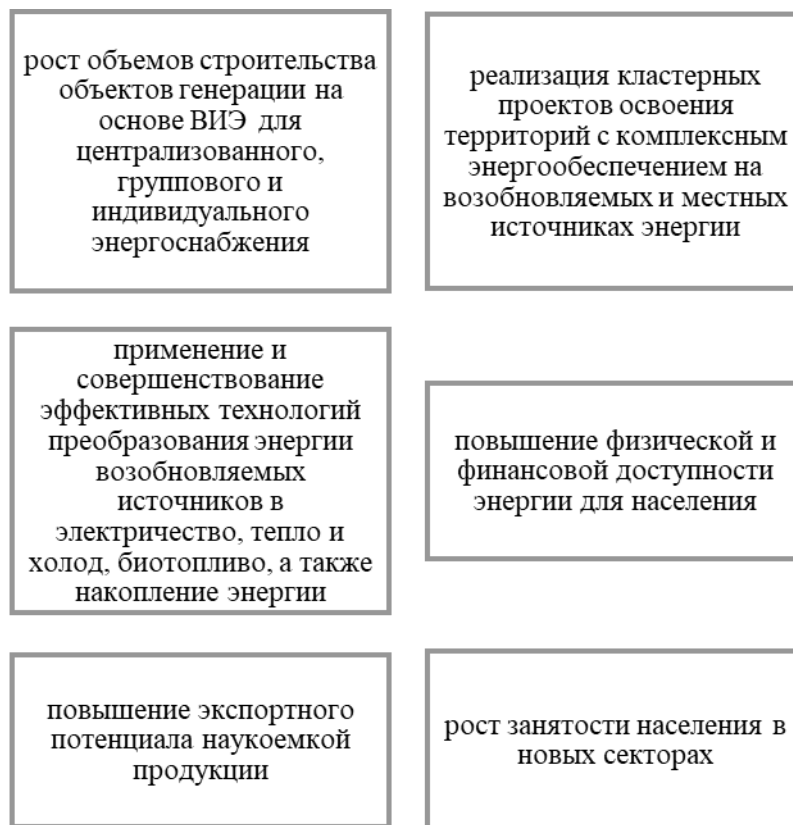


Рисунок 2 – Эффекты от цифровой революции

В работе Вонга сказано, что: «Успешная реализация реформ в топливно-энергетическом комплексе, которые направлена на «демонополизацию», «дезинтермедиацию» (т.е. устранения избыточных посредников), на увеличение доли «децентрализованного» производства и на потребление энергии, зависит от полноты задач в управлении энергетикой. Это и тарифная политика, и формы управления инфраструктурой». Чаще всего со стороны правительств и международных организаций звучат подобные призывы к восстановлению экономики после нестабильности (пандемии, например), и за счёт низкоуглеродного развития. В таком случае, можно не только восстановить экономику, но создать новые рабочие места, придать экономике дополнительный стимул в соответствии со стратегическими приоритетами. Нестабильность нефтяного рынка усиливает конкурентные позиции ВИЭ, привлекая все большее внимание инвесторов.

В этих условиях российский нефтегазовый сектор должен задуматься о перспективах реструктуризации отрасли и интеграции углеводородов в «зеленую» повестку там, где природно-климатические условия это позволяют. При этом, не надо забывать о природных катаклизмах со снегопадами в ЕС и США коронакризисной зимой 2020 года, когда многие домашние хозяйства оказались отрезанными от средств цивилизации, не имея вообще доступа к электроэнергии. И, если в ЕС такой сценарий не был

катастрофичен, благодаря бесперебойным поставкам российского природного газа, то этого нельзя сказать об огромных Южноамериканских штатах, где упор был сделан на ВИЭ энергии, но в условиях природных катаклизмов, ориентация исключительно на зеленую экономику, оказалась несостоятельной.

Другими словами, зеленая экономика и упор на ВИЭ на мировом энергетическом рынке, чреват серьезными последствиями не только для бесперебойного развития промышленности и новых технологий, но и для тех людей, кто эти технологии продуцирует и масштабирует в народное хозяйство.

Такой сценарий создает новые вызовы, но одновременно и возможности для стран, богатых углеводородами, – таких как Россия. И здесь особую роль может сыграть растущий тренд на декарбонизацию нефти и газа и ужесточение требований со стороны покупателей к углеродному следу ископаемого топлива.

Действительно, переход от «глобальной деревни» с глубоко интегрированными сообществами к форме глобализации, которая основана на политической и экономической самостоятельности, представляется неизбежным в скором времени. «Цифровизация» мировой экономики не только ускорит этот процесс, но и изменит технологические инструменты. В условиях, когда почти все социальные, экономические и стратегические взаимодействия переходят на виртуальную и цифровую сферы, государства стремятся «закодировать» свои политические ценности и технологические стандарты в алгоритмы и инфраструктуру, которые будут управлять общественным производством.

М.Ю. Шевкуненко, Н.В. Нижегородов

ТРАНСФОРМАЦИЯ АПК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

В современных условиях мировая экономика находится на стадии структурного кризиса, обусловленного сменой технологических и мирохозяйственных укладов. Карантин во время пандемии усилил развитие и распространение базисных производств нового технологического уклада – цифровых технологий, оказывающих существенное влияние не только на отдельные отрасли, но и все мировое хозяйство в целом, т.к. несмотря на достижение высокого уровня информатизации и автоматизации, происходит нарушение привычных стереотипов хозяйствования.

Агропромышленный комплекс (АПК) – это один из важнейших секторов российской экономики, способствующий обеспечению продовольственной и экономической безопасности РФ. Необходимо учитывать, что АПК является одной из самых технологически отсталых отраслей отече-

ственной экономики. В условиях жесткой конкурентной борьбы на мировом рынке сельскохозяйственной продукции и разнообразных предпочтений потребителей, преодолеть актуальные проблемы сельскохозяйственной отрасли могут инновационные цифровые технологии.

Цифровизация АПК способствует повышению устойчивости и эффективности его функционирования путем кардинальных изменений в управлении технологическими процессами и принятием решений на всех уровнях иерархии сельскохозяйственных предприятий.

С развитием новейших цифровых технологий развитые страны мира стремятся достигнуть максимального уровня производительности при обеспечении минимальных затрат. Эффективность от процесса цифровизации в стране зависит от ряда факторов таких, как: уровень экономического развития страны, адекватная правовая база, наличие квалифицированных специалистов и уровень применяемых технологий. Следует акцентировать внимание на том, что цифровая экономика в АПК может обеспечить устойчивость развития сельскохозяйственного производства лишь при полном соблюдении всех экологических требований, а также наращивании инвестиций в аграрную науку и образование.

В последние годы существует множество разработок и технологий, адаптированных для АПК и позволяющих автоматизировать производственные процессы. В целом элементы цифровизации АПК можно разделить на 4 основные группы (рис.1).



Рисунок 1 – Ключевые элементы цифровизации АПК

Ведущие специалисты мира в области сельского хозяйства по достоинству оценили и уже широко используют данные информационные технологии в своей работе. С каждым днем сельское хозяйство становится более высокотехнологичным. Цифровизация АПК позволит решить ряд острых для сельскохозяйственного производства проблем (рис. 2).



Рисунок 2 – Основные достоинства процесса цифровизации в АПК

Основными условиями для эффективного проведения цифровой трансформации сельского хозяйства и агропромышленного сектора, являются: современная информационная инфраструктура и возможности подключения, доступность по цене, уровень квалификации кадров и институциональная поддержка.

Развитие и цифровая трансформация отечественного АПК затрудняется острыми структурными проблемами такими, как:

- недостаточное финансирование НИОКР;
- высокие процентные ставки на кредиты;
- низкий уровень материально-технического обеспечения;
- коррумпированность при распределении субсидий.

Общие расходы на НИОКР в структуре ВВП развитых стран мира составляют 3%, а наиболее инновационных – 4%. (табл. 1).

Таблица 1 – Внутренние затраты на исследования и разработки (в % к ВВП РФ и других стран мира)

2012 г.			2015 г.			2019 г.		
1	Япония	3,35	1	Япония	3,42	1	Южная Корея	4,24
2	Германия	2,95	2	США	3,0	2	Швейцария	3,37
3	США	2,79	3	Германия	2,92	3	Швеция	3,25
4	Франция	2,29	4	Франция	2,35	4	Япония	3,14
5	Китай	1,95	5	Китай	2,2	5	Германия	2,94
6	Велико-британия	1,73	6	Канада	1,92	6	США	2,74
7	Канада	1,59	7	Велико-британия	1,85	7	Франция	2,25
8	Италия	1,27	8	Италия	1,5	8	Китай	2,12
9	Россия	1,12	9	Россия	1,11	9	Велико-британия	1,69
10	Индия	0,85	10	Индия	1,05	13	Россия	1,1

По сравнению с развитыми странами низким остается и уровень обеспеченности отечественных сельскохозяйственных производителей современной техникой (рис. 3). На 1000 га в России приходится примерно 4 трактора и 3 зерноуборочных комбайна, а у лидера по данному показателю является Германия, в которой на 1000 га приходится 65 тракторов и 11 зерноуборочных комбайнов.

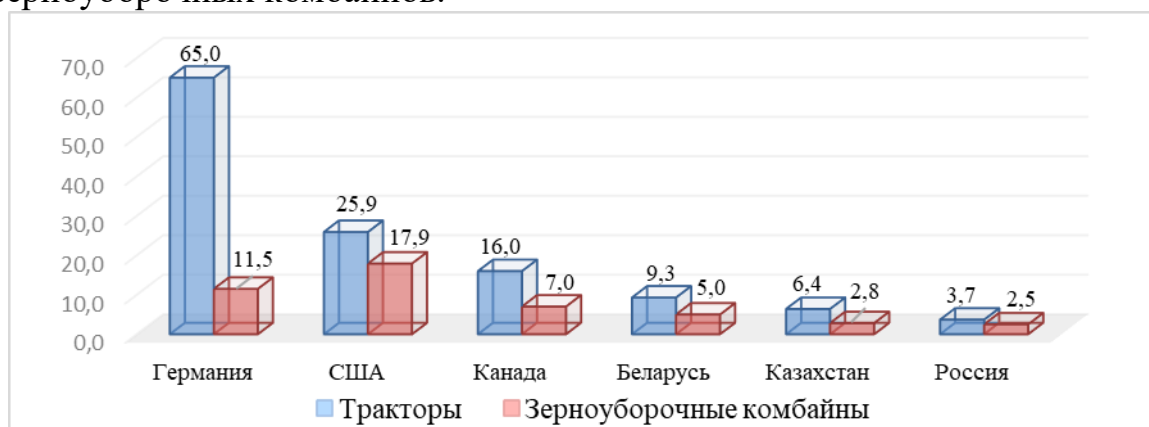


Рисунок 3 – Обеспеченность основными видами техники в ряде стран мира в 2019 году (на 1000 га)

Тем не менее, РФ в последние годы значительно продвинулась по внедрению новейших цифровых технологий в АПК, в частности на законодательном уровне были приняты нормативно-правовые акты, предусматривающие стратегию развития цифровизации экономики России.

Для обеспечения технологического прорыва в АПК России посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений на базе ФГБУ «АЦ Минсельхоза России» в августе 2019 года был создан Центр компетенций по цифровой трансформации сельского хозяйства, в полно-

мочия которого входит координация работы по реализации задач Министерства сельского хозяйства РФ в рамках федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика РФ» и ведомственного проекта на 2019–2024 гг. «Цифровое сельское хозяйство».

В результате цифровизации к 2024 году производительность труда на сельхозпредприятиях должна увеличиться в 2 раза и произойти снижение доли материальных затрат в себестоимости сельскохозяйственной продукции более чем на 20 %. Реализация указанных мероприятий в рамках процесса цифровизации в АПК должны принести суммарный экономический эффект в размере около 5 трлн руб. в год или 5,5 % прироста ВВП России.

Для успешной трансформации АПК органам государственной власти необходимо принять следующие меры:

- обеспечить «прозрачность» государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий;
- организовать эффективную реализацию отечественных сельскохозяйственных машин в рамках программы льготного кредитования по ставке 2%;
- разработать новый подход к развитию информационной инфраструктуры сельских территорий;
- создать государственную онлайн-платформу для покупки и продажи сельскохозяйственной продукции, что позволит устранить последствия от вредоносной деятельности трейдеров на сельскохозяйственных рынках;
- провести масштабные мероприятия по повышению правовой и финансовой грамотности аграриев.

Делая выводы, следует отметить, что развитие АПК является основополагающим направлением для отечественной экономики, поскольку сельскохозяйственное производство напрямую влияет на социально-экономическую стабильность РФ. Россия заинтересована в создании современной экономики, поэтому необходимо принятие эффективных мер на законодательном и исполнительном уровнях, для формирования благоприятного климата развития АПК. Внедрение новейших цифровых технологий является приоритетным направлением развитием отечественного сельскохозяйственного производства, т.к. их применение обеспечит снижение себестоимости и конечных цен на продукты питания без ухудшения их качества, что приведет к росту конкурентоспособности российской экономики. В целом от эффективности проведения цифровой трансформации АПК, происходящей в рамках становления нового технологического уклада, зависит уровень продовольственной и экономической безопасности России.

ИЗМЕНЕНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК ПОТРЕБИТЕЛЯ И ЕГО КЛЮЧЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

В сегодняшней жизни цифровизация, ставшая основным катализатором изменений, помогает открывать новые возможности как для компаний потребительского сектора, так и для самих потребителей, ускоряя трансформацию рынка и сознания потребителей.

Бизнесу крайне важно понимать, насколько как сильно потребительское поведение и клиентский опыт претерпели изменения к настоящему моменту, и как они будут эволюционировать в будущем. Это позволит вовремя принимать меры по адаптации предприятий к «новой реальности», быстрее других завоевывать внимание, лояльность и уважение потребителей.

Каким же станет потребитель будущего? Что изменится в его ценностях и приоритетах? Что он будет выбирать и от чего откажется? Каким в связи с этим станет маркетинг? Об ответах на эти вопросы речь и пойдет в настоящей статье.

Для обоснования выводов нами был проведён опрос, в котором мы ставили целью выяснить, на что направлены ориентиры потребителя сегодня и как они изменятся в ближайшее десятилетие.

Респондентами выступили 30 человек, как мужчины (29%), так и женщины (71%), в возрасте от 19 до 55 лет, проживающие в городах РФ. Основная возрастная категория отвечающих пришлась на диапазон от 20 до 30 лет.

Среди перечня нами были заданы вопросы об их ключевых запросах при выборе товаров и услуг, о скорости адаптации к стремительно развивающимся цифровым технологиям, о том, как меняется их представление о сервисе и дистанционном взаимодействии с предприятиями, о возможностях внедрения в их повседневную жизнь новейших возможностей человеческого интеллекта, а также о том, какими им видится мир и реальность через 10 лет.

Из ответов на вышеперечисленные вопросы нам стало известно, что потребитель будущего представляется опрашиваемым, как человек, более тревожный, которого все больше волнует вопрос безопасности (так считают почти 70% опрошенных), при этом он все быстрее будет потреблять предлагаемую ему информацию (это мнение 63% респондентов) и все больше желать, чтобы компании предвосхищали его потребности (это интересно 33% опрошиваемых). Наименьший оклик нашли такие предложенные в анкете характеристики как инициативность и требовательность.

Также опрос показал, что за внедрением и развитием цифровых технологий успевают 96% опрошенных, что упрощает их адаптацию к новым рыночным предложениям. В частности, доставку продуктов дронами и

беспилотниками потенциально одобряют 85% опрошенных, а использование приложений дополненной, виртуальной реальности (например, при покупке одежды или мебели) интересно на сегодня 44% респондентов и, в основном тем, кто уже имеет такой опыт.

Однако не во всем потребитель будет готов перейти на новый формат потребления. Например, на вопрос «Хотели бы Вы проводить отпуск через устройства дополненной и смешанной реальности?», 96% дали категорически отрицательный ответ.

На вопрос о пользовании «умным» помощником, мнение респондентов распределилось следующим образом: хотели бы пользоваться – 41%; не видят в этом смысла – 40% и 19% – уже пользуются.

Далее мы задали вопрос открытого типа о том, каким видится мир нашим опрашиваемым через 10 лет. Среди ответов были получены такие как:

- мир более гармоничный;
- максимально технологичный мир;
- мир с постоянными новыми возможностями;
- мир с прямой связью между мозгом человека и компьютером;
- мир, в котором роботы будут заменять друзей;
- небезопасным, с разрушающейся естественной средой обитания человека, изменением климата и большим числом природных катастроф.

Будущее уже настало, просто еще не всюду. В связи с этим компаниям нужно уметь составлять грамотные прогнозы и анализировать тренды, чтобы нам не приходилось нащупывать путь дальнейших действий наугад.

Новый маркетинг, исходя из результатов опроса, может, например, предлагать человеку способы достижения внутреннего мира, спокойствия, согласия и психологического комфорта. Для этого, возможно, придется придумывать новые функции товаров и услуг, придется учиться давать новые обещания.

Особое значение в будущем приобретет маркетинг удовольствий. Общество, безусловно, будет активно пропагандировать удовольствия разного рода.

В уже сравнительно недалеком будущем маркетологу придется работать с такими категориями товаров (и особенно услуг), с которыми им сталкиваться еще не приходилось. Прежде всего это касается различных услуг гуманитарного характера, возможности людей приобретать иное душевное состояние.

Для решения таких задач, которые сегодня могут показаться непонятными и даже безумными, маркетологам придется совершенно по-новому взглянуть на человека, на его внутренний мир и на его предназначение. Придется на этот раз по-настоящему залезть в голову потребителю, понять

не только то, что там происходит сейчас, но и что будет происходить в будущем.

Исследователи считают, что к 2030 году 67% взаимодействий с потребителями будут обеспечивать умные машины, а технологии будут главной движущей силой, которая перестраивает потребительский опыт и создает его в совершенно новом виде, а также что брендам придется пересмотреть экосистемы, которые они создают для потребителей, чтобы идти в ногу с переменами в поведении людей и эволюцией технологий.

Современные покупатели становятся все более разборчивы в своем выборе. Они не готовы брать первый попавшийся товар, способный удовлетворить их потребность, напротив, они досконально подбирают продукт, ориентируясь на мельчайшие детали.

Тенденции бизнеса и тренды сегодня быстро меняют мир. Среди наиболее популярных инновационных идей, которые еще вчера казались выдуманными, весьма интересными являются такие как виртуальная реальность, нейронные сети, кибербезопасность, цифровая трансформация и искусственный интеллект – это сферы, где обитают привлекательные и прорывные идеи для стартапов.

Новые технологии все сильнее унифицируют данные и платформы их доставки, но одновременно – делают выбор зрителей и читателей индивидуализированным, формируя новый тип мобильного и интерактивного потребления. В итоге мы наблюдаем существенную медиатизацию различных аспектов повседневной жизни: спорта, бизнеса, медицины, культуры, досуга и др.

К одному из трендов коммуникационных технологий будущего относят виртуальную реальность. Это трехмерная компьютерная среда, с которой человек может взаимодействовать путем специальных приспособлений. Так, в виртуальном мире он может быть наблюдателем, исследователем, манипулятором или активным участником процесса.

Напряжение между страхом и желаниями; одновременное выполнение домашних и профессиональных обязанностей; борьба с чувством изоляции; жесткое внешнее управление политическими и социальными беспорядками побуждает потребителей к бегству от действительности.

Потребители будут все больше стремиться пробовать новые формы потребления, которые обещают увеличение комфорта, контроля над своей жизнью и счастья, даже если эти переживания полностью смоделированы.

Сегодня в мире набирают актуальность сразу несколько трендов с использованием VR в коммерческих целях: использование перчаток и костюмов VR для передачи тактильных ощущений, VR-технологии как новый киножанр, удаленная работа в VR-шлеме – максимальная приближенность к живым встречам по ощущениям присутствия и степени вовлечен-

ности; виртуальная одежда; VR-линзы, не только улучшающие зрение, но и создающие «киберглаз» и др.

К новым, уже набирающим популярность трендам, также относят нейронные сети – масштабные структуры, содержащие огромное число сведений для работы компьютерной программы. Последняя в ходе большого количества действий определяет, какие совокупности и значения параметров приводят к самому оптимальному результату. Сегодня они уже достаточно успешно применяются в бизнесе.

Индустрия 4.0 – следующий из рассматриваемых нами тренд будущих технологий. Это качественно новый подход к производству, основанный на масштабной автоматизации рабочих процессов, массовом внедрении инновационных технологии и распространении искусственного интеллекта. Среди рабочих бизнес-идей: производство искусственного мяса; создание «умной» одежды и «умной» обуви; разработка Proteus – металла, который невозможно ни разрезать, ни ощутимо повредить; буксировочный дрон от Amazon, способный заменить стандартные горнолыжные подъемники.

Рост микромобильности также является активным развивающимся трендом будущего в России. Например, электросамокаты уже прочно вошли в нашу жизнь и становятся всё популярнее, как альтернатива привычному личному и общественному транспорту.

Одним из передовых трендов коммуникационных технологий будущего является масштабное развитие инфраструктуры 5G.

Спрос на высокоскоростной интернет и переход к системам умных домов и городов подтолкнули развитие технологий 5G-6G. Среди стартапов в этой сфере выделяются Movand i – он позволяет 5G передавать данные на большие расстояния – и Novalume (помогает муниципалитетам управлять сетью общественного освещения и данными через систему умного города). А Nido Robotics использует дроны для исследования океанического дна.

По проведенным исследованиям «White Square Agency», к 2030-2040 гг. будут популярны следующие тренды: вертолетное такси; космический туризм (путешествия по Солнечной системе); робототехника в быту, бизнесе, строительстве, производстве, развлечениях и военной сфере; «умные» устройства и приложения для спортсменов; индустрия «умных» и самообучаемых чат-ботов; производство дронов для поиска и спасения людей, исследования местности, обеспечения безопасности, ведения сельского хозяйства; продажа и прокат электрокаров, установка зарядных станций в городах и на трассах; цифровое медицинское обслуживание; экспресс-анализы; астероид-майнинг – добыча редких минералов и металлов в космосе; 3D-печать домов; использование ветровой энергии; вертикальные фермы в помещениях; «умная» одежда, подстраивающаяся под

погоду, измеряющая пульс, определяющая местонахождение и подключающаяся к смартфону.

Также, в рамках опроса, о котором написано выше, было выяснено, что изменяющимися трендами в сфере технологий внимательно следят 77% респондентов, а 33 % не придают этому важного значения. Но даже несмотря на это, при ответе на вопрос, какие технологические продукты могут появиться в ближайшее время – респонденты давали достаточно короткие и однообразные ответы, что показывает их неосведомленность о ближайших перспективах. В основном их ответами были – электроавтомобили, более современные модели смартфонов, возможности 5G, «умный» дом, искусственный интеллект и доставка с помощью дронов.

При этом респонденты больше всего ожидают от технологий недалекого будущего таких преимуществ как:

- отслеживание показателей состояния здоровья онлайн,
- оптимизацию своего времени (время в дороге с пользой);
- сокращение времени, затрачиваемое на покупки.

Каналы взаимодействия при этом респонденты предпочитают, преимущественно, цифровые (так ответили 85% опрошенных).

Также следует отметить и то, что потребители в будущем, как и сегодня, будут принадлежать к разным аудиториям, придерживаться противоречивых взглядов, однако при этом все более, и более быть адаптированным к постоянной динамике и совершенствованию товаров, услуг, технологий и жизни в целом. Это заставит компании изменить курс, совершенствовать свою маркетинговую стратегию, учесть данные тренды при разработке программ развития.

Сегодня, в таких условиях, когда скорость развития и изменения реальности чрезвычайно высока – больше, чем ранее существует необходимость понимать клиента и осознавать мотивы его поведения всеми субъектами – от руководителей крупных производств и торговых сетей до университетов и больниц.

«Новая реальность», ставшая основным катализатором изменений, помогает открывать новые возможности как для компаний потребительского сектора, так и для самих потребителей, ускоряя трансформацию рынка и сознания потребителей.

В заключении отметим, что важнейшей задачей является сохранение баланса между эффективным взаимодействием, социальной осведомленностью и проектами с использованием искусственного интеллекта.

Таким образом, успех, с большей вероятностью, ожидает именно тех участников рынка, которые смогут учесть и начать внедрять это в свою деятельность уже сегодня.

ЭКОНОМИКА МИРА ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ

Прошел год с тех пор, как мировая экономика столкнулась с коронавирусом. Вызов оказался весьма серьезным и экономикам отдельных стран потребуется немало усилий, чтобы восстановить утраченный потенциал и наверстать упущенное.

Если взять в целом мировую экономику, то в 2020 году она сократилась на 4,3 процента. В стоимостном выражении потери мировой экономики превысили \$3,5 трлн. Это падение более чем в два с половиной раза более значительное, чем во время последнего глобального финансового кризиса 2009 года. Обвал мировой экономики фактически сопоставим с ее потерями во время Великой депрессии и двумя мировыми войнами. Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш отметил в своем выступлении, что вызванный пандемией коронавируса мировой экономический кризис стал наихудшим за последние 100 лет.

Причем падение экономик по группам стран отличается в зависимости от уровня их развития. Развитые страны пострадали во время пандемии более ощутимо, в среднем сокращение этой группы стран в прошлом году составило 5,6 процентов. Падение темпов роста произошло во время карантинных мер из-за вынужденных остановок на производстве и в сфере услуг. В то же время у развивающихся стран наблюдалось менее существенное сокращение темпов экономического роста – в среднем на 2,5 процента.

Для примера, можно сравнить размеры падения экономик развитых стран за 2020 г. Экономика семерки ведущих стран упала за прошлый год на 5,9%, а стран Европейского Союза еще больше – на 7,2%. Весьма значительное падение экономики оказалось у Испании – 13%, Италия и Франция сократили производство на 10%, Германия на 5%, США на 3,4%. При этом российская экономика упала, в равнении с вышеупомянутыми странами, на меньший процент – на 3,1%. Это достойные показатели в сравнении с развитыми экономиками и заслуживают определенного уважения. Интересен факт, что из стран большой двадцатки только Китай за 2020 г. показал экономический рост, хоть небольшой и самый низкий за последние 40 лет, в 2,3%.

По весьма оптимистичным прогнозам в 2021 году ожидается умеренное восстановление мировой экономики в размере 4,7 процента, что едва ли сможет компенсировать убытки предыдущего года. Причем темпы восстановления экономик также различаются по группам стран. В развитых странах мира в этом году прогнозируется рост производства около 4 процентов, в то время как в развивающихся странах ожидается восстановление экономик в пределах 5,7 процентов.

Если посмотреть на прогнозы в сравнении групп стран, то высказываются предположения, что экономика США может вырасти на 5,1%, Евросоюза – на 4,2%, России же – всего на 3,1%. Примечательно, что за 1 квартал 2021 г. Китай продемонстрировал беспрецедентный экономический рост в 18,3%. Предполагается, что мировой ВВП может вернуться к значениям уровня до пандемии примерно к 2024 году.

Экономисты называют годы после кризиса 2009 г. «потерянным десятилетием». Мир так и не смог оправиться от шоков и падений этого кризиса и темпы его роста оказались замедленными. Экономике развитых стран так и набрали привычных для них темпов роста – вместо 2,4% роста в начале века, они росли в среднем по 2%. Развивающиеся страны также не достигли привычных для них годовых темпов в 7 % и показали лишь в среднем 5% рост. Коронавирус поставил перед человечеством новые еще более сложные вызовы.

Можно назвать основные проявления нового экономического кризиса. В целом в мире под разного рода ограничения после введения карантинных мер попали около 4 млрд. человек. Это привело к падению автотранспорта на 50%, запрету на использование 60% самолетного парка. Вследствие этого в 2020 году падение спроса на нефть стало самым значительным. Спрос рухнул одновременно на 29 млн. баррелей в сутки. Это в несколько раз больше, чем во времена кризисов 2009 г. и 1980 г. Объем падения сопоставим с годовым потреблением третьего в мире пользователя нефти – Индии. Это привело к резкому падению цен на нефть с 70 до 15 долларов за баррель. Продажи автомобилей, как основного индикатора потребительских настроений, в мире к маю также рухнули на 52 %, а по итогам года – на 23,7%.

Не остались без потрясений и фондовые рынки, которые, правда, уже к лету восстановили и даже наверстали свое падение, а также валютные. Паника на мировых фондовых биржах привела к падению их индексов на 30-40 процентов. Потери мировых валют к доллару составили: канадского доллара – 4,8 %, рупии – 5,5%, британского фунта – 6,7%, турецкой лиры и рубля – по 13%, мексиканского песо-18%, бразильского реала – 27%.

Падение экономик стран мира привело к усилению бедности. Дополнительно за год за чертой бедности оказалось 131 млн. человек, основную долю из которых составили женщины и дети, как самые уязвимые слои общества. Женщины составляют более половины занятых в секторах, которые наиболее пострадали от остановки и запретов – розничной торговли, гостиничные и ресторанный бизнес, туризм. Пандемия поставила под угрозу около 500 млн. рабочих мест, 100 млн. из которых будут утеряны окончательно, что еще больше усугубит ситуацию с уровнем жизни населения.

Страны мира в 2020 году потратили беспрецедентно большие средства на поддержку и стимулирование своих экономик. Эти меры смогли предотвратить новую Великую депрессию и их цена в целом составляет для всех стран 12,7 триллиона долларов. При этом стимулирование экономик развитых и развивающихся стран сильно различается и, соответственно, ставит их на разные уровни и траектории по восстановлению экономик. За этот год государственные расходы по восстановлению экономик в развитых странах на душу населения были в 580 раз выше, чем в развивающихся, хотя разница в среднедушевых доходах в этих группах стран составляет всего 30 раз. Понятно, что такая дифференциация в поддержке экономик обернется в итоге еще большим различием в уровне развития этих групп стран. Такая государственная поддержка экономик привела к значительному увеличению государственного долга – в целом в мире на 15 процентов и в настоящее время он достиг 10 трлн. долларов.

О размерах поддержки ведущих мировых держав можно судить по следующим цифрам. Стоимость пакетов прямой государственной поддержки экономики США составила 11% ВВП, Германии – 4,9%, Китая – 1,2%, России – 4,5%. Общая сумма расходов на поддержку экономик страны большой двадцатки примерно равна ВВП стран БРИКС.

В истории имеется множество примеров того, как эпидемии влияли на население и экономику стран. В апреле 2021 г. по данным ВОЗ от коронавируса заболело более 130 млн. человек, умерло более 3 млн. В Византийской империи (540-550 гг.) от чумы умерло от 25 до 199 млн. человек. Последствием ее были рост цен на зерно, стоимость рабочей силы, в итоге империя потеряла 50 процентов своей территории. В Европе чума (1347-1351 гг.) убила 69 млн. человек. В итоге также выросло зерно (на 300 %) и стоимость рабочей силы. Испанский грипп (1918-1919 гг.) унес жизни 50 млн. человек, при общем числе заболевших 500 млн. Экономика потеряла 6,5% ВВП, зато опять выросла стоимость рабочей силы. Атипичная пневмония (2003 г.) унесла жизни всего тысячи человек, экономика Китая потеряла 2% и общий ущерб мировой экономике составил 30-100 млрд. долларов.

Можно проанализировать, что же мы получили от пандемии, какие изменения произошли и будут оказывать влияние на последующую жизнь.

Прежде всего, это «удалёнка». Это безусловное приобретение способствовало снижению риска заболеваемости населения. Компании переводили на эту форму организации труда значительный процент работников. Многие оставили ее и по настоящее время. В краткосрочной перспективе, она способствует повышению производительности труда, экономит время на переезд к месту работы. В долгосрочной же перспективе это приведет к снижению обменом идеями работников, потере коллективного творческого общения, конкуренции работников из-за рубежа, выполняющих ту же ра-

боту за меньшую заработную плату, что приведет в итоге к снижению производительности труда.

Усиливается противостояние между Китаем и США, что может привести к нарушению глобальных цепочек стоимости, снижению инновационного потенциала экономики Китая вследствие протекционистских мер США. Усиливается политическое давление развитых стран на Россию и Китай с требованием прекратить сторонним странам приобретать национальные вакцины.

Неравномерность восстановления экономик будет проявляться более отчетливо и еще сильнее увеличивать разрыв между группами развитых и развивающихся стран. Прирост ВВП на душу населения в ходе восстановления в развивающихся экономиках будет отставать от развитых и приведет к еще более значительной дифференциации уровня их жизни. Неравномерности восстановления экономик будет усугубляться также различными темпами вакцинации. Ясно, что в развивающихся странах вакцинация будет проходить более медленными темпами, прежде всего из-за затрудненного доступа к вакцине. Обострить неравномерность восстановления сможет и долговой кризис, который с большей долей вероятности станет непосильным для развивающихся экономик.

Мировая экономика будет восстанавливаться неравномерно и в структурном плане. Одни отрасли и сектора будут развиваться более динамично, другие, возможно, претерпят существенные изменения. Положительные тренды будут иметь компании, которые успешно удержались во время пандемии, обеспечивали работу своим сотрудникам, образование и в целом ежедневное полноценное функционирование. К ним относятся технологические и IT компании, отдельные сегменты ритейла, интернет поставки и торговля. В то же время, туризм, отрасли массовых развлечений, гостиничный бизнес. Экономисты прогнозируют трудный восстановительный период и для автомобильной промышленности.

Нужно сказать, что пандемия способствовала ускорению четвертой промышленной революции, в результате которой происходит значительное высвобождение низкооплачиваемых и массовых рабочих мест. Ускоряется перевод многих операций и функций в «цифру».

И, пожалуй, главное последствие пандемии – мы сами. Мы стали по-иному смотреть на вещи, работать и отдыхать, общаться между собой. Станет нормой удаленное общение, причем не только на семейном уровне, но и с коллегами, соседями, друзьями. Сама социализация будет удаленной.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРУКТУРНОГО РАЗВИТИЯ
ХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Одной из важных задач в обеспечении успешного развития региона является соблюдение оптимальных пропорций сочетания отраслей хозяйственного комплекса, размещённого на его территории. Структурная оптимизация, в данном случае, рассматривается как устранение дисбалансов и диспропорций, накопившихся в региональной экономике и препятствующих экономическому росту, а значит и повышению качества жизни.

Отечественный и зарубежный опыт показывает, что решение этой проблемы связано с реализацией хорошо продуманной структурной политики, включающей совокупность действий органов власти, направленных на улучшение бизнес-среды и повышение инвестиционно-инновационной активности в отраслях-драйверах экономического роста, которые обеспечивают интенсивное развитие экономики и повышение благосостояния населения. Кроме этого, в настоящее время требуется учитывать преобразования, вызванные всплеском четвёртой технологической революции, породившие структурные изменения во всех секторах и отраслях экономики. Прежде всего, это обусловлено появлением новых информационных и киберфизических технологий, обеспечивающих ускорение производственных процессов, изменение межотраслевых связей и поведения потребителей.

Под воздействием цифровизации в мировой экономике в последние десятилетия наблюдаются трансформационные процессы, усиливающие неравномерность распределения ресурсов в условиях неопределённости. Все эти обстоятельства вынуждают правительства разных государств уделять больше внимания возможностям реализации структурной политики. В странах с развитой рыночной экономикой, как правило, это связано с поиском новых источников экономического роста по причине израсходования потенциала институциональных мер. В развивающихся странах интерес к структурной политике больше связан с желанием преодолеть бедность или ловушку средних доходов путём технологического обновления экономики.

В свою очередь, глобализация оказывает влияние на изменение роли регионов в национальной и мировой экономике, регионы становятся более самостоятельными и активными участниками хозяйственных процессов, межрегиональных и международных связей. При этом эксперты НИУ ВШЭ отмечают, что в стратегических направлениях регионального развития Российской Федерации структурные проекции отражаются в отрыве от глобальных технологических и экономических тенденций, что снижает

реальные возможности интеграции отечественных регионов в мировые рынки.

По нашему мнению, для формирования эффективной структурной политики в регионе и повышения конкурентоспособности местных товаропроизводителей важно адекватное представление об экономической ситуации и уровне развития производства относительно мировых трендов, с учётом имеющихся потенциалов и ресурсов. Региональным правительствам необходимо осознание важности формирования новой структурной политики и поиска новых подходов и механизмов её реализации в условиях цифровой трансформации мировой экономики.

На примере Орловской области нами был проведён структурный анализ развития экономики региона за последние два десятилетия. Следует отметить, что это не сырьевой субъект Федерации, его основной экономический ресурс – трудовой. Добыча полезных ископаемых в ВРП составляет лишь 0,1%. Регион находится на границе Черноземья, и входит в зону рискованного земледелия, как показал опыт 1990-х г.г., специализация на отраслях агропромышленного комплекса оказалась проблемной. В Орловской области хорошо развита транспортная сеть, инженерные коммуникации и социальная инфраструктура. Достаточно развита обрабатывающая промышленность, которая представлена предприятиями машиностроения, приборостроения, пищевой промышленностью. Имеется сеть образовательных учреждений, осуществляющих подготовку кадров для региональной экономики по программам высшего и среднего профессионального образования.

Несмотря на достаточно благоприятные условия для развития, в последние десятилетия у региона накапливаются серьёзные проблемы, которые несут угрозу потери индустриального статуса его экономики. И, как показывает статистика, для этого имеются некоторые предпосылки, связанные со структурными сдвигами в региональном хозяйственном комплексе.

Структурный анализ представляет собой достаточно информативный метод познания явлений, происходящих в экономике региона. Он может быть успешно использован для характеристики отраслевой динамики хозяйственного комплекса территории. Методика отраслевого структурного анализа валовой добавленной стоимости, позволяет определить показатели массы, скорости, интенсивности, а также индекса структурного сдвига в экономике. Подробное её описание имеется в трудах Сухарева О.С., именно его рекомендации были взяты нами за основу. Исследование проводилось по официальным данным Росстата, представленным в сборниках «Регионы России: социально-экономические показатели» за период с 1999 по 2019 годы по Орловской области. Нами была обследована динамика трёх структурных элементов валовой добавленной стоимости региона:

1) доля сельского хозяйства в валовом региональном продукте, характеризующая развитие первичного сектора экономики;

2) доля обрабатывающей промышленности, отражающая развитие вторичного сектора экономики;

3) доля отраслей, производящих услуги (транспорт, связь и деятельность в области информации), характеризующая развитие третичного сектора экономики.

Отраслевые структурные сдвиги региональной экономики, рассчитанные цепным методом с временным лагом в 5 лет представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика показателей отраслевых структурных сдвигов в экономике Орловской области за 1999-2019 г.г., %

	Доля отрасли в валовой добавленной стоимости региона					Масса структурного сдвига с шагом в пять лет			
	1999	2004	2009	2014	2019	2004	2009	2014	2019
1.Сельское хозяйство	19,3	16,9	13,1	17,0	19,2	-2,4	-3,8	+3,9	+2,2
2. Обрабатывающая промышленность	21,5	22,4	17,5	15,3	14,7	+0,9	-4,9	-2,2	-0,6
3. Отрасли, производящие услуги	10,5	12,5	15,7	11,4	9,8	+2,0	+3,2	-4,3	-1,6

Динамика структурных элементов валового регионального продукта Орловской области подтверждает устойчивое снижение как доли обрабатывающего производства на протяжении последних 15 лет, так и доли услуг (транспорт, связь и деятельность в области информации) на протяжении последних 10 лет. При этом доля сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости Орловской области увеличивается, что подтверждает активное развитие низкодоходного сырьевого сектора в экономике региона.

Таблица 2 – Анализ интенсивности отраслевых структурных сдвигов в экономике Орловской области за 1999-2019 г.г., %

	Скорость структурного сдвига, % в год				Интенсивность структурного сдвига (прирост ВРП в год), миллионов руб.			
	2004	2009	2014	2019	2004	2009	2014	2019
1.Сельское хозяйство	-0,48	-0,76	+0,78	+0,44	-221,0	-688,7	+1394,8	+1069,2
2. Обрабатывающая промышленность	+0,18	-0,98	-0,44	-0,12	+82,9	-888,1	-786,8	-291,6
3. Отрасли, производящие услуги	+0,4	+0,64	-0,86	-0,32	+184,2	+580,0	-1537,9	-777,6

Полученная в ходе проведённого анализа информация свидетельствует об экстенсивности развития в последнее десятилетие обрабатывающей

промышленности и отраслей, производящих услуги (транспорт, связь и деятельность в области информации) в Орловской области. Это подтверждает высказанную нами озабоченность по поводу угрозы потери статуса индустриально развитого региона и снижению уровня жизни населения. Кроме того, надо отметить, что в 2016 г., и 2017 г., наблюдалось падение индекса физического объёма ВРП, которое может расцениваться как проявление кризиса отраслевой структуры регионального хозяйственного комплекса.

В ходе исследования нами была также предпринята попытка прогноза дальнейшего развития отраслевой структуры экономики Орловского региона с применением цифровых аналитических инструментов.

Для предсказания динамики показателей была выбрана модель SARIMA, которая входит в семейство ARIMA [Asteriou, Dimitros; Hall, Stephen G. (2011). «ARIMA Models and the Box–Jenkins Methodology». Applied Econometrics (Second ed.). Palgrave MacMillan. pp. 265–286]. Набор аналитических данных о динамике структуры региональной экономики представлен 3-мя временными рядами из 21-ой точки (с 1999 г. по 2019 г.). Для построения модели был использован пакет `pmdarima` на языке Python3 [<https://alkaline-ml.com/pmdarima/index.html>].

Надо отметить, что непосредственно метод прогнозирования ARIMA (autoregressive integrated moving average) представляет собой семейство интегрированных авторегрессионных моделей, основанных на методе скользящего среднего. Однако в чистом виде подобные модели не учитывают сезонного (в статистическом смысле сезоны – отрезки времени, на которых происходит некоторое циклическое явление) характера многих характерных для рыночной экономики временных рядов. Поэтому в нашем исследовании мы использовали расширенную версию SARIMA (Seasonal ARIMA) – сезонное авторегрессионное скользящее среднее, поддерживающее одномерные данные временных рядов с сезонным компонентом.

Перед запуском процесса обучения модели требуется выбрать величину сезонного периода. Для этого временной ряд раскладывается на тренд, сезонную компоненту и статистический шум посредством функции `seasonal_decompose` из пакета `statsmodels` [<https://www.statsmodels.org/stable/index.html>]. Для проводимого исследования оптимальным является значение сезонного периода в 5 лет. Далее запускается процедура поиска и обучения оптимальной модели SARIMA с помощью функции `auto_arima` из пакета `pmdarima`.

В нашем случае наиболее оптимальная модель может быть представлена как: $SARIMA(p, d, q) \times (P, D, Q)_5 = SARIMA(0, 1, 1) \times (1, 1, 0)_5$. Значения чисел таковы: $p = 0$ – порядок авторегрессивной модели, $d = 1$ – порядок интегрирования, $q = 1$ – порядок взятия скользящего среднего; аналогично и в сезонной части: $P = 1$ – порядок авторегрессивной модели сезон-

ной части, $D = 1$ – порядок интегрирования сезонной части, $Q = 0$ – порядок взятия скользящего среднего в сезонной части. Формальная запись будет такова:

$$\phi(B)\Phi(B^5)Y_t = \theta(B)\Theta(B^5)Z_t,$$

где t – дискретное время серии, X_t – прогнозируемая временная серия, $Y_t = (1 - B)(1 - B^5)X_t$, B – оператор обратного сдвига по дискретному времени, $Z_t \sim WN(0, \sigma^2)$ – некоторый белый шум, $\deg(\phi, \Phi, \theta, \Theta) = (p, P, q, Q)$ – многочлены.

Далее при помощи разработанной модели для каждого из трех временных рядов был сделан прогноз на 5 лет, результаты которого представлены на графике ниже.

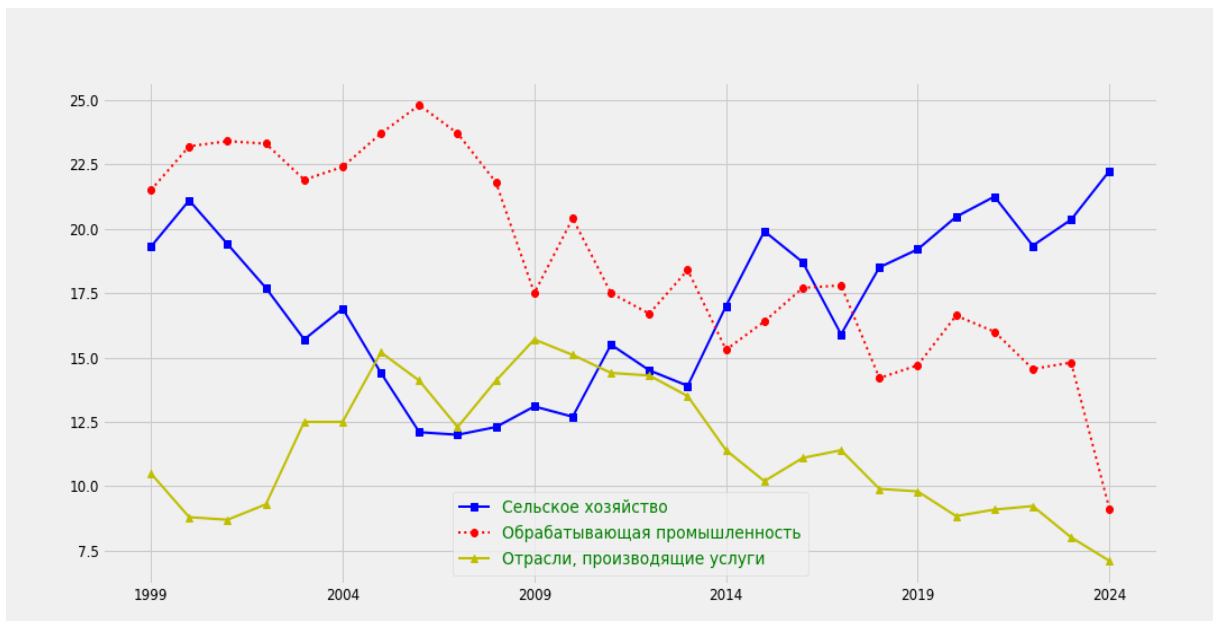


Рисунок 1 – Прогноз динамики отраслевой структуры валовой добавленной стоимости Орловской области (% , к итогу)

Полученные прогнозные данные указывают на дальнейшую деградацию обрабатывающей промышленности и отраслей, производящих высокотехнологичные услуги в регионе, если правительством Орловской области не будут предприняты необходимые меры по устранению негативных отраслевых структурных сдвигов в региональном хозяйственном комплексе.

В заключении хотелось бы отметить следующее. В наши дни много говорят о развитии нового информационного общества и трансформации мировой экономики, сопровождающейся снижением в валовой добавленной стоимости развитых стран доли отраслей производства и увеличением

доли непромышленных отраслей. Однако именно сектор обрабатывающей промышленности продолжает быть драйвером общего экономического роста, продлевая его периоды и снижая волатильность. Это связано с тем, что возможности для развития высокодоходных отраслей информационных услуг во многом зависят от технологической структуры промышленности. Обрабатывающая промышленность остается ключевым источником развития экономики в связи с высокой производительностью труда, инновационностью передовых промышленных технологий, легкой интеграцией в глобальные производственные системы, наличием возможностей экономии на масштабах производства, а также наличием прямых и обратных межотраслевых отношений. Вряд ли регион, имеющий значительную долю низкодоходной отрасли сельского хозяйства в валовом региональном продукте, сможет достичь больших успехов по развитию в цифровой экономике.

О.Д. Ширяева, И.Е. Исаева

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Актуальность выбранной темы обуславливается не только специфическими особенностями ведения хозяйственной деятельности химической отрасли в Российской Федерации, но и нововведениями в законодательстве по учету материально-производственных запасов, которые вступили в силу с 1 января 2021 года.

Материально– производственные запасы играют немаловажную роль при производстве готовой продукции. Тщательность контроля за рациональным использованием и учета материально– производственных запасов состоит в том, что МПЗ занимают наибольшую часть в формировании себестоимости продукции.

Необходимость грамотного учета материально-производственных запасов обусловлена тем, что вне зависимости от размеров и организационно правовой формы предприятия, оно имеет необходимое количество материально-производственных запасов.

Именно благодаря материально-производственным запасам, а также применяемым различным технологиям по переработке и производства, оптимизирована деятельность предприятий.

В ходе выполнения работы исследовались предприятия химической отрасли, были выявлены и проанализированы отличительные черты при осуществлении производства предоставляемых на рынок товаров. Представлены рекомендации по классификации и учету материально-производственных запасов.

Прежде, чем переходить к рассмотрению классификации материально-производственных запасов, обратимся к самому понятию «запасы».

Запасы предприятия представляют собой средства и предметы труда, необходимые для обеспечения непрерывности производственного цикла, но еще не подвергшиеся разного вида обработке и не вступившие в сам технологический процесс производства. Они характеризуют количественную оценку находящихся ресурсов на предприятии в определенный момент времени.

Учет запасов регламентируется широкой законодательной базой. С 2021 года обязательным к применению стал нормативно-правовой акт, регулирующий состав и учет запасов и утвержденный Министерством финансов – Федеральный стандарт по бухгалтерскому учету ФСБУ 5/2019. Данный документ расширил перечень активов, относящихся к статье запасов. Теперь включается в статью запасов незавершенное производство, к которому относятся:

- затраты, понесенные в ходе производства продукции, которая еще не прошла всех стадий технологического процесса,
- неукомплектованные изделия, которые еще не прошли техническую приемку и испытания;
- понесенные затраты на выполнение работ и оказание услуг оказание услуг другим лицам до момента признания выручки от их продажи и т.д.

Сами материально– производственные запасы представлены в перечне нормативно-правового акта подпункты а, б пункта 3 раздела 1.

Отличительной особенностью данного вида оборотных активов является обязательное наличие материальной основы, а при участии в изготовлении конечного продукта переносят свою стоимость полностью на стоимость готового изделия, обеспечивая бесперебойность производственного процесса.

Количество используемого объема материально-производственных запасов определяется особенностями деятельности предприятия, его специфическими особенностями, а также рядом важных показателей, таких как плановый объем выпущенной продукции (выполненных работ, оказанных услуг), плана закупок и продаж, ожидаемой выручкой и прибылью и т.д.

Состав и учет материально-производственных запасов зависит напрямую от деятельности и характерных особенностей предприятий, относящихся к той или иной отрасли в экономике. Производство химической промышленности характеризуется применением особых методов и способов, посредством которых сырье и материалы приобретают новую структуру и химический состав.

Предприятия химической промышленности занимаются переработкой сырья добывающей промышленности, потребляют сырье и материалы

обрабатывающей промышленности, в том числе и внутри своей отрасли, отходы производства.

Разнообразие применяемых технологических процессов объясняется возможностью получения множества продуктов из одного исходного материала, также, наоборот: при получении одного продукта использование разных видов и источников исходного сырья.

Наибольший удельный вес в структуре активов предприятий химической отрасли приходится на запасы, а именно на сырье и материалы, что объясняется следующими особенностями:

– процесс производства выстроен таким образом, что он носит непрерывный характер.

– сама продукция однородна и выпускается массово, а это требует значительного расхода сырья на единицу продукции.

– проходя через стадии производства, сырье видоизменяется и приобретает новые физические и химические характеристики.

Все вышеперечисленное влияет на оценку потребляемого сырья и получаемой продукции, на организацию учета материалов на складе и в производстве, а также на методы контроля.

Для точного и рационального учета материально-производственных затрат на производстве следует рассмотреть более глубокую их классификацию, которая представляет собой один из методов изучения многообразия объектов путем выделения в ней групп по схожим признакам.

С помощью классификации материально-производственных запасов определяется необходимость и обоснованность определенных видов материальных ресурсов, а также наиболее эффективное использование применяемых сырьевых баз в производстве.

Материально-производственные запасы классифицируются по самым различным признакам.

На основе изученных трудов выдающихся отечественных экономистов, таких как П.И.Савичев, И.И. Каракоза, В.П. Астахова, Я.В. Соколова выделим следующие классификационные признаки и дополним их:

1. в зависимости от принадлежности к группам оборотных активов материально-производственные запасы подразделяются на:

- сырье;
- товары – это запасы, приобретенные на стороне;
- готовую продукцию.

2. на основе права собственности материально-производственные запасы разделяются на собственные и забалансовые – те, которыми предприятие не владеет, но эти материально-производственные запасы находятся у организации на хранении и в дальнейшем будет переработано для внешних пользователей;

3. В зависимости от места нахождения материально-производственных запасов на предприятии:

–материально-производственные запасы, которые находятся непосредственно на самом предприятии;

–материально– производственные запасы в пути;

–материально– производственные запасы, переданные на сторону (например, на переработку).

Вышеперечисленные признаки классификации уже нашли свое отражение в бухгалтерском учете и соответствующих нормативных актах.

Учитывая ранее рассмотренные специфические особенности присущие химической отрасли, выделим классификационные признаки, присущие МПЗ рассматриваемой отрасли.

По степени опасности воздействия материально-производственные запасы классифицируются следующим образом:

1. очень опасные – в данную группу относятся те вещества, соединения и элементы, которые способны привести к серьезнейшим пагубным последствиям (повреждение окружающей среды и здоровья человека);

2. высокий уровень опасности;

3. опасные материально-производственные запасы;

4. малоопасные материально-производственные запасы.

Учет материально-производственных запасов ведется на синтетическом счете 10.

На субсчете 10.1 отражаются сырье и материалы, которые требуют более подробного распространения.

В качестве сырья могут выступать продукты, полученные из горнорудной, нефтяной, газовой, коксохимической, лесной и целлюлозно-бумажной отраслей промышленности, а также черной и цветной металлургии.

Вид и качество сырья определяют полноту использования производственных мощностей различных подотраслевых направленностей химической промышленности, а также оказывает влияние на уровень производительности труда, степень работы использованного оборудования, понесенные затраты труда на производство конечного продукта.

В зависимости от свойств сырья и преобладания в нем полезных и вредных элементов будет определяться применяемая технология обработки и переработки сырья.

Наглядно классификация сырья представлена на рисунке 1.

Сырье разделяется на следующие группы:

1. По химическому состоянию сырье подразделяется на органическое и неорганическое.

2. По видам запасов сырья химической отрасли может быть возобновляемым и невозобновляемым.

Возобновляемое сырье является наиболее доступным ресурсом для производства. С помощью возобновляемого сырья получают абсолютно новые продукты или продукты с улучшенными характеристиками (например, биогаз).

3. По своему происхождению сырье подразделяется на следующие виды:

- растительное, которое включает в себя хлопок, все виды древесины, каучук, сахарные и масленичные культуры;
- животное, представленное жировыми тканями и обработанными костями.

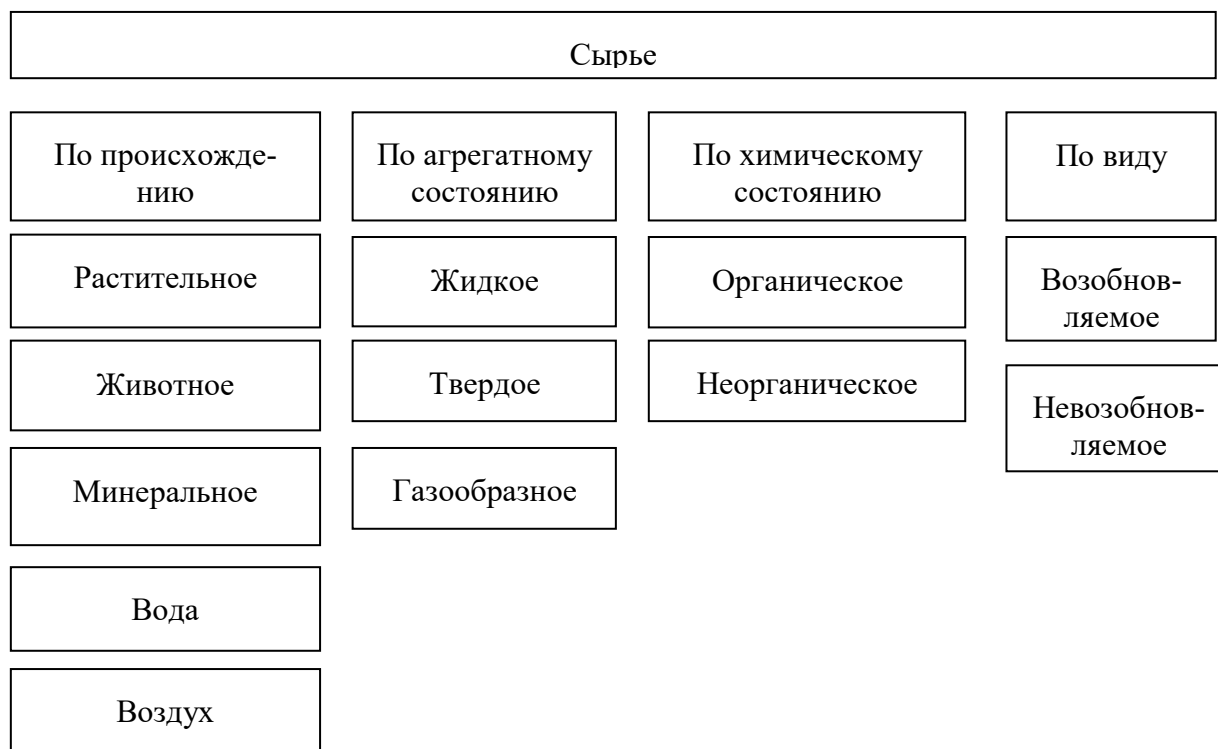


Рисунок 1– Классификация сырья на производстве

В свою очередь кости богаты необходимыми элементами, такими как белок и фосфорнокальциевыми солями, необходимыми для выработки получаемого в процессе производства широкого ассортимента продукции;

–сырье минерального происхождения, отдельно выделяется вода и воздух. В свою очередь минеральное сырье классифицируется на рудное, нерудное и горючее.

4. По агрегатному состоянию сырье может быть твердым, жидким и газообразным;

Для более точного учета материально-производственных запасов предприятия могут открывать субсчета.

10.8 – «Очень опасные, токсичные отходы». К данному виду отходов относятся пестициды, отходы с ртутью и селеном, отходы от получения водорода и т.д.;

10.9– «Высокоопасные отходы». Высокоопасные отходы включают в себя органические растворители, фунгициды и т.д.;

10.10– «Опасные отходы». В качестве примера опасных отходов может выступать нефтегазовый конденсат, буровые растворы с реагентами; табачная пыль, геосетка, отходы ликвидации кислотных и щелочных проливов, нафталин, синтетические смолы, терморезистивная пластмасса, смет помещения с содержанием средства с хлором; клеи на основе смол и каучука и т.д.;

10.11– «Малоопасные отходы»;

10.12– «Неопасные отходы».

Таким образом, классифицирование материально-производственных запасов требует особого внимания на предприятии.

Материально-производственные запасы отражаются в соответствии со специфическими особенностями рассматриваемой отрасли.

Благодаря химической промышленности появляются новые виды сырья и материалов, которых не были ранее созданы, поскольку на всех стадиях производства используемое сырье и материалы изменяются, приобретая новые свойства.

Химическая отрасль отличается значительной материалоёмкостью, а производство продукции в рамках этой отрасли требует высоких капиталовложений, что особенно влияет на учет материально-производственных запасов: на количество, качество и способы их хранения.

Углубленное изучение и выделение видов сырья влияет непосредственно на организацию и ведение складского учета на производстве.

Данные оборотные активы поддерживают непрерывный процесс производства, а грамотный и более детальный учет и управление материально-производственными запасами способны обеспечить эффективный технологический процесс, сокращая период времени одного производственного цикла, а также обеспечить интенсификацию труда на предприятии.

Применяя различные технологии по подготовке и обработке, а в дальнейшем и переработке материально-производственных запасов предприятие способно достичь более высоких результатов по реализации продукции собственного производства, а также укрепляя свои позиции на рынке путем усовершенствования ее качества.

Однако, пренебрегая детальными знаниями в области классификации материально-производственных запасов, особенностями производства и спецификой отрасли, а также условиями хранения и использования рас-

смаатриваемого оборотного актива, могут произойти опасные не только для самого предприятия, но и для людей происшествия.

Существуют виды сырья, которые могут сразу вступить в реакцию с кислородом при открытых ёмкостях для хранения.

Помимо вышеуказанной проблемы, остро стоит вопрос экологичности.

Производство химической промышленности занимает второе место по количеству отходов, уступая место металлургическому производству.

Внедряя новые технологии и формы обработки, переработки и производства продукции, предприятие способно не только предотвратить количество выбросов и отходов вредных веществ, открывать новые источники сырья для изготовления продукции, но и снизить издержки на изготовление и выпуск своей продукции.

Образовавшиеся отходы после процесса производства не должны выбрасываться в окружающую среду, тем самым повышая риски животному миру и людям.

Отходы могут использоваться для вторичного производства, либо быть переданы на сторону.

Д.М. Шор, И.М. Шор, Д.А. Шелестова

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Цифровизация меняет облик многих отраслей экономики. Особенно ярко это проявляется в банковской отрасли, где использование цифрового банкинга (онлайн и мобильного) стало одним из стратегических каналов, используемых клиентами кредитных организаций. При этом важно сказать о том, что цифровизация кредитных организаций является крайне актуальной в экономическом, организационном и социальном плане. И ведущую роль в данном процессе играет национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», нацеленная на повышение качества жизни населения и уровня его благосостояния на основе цифровизации.

Кредитные организации выступают лидерами по внедрению в своей деятельности различных технологических решений, служащих в дальнейшем катализаторами цифровизации в других отраслях экономики. Поэтому ускорение развития цифровизации в кредитных организациях выступает одной из важнейших задач развития экономики России. Вместе с тем необходимо учитывать то, что преобразование банковской деятельности в условиях цифровизации формирует дополнительные угрозы для национальной банковской системы (киберугрозы), что расширяет границы научного поиска наиболее рациональной цифровой модели осуществления банковской деятельности.

Таким образом, исследование развития цифровизации кредитных организаций особенно актуально ввиду того, что в условиях высокой конку-

ренции на банковском рынке использование цифровых технологий становится необходимостью, способствуя повышению не только эффективности деятельности участников за счет стремительного снижения рыночных, кредитных, операционных и комплаенс рисков и сопутствующих им издержек, но и доступности, качества и ассортимента банковских продуктов и услуг для конечных потребителей.

В настоящее время цифровизацию можно определить, как основу деятельности современной кредитной организации, обуславливающей перестройку традиционных форматов представления информации на цифровые посредством увеличения скорости обмена, доступности и защищенности информации. Кредитные организации, задействованные в процессах цифровизации, формируют тем самым свой имидж и предстают перед клиентами как современные технологически продвинутые организации.

В целом, можно выделить три подхода цифровизации кредитных организаций:

– первый подход основан на внедрении цифровизации, являющейся собственным проектом, не включающим в себя функции трансформации в выстраиваемую цифровую среду; происходящие цифровые преобразования внедряются поэтапно, базируясь на долгосрочном планировании и отработке пилотных проектов;

– второй подход – реализуется посредством пилотных проектов, разработкой и внедрением которых являются дочерние финансовые компании; деятельность и программное обеспечение выстраивается на базе требований цифровой экономики; основным преимуществом является клиентоориентированность;

– третий подход – предполагает признание первенства внедрения цифровизации; детальное построение структуры может использовать элементы других подходов, но в рамках полной реализации цифровой стратегии, посредством трансформации, как внутренних, так и внешних технологических процессов банка.

Вместе с тем важно учитывать тот факт, что цифровизация кредитных организаций имеет двойственный характер:

- с одной стороны, внедрение цифровизации обеспечивает модернизацию продуктов и услуг кредитных организаций, расширяя доступность и увеличивая скорость их предоставления, а также обеспечивая рост спроса на них, что благоприятно влияет на финансовые результаты кредитных организаций;

- с другой стороны, массовый переход к операциям в цифровом поле приводит к возрастанию киберугроз и снижению уровня безопасности проводимых операций, связанных с активным переходом на удаленный цифровой формат проведения банковских операций.

Своевременное внедрение инструментария цифровизации кредитных организаций позволяет создать цифровую банковскую экосистему, позволяющую:

- осуществлять доступ клиента кредитной организации ко всем ресурсам не только самой кредитной организации, но и ее сопутствующих проектов (страхование, инвестиции на фондовом рынке, бонусная программа с партнерами и др.);
- эффективно взаимодействовать с клиентом, опережая предложением возникающие потребности и ожидания.

И в данном случае кредитная организация становится центром экосистемы, являясь координатором возможных действий и операций клиента. Различия, заложенные в принципах формирования цифровых банковских экосистем, позволяет кредитным организациям в отличие от финтех-компаний занять центральное место в национальной экономике с учетом ее цифровизации, так как они обладают обширной клиентской базой с устоявшимися многолетними взаимоотношениями, имеют значительный объем ресурсов, обладают богатым опытом создания и внедрения продвинутых IT-платформ и др. При этом эксперты ожидают, что к 2025 году практически треть глобальной выручки всех финансовых институтов будет приходиться на цифровые банковские экосистемы.

Самыми распространенными инструментами цифровизации в банках являются:

- искусственный интеллект;
- инструменты анализа больших данных;
- роботизация процессов;
- чат-боты;
- оптическое распознавание.

К примеру, использование технологии искусственного интеллекта способствует росту доходов кредитных организаций за счет увеличения персонализации услуг клиентам; снижению затрат за счет повышения эффективности посредством более высокой автоматизации; снижению частоты ошибок; раскрытию новых и ранее нереализованных возможностей, основанных на улучшенной способности обрабатывать и генерировать информацию из обширного массива данных. В целом, технологии искусственного интеллекта могут значительно улучшить способность кредитных организаций достичь четырех ключевых результатов:

- более высокая прибыль;
- персонализация в масштабе;
- отличительный омниканальный опыт;
- быстрые инновационные циклы.

Кредитные организации, которые не могут сделать искусственный интеллект центральным в своей основной стратегии и операциях, рискуют

быть неконкурентоспособными. Этот риск еще более усугубляется текущими тенденциями:

- растущие ожидания клиентов по мере внедрения цифрового банкинга возрастают. В первые несколько месяцев пандемии COVID-19 использование онлайн-овых и мобильных банковских каналов в разных странах увеличилось и будет продолжаться на этом более высоком уровне. На различных мировых рынках ожидается сокращение посещений филиалов после окончания кризиса;

- использование передовых технологий искусственного интеллекта ведущими финансовыми учреждениями неуклонно растет. Наиболее часто используемыми технологиями искусственного интеллекта являются: автоматизация роботизированных процессов для структурированных оперативных задач; виртуальные помощники или разговорные интерфейсы для отделов обслуживания клиентов; методы машинного обучения для выявления мошенничества и поддержки андеррайтинга и управления рисками. В то время как для многих фирм, пользующихся финансовыми услугами, использование искусственного интеллекта является эпизодическим и сосредоточено на конкретных случаях использования, все большее число банковских лидеров принимают комплексный подход к разработке и внедрению передовых инструментов искусственного интеллекта;

- цифровые экосистемы разобщаются от традиционных финансовых услуг. Предоставляя доступ к различным услугам через общую точку доступа, цифровые экосистемы изменили способ обнаружения, оценки и покупки товаров и услуг потребителями. В результате кредитным организациям необходимо переосмыслить то, как они участвуют в цифровых экосистемах, и использовать искусственный интеллект для использования всей мощности данных, доступных из этих новых источников.

Несмотря на значительные объемы инвестиций, ежегодно затрачиваемые на технологические инициативы в области изменений в кредитных организациях, лишь немногим кредитным организациям удалось распространить и масштабировать технологии искусственного интеллекта по всему бизнесу. Среди основного препятствия в реализации усилий кредитных организаций в данной области выделим отсутствие четкой стратегии для искусственного интеллекта.

В настоящее время основные технологические системы кредитных организаций показали хорошие результаты, особенно в поддержке традиционных платежей и кредитных операций. Тем не менее, кредитные организации должны устранить недостатки, присущие устаревшим системам. Эти системы часто не имеют возможности и гибкости, необходимых для поддержки вычислительных требований, потребностей в обработке данных и анализа в режиме реального времени. Более того, резервы данных многих кредитных организаций фрагментированы по нескольким бункерам (от-

дельные бизнес– и технологические группы), а аналитические усилия сосредоточены узко на отдельных случаях использования. Без централизованной основы данных практически невозможно проанализировать соответствующие данные и создать интеллектуальную рекомендацию или предложение в необходимый момент времени. В свою очередь для масштабирования различных моделей аналитики и передовых инструментов искусственного интеллекта кредитным организациям требуется надежный набор стандартизированных процессов для построения, тестирования, развертывания и мониторинга применяемых моделей.

На современном этапе развития уровень цифровизации российских кредитных организаций достаточно высокий и по своим показателям не отстает от наиболее развитых экономик мира. При этом в условиях нестабильности, обусловленной пандемией коронавирусной инфекции COVID-19, усиливается роль цифровизации в формировании конкурентных преимуществ кредитных организаций, определяя перспективы их дальнейшего роста. Соответственно конкуренция на рынке банковских услуг смещается из ценовой области в область качества обслуживания, удобства взаимодействия и каналов коммуникации, полноты продуктового предложения, возможностей персонализации и дизайна продукта. Крупные российские кредитные организации благодаря полномасштабной цифровой трансформации имеют широкие возможности для предоставления клиентам широкого спектра продуктов и услуг в рамках своих собственных финансовых и даже нефинансовых экосистем. В целом, цифровизация способствует размыванию границ между банковской и небанковской деятельностью, что радикально меняет банковскую систему.

Пандемия коронавируса ускоряет цифровую трансформацию кредитных организаций в области внедрения технологий автоматизации и роботизации. В перспективе ожидается смена парадигмы банковской деятельности и ее трансформация в качественно иное цифровое измерение. При этом конкурентоспособность кредитных организаций все больше определяется их способностью отказаться от монолитной, вертикально интегрированной структуры и переориентироваться на открытые рынки и использование всего массива доступной информации в бизнес-целях. В свою очередь трансформация традиционной банковской деятельности в цифровой банкинг займет определенный период времени, длительность которого будет определяться предпочтениями потребителей финансовых услуг и продуктов и их цифровой грамотностью; уровнем защиты финансовых активов и информации от несанкционированного доступа; состоянием конкурентной и регуляторной среды.

Несмотря на наличие у цифровизации большого потенциала развития кредитных организаций, следует учитывать ее основной риск – потеря национального цифрового суверенитета со всеми вытекающими послед-

ствиями, что говорит о необходимости усиления и обеспечения кибербезопасности в выстраиваемой цифровой банковской экосистеме.

Сдерживающими факторами развития цифровизации кредитных организаций выступают: наличие регулятивных ограничений, препятствующих внедрению в банках новейших цифровых технологий; отсталое программное обеспечение и средства автоматизации, не позволяющие проводить внедрение новых подсистем в уже существующие; отсутствие необходимого объема финансовых ресурсов для реализации процесса цифровизации. В части последнего фактора отметим, что в ближайшие 2-3 года будет наблюдаться перераспределение в структуре операционных расходов в сторону увеличения доли расходов в области информационных технологий с нынешних 8-10% до 12-15%, в том числе за счет экономии в результате сокращения персонала благодаря автоматизации и роботизации процессов и перехода к обслуживанию клиентов преимущественно во онлайн. Кроме того, внутри расходов в области информационных технологий будут расти затраты на виртуализацию и средства защиты. Основные причины этого связаны с регуляторными требованиями, переводом сотрудников на удаленный режим работы, фокусом на обслуживание в цифровых каналах, а также использованием преимуществ гибридной инфраструктуры и микросервисной архитектуры.

И в заключение отметим, как было сказано выше, одной из перспективных технологий цифровизации российских кредитных организаций выступает искусственный интеллект. В свою очередь повышение эффективности деятельности в области искусственного интеллекта предполагает в первую очередь оценку того, как стратегические цели банка (например, рост, прибыльность, привлечение клиентов, инновации) могут быть включены спектром технологий искусственного интеллекта и совмещать цели искусственного интеллекта со стратегическими целями банка. После этого требуется провести комплексную диагностику стартовой позиции банка на четырех уровнях (переосмысление взаимодействия с клиентами; принятие решений на базе искусственного интеллекта; укрепление основных технологий и управление инфраструктурой данных; использование операционной модели платформы), чтобы определить области, которые нуждаются в ключевых изменениях, дополнительных инвестициях. Затем осуществляется разработка дорожной карты трансформации банка в области искусственного интеллекта.

Вместе с тем это предполагает учет множества нежелательных, а иногда и серьезных последствий, связанных с искусственным интеллектом. Поэтому нельзя упускать потенциальные опасности или переоценку возможностей банка по снижению рисков искусственного интеллекта. В силу этого важно учитывать пять болевых точек, которые могут привести к возникновению данных рисков:

- трудности с данными;
- технологические проблемы;
- проблемы с безопасностью;
- проблемы с алгоритмами;
- проблемы с человеко-машинными взаимодействиями.

Соответственно для того, чтобы перейти к устранению рисков искусственного интеллекта, рекомендуется руководствоваться следующими принципами:

- использование структурированного подхода к идентификации, чтобы точно определить наиболее критические риски;
- формирование института надежного общекорпоративного контроля;
- усиление конкретных мер контроля в зависимости от характера риска.

И по мере роста стоимости рисков, связанных с искусственным интеллектом, способность оценивать риски и вовлекать работников всех уровней в разработку и внедрение механизмов контроля станет новым источником конкурентного преимущества кредитных организаций.

А.Э. Шпаков

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЫ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, КАК ФАКТОР ДЕФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Воздействию информационных и цифровых технологий в наибольшей степени подвержена духовная сфера общественного бытия. Деформации и деструктивные изменения общественного сознания происходят в форме психоэмоциональной и социальной напряжённости. В условиях информационного и цифрового воздействия на духовное состояние общества и личность человека необходимы постоянный мониторинг информационно-цифровой среды как фактора роста психических заболеваний и различных форм зависимостей и выявление путей поддержания психического здоровья граждан.

В современной России активно и настойчиво стимулируется всепроникающее развитие информационно-коммуникационной среды (далее – ИКС) и оцифровывание жизни граждан в самых широких диапазонах: от образования и обучения до мельчайших аспектов быта граждан России.

Информационные и цифровые технологии открыли безграничные возможности для бюрократизации всех сторон нашей жизни. Если двести лет назад указы и циркуляры нужно было писать гусиным пером на гербовой бумаге, а ещё совсем недавно технические возможности бюрократии ограничивались четырьмя закладками бумаги с копиркой на пишущей машинке, то современные технические возможности сняли всякие ограничения.

В 2018 году «стартовал» проект «Умный город» а с 2019 года он реализуется в рамках национального проекта «Жилье и городская среда» и национальной программы «Цифровая экономика». Стандарты «Умного города» являются набором инструментов, направлений и технологических решений для цифровизации городской среды.

Статья 1 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон “Об индивидуальном (персонифицированном) учёте в системе обязательного пенсионного страхования” и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Закон № 48-ФЗ) содержит новое определение страхового номера индивидуального лицевого счёта (далее – СНИЛС), которое придает ему дополнительные свойства: «страховой номер индивидуального лицевого счёта – уникальный номер индивидуального лицевого счёта, используемый для обработки сведений о физическом лице в системе индивидуального (персонифицированного) учёта, а также для идентификации и аутентификации сведений о физическом лице при предоставлении государственных и муниципальных услуг и исполнении государственных и муниципальных функций». Таким образом, предлагается использовать СНИЛС в качестве сквозного идентификатора личности, обязательного при обращении в государственные органы и к местным властям. Это – настоящая революция на поприще цифровизации населения России.

В общественном сознании упорно насаждается стереотип о неизбежности цифровизации. В контексте обсуждаемого стереотипа бытует весьма распространённое мнение, что плоды научно-технического прогресса не только облегчают нашу жизнь, но и делают её более комфортной. Однако нельзя не заметить, что новые технологии, радикально ускоряя темп, «сжигают» жизнь человека: чем быстрее жизнь, тем ближе смерть...

Что собой представляет «информационное общество»? Отчего оно «диктует свои требования»? К чему приведёт навязываемый темп развития общества? Ради чего мы должны соответствовать новым технологиям? Всё это – актуальные вопросы, несомненно подлежащие широкому общественному обсуждению и независимой экспертизе со стороны различных групп профессионального сообщества.

Цель настоящей работы – выявление опасностей, порождаемых ИКС и внедрением цифровых технологий в образование, воспитание и становление человеческой личности.

Воздействию ИКС и цифровизации в наибольшей степени подвержена духовная сфера общественного бытия. Деформации и деструктивные изменения духовной сферы, происходящие в форме психоэмоциональной и социальной напряжённости, искажённых нравственных норм, ложных целей и ценностей, оказывают непосредственное воздействие на все основные сферы общественной жизни, включая политическую и экономическую.

Понятие «информационное общество» почти не соответствует существующей реальности, поскольку общество в той или иной мере использует информационные технологии: либо себе во благо, либо во вред. Увеличение и алгоритмизация объёма информации привели к тому, что ИКС превратили в самостоятельную структуру, навязывающую пользователю свой «стиль общения», «свой стиль мышления». На наших глазах происходит превращение Homo sapiens (Человек разумный) в homo digital (человек оцифрованный). Жёсткий диктат ИКС проявляется в том, что пользователь отстаивается в развитии на уровне «компьютерного Маугли»: у него нет времени для рефлексии (временного отстранения от источников информации, в период которого происходит формирование и развитие личности), вербального и невербального общения с непосредственным окружением. Кроме того, ИКС содержит более 95% ненужной информации, т. е. «шума», что весьма существенно.

Ненужная информация – это прежде всего вредная информация. Так уж мы устроены, что, если попытаемся сделать глоток воды одновременно со вздохом, то непременно поперхнёмся или, того хуже, утонем в стакане воды. То же самое происходит и с информацией: одновременное её поглощение и осмысление невозможно; эти действия должны следовать одно за другим. Может, кто и попытается все делать одновременно, но испытание собственного разума на прочность – дело сугубо личное...

Чем больше поток информации, тем меньше времени на её осмысление. Человек, безвозвратно погружающийся в бесконечный шквал информационного потока, в принципе, теряет саму возможность самостоятельного мышления: он вообще не знает, что означает «думать».

В настоящее время, к сожалению, весьма распространён многочисленный тип людей, привыкших действовать или бездействовать в строгом соответствии с содержанием направленного на них потока информации. При этом этап критического осмысления этого потока полностью отсутствует (например, государственный переворот «Майдан» в Украине сопровождался призывом «Кто не скачет, тот москаль!»). Если изменить содержание информационного потока, то изрядная доля тех же людей уже на следующий день уверенно осудит всё то, за что ещё вчера были готовы чуть ли не жизнь свою положить.

Рефлексия зависит от ряда условий функционирования мозга человека: во-первых, мышление и рефлексия наиболее продуктивны в период спокойного бодрствования; во-вторых, чем больше загружен человек переработкой информации, тем меньше его внимание сконцентрировано на собственном «Я». В случае чрезмерного повышения активности мозговых функций возникает чувство тревоги, эмоциональное перевозбуждение, страх, ярость; внимание становится рассеянным, восприятие ограничено, характерно со-

стояние замешательства; продуктивность поведенческих реакций бедная, сами реакции дезорганизованы, самоконтроль расстроен.

Рефлексия человека подавляется тем больше, чем больше он загружен переработкой информации: тотальное воздействие информационного «шума» на мозг всё больше угнетает сознание, дезорганизует человека, ослабляет критичность восприятия.

Уже сегодня в России наблюдается рост жертв ИКС и цифровизации – людей, которые не умеют и, самое страшное, не хотят думать.

Воздействие ИКС на человека приводит к разрушению идеальной, возвышенной стороны жизни, заменяя её банализацией, подчинением «законам рынка»: идеалы жизни превращаются в рыночный продукт массового потребления, но отнюдь не освоения. В конечном итоге, информационные технологии уводят людей в виртуальный мир информации и активно формируют потребительские зависимости.

Принято различать пять основных форм зависимости от ИКС:

- зависимость от виртуального секса (первенство – у мужчин);
- зависимость от общения с реальными и абстрактными знакомыми в онлайн-форме (первенство – у женщин);
- зависимость от интерактивных игр (первенство – у детей и подростков);
- общее влечение к активной сетевой деятельности (интернет-торговля, онлайн-ставки и др.);
- бесцельные и беспорядочные прогулки по сети Интернет.

Десятилетие назад от этих форм зависимости страдало около 10% населения России, сейчас же неуклонно растёт число так называемых «интернет-наркоманов», образующих основной контингент оцифрованного российского общества.

Трагедия состоит в том, что ни образование, ни воспитание душевно больного населения, страдающего разнообразными (прежде всего, информационными) зависимостями, не представляется возможным.

Применение информационных и цифровых технологий бесспорно необходимо там, где это приносит очевидную пользу (например, в науке, в оборонной промышленности, при производстве высокотехнологичных продуктов и т. п.). Другое дело, наша общественная и, тем более, личная жизнь: здесь следует быть предельно осторожным – оцифровывать можно **что** угодно, но не **кого** угодно.

В этой связи следует провести масштабные исследования ИКС и цифровизации населения как факторов, способствующих росту психических заболеваний и различных форм зависимостей, выявить пути духовной гигиены и поддержания психического здоровья нации.

Применение информационно-цифровых технологий должно непременно быть под надзором гражданского общества и разнообразных профессиональных сообществ России.

Необходимо установить точные границы применения и распространения информационно-цифровых технологий в областях, где это несомненно полезно, где это вообще не нужно, и где это совершенно недопустимо.

Не вызывает никаких сомнений, что в системе образования, в пространстве общественной жизни России информатизация и цифровизация должны быть делом абсолютно добровольным, а отказывающиеся принять оцифровку никак не должны быть ущемлены в своих жизненных возможностях, гражданских и политических правах. В этом вопросе совершенно недопустим всеобщий диктат.

К.О. Щербина

МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА

В последние годы туризм стал крупнейшим и самым быстрорастущим сектором мировой экономики. Поэтому он рассматривается как один из основных инструментов для усиления регионального развития во многих странах, поскольку он создает возможности для трудоустройства, валового дохода, а также стимулирует спрос на местные продукты и отрасли.

Несмотря на многие очевидные преимущества, туризм также может оказывать негативное воздействие на окружающую среду и общество, что может представлять угрозу для устойчивости региона. Поэтому устойчивое развитие туризма стало критически важной темой, и мировое сообщество уделяет ему все больше внимания. Это особенно верно для островов, которые часто воспринимаются как «рай» для многих людей и поэтому привлекают и мотивируют их искать «островной опыт» во время своих путешествий. Это исследование является частью пилотного проекта по созданию биосферных резерватов как «учебных лабораторий для устойчивого развития».

Туристическое направление – это очень динамичная и сложная система, состоящая из множества взаимозависимых компонентов и включающая в себя широкий круг заинтересованных сторон, каждый из которых преследует разные цели управления, которые могут привести к непредвиденным конфликтам между заинтересованными сторонами. Эти различия в представлениях различных заинтересованных сторон о системе туризма и о том, как ими следует управлять, имеют большое значение. Все заинтересованные стороны имеют разные ментальные модели компонентов системы в целом и того, как эти компоненты взаимодействуют. Их получение может значительно помочь в улучшении понимания системы в целом. Что

еще более важно, такой процесс должен привести к общему пониманию, которое будет возможно, только если все заинтересованные стороны вовлечены в процесс. Разработка системной модели, которая включает и отражает различные ментальные модели заинтересованных сторон, не только поможет выработать общее понимание системы, но и поможет определить коренные причины сложных проблем, а не просто устранить симптомы.

Это исследование посвящено интеграции различных ментальных моделей заинтересованных сторон в развитие туризма путем структурирования этих моделей в концептуальную модель туристической системы. Это иллюстрирует, как эта концептуальная модель может быть проанализирована и использована для определения точек воздействия для системных вмешательств, которые необходимы для развития индустрии устойчивого туризма.

В управлении туризмом участвуют самые разные государственные и частные заинтересованные стороны, такие как туристические операторы, местные сообщества, местные органы власти, каждый из которых имеет различные наборы потребностей и ожиданий в отношении развития туризма в регионе.

Туристические операторы зависят от природных ресурсов и ресурсов культурного наследия региона и поэтому делают упор на доступность туристических объектов и услуг. Их основными проблемами являются долгосрочный рост, прибыльность и новые возможности для бизнеса, в то время как местные органы власти хотят оптимизировать использование ресурсов, на которых создаются рабочие места, и ресурсов, защищаемых. Местные жители, которые оплачивают расходы, связанные с развитием туризма, больше заинтересованы в возможностях трудоустройства, безопасности или улучшении своего образа жизни и стоимости жизни в регионе. Руководство подчеркивает необходимость снижения воздействия туризма на окружающую среду.

Различные потребности и ожидания между заинтересованными сторонами усложняют задачу обеспечения устойчивого управления туризмом в регионе. Сложность, связанная с развитием индустрии устойчивого туризма в этих условиях, оправдывает использование системного подхода для выработки общего понимания и сведения к минимуму конфликтов интересов между различными заинтересованными сторонами в системе.

Разработка концептуальной модели должна быть основана главным образом на качественных описаниях ментальных моделей различных заинтересованных сторон. Процесс состоит из двух основных этапов. На первом этапе должна быть разработана предварительная концептуальная модель на основе обширного обзора литературы и интеграции и структурирования ментальных моделей различных заинтересованных сторон в от-

ношении того, как они воспринимают различные компоненты и взаимодействия между различными переменными в системе. На этом этапе должны быть проведены углубленные интервью и обсуждения в фокус-группах (ФГД) с широким кругом заинтересованных сторон для изучения их ментальных моделей. На втором этапе должен быть проведен семинар для заинтересованных сторон для уточнения и проверки предварительной модели систем.

За неделю до семинара предварительная системная модель, вопросник и краткое изложение того, как должна быть построена модель, должны быть отправлены двадцати пяти участникам, которые участвовали в ФГД и углубленных интервью. Анкета содержит три вопроса, направленных на поиск экспертных знаний участников для: изменения связей между переменными в модели на основе их собственного мнения; добавить переменные, которые не должны быть включены в предварительную модель, а также указать причину, по которой они добавили эти переменные в модель, и расставить приоритеты для трех наиболее важных переменных в соответствии с их мнением.

Затем двадцать пять отобранных участников должны быть официально приглашены для участия в семинаре заинтересованных сторон. Участники представляли органы местного самоуправления, туроператоров, лидеров общин и местных жителей, которые активно участвовали в туристической деятельности.

Семинар должен быть использован для лучшего понимания концепции системного мышления и для обсуждения разработки концептуальной модели системы туризма. Чтобы облегчить эту сессию, предварительная модель должна быть скопирована на большой лист бумаги и размещена на стене, где проходил семинар. Предварительная модель должна быть относительно простой и не отражать всеобъемлющей картины туризма в регионе на данном этапе. Тем не менее, это может послужить важной отправной точкой для мозгового штурма участниками семинара.

Участникам предложено внести изменения в модель на основе их обсуждений, удалив или добавив переменные на листе бумаги. Участников также просят определить отношения между переменными, нарисовав стрелку между каждой парой связанных переменных. Кроме того, с помощью исследовательской группы, несколько петель обратной связи должны быть первоначально определены. В конце упражнения по созданию групповой модели должен быть достигнут общий консенсус в отношении того, что эта модель представляет собой справедливое представление общих мнений различных заинтересованных сторон.

Окончательная концептуальная модель дает четкое представление об интеграции ментальных моделей, которые должны быть распространены и интегрированы соответствующими заинтересованными сторонами в обла-

сти развития туризма. Процесс построения модели должен быть важным упражнением для участников, которые рассматривали дискуссионные группы, индивидуальные интервью и семинар как форум для представления своих идей.

Модель объясняет источники динамизма и сложности, которые привели к затруднению. Эти аспекты могут быть сгруппированы в три основные категории, включая экономику туризма; природные ресурсы и окружающая среда; и социально-демографические проблемы. Они показаны в разных цветах. Красные стрелки связывают экономические переменные, формируя экономическую составляющую туризма; синие стрелки связывают переменные среды, в то время как розовые стрелки связывают социально-демографические переменные, представляющие социально-демографическую составляющую модели туризма.

Системная модель и особенно процесс ее разработки помогли заинтересованным сторонам лучше понять ментальные модели друг друга, а также долгосрочные последствия и сложности, связанные с устойчивым развитием туризма в биосферном заповеднике. Системная модель особенно полезна для иллюстрации и понимания «более широкой картины» туризма и того, как факторы, влияющие на систему, не являются изолированными и независимыми, а динамически связаны. Это иллюстрирует, как различные факторы вызывают рост или снижение друг друга, а также в других ключевых областях системы.

Таким образом, модель может использоваться в качестве платформы для диалога, общения, сотрудничества и принятия решений между соответствующими заинтересованными сторонами в регионе. Это делает модель потенциально мощным инструментом для политиков и практиков, которые разделяют ответственность за управление и поддержание системы. Это имеет особое значение в нынешнем туристическом контексте, где отсутствие общего видения и координации между заинтересованными сторонами.

Модель также позволяет идентифицировать петли обратной связи, которые могут быть либо усиливающими, либо балансирующими. Усиливающие петли являются положительными обратными связями, которые представляют действия, которые многократно влияют друг на друга, чтобы непрерывно увеличиваться или уменьшаться, в то время как уравнивающие петли (отрицательные обратные связи) стремятся к стабильности и помогают контролировать возвращение системы в нормальное состояние или работать против усиливающей петли. Эти петли играют важную роль в системном анализе, помогая определить движущие силы или растущие двигатели и препятствия или барьеры для туристической системы. Кроме того, они особенно важны для определения точек воздействия в системе, которые могут помочь менеджерам устранить коренные причины проблем.

Это позволит им разработать соответствующие стратегии вмешательства, которые могут помочь в достижении устойчивого развития.

Отправной точкой для анализа туристической системы является центральная петля роста туризма. Этот цикл связывает следующие переменные числа туристов, инвестиций, инфраструктуры и объектов, а также привлекательности курорта. Это простая укрепляющая петля, которая отражает движущие силы экспоненциального роста туризма на острове в последние несколько десятилетий. Возможной отправной точкой для этого цикла является «количество туристов». Поскольку быстрый рост туризма в биосфере в последнее десятилетие привел к большому объему доходов от туризма, правительству и частному сектору должно быть рекомендовано инвестировать средства в развитие связанных с туризмом объектов и инфраструктуры на острове для удовлетворения растущего спроса.

Ясно, что привлекательность курорта выступает в качестве важнейшего фактора роста туризма, который побуждает людей посещать и проводить время. Венгесайи также отметил, что чем больше место назначения способно удовлетворить потребности туристов, тем более привлекательным оно считается. В результате такой пункт назначения с большей вероятностью будет рассмотрен и выбран при принятии решения о том, куда путешествовать.

Выделены две важные балансирующие петли, объясняющие долгосрочные последствия развития туризма для окружающей среды и привлекательности туристического направления. Эти петли включают количество туристов, инвестиции, туристическая инфраструктура и объекты, отходы, население и привлекательность края; и количество туристов, количество отходов, загрязнение окружающей среды и привлекательность курортов.

Неправильная свалка и недоступность очистных сооружений для размещения большого количества твердых и жидких отходов, которые ежедневно образуются гостиницами, ресторанами и другими туристическими объектами, являются критическими проблемами для окружающей среды. Ожидается, что больше загрязняющих веществ будет по-прежнему сбрасываться в биосферу, в то время как деградация окружающей среды будет продолжать увеличиваться из-за нехватки соответствующих очистных сооружений и установок для удаления отходов. Кроме того, такое накопление отходов уменьшит привлекательность побережья и, как следствие, уменьшит количество туристов.

Быстрое развитие туризма принесло больше развития в города, а также увеличило неравенство между городом и другими районами. Широкий спектр возможностей трудоустройства должен быть создан благодаря различным связанным с туризмом услугам, которые привлекают большое количество людей из сельских районов для временной миграции в город в поисках лучших средств к существованию.

Нет сомнений в том, что временная миграция повысила уровень жизни очень многих бедных семей в районах и других прилегающих районах. В случае неквалифицированных рабочих миграция помогла улучшить их продовольственную безопасность, доступ к финансированию для сельскохозяйственной деятельности и накопление минимальных активов, что помогает им компенсировать высокие расходы на образование и расходы на проживание своих детей.

Быстрое развитие туризма в течение последних нескольких десятилетий потребовало больше земли для расширения объектов и инфраструктуры, связанных с туризмом. Физическое развитие этих объектов создало негативное воздействие на окружающую среду. Наиболее выдающимися из них являются большие площади сельскохозяйственных и охраняемых земель, которые должны быть очищены для строительства главной дороги, проходящей через край, и строительства других мест отдыха, таких как туристические курорты и места для переселения местных жителей.

Туризм представляет собой динамичную и сложную систему. Процесс разработки концептуальной модели туризма значительно помог соответствующим заинтересованным сторонам в регионе, которые разделяют ответственность за поддержание системы. Лучшее понимание динамических и сложных взаимоотношений в системе должно быть достигнуто, особенно благодаря процессу совместного участия и согласования различных ментальных моделей различных заинтересованных сторон.

Системная модель представляет «большую картину» туризма и иллюстрирует, как факторы, влияющие на систему, не являются изолированными и независимыми, а динамически связаны. Это показывает, как различные факторы вызывают рост или снижение друг друга, а также в других ключевых областях системы. Таким образом, модель может использоваться в качестве платформы для диалога, общения, сотрудничества и принятия решений между соответствующими заинтересованными сторонами в регионе. Это делает модель потенциально мощным инструментом для политиков и практиков, которые должны управлять системой и поддерживать ее в целом.

Разработка модели причинно-следственной связи туристической системы может послужить прочной основой для определения ключевых точек воздействия в системе. Эти точки воздействия полезны для разработки эффективных и своевременных стратегий системного вмешательства, которые позволят важной туристической индустрии устойчиво двигаться вперед.

Это исследование продемонстрировало использование радикального подхода (системного мышления) для изучения и изучения сложности развития туризма. Модель причинно-следственной связи должна быть использована для разработки системной динамической модели, позволяющей

лицам, определяющим политику, и соответствующим заинтересованным сторонам тестировать различные сценарии, связанные с развитием туризма.

Б.Т. Юлдашев, С.Б. Жамолдинов

АНАЛИЗ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Задачи анализа исполнения сметы расходов по внебюджетным фондам заключаются в следующем:

- оценка выполнения бюджетных задач по всем видам расходов внебюджетных фондов;
- оценка выполнения плана по основным показателям каждого вида расходования внебюджетных фондов;
- учитывать влияние факторов на отклонения ключевых показателей эффективности (объем производства, прибыль, стоимость и т. Д.);
- разработка мероприятий по устранению выявленных в ходе анализа недостатков, поиска способов расходования внебюджетных средств и их эффективного использования;
- контроль за правильностью организации доходной и расходной частей бюджета.

Источниками анализа внебюджетных расходов являются:

- Отчет об исполнении сметы доходов и расходов внебюджетных фондов (для каждого вида внебюджетных фондов – индивидуальный, для всех внебюджетных фондов, имеющих в организации – общий отчет);
- Отчет об исполнении государственных и условных планов по каждому виду внебюджетных фондов;
- Бухгалтерская, аудиторская и аудиторская информация.

Чтобы правильно организовать хозрасчет, необходимо применить экономически обоснованную классификацию по определенным характеристикам. Важными из них являются: структура и экономическое содержание затрат, роль и функция затрат в производственном процессе, способ включения в себестоимость продукции, соотношение объемов производства и т.д. В связи с этим необходимо проанализировать проблему классификации затрат на образование в высшей школе и определить направления ее практического развития.

Стандартизация учета затрат бюджетного учреждения по экономическим элементам и статьям расчета (в зависимости от отраслевых особенностей), по способу включения в стоимость (прямая и накладная), по отношению к технико-экономическим факторам (условно-постоянным и условно-переменным) ограничивающие и другие цели.

Методика расчета удельной стоимости услуг и выбор основы для распределения накладных расходов между объектами расчета

производится самостоятельно учреждением или органом, выполняющим функции и полномочия учредителя.

Таблица 1 – Классификация затрат на образовательные услуги высших учебных заведений

Классификационные знаки	Подразделения затрат
С точки зрения экономических элементов	Экономические элементы затрат
По статьям затрат	Пункты расчета стоимости
По субъектам хозяйственного процесса	Расходы на центры ответственности и места отправления
По объектам ввода стоимости	Объекты калькуляции затрат
По технико-экономическим задачам	Капитальные и накладные расходы
По способу включения в стоимость статей бухгалтерского учета	Прямые и косвенно распределяемые затраты
По степени экономической общности (находясь в одном раунде)	Одноэлементные и комплексные затраты
По степени зависимости от объема производства	Переменные и постоянные затраты
Что касается области происхождения	Производственные и непроизводственные затраты
В зависимости от способа включения в стоимость	Затраты определенного периода и удельные затраты на продукт
По целесообразности затрат	Производственные и непроизводственные

Общие операционные расходы, понесенные организацией за отчетный период, относятся на стоимость оказанных услуг в соответствии с учетной политикой, утвержденной учреждением, а в части нераспределенной прибыли – на прирост расходов текущего финансового года.

Сумма затрат бюджетного учреждения на продвижение услуг включается в операционные накладные расходы. Затраты на обслуживание учитываются на счете, имеющем аналитический код группы синтетических счетов.

Группировка расходов на счетах осуществляется по видам расходов и группам расходов:

- прямые (косвенные) затраты, включенные в стоимость прямых услуг;
- накладные расходы;
- общие операционные расходы;
- избыточные затраты на оборот.

Структуру затрат учебного заведения можно распределить в следующем порядке:

- заработная плата преподавателей и их фонд оплаты труда;
- выплата заработной платы ассистентам учителей и выплаты, начисляемые на их заработную плату;

- покупка расходных материалов;
- коммунальные и другие расходы, связанные с использованием имущества;
- заработная плата административного персонала;
- общехозяйственные потребности (обучение сотрудников, подготовка учебных пособий, оплата услуг по договорам гражданского характера, оплата услуг в области информационных технологий, представительские расходы и др.).

Надежность и точность работы бюджетного учреждения зависит от размера сметной стоимости образовательной услуги или направления, что в свою очередь становится результатом применения того или иного метода распределения косвенных затрат. Для расчета стоимости образовательных услуг необходимо учитывать существующую методику расчета основы распределения косвенных затрат. Все эти методы позволяют рассчитать стоимость образовательных услуг для одной формы обучения, специализации или одного курса на одного студента.

Как правило, если соотношение доходов и расходов не определено должным образом или косвенно, доходы и расходы распределяются налогоплательщиком независимо с учетом принципа равного признания доходов и расходов.

Принцип соразмерности не позволяет без определенных потерь тратить средства образовательного учреждения, например, когда есть необходимость одновременных финансовых вложений в развитие учебного процесса (например, покупка компьютерных классов, переоборудование котлов, замена трансформаторов на внутренних подстанциях и т. д.) требуется взыскание большого количества средств.

Принцип равного измерения доходов должен быть одинаковым, а недостающая сумма накапливается. Однако в процессе накопления возникает разница между доходами и расходами в текущем периоде, и как следствие – налог на прибыль, и в результате некоторая часть накопленной суммы сразу теряется. Чтобы избежать таких потерь, необходимо изменить методику формирования сметы доходов и расходов.

Тот же принцип учета доходов и расходов требует наличия четко сформулированной оценки и проведения для нее соответствующих расчетов.

Учитывая перечисленные выше проблемы, мы предлагаем следующие варианты действий:

1. Необходимо произвести смету доходов и расходов по внебюджетной деятельности.
2. Должен быть создан центр планирования доходов и расходов. (отдел, руководство, группа планирования).

3. Еще одним важным фактором при осуществлении оперативного контроля за использованием внебюджетных средств (использованием средств) высшего образования является анализ внебюджетных средств.

Предлагаем методику анализа доходов и расходов от внебюджетной деятельности, и начать ее внедрение с анализа формирования внебюджетных фондов высших учебных заведений.

Осуществляя хозяйственную деятельность, бюджетные учреждения стремятся покрыть только сверхнормативные расходы и не планируют получать прибыль. В доходной и расходной сметах бюджетных учреждений расходная часть приравнивается к доходной, но в реальности добиться четкого соответствия доходов и расходов практически невозможно из-за влияния неопределенностей (изменение цен, контракты поставщиков с один и т. д.).

Прибыль (убыток) возникает в результате превышения доходов над расходами (или, наоборот, превышения расходов над доходами). Финансовые результаты бюджетного учреждения от хозяйственной деятельности необходимо учитывать на субсчете 260 «Прибыль (убыток)». Счета прибылей и убытков также включают доходы от продажи товаров, услуг, а также непроданные операции сверх расходов. Ежеквартально распределение прибыли производится по результатам работы, за вычетом суммы налога, рассчитанной в соответствии с налоговым законодательством.

На наш взгляд, расчет налога на прибыль на субсчете «Прибыль (убыток)» некорректен, поскольку такая практика увеличивает убыток и искажает информацию о финансовом результате. Будет два фонда: «Фонды материального стимулирования и социальных выплат» и «Фонды содержания и развития материально-технической базы». Убыток, в свою очередь, уменьшает размер фонда. Объем созданных средств отражается в пассивном балансе как источник будущих расходов за счет средств, сформированных за счет прибыли. Однако в случаях, когда убыток превышает сумму накопленных средств, на практике разница не переносится, а остается по дебету субсчета «Прибыль (убыток)» и отражается в балансе актива, тем самым увеличивая сумму средств учреждения.

Расходы из прибыли аккумулируются в течение года на субсчетах «Расходы на прибыль» и «Расходы на капитальное строительство за счет содержания (снабжения) и развития материально-технической базы». В конце года вышеупомянутые субсчета закрываются в сокращенном виде за вычетом расходов, понесенных в течение года.

Это означает, что будет два источника возмещения затрат из прибыли, а затраты на капитальное строительство останутся прежними. Расходы,

отраженные как по дебету счета 261.4, так и по дебету счета 261.5, покрываются за счет средств, сформированных за счет прибыли.

Необходимо пересмотреть систему учета финансовых результатов хозяйственной деятельности бюджетных учреждений по доходам и расходам. Финансовый результат формируется путем сопоставления оплаченных расходов, сформированных по кредиту субсчета «Выплаченные доходы», сформированного по дебету соответствующего субсчета «Неоплаченные расходы». В этом случае сумма расходов переносится с кредита соответствующих субсчетов на дебет субсчетов по счету доходов. Предлагаем сформулировать финансовый результат в разделе «Результаты исполнения бюджета по хозяйственной деятельности»:

- по кредиту рассматриваемого субсчета и по дебету субсчета «Выплаченные доходы» – сумма дохода сверх расходов;
- по дебету рассматриваемого субсчета и по кредиту субсчета «Выплаченные доходы» – сумма расходов сверх дохода.

Для расчета прибыли мы предлагаем определенный операционный подход. Согласно этому подходу, сама структура источников прибыли представлена в структуре:

- доход от оплачиваемой деятельности;
- Прибыль от других операций (кроме продаж).

В заключение следует отметить, что прибыль от предпринимательской деятельности должна реинвестироваться в бюджетную деятельность учреждения и может пониматься как дополнительный источник бюджетного финансирования и может рассматриваться как таковая. Чистая прибыль предприятия не должна оставаться на балансе внебюджетных источников, понесенные расходы в отчете о прибылях должны отражаться отличительным знаком, т.е. включаться в баланс по бюджетным источникам. В настоящее время средства, сформированные за счет прибыли, остаются на балансе внебюджетных источников. Учитывая сложившуюся тенденцию ужесточения контроля над внебюджетными фондами и агрегирования всех средств учреждения, предложенный вариант отражения понесенных затрат за счет прибыли бизнеса может служить промежуточным этапом при переходе к балансовой дифференциации. Реинвестированная сумма должна быть отражена в остатке бюджетных средств. Для этого предлагаются следующие шаги:

1. Перевод денежных средств в размере реинвестированных средств с лицевого счета внебюджетных фондов на лицевой счет дополнительного финансирования за счет бюджета и отразить этот процесс соответствующими бухгалтерскими записями.

2. Уменьшение (уменьшение) остатка на субсчете «Средства на развитие учреждения» до суммы реинвестирования и одновременное увеличение количества дополнительных источников финансирования в регистрах бухгалтерского учета на такую же сумму.

С.Н. Яковенко, М.Д. Попандоуло, В.С. Одеколонова
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

2020 год стал переломным для всех экономических секторов. В разгар пандемии из-за локдауна одновременно во всех странах произошел скачкообразный рост безработицы и спад производства. До сих пор в некоторых странах действует lock-down (ограничительные меры), в таких как: Великобритания, Греция, Франция, Германия. В эти страны невозможно приехать из-за закрытых границ, а жители этих стран не могут покидать территорию своих домов. На данный момент на территории Российской Федерации большинство ограничительных мер снято, так как у каждого региона своя власть, которая занимается решением данной проблемой.

В нашей статье мы сравним 2 отрасли: авиаперевозки, которые понесли колоссальные убытки, и онлайн-ритейлеры, которые стали самыми доходными и наименее пострадавшими во время карантина компании. Для нашего исследования мы использовали сравнительный анализ российских компаний и ведущих зарубежных.

Одним из наиболее пострадавшим сектором являются авиаперевозки. По итоговым отчетам компания Lufthansa German Airlines доход авиаперевозчика уменьшился на 75,3% до €4,1 млрд, отразив значительное сокращение пассажира оборота. При этом, доход с одного пассажира-километра вырос на 8,2%.

Также, выручка национального перевозчика Швейцарии – SWISS – сократилась на 66,3% до €1,7 млрд, что объясняется значительным снижением пассажирооборота и уровня загрузки кресел. Следствием указанных факторов стал операционный убыток €695 млн против прибыли, полученной годом ранее.

Выручки крупнейшей австрийской авиакомпании Austrian Airlines в отчетном периоде снизилась на 78,2% до €460 млн на фоне сопоставимых темпов падения пассажирооборота и процента загрузки кресел. При этом, доход с одного пассажира-километра вырос на 14%.

Доходы компании Brussels Airlines начиная с 2020 года упали на 71,9% до €414 млн, отразив снижение пассажирооборота на 75,3% и уровня загрузки кресел. Вследствие этого операционный убыток компании составил €332 млн.

Сегмент Eurowings, функционирующий по принципу «от точки до точки», является одним из приоритетных направлений развития. Выручка

подразделения снизилась на 74,1% до €598 млн на фоне сопоставимых темпов снижения пассажирооборота.

Крупнейший российский авиаперевозчик Аэрофлот опубликовал финансовые результаты за 2020 год: чистый убыток группы составил ₹123,2 млрд. В 2019 году компания показала ₹13,5 млрд чистой прибыли. Выручка снизилась на 55,4% по сравнению с прошлым годом до ₹302,2 млрд. В 2020 году Группа «Аэрофлот» перевезла 30,2 млн пассажиров, что на 50,3% ниже результатов 2019 года. Вместе с паникующим рынком акции «Аэрофлота» обвалились на 53%.

На данный момент наиболее успешными стали компании, которые занимались доставкой на дом, и онлайн-ритейлеры. Из-за отсутствия возможности покинуть свои дома, люди пользовались онлайн-услугами в различных сферах: доставку еды осуществляли: Delivery Club, Яндекс.еда, либо напрямую у заведения общественного питания; покупку онлайн вещей осуществляли: Ozon, Fix Price, Aliexpress, Farfetch.

«Яндекс» – российская ИТ-компания, владеющая одноименной системой поиска в Сети и интернет-порталом. LfL-выручка Yandex выросла на 24% г/г в 2020 г., из которых примерно 15 % пришлось на сегменты Такси и Маркет. Оборот "Яндекс.Маркета" по итогам 2020 года увеличился почти в полтора раза и составил 28,8 млрд рублей. Выручка "Яндекс.Маркета" в четвертом квартале выросла на 17% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года и достигла 8,7 млрд рублей. Yandex представил прогноз выручки на 2021 г., который предусматривает ее рост на 40-47% г/г до 305-320 млрд р. Учитывая традиционно слабую прогнозируемость выручки в начале года, а также увеличение вклада в рост выручки сервисов в сегменте e-com. Сейчас ожидается, что выручка сегмента «Яндекс Такси» составит 116 млрд р. в 2021 г., из которых 36 млрд руб. будет приходиться на сегмент e-grocery (31% совокупной выручки против примерно 16% в 2020 г.).

В рамках финансовой отчетности Mail.ru Group Delivery Club сообщает об увеличении выручки по итогам 2020 года до 10 млрд рублей. Выручка в 2,3 раза превышает показатель 2019 года и опережает сделанный в начале 2020 года компанией прогноз на двукратное увеличение. Выручка по итогам четвертого квартала 2020 года составила 3,1 млрд рублей, впервые преодолев планку в 3 млрд рублей. Сервис также увеличил количество подключенных к платформе ресторанов до 38,9 тыс. (на конец 2020 года), что в 2,8 раза больше, чем в конце 2019 года. Сервис расширил географию своей работы до 299 городов России, в 150 из них работает собственная служба доставки Delivery Club.

Рынок электронной коммерции в России стремительно растет из-за пандемии, и при этом сохраняет большой потенциал дальнейшего разви-

тия. Из-за низкого уровня проникновения на рынке ритейла в России – всего 8%. Что значительно ниже многих развитых стран.

Так же рынок товаров по низким ценам в России занимает всего 0,5% от рынка ритейла, то в США, Великобритании и Канаде на него приходится 2,4—3,9%.

Ozon – один из крупнейших онлайн-ритейлеров России. У него самая большая сеть логистических центров и точек самовывоза. На конец 2019 он занимал 7% рынка. Рост финансовых показателей в 2020 году был колоссальным: +70% по выручке за первые 9 месяцев. Оборот за весь 2020 год составил 195 млрд, рост 140%. Количество выполненных заказов выросло в 2,32 раза до 73,9 млн. Последние два года взрывному росту способствуют сторонние продавцы на маркетплейсе ритейлера. Если в 2018 году их доля в общем объеме продаж составляла всего 1%, то в 2020-м она выросла уже до 48%. При этом в последних двух кварталах она превышала 50%. Давая площадку сторонним продавцам, Ozon смог расширить ассортимент предлагаемых товаров. На 30 декабря 2020-го он включал 11 млн товарных единиц в 20 категориях. Еще один драйвер роста – быстрая доставка заказов: на следующий день, в день заказа или экспресс (в течение двух часов с момента заказа и одного часа в Москве). По оценкам Ozon, у 85 млн россиян есть доступ к его доставке курьером или постамату – это 58% населения России. За счет этих преимуществ число активных покупателей за два года выросло в три раза, до 13,8 млн. Растет не только база активных покупателей, но и стоимость их заказов и частота – на 36% и 28% соответственно в 2020 году. Консенсус аналитиков, опрошенных Bloomberg, прогнозирует рост выручки в среднем на 46% в год в течение ближайших трех лет. Это не 74%, которые были в 2020 году, но тоже много. Сам ритейлер дает прогноз пока только на 2021 год и только относительно товарооборота. По его прогнозу, товарооборот должен вырасти на 90% и более.

Fix Price стала первой сетью магазинов с фиксированными низкими ценами в России, которая смогла серьезно масштабироваться. Одна из ведущих в мире и крупнейшая в России сеть магазинов низких цен, Fix Price. Она успешно провела 2020 год, который многих, напротив, загнал в кризис. Выручка и чистая прибыль Fix Price выросли на 33% год к году. Рост этих продаж по итогам года составил 15,8%. Этому способствовали продажи в новых магазинах, которые открыли менее 12 месяцев назад, и продажи у франшиз. Сейчас франшизы приносят компании примерно 12—13% годовой выручки. Помимо офлайн-магазинов, Fix Price работает и онлайн. С недавнего времени компания начала предлагать услуги доставки, причем как до двери покупателя, так и до пунктов выдачи Voxberry, СДЭК и Почты России. По данным Росстата, эта группа по уровню доходов составляет примерно 76% населения России (около 111 млн человек).

По данным Euromonitor и СПАРКИИнтерфакс, Fix Price принадлежало 93% рынка в 2019 году (по объемам выручки, включая НДС).

X5 Retail Group представит финансовую отчетность за 2020 г в ближайшие дни. Консенсус-прогноз ожидает роста выручки в четвертом квартале на 13% и на 14% год к году и роста чистой прибыли на 79% по итогам года. Компания уже выпускала операционные результаты за прошедший год, согласно которым выручка в 2020-м выросла на 14%. Способствовал этому рост сопоставимых продаж на 5,5% и рост торговой площади на 8,3%. Выручка от цифровых бизнесов компании добавила 0,9 п. п. к темпу роста консолидированной выручки и составила 1% от нее. Компания в 2020 г. начала активно развивать онлайн-сегмент по доставке продуктов.

Alibaba Group Holding Limited – китайская компания, представляет собой эдакую комбинацию Amazon, eBay и PayPal и на ее долю приходится 80% всей интернет-торговли в КНР. Крупнейшим китайским онлайн-ритейлером является Aliexpress. Фундаментальные показатели Aliexpress продолжают расти, компания не только расширяет свой основной бизнес онлайн-ритейла, но и активно экспериментирует с новыми форматами в разных сферах бизнеса, например отелях и супермаркетах. Aliexpress начинает постепенно завоевывать рынок облачных сервисов, наращивая долю рынка. У Aliexpress мощный денежный поток и много средств на счетах (>60 млрд долл), почти нет долга. Компания очень устойчива с финансовой точки зрения. По прогнозам консенсуса, прибыль Aliexpress может утроиться за четыре года. Выручка растет по +20-30% год к году.

Одна из самых популярных британских компаний является Farfetch – быстрорастущая розничная платформа, на которой продаются товары почти 1300 ведущих мировых брендов, бутиков и универмагов. Компания стремительно захватывает целевой рынок благодаря огромной популярности среди молодых, разбирающихся в моде потребителей. Недавно компания объявила о заключении партнерства с китайским гигантом электронной коммерции Aliexpress, которое позволит ускорить экспансию на китайском рынке. Это важное событие для компании, поскольку азиатская страна быстро становится крупнейшим мировым рынком товаров роскоши. Выручка в годовом отношении подскочила на 71% до 437,7 миллиона долларов, оставив далеко позади прогноз в 365,5 миллиона. Общий оборот платформы (ключевой показатель, используемый в секторе электронной коммерции) вырос на 62% год к году.

Во время пандемии большую популярность подучили брокерские счёта, покупка/продажа акций на финансовых рынках. Это связано с тем, что на период пандемии всё было закрыто и никто не знал, что будет в ближайшее время. Инвестирование в акции ведущих компаний является одним из самых надежных, но в то же время является самым рискованным видом заработка. 5 апреля 2021 глаз Тинькофф опубликовал, что число

пользователей Инвесткопилки, сервиса микроинвестирования Тинькофф, достигло 1 млн человек. Инвесткопилка – это специальный брокерский счет, который позволяет регулярно откладывать небольшие суммы с повседневных покупок и автоматически инвестировать их в биржевые фонды «Вечный портфель» от УК «Тинькофф Капитал». Самыми выгодными отраслями для инвестирования считаются: медицинские компании, которые занимаются разработкой и выпуском вакцин от новой коронавирусной инфекции (Moderna, Pfizer, АФК «Система»), онлайн-ритейлеры (Amazon, Alibaba, Farfetch, Ozon, FixPrice, X5 Retail Group), IT-корпорации (Alphabet, которому принадлежит Google, Mail, Yandex).

IT-сфера не сильно пострадала, падение стоимости акций в таких фирмах как Yandex, Amazon.com падение наблюдается лишь в первые месяцы пандемии, когда фирмы адаптировались к резко изменившимся условиям, в дальнейшем просматривается рост на 40% и 31% соответственно.

Moderna – медицинская компания, специализирующаяся на производстве вакцин и лекарств, смогла достичь отметки в 160,74 долл. за акцию на 01.03.2021 г. в сравнении с 20,51 долл. на 01.01.2020 г. Рост акции данной компании осуществился за счет признания эффективности вакцины.

Безусловно, период карантина для финансового рынка был переломным периодом. Многие инвесторы покупали акции по низким ценам весной и по высоким продавали осенью-зимой. Например, стоимость акции компании Transocean, которая занимается сдачей в аренду нефтяным и газовым компаниям плавучих нефтяных платформ вместе с оборудованием и персоналом, стоила на конец марта 1\$, а в начале марта 2021г. стоила 4,99\$, что увеличивает доход почти в 5 раз. Акции компании Аэрофлот на март 2020г. стоили 51,02 рублей за акцию, но в августе уже стоили 91,18 рублей за акцию. Это связано с смягчением карантинных мер и увеличением авиаперевозок.

Таким образом, мы видим, что компании в основе которых лежит онлайн-ритейлинг, IT– технологии и медицинские разработки на данный момент являются самыми успешными в экономическом секторе. Несмотря на уменьшение случаев заболевания новой коронавирусной инфекции и использования новейшего типа вакцин, онлайн-ритейл и компании по доставке на дом будут еще долгое время являться лидирующими. Конечно, хочется верить в то, что вакцинация поможет восстановить экономику не только России, но и зарубежных стран, а именно: открытие международных границ поможет восстановить экономику авиакомпаний, а также групп гостиничного сектора; полноценное открытие магазинов, открытие мест сферы общественного питания, открытие культурных мест (театры, музеи и места сферы кино, которые даже во время пандемии продолжали проводить съемки, несмотря на доход в неполном объеме за счет закрытых кинотеатров).

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ «ТРАНЗИТНЫХ» ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ДОКАЗАТЕЛЬСТВО НЕЗАКОННОГО ВЫВОДА КАПИТАЛА

В научной литературе отмечается и подтверждается практикой, что основными каналами полуполюгального или нелегального «бегства капитала» из страны являются:

- «– заключение фиктивных импортных контрактов;
- преднамеренное нарушение условий договора на поставку товаров по согласованию с зарубежным партнером;
- невозврат валютной выручки;
- использование пробелов в валютном законодательстве, в частности по операциям в режиме таможенного склада и временного хранения;
- невозврат кредитов российским заемщиком и выплата завышенных процентов по кредиту, предоставленному банком-нерезидентом;
- создание «фирм-однодневок» и дочерних компаний, зарегистрированных в оффшорной зоне;
- контрабандный вывоз товаров и наличной иностранной валюты».

Все перечисленные способы вывода за рубеж денежных средств при-сути недобросовестным хозяйствующим субъектам, выявление же данных фактов недобросовестности и их доказывание на практике является проблематичным.

Как отмечают, Петрушина О.М. и Борзенкова А.В. «развитие международной торговли и финансовая глобализация вызывают рост финансовых потоков и число валютных транзакций, методы контроля исследованы недостаточно ввиду постоянно возрастающего числа финансовых мошенничеств».

Авторский подход к решению указанной проблемы заключается в оперативном выявлении нарушений, направленных на вывод капитала, и лиц их совершивших, с целью предотвращения новых фактов незаконного вывода средств.

В данной статье автор предлагает отдельные методические приемы выявления недобросовестных участников ВЭД и способы доказывания фактов незаконного вывода капитала за рубеж.

Рассматривая проблему деятельности недобросовестных хозяйствующих субъектов, прежде всего, представляется целесообразным определить категории таких лиц.

До относительно недавнего времени самой известной категорией недобросовестных юридических лиц было принято считать «фирмы-однодневки», то есть организации, созданные через подставных лиц для проведения одной или комплекса мнимых (притворных) сделок в целях противоправной деятельности. Особенностью таких фирм было кратко-

временное существование на рынке, что и обусловило их название «однодневки».

Однако в настоящее время государственные контролирующие органы все чаще сталкиваются с проблемой, так называемых, «транзитных» компаний. Особенностью таких организаций является создание видимости осуществления добросовестной хозяйственной деятельности, обеспеченной активным движением денежных средств по открытым у организации банковским счетам. Функционирование такой компании, как правило, не ограничивается несколькими фиктивными сделками, оплаченными за короткий промежуток времени.

В настоящей статье рассмотрено несколько аспектов, позволяющих посредством анализа данных бухгалтерского учета и отчетности хозяйствующего субъекта выявлять «транзитные» компании и доказывать мнимость сделок, по которым такая организация могла осуществлять неправомерный перевод денежных средств за рубеж.

Действенным способом выявления среди множества организаций «транзитной» является категорирование лиц. Автор предлагает ряд критериев, которые в совокупности дают возможность выявить степень вероятности признания анализируемой организации «транзитной».

1. Изучение правоустанавливающих документов организации необходимо проводить, акцентировав внимание на критериях, дающих самое общее представление об анализируемом лице (таблица 1).

Таблица 1 – Общие критерии определения вероятности признания организации «транзитной»

№	Вероятность признания организации «транзитной»	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
1	Дата регистрации юридического лица (индивидуального предпринимателя) по отношению к дате операции	более 3 года	от 3 лет до 1 года	менее 1 года
2	Фактическое расположение лица по месту регистрации	да	да	нет
3	Учредитель (директор)	признаки недобросовестности отсутствуют	смена директора/учредителя непосредственно перед совершением операций в крупном размере	наличие фактов привлечения к адм./уголовной ответственности; признаки «номинальности», массовая регистрация
4	Численность сотрудников	≥ 100 чел.	≥ 3 и более, но < 100 чел.	< 3 чел.

№	Вероятность признания организации «транзитной»	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
5	Наличие в собственности основных средств (нематериальных активов)	да	нет	нет
6	Наличие филиалов и представительств	да	нет	нет
7	Ведение в отношении лица Службой судебных приставов исполнительного производства	нет	да	да

2. Анализ первичных документов (внешнеторговых контрактов) в совокупности с регистрами аналитического бухгалтерского учета позволит выявить непосредственные признаки «транзитности» компании. Необходимые выводы помогут сделать сводные данные по критериям, приведенным в таблице 2.

Таблица 2 – Специальные критерии определения вероятности признания организации «транзитной»

№	Вероятность признания организации «транзитной»	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
Специальные критерии				
1	Количество заключенных внешне-торговых контрактов, подлежащих регистрации в уполномоченных банках (с УНК)	> 15 контрактов	< 15, но > 5 контрактов	≤ 5 контрактов
2	Частота и суммы валютных операций в рамках одного контракта	в один календарный период наблюдаются платежи и адекватные им поставки	допускаются временные разрывы между платежами и поставками	множественные авансовые перечисления в крупных суммах в течение одного месяца без адекватного исполнения обязательств нерезидентом
3	Наличие просроченных неисполненных обязательств контрагентов-нерезидентов по контрактам	Не > 10% контрактов	> 10% контрактов	по всем контрактам
4	Количество контрагентов-резидентов (поставщики/заказчики, дебиторы/кредиторы)	> 10	5-10	≤ 5
5	Наличие договоров и операций по перечислению денежных средств	Регулярные платежи,	Единичные случаи	Отсутствуют

№	Вероятность признания организации «транзитной»	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
	за обеспечивающие работу организации услуги (коммунальные, услуги связи, аренда офисов, складов, охрана, юридические услуги, бухгалтерские, погрузочно-разгрузочные, логистические, транспортные и т.д.)	соответствующие профилю организации		
6	Наличие операций по перечислению обязательных платежей в бюджеты разных уровней и государственные внебюджетные фонды	Регулярные платежи, соответствующие профилю организации	Минимальные	Минимальные
7	Частота списания и зачисления средств на рублевых счетах компании с участием одних и тех же контрагентов-резидентов	Обосновано производственным циклом организации	Имеются факты	Систематически
8	Частота операций по снятию (внесению) наличных денежных средств директором, учредителем	Не практикуется	Не чаще 1 раза в квартал	Регулярно
9	Наличие операций по перечислению денежных средств на карты физических лиц, не состоящих в трудовых отношениях с организацией	Не практикуется	Единичные случаи	Обычная практика

3. Сопоставление первичных документов, оформленных по внешне-торговой деятельности организации с формами учета и отчетности по валютным операциям (по валютному контролю) позволит определить вероятность (предположить) наличия фактов вывода денежных средств по мнимым (притворным) сделкам.

Таблица 3 – Специальные критерии определения вероятности совершения валютных операций по мнимым (притворным) сделкам.

№	Вероятность вывода средств по мнимым сделкам	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
1	Наличие выпущенных деклараций на товары	Соответствует товарообороту компании	Незначительное количество относительно количества контрактов	Нет или единицы в несопоставимых с платежами суммами
2	Особенности выпущенных деклараций на товары:			

№	Вероятность вывода средств по мнимым сделкам	Низкий риск	Средний риск	Высокий риск
2.1	с УНК (уникальный номер контракта, присвоенный уполномоченным банком при постановке контракта на учет)	≥ 90 % деклараций	< 90% деклараций	отсутствуют
2.2	без УНК	разовые случаи	не > 50%	преобладают
3	Наличие фактов снятия контрактов с учета в уполномоченном банке до истечения срока действия, при условии, что не поставлены на учет в другом банке	нет	единичные случаи	систематически
4	Наличие фактов неоднократного снятия контрактов с учета в уполномоченном банке в связи с уступкой права требования (договор цессии)	нет	единичные случаи	практикуется
5	Наличие контрактов, по которым перевод денег осуществляется в офшоры, а поставка товара предусмотрена из стран ЕАЭС (то есть без таможенного декларирования)	нет	единичные случаи	практикуется

Однако необходимо отметить, что установление в работе юридического лица признаков «транзитной» компании» само по себе не свидетельствует о незаконном выводе денежных средств за рубеж. Наличие таких признаков может служить основанием для более глубокого анализа и детальной проверки исполнения непосредственно внешнеторговых контрактов, по которым осуществлялись валютные операции в пользу нерезидентов.

В этом случае обязательным инструментом служит также бухгалтерский учет и сформированная на его основе бухгалтерская отчетность подконтрольного объекта.

Автором предлагается данные бухгалтерского учета соотносить с показателями отчетных форм валютного контроля каждого внешнеторгового контракта. При этом итоговые (сводные) данные регистров бухгалтерского учета по каждому анализируемому счету проверять на достоверность в соотношении с Главной книгой и, далее с Балансом предприятия. Контрольные точки соотношения данных приведены схематично на рисунке 1. Кроме того, имеет смысл проверять показателя самого баланса путем соотношения соответствующих строк с отчетом о движении денежных средств (таблицы 4).

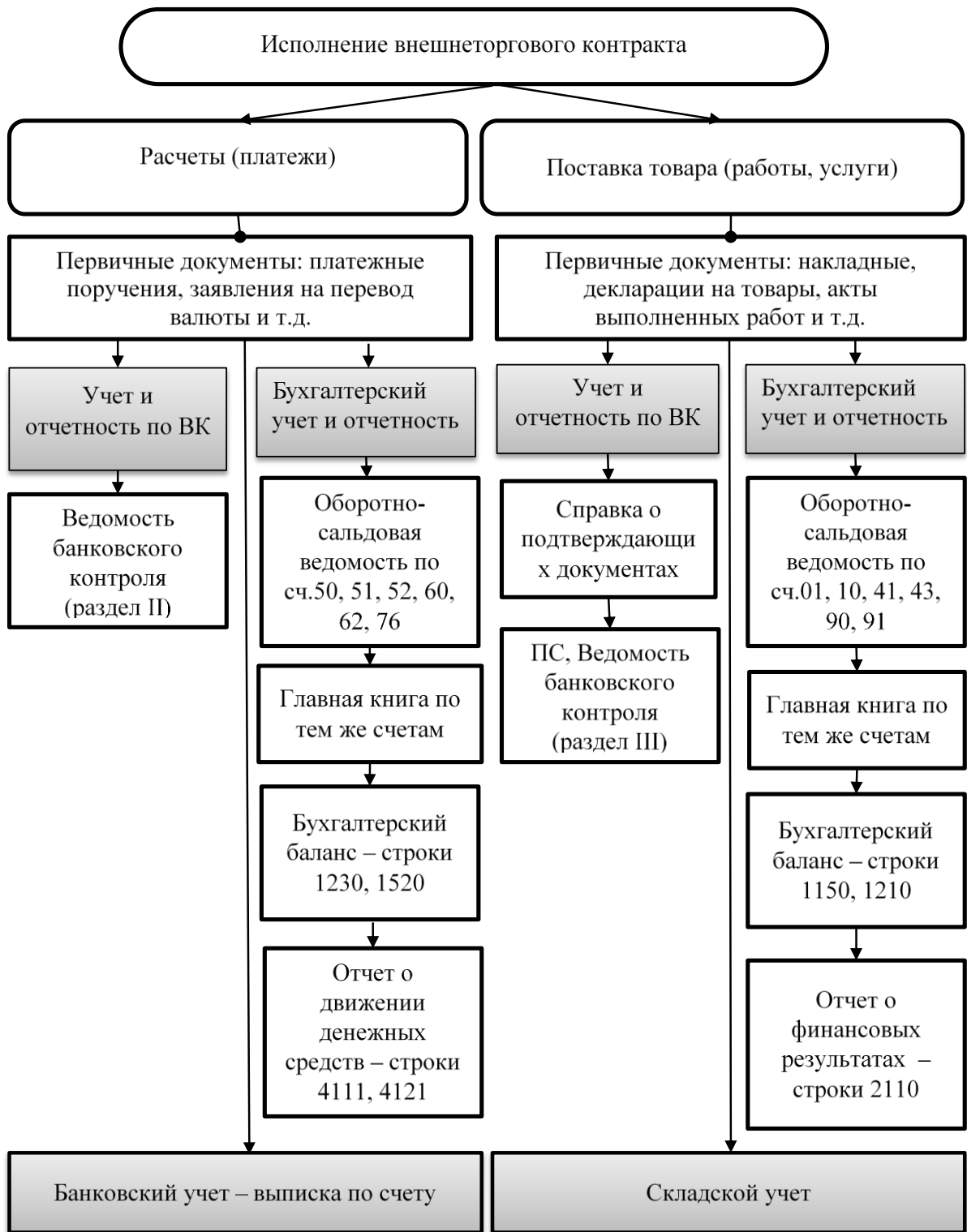


Рисунок 1 – Соотношение контрольных точек форм учета и отчетности.

Выявление фактов перевода средств от одного бенефициара, без адекватного исполнения обязательств по сделке нерезидентом, а также не соответствие общих оборотов компании по основной деятельности объемам средств перечисляемых за рубеж, будет свидетельствовать о мнимости оплачиваемых сделок, и доказывать противоправный характер совершенных по таким контрактам валютных операций.

Выводы, сделанные контролирующим органом с учетом приведенных критериев, могут быть положены с основу доказательной базы при возбуждении дел об административных правонарушениях и уголовных дел в силу действия норм Федерального закона «О бухгалтерском учете», согласно которым:

- экономический субъект обязан вести бухгалтерский учет;
- бухгалтерский учет ведется непрерывно с даты государственной регистрации до даты прекращения деятельности лица;
- каждый факт хозяйственной жизни подлежит оформлению первичным учетным документом;
- данные, содержащиеся в первичных учетных документах, подлежат своевременной регистрации и накоплению в регистрах бухгалтерского учета, при этом не допускаются пропуски или изъятия при регистрации объектов бухгалтерского учета в регистрах бухгалтерского учета;
- бухгалтерская (финансовая) отчетность составляется на основе данных, содержащихся в регистрах бухгалтерского учета и должна давать достоверное представление о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период.

Таблица 4 – Соотношение данных Бухгалтерского баланса и Отчета о движении денежных средств

Контрольные соотношения	
Бухгалтерский Баланс	Отчет о движении денежных средств
Строка 1250 «Денежные средства и денежные эквиваленты» (графа 5)	Строка 4450 «Остаток денежных средств и эквивалентов на начало отчетного периода» (графа 3)
Строка 1250 «Денежные средства и денежные эквиваленты» (графа 4)	Строка 4500 «Остаток денежных средств и эквивалентов на конец отчетного периода» (графа 3)
Строка 1250 «Денежные средства и денежные эквиваленты» (графа 6)	Строка 4450 «Остаток денежных средств и эквивалентов на начало отчетного периода» (графа 4)
Строка 1250 «Денежные средства и денежные эквиваленты» (графа 5)	Строка 4500 «Остаток денежных средств и эквивалентов на конец отчетного периода» (графа 4)

ADVANTAGES AND IMPORTANCE OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENT IN THE ECONOMY OF UZBEKISTAN

From the first years of independence, Uzbekistan has set a specific direction for the development of the national economy. It realized in time that investment activities, in particular, attracting foreign investment, play an important role in ensuring sustainable economic development and further prosperity of our economy. The practical measures taken in this regard and the prudent investment policy of our government can be seen from the results of today's reforms.

The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev» Strategy of Actions for the Further Development of the Republic of Uzbekistan» further enhances the effectiveness of reforms, creating conditions for comprehensive and rapid development of the state and society in order to implement the priorities for the modernization of the country and the liberalization of all spheres of life, the «Strategy of Action» on five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021 was approved.

One of the priorities of economic development and liberalization in this Action Strategy is the creation of an investment climate, the active attraction of foreign investment, especially foreign direct investment. Therefore, it is impossible to attract and re-equip new technologies in production, launch the production of competitive and export-oriented products, modernize and further expand the leading sectors of the economy without attracting foreign investment. Therefore, the role of foreign investment is important in further expanding economic opportunities, accelerating the reform process and further enhancing the economic power of our country.

Article 3 of the Law of the Republic of Uzbekistan «Investments and Investment Activities», adopted on December 25, 2019, states that «Foreign investment – tangible and intangible assets and rights to them which submitted by a foreign investor in the social sphere, business, scientific and other activities, as well as reinvestments.

Sh.Q. Fozilchayev and N.G. Khidirov's book «Fundamentals of Investment and Leasing» describes foreign investment as follows: «Foreign investment is all the property, performance, intellectual wealth that is mobilized by foreign investors to the planned level of income, economic activity of other countries, entrepreneurship and other organizations to achieve efficiency».

In addition, Professor D. Gozibekov's theoretical views on foreign investment state the following: «Foreign investment is the binding of the capital of one economic entity to another economy for a certain period of time, and the breadth of risks from domestic investment It is characterized by changes in the legal environment, the investment climate, and, as a result, capital movements across countries and regions».

Many joint ventures with foreign capital have been established in our country. The products produced by these joint ventures, in addition to filling the domestic market of the republic with products, will allow bringing to the world market products that meet its requirements and take a worthy place there.

Along with the sectoral distribution of investments in the economy, it is necessary to pay more attention to the characteristics of the interregional direction. The uneven distribution of factors of production across the country's regions requires a separate approach to each region in the production of regional policy. In Karakalpakstan, as in other regions of the country, joint ventures with foreign investment are making a worthy contribution to the development of the region's economy and strengthening its export potential.

As a result, foreign entrepreneurs began to invest in promising industries in the region and set up joint ventures. Enterprises with foreign participation are involved in the textile, leather, footwear, silkworm, light and oil industries, oil and gas, canned fruits and vegetables, alcohol, food machinery, chemicals, construction materials and services formed.

In January-December 2018, 79 enterprises with foreign investment were registered in the Republic of Karakalpakstan, of which 76 or 96.2% are operating. There are 3 non-operating enterprises with foreign investment in the country, which are registered in Beruni, Takhtakopir and Khojayli districts.

In January-December 2019, 8434.6 bln. UZS will be allocated to increase the capital of the Republic of Karakalpakstan, the growth rate was 96.6% compared to the previous year, of which foreign investments amounted to 3212.3 bln. UZS.

As of January 1, 2020, the number of operating enterprises with foreign capital amounted to 155. This is an increase of 34 or 28.1% compared to the same period last year. The majority of these enterprises are in the China, the Russian Federation, the Republic of Kazakhstan and the Republic of South Korea. Such accurate data and indicators can be a clear proof of the above-mentioned statement.

Analysis of the volume of investments currently involved in the network of Agriculture, Forestry and Fisheries of the Republic of Uzbekistan shows that the share of these sectors in the country in the total investment structure was unevenly distributed. In particular, according to 2018, if the contribution of the regions of Surkhandarya, Syrdarya, Tashkent, Fergana and Khorezm accounts for 56.7% of the total investments, we can see that the share of Bukhara, Andijan, Kashkadarya, Jizzakh regions and Tashkent City is relatively low. To give a more accurate picture of the impact of this indicator, the share of this sector in investments in the total network of Agriculture, Forestry and fisheries in the above five regions with a low index amounted to 17.4%.

The program is also aimed at structural restructuring of the economy, the transition to the production of finished products instead of raw materials and

their export to world markets. In this way, it is planned to create joint ventures based on the production of finished products by processing raw cotton, cocoons, wool, leather, fruits and melons.

There are a number of negative factors hindering the implementation of these goals, the elimination of which should be a positive factor in increasing the export potential of the region.

Attracting foreign investment to our national economy and establishing joint ventures with foreign investors is very important today, and this can be explained by the following:

firstly, it introduces modern equipment and technologies into production and develops the production of export-oriented products;

secondly, the establishment of import-substituting commodity production and, for this purpose, the attraction of foreign investment in priority sectors of the economy and, consequently, the provision of a decent standard of living for the population;

third, it will provide jobs for the growing population through the development of small business, private entrepreneurship and the acceleration of agricultural production;

fourth, it will renew and technically re-equip outdated production facilities, material and technical base of enterprises;

fifth, it will help to build natural resource processing enterprises and increase tax revenues to the state budget.

Currently, the rapid growth of foreign investment in the economy of Uzbekistan is determined by the following factors:

- 1) stability of the investment climate in the country;
- 2) positive changes in exchange rate regulation;
- 3) clear directions for improving the country's tax mechanism;
- 4) development of decisions and laws regulating the activities of foreign investments in the tax legislation;
- 5) the emergence of a favorable price environment for exporters in world commodity markets;

Today, more than 4200 enterprises with foreign investment are successfully operating in the leading sectors of the economy. More than 3 bln. USD are invested annually, mainly in foreign direct investment, accounting for more than 26.6% of the total investment in the country's economy. This is a clear indication of the growing interest and confidence of foreign investors in the stability of the economy of the republic, the prospects for its development.

The growing number of enterprises established in our country in cooperation with foreign investors and foreign investors testifies to the prudent policy of our state in this regard. To further increase the interest of foreign investors in our economy, first of all, to create a favorable investment climate for them, further improve the incentive system, in particular, reduce the tax burden and sim-

plify the tax system for investors, attract investors to areas with infrastructure and development. This can be achieved through the timely implementation of tasks such as the establishment of state-supported funds for foreign investors. Through the systematic implementation of these tasks, on the basis of profound structural changes in our economy, new technical and technological re-equipment of production, consistent modernization and diversification of industry, it will be possible to fully implement investment policy in our country in the future.

A.O. Belyaeva

THE STATE OF THE MOSCOW STOCK EXCHANGE DURING THE ECONOMIC CRISIS AND ITS DEVELOPMENT TRENDS IN AN UNSTABLE ECONOMY

The Chinese word for "crisis" is composed of two characters: one for "danger", the other for "opportunity" by John F. Kennedy. Sharp exacerbation of contradictions in the socio-economic system, threatening its viability in the environment is the most general and widespread concept of a crisis.

This definition sees the crisis as a tipping point in the economy. It means that there is a threat to the stability of the current economic system, however there is an opportunity to change that system for the better. Although the period of crisis is primarily concerned with the deterioration of the economic situation, this period is also characterized by improvements in the financial and economic system, thus renewing them.

To correctly identify the effect of a crisis, we must first define its type. The most common classification is by scale. Crises can be general and local, explicit, and latent, periodic and irregular, regular and random, severe and light, protracted and sudden.

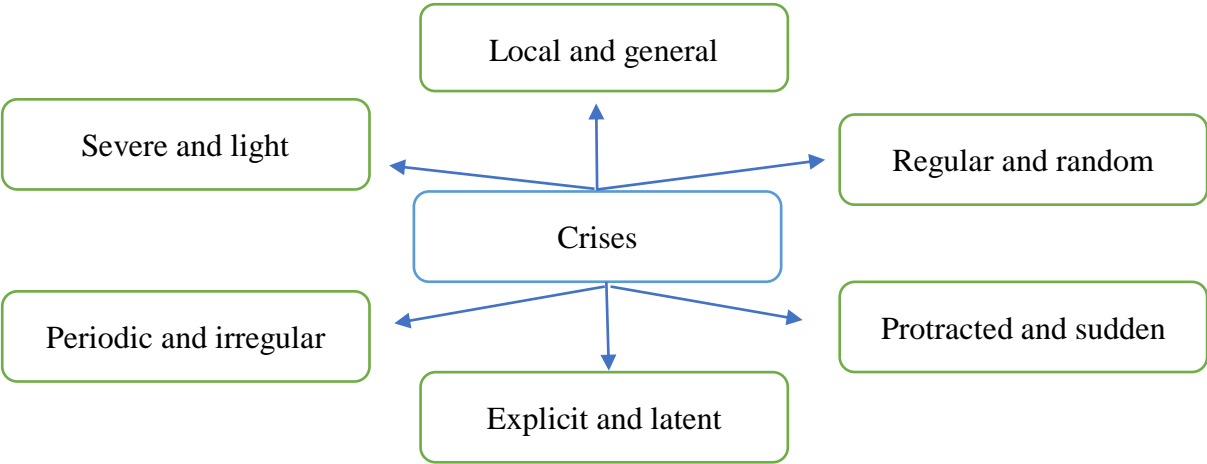


Figure 1 – Types of crises

General ones affect the entire socio-economic system, local ones affect some separate part of the socio-economic system.

Explicit crises are easily detected, hidden crises are more dangerous, since they are difficult to diagnose and timely identify, and can proceed unnoticed.

Periodic crises are crises that give rise to something new, let's say a new reproduction cycle. Irregular – crises that occur within the phases of the normal cycle.

Natural or predictable crises can be predicted quite easily. Most often, such crises are associated with the stage of the company's life cycle, as a stage of development. The phases of the onset and course of such cycles include: crisis, depression, revival and boom. Accidental crises include crises that are the result of serious management errors or force majeure circumstances, such as natural disasters, epidemics, etc.

Deep crises, as a rule, are difficult and, as a result, have devastating consequences for individual structures of the socio-economic system. Minor crises do not have these consequences and are generally predictable.

There is a clear distinction between volatility and economic instability. While this instability is usually associated with problems of fiscal stabilization and inflation reduction, the instability is associated with unpredictable and unexpected fluctuations in the main macroeconomic parameters (GDP, exchange rates, interest rates, terms of trade, etc.). When no specific model can be traced in their changes, economic agents cannot predict development trends and an atmosphere of uncertainty begins to dominate in economic life. In such conditions, investments are reduced, and long-term growth is threatened.

Globalization increases the volatility of the economy. As an answer, one can present an argument about the formation of an inevitable interdependence of national economic systems, which causes a consistent change in the elements of the functioning of the system and indicators of its development. However, a deeper reason lies, in our opinion, in the correlation between the degree of interconnectedness of the parameters of a complex system and the degree of its instability.

Financial markets play an increasingly important role in the global economy, they determine its health and efficiency. Firstly, this is approving the fact that there is a strong positive relationship between the development of the financial market and the economic growth of a country. Financial market helps to turn savings flows from investment to the economy, by contributing to the accumulation of capital and the production of goods and services.

There are the combination of well-developed financial markets and institutions, as well as a variety of financial products and instruments, meet the needs of borrowers and lenders, and therefore of the entire economy.

Stock markets, both as separate entities and in their aggregate, are an important part of financial markets. According to Lubochkin M.M., the financial

system is the circulatory system of the whole organism, performing a redistributive function, and the stock market is its heart, thereby making the movement of financial resources.

In his article Bulatov Y.I. distinguishes stock exchanges as the largest and most important segment of the financial sector. Considering the theoretical aspects of the stock exchange and the securities market, the author concludes that these concepts are not synonymous, but in practice the border between them is blurred.

The difference lies in the fact that these two concepts express a different level and a different degree of economic relations. The stock exchange itself is a participant in the processes taking place in the securities market.

The stock exchange has three main functions:

- intermediary creates sufficient and comprehensive conditions for securities trading for issuers, investors and financial intermediaries;
- indicative is evaluation of the value and attractiveness of securities;
- regulatory is organization of securities trading.

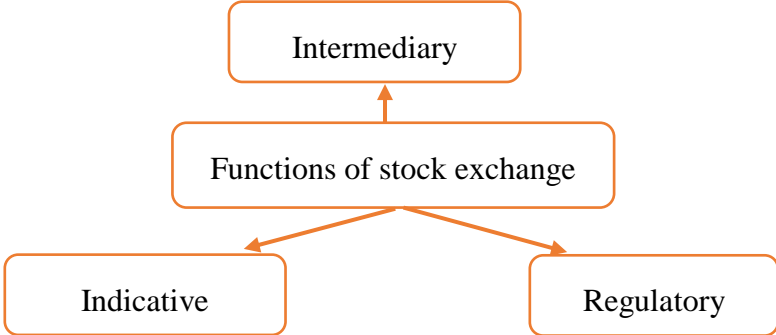


Figure 2 – Functions of stock exchange

The main aim of the securities market is to ensure the efficient operation of the stock exchange. In turn, the role of the stock exchange is to serve the movement of money capital, which mediates the distribution and redistribution of national income both in the national economy as a whole and between social groups, sectors and spheres of the economy.

There is a deep, direct relationship between the stock market, the state of the economy and economic stability. As a rule, the stock index reflects the real state of the economy. Therefore, very often the stock index can be used to assess the economy of a country. which determines the stability of the market, and the volatility of the stock index reflects the state of the market.

A stock or stock index is formed from the following indicators:

- GDP;
- development of production in the industrial sector;
- the volume of investments in fixed assets;
- refinancing rate.

Thus, if the government wants to increase the index of the stock index, they must influence these factors.

Since the stock market is one of the central elements of the financial system, which links the entire economic system into a single organism, it is obvious that there is a deep connection and direct relationship between each element of this system.

The most obvious example of this connection is the relationship between the stock exchange and the banking sector. For example, in Russia, the Central Bank is the controlling body in relation to the Moscow Stock Exchange.

The stock market is the link between the economies of different countries. The depth of this dependence can be seen in the global crises. The first world crisis began in America in 1857 due to the collapse of America's banking system.

On the other hand, it became world-wide precisely because of the stock market, when, following America, several large banks in England went bankrupt, investing in American companies. Later, the crisis affected Germany because of close financing contact among two countries.

There are two main reasons of spreading crises for all over the world.

1. When there is a bankruptcy of foreign companies investing in the economy of another state.

2. When investors give in to panic seeing a foreign stock market crash.

This dependence of economies is due to active and comprehensive globalization. When national stock exchanges were created, both legal entities and individuals were given the opportunity to invest their money by purchasing shares or bonds.

With active globalization, investors gained access to foreign stock exchanges by purchasing foreign securities.

Today, Moscow Exchange is the main liquidity and price discovery center for Russian instruments. Moscow Exchange hosts trading in equities, bonds, derivatives, currencies, money market instruments and commodities. The Group also includes Russia's central securities depository "the National Settlement Depository" and the National Clearing Centre, which performs the function of central counterparty.

Moscow Exchange ranks among the world's top 20 exchanges by total capitalization of shares traded, and among the 10 largest exchange platforms for bonds and derivatives trading.

The Russian stock market is very young compared to international stock markets. It is characterized by high volatility, instability, and other features:

- low investment activity of companies and private investors;
- insufficient development of regional equity markets;
- close positive relationship between the Russian and foreign markets;
- high dependence on commodity prices.

One of the major disadvantages of the Russian securities market is the commodity nature of economy. Hence, there is a strong dependence of economic activity on movements of the price of commodities. Besides, the Russian stock market is also characterized by low investment activity of companies and private investors.

Another weak feature of the Russian stock market is the insufficient development of regional equity markets. Today, there are only 7 operating stock exchanges officially registered by the Central Bank of the Russian Federation, with MOEX being the largest.

The other 5 exchanges are located in Moscow or Saint Petersburg and specialize predominantly in trading commodities and raw materials, or currencies. The only regional stock exchange is the Crimean stock exchange, located in Simferopol.

Table 1 – SWOT-analysis for Moscow Exchange Group

Strength	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> – size and growth rate of Russian Economy; – exclusive vertically-integrated platform offering chain of services; – biggest venue in the region; – cycle-protected business model, steady performance during financial crisis; – central Securities Depository; – experienced management team; – central Bank leading role in shareholding and transaction monetary policy through exchange. 	<ul style="list-style-type: none"> – unfavorable investment climate; – inconsistency of post-trading infrastructure with world best practice; – switch of issuers to the foreign venues; – liquidity transfer to LSE; – shortage of long-term local investors; – corporate governance standards not compliant with international practice; – disintegrated tariff model.
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> – development of local investors base; – increase in number of instruments; – participation of government in development of financial market, realization of IFC plan; – listing and admission to trade securities of Russian and CIS issuers; – execution of government privatization plans leads to growing free float; – increase in government borrowings and bonds issuance; – exclusive Yuan trading. 	<ul style="list-style-type: none"> – next wave of financial crisis; – inadequacy to meet competition challenges from the side of major exchanges; – invasion of OTC trading platforms; – delay in legislation reforms.

According to the work and SWOT-analysis of the Moscow Stock Exchange, the trading platform should be made more convenient to use and reduce restrictions between residents and non-residents of the Russian Federation.

An important role is played by the distance attractive country itself to attract foreign investors as well as domestic investors.

In conclusion, it is clear that the stock market is extremely sensitive to economic state and the stock exchange reflects this dependence. That is why, it is so important to analyze the stock exchange and understand its behavior during the crises. Analyzing the stock exchange, we can predict the common future of economy.

V.S. Dub

RESEARCH OF VIDEO GAMES ATTENTION RETENTION MECHANICS FINANCIAL RESULTS AND THEIR RELATIONSHIP WITH DEVELOPMENT COMPANY ECONOMIC INDICATORS

The computer game industry is a sector of the economy associated with the development, promotion and sale of computer games. It includes a large number of specialties that employ tens of thousands of people around the world. The digital content market is a market for information and entertainment materials distributed digitally through communication channels intended for use on digital devices, such as a computer, mobile phone, specialized devices, etc. A video game – is an electronic game that involves interaction with a user interface or input device such as a controller, keyboard, etc. to generate visual feedback for a player.

The computer game industry was created in the mid-1970s and continues to develop to this day. The computer game industry (game development, publishing, and promotion) is one of the fastest-growing computer technology industries and also the global entertainment sector. The number of gamers is growing every year, and gaming itself is becoming a highly paid profession. Also, video games are increasingly integrated into our world with the help of such physical objects as parks and souvenir paraphernalia. The number of players is growing very fast every year, and the profit in this area is growing accordingly. In terms of growth, video games are ahead of all other types of entertainment. For example, in 2019, the video game industry made a profit of \$ 152 billion, when the film industry and the music industry together received only \$ 62 billion. According to the current trend, the difference between these indicators will grow every year. But unlike competing areas in the gaming industry, the method of monetization is unique. In its short time, the gaming industry has changed the way of earning money. So, for example, previously, games were traditionally a whole product. And the earnings were calculated by the number of games sold. But now the game distribution model includes microtransactions and paid add-ons. This allows game studios to create a completely free product for consumers, which will thereby attract a large number of players. And the earnings in such projects consist only on microtransactions. Now the way to earn money in video games is very flexible and de-pends on the region of distribution and the desire

of consumers. This is a young industry, but with a lot of experience and huge potential. Of course, the number of players and profits in this industry will grow annually. And it is already clear that the video game industry is so large and influential that it has an impact on other entertainment industries and on the global economy as a whole.

This success is possible thanks to the special attention retention mechanics. Attention retention mechanics – is a way of influencing the elements of a video game on the subconscious of players to generate their interest. This definition is closely related to the economy, because by attracting the attention of players, gaming companies make a profit. This profit is reflected in the company's annual financial results. Financial results – is a company's annual earnings report that includes information about video game and microtransaction sales for the current financial period.

Game development is the art of creating games and describes the design, development, and release of a game. When creating a game, it is important to think about the game mechanics, rewards, player engagement, and level design. Together, these factors guarantee financial success for the company. The gaming industry is a rapidly developing area, but despite this, certain trends can be traced. In recent years, the use of microtransactions in video games has become increasingly popular. Microtransaction – is a business model where users can buy virtual items for real money. It can be both add-ons to games and a cosmetic product for a game character or item.

In this way, development companies can use the attention retention mechanics to stimulate the purchase of microtransactions. These may be different mechanics that are used depending on the genre of the game and the strategy of the developer company. Here are some of the major video game genres:

Dynamic games – this is when the gamer requires maximum reaction speed and accuracy, but a minimum of intellectual tasks;

Simulation Games – this genre includes sports games of different sports (football, basketball, Boxing, baseball, wrestling, etc.). Most often, the main goal of these games is to compete with other players or with artificial intelligence;

Strategy game – the main thing in them is the development and assessment of the situation. At the same time, have to think not only about the current state of Affairs, but also about what can happen in the next moves and what advantages can be obtained in the future. The closest and most obvious parallel is chess;

Role-playing games (RPG) – describes ways to create, modify, and develop characters that increase their effectiveness in the game. Necessary and important elements of this genre are that the player controls one (incarnation, avatar) or several (group, party) unique characters that he creates himself. The player gradually improves characteristics and / or skills (through in-game values, most

often experience points obtained for completing tasks, exploring the world. In the process of passing, there are checks of characteristics and / or abilities and skills. Characters can improve their stats and / or abilities and skills with items of equipment. The player must plan the development of the character (s).

Action games or adventure games – they may have elements of some of the above classes, but the goal is to advance through the story, not to defeat the enemy;

Puzzle Games – the main task of these games is to solve logical problems based on a common set of rules;

Each of these genres is unique and uses different in-game mechanics. Video game developers should take these features into account and use individual mechanics to hold the attention of players. In other words, attention retention mechanics cannot be the same for all games. But despite this, all games have one thing in common, it is the gameplay itself. If the player is not interested in playing, then no additional stimulation is able to hold his attention. Therefore, regardless of the genre, the game should be fun to play.

Not so long ago, it was proved that video games provoke the release of dopamine in the brain. Dopamine is a neurotransmitter that causes feelings of happiness and satisfaction. Its action is well traced in the gameplay of any game – at first a person gets pleasure from passing, and at the end satisfaction from the reward.

Scientists discovered a similar effect of dopamine on humans and animals in a series of experiments conducted more than thirty years ago. At the moment, it is proven that dopamine is the main chemical that makes us rejoice in victory and at the same time makes us strive for it. But as it became clear later, dopamine does not affect the pleasure of the reward or the desire to explore ways to get it. Dopamine causes the strongest motivation to possess a reward.

In this way, developers can encourage players to complete another level or challenge, because players know that there will be a reward at the end. The reward can be any, depending on the game. It can be a new costume or a character skill, it all depends on the type of game.

The human brain is easily influenced by this, so players are willing to spend a lot of time just to get a reward at the end.

A person who plays video games is often called a gamer. And the word has recently acquired a negative connotation. Gamers are those who spend more time in the virtual world than in real life. But dopamine and motivation aren't the only things that make people spend months playing games.

The state in which gamers spend hours without looking up from the computer, in psychology, is called streaming. Flow, or the flow state, was discovered in 1970 by psychologist Mihaly Csikszentmihalyi.

In the course of the experiments, he found that the ratio of the level of skills and the complexity of the task forms different cognitive and emotional

states of a person. When the skill level is too low, and the difficulty of the task is high, then people plunge into a preoccupied, anxious state. Conversely, if the task is too easy and the skill level is high, people get bored.

However, when the skill level and the degree of difficulty of the task are roughly proportional, people are immersed in the streaming state. Csikszentmihalyi identifies four characteristics that a task must meet in order to create a balance between skill and difficulty, which increases the possibility of reaching the streaming state. Such tasks should:

- Have specific goals and workable rules;
- To demand from a person such actions as are within his power;
- Have a clear and timely feedback on actions and achievement of goals;
- Contain a minimum of distractions and thus promote concentration.

These are the characteristics that game developers should follow if they want to increase the gamer's engagement in the gameplay. A detailed study of each of these characteristics will help to achieve the desired effect and it will make people spend hours playing.

The ability to effectively manage the player's attention is the basis for the success of any game. No matter how deep the mechanics of the game are, if the game can't attract the player, the player will simply drop it.

Former lead game designer of Naughty Dog, Richard Lemarchand, believes that the attention of the player is the foundation of video games, and its importance is difficult to overestimate. The gameplay itself is possible only when the game not only attracts, but also holds the attention.

Gordon Calleja, a professor at the University of Malta, has compiled a whole chart of the levels of player engagement. It shows that below the attention is only a psychological "awakening" – in other words, a sense of awareness, which the developer can't influence in any way. It is followed by attention, and only then by the engagement and immersiveness that developers strive for.

The player's attention is important to consider, but it is rarely talked about. Sometimes authors use the terms "engagement", "immersiveness" and "attention" interchangeably, although there are enough differences between them.

The three terms complement each other and describe the different degrees of immersion of the player in the gameplay. "Attention" implies that a person is concentrating on something specific. "Engagement" describes a state in which the player is simply engaged in the game. Immersiveness – when you are so involved that you forget about the existence of the real world for a while: sometimes this is also called a transition to a state of flow.

Attention is well studied within the framework of cognitive psychology. And its theoretical and practical developments have long been used by game designers to make the gaming experience more pleasant.

It is very important to choose the right strategy for the development of the game, because it directly affects the financial results of the developer company.

Methods for evaluating the financial results of using attention-retention technologies in video games include:

The method of econometric modeling – one of the most important tools for analyzing and forecasting socio-economic systems, which is most effective in the case of systems with stable, stable development trends;

Observation – planned and purposeful perception of an object, process, phenomenon, etc., the results of which are recorded by the researcher (observer). The essence of observation is the accurate and complete recording of facts obtained with the help of the senses (sight, hearing, etc.), knowledge, skills and life experience;

Regression analysis method – method of studying the statistical relationship between one dependent quantitative dependent variable and one or more independent quantitative variables;

Collecting facts – the process of obtaining information necessary for further research.

All these methods are necessary to understand the work of attention retention mechanics and their impact on economic results. But these are not all the methods that can be used to study this topic. Another suitable method is – survey. A survey is a research method used for collecting data from a predefined group of respondents to gain information and insights into various topics of interest. They can have multiple purposes, and researchers can conduct it in many ways depending on the methodology chosen and the study's goal.

Ubisoft Entertainment combines different attention retention mechanisms. This allows the game to release games with a different genre. Ubisoft Entertainment is a French computer and videogame developer and publisher with headquarters in Montreuil-sous-Bois, France. It was founded in 1986 by five brothers, of which Yves Guillemot serves as chairman and CEO.

Company presents on 5 continents with more than 40 development studios. This is international network with more than 108 nationalities and 55 spoken languages. The greatest inner creative force in the world. An industry with more than 80% of the team dedicated to creativity.

Ubisoft Entertainment is a simplified joint-stock company with a capital of 11,959,727 euros, registered in the Commercial Register of Companies of Bobigny in France. The company was founded by five brothers in 1986. Thanks to the cooperation with many game developers, the company managed to expand beyond its national market by the end of the decade and start working in Germany, the United States and the United Kingdom. The next stage in the development of Ubisoft Entertainment was the opening in 1994 of its own studio engaged in the development of video games. In 1996, the company, in addition to its central office in Montreal, officially opens another one – in Shanghai. Since 2000, the company has been actively buying up controlling stakes in small but promising game developers, as well as releasing several online gaming projects.

Today, Ubisoft Entertainment is one of the largest manufacturers in the market of computer games, with offices in many countries. Ubisoft Entertainment releases several big games every year. The company also makes a large-scale online project every few years, aimed at making a profit from microtransactions. This strategy helps the company maintain the largest market capitalization in Europe among all game studios. But this approach also negatively affects the development and quality of the game. This leads to unjustified sales or negative player ratings. The main office of the company is located in France, but the company distributes the development load among all the main studios. Ubisoft Entertainment has a very specific organization of work, this is due to the fact that the staff for 2020 is more than 18 thousand people. This is a very large number, which allows to efficiently distribute the work and quickly achieve success.

The company is making progress mainly on its main franchises: «Assassin's Creed», «Watch Dogs», «Tom Clancy's», «Far Cry», «Just Dance», and some others. This financial success brings the company well-known franchises that have existed for many years. With popular titles and familiar characters, the company ensures the financial success of every part of its famous franchise. This tactic shows great financial success over the years. There are also additional factors that have a positive impact on the profit. The main one is the introduction of special attention retention mechanics. For example, in the last three games of the popular «Assassin's Creed» series («Assassin's Creed: Origins», «Assassin's Creed: Odyssey», «Assassin's Creed: Valhalla»), the company uses the mechanics of artificially slowing down the character's progress. That is, the game does not allow the player to enter a new story task until the player reaches the desired level, and for this the player has two options: a) buy the acceleration of the progress for real money (the company calls this "time saving"; b) spend time on additional missions, which are most often the same type and boring. For its other project, «Tom Clancy's Rainbow Six Siege», the company uses a different attention retention mechanics. It's basically customizing the characters and their weapons. For the game, «Just Dance» is a paid song or subscription that gives access to all possible songs.

The main key to the success of the company is the competent use of different approaches to retain the attention of players. All this data is reflected in the company's annual reports, which are available on their official website. But Ubisoft Entertainment company uses specific terms for its financial statements. The main ones are presented in this table:

It is important to note that the company Ubisoft Entertainment in the annual financial results separately distinguishes digital sales and profits for microtransactions. In addition, the company calls microtransactions a special term «PRI net bookings», which stands for Player Recurring Investment. This definition makes it clear the company's attitude to microtransactions. (Table 1)

Table 1 – The main economic terms used by Ubisoft Entertainment in its annual report

Sales (IFRS 15)	Net bookings	Digital net bookings	PRI net bookings	Back-catalog net bookings -
Is an International Financial Reporting Standard (IFRS) promulgated by the International Accounting Standards Board (IASB) providing guidance on accounting for revenue from contracts with customers. It was adopted in 2014 and became effective in January 2018;	Is defined as the net amount of products and services sold digitally or sold-in physically during the period, and includes licensing fees, merchandise, in-game advertising, strategy guides and publisher incentives;	Is defined as the net amount of products and services sold digitally only during a certain period;	Player Re-curring Investment includes sales of digital items, DLC, season passes, subscriptions and advertising;	Information about sales of games that were released earlier than this annual/quarterly sales report.

The company's latest financial reports show an increase in profits from microtransactions, so the company's policy is aimed at improving the mechanisms for encouraging players to buy microtransactions. This is facilitated by the new attention retention mechanics, which show their profitability.

In conclusion, attention retention mechanics may vary depending on the company's purpose and policy. In recent years, such mechanics show the highest profit among other monetization methods. Every year, these mechanics will change, because the video game industry is evolving very quickly and development companies need to adapt to the needs of players and market trends. The company's financial success depends on the company's ability to respond quickly to the development of this large video game market.

M.A. Kalbayev

ACCOUNTING IN DIGITAL ECONOMY

At present, the issue of using advanced information technologies in various fields of activity, in particular, in accounting, which is the central component of the management system of any object, is becoming more and more important.

The development of the digital economy in the world is one of the trend directions that requires the improvement of modern information and telecommu-

nication technologies, which provides new opportunities for accounting. The use of information technology helps to increase the competitiveness of organizations by reducing costs, reducing the influence of the human factor and accelerating work.

Large-scale measures to develop the digital sector of the economy are being taken in our country as well. Accordingly, electronic document management systems are being introduced, electronic payments are being developed, and the legal framework in the field of electronic commerce is being improved.

In recent years, the reforms carried out in Uzbekistan are accompanied by the active introduction of modern information and communication technologies into the process, the population's access to telecommunications services is expanding, public services are gradually being converted into electronic form and are provided on a «single-window» basis.

In this connection, and in order to further improve the public administration system, create conditions for the introduction and development of the digital economy, improve the investment environment, on July 3, 2018, the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan No. PP-3832 «On measures to develop the digital economy in the Republic of Uzbekistan», As well as by the Presidential Decree of October 5, 2020, No. UP-6079 «On the approval of the «Digital Uzbekistan-2030» strategy and measures for its effective implementation», the concept of digitalization of the country's economy until 2030 was approved.

These documents determine the main directions of state policy for the formation and development of the digital economy for the implementation of national priorities and competitive participation in the global economic ecosystem.

The digital economy operating on information technology platforms is developing at an intensive rate, which necessitates the creation of new models of such platforms. Blockchain technologies (technologies of a distributed data register), artificial intelligence, the use of the capabilities of supercomputers, as well as activities on crypto-assets are one of the areas of development of the digital economy in many countries of the world.

Digital technologies are the most important components of the process of using information resources in accounting and reporting. The development of accounting and ensuring its compliance with the requirements of the new economy have recently been the subject of active discussion among scientists and specialists. At the same time, the majority of scientists recognize the need for transformations involving changes in the content, qualitative characteristics and form of presentation of reporting information, the development of principles, methods and concepts, up to a change in the accounting paradigm.

In the digital economy, in order to maintain its relevance and relevance of the promoted product, accounting should be clearly positioned as an element of the system for receiving, processing and transmitting economic information.

In this connection, information technologies have become widespread in the field of economics and, in particular, in the accounting system. Information technologies are necessary to accelerate and improve the process of using information in the implementation of many types of activities, so today it is almost impossible to imagine accounting without their use. The accounting system is actively developing and constantly improving, and this is facilitated by the following factors:

- development of computers and communication facilities;
 - the ability to automate logical accounting operations using information technology;
 - new control system and error correction;
 - new opportunities for documenting the facts of economic life;
 - the emergence of new technologies for accounting.
- The development and creation of an accounting information system is the main task of automating the management of any enterprise. Therefore, a modern accounting system must meet the following requirements:
- the correct methodological basis for the construction of planned and accounting indicators;
 - coverage of all business processes and operations;
 - reliability, completeness, accuracy of accounting data;
 - efficiency of accounting operations;
 - the effectiveness of the organization of accounting.

The use of information technology in accounting significantly increases its efficiency. The accountant can quickly get the results you want over any period of time without resorting to manual sampling. The process of grouping data also differs from manual methods in that the same information is used many times to compile tables, and this helps to facilitate and speed up the accounting process.

Currently, in accounting, the main means of working with information is a personal computer, accounting automated systems are actively used. Accounting automated systems are functional software that is designed to perform computer processing of sets of accounting tasks

In a non-automated accounting system, data processing usually takes place on paper media in the form of all kinds of invoices, reports, accounting registers, etc. Similar documents are used in an automated system, but they are presented in electronic form. In addition, there are a number of differences between automated data processing in accounting and non-automated data processing.

First, it can be emphasized that the use of information technology presupposes the uniformity of operations. This means using the same commands required to perform the same accounting operations, which almost eliminates the random errors that are usually inherent in manual processing.

Secondly, there is a separation of functions, implying that the computer system can itself carry out internal control procedures, which in manual systems would be performed by various specialists. But at the same time, there are potential opportunities for errors and inaccuracies, because automated accounting systems are more open to unauthorized access.

Third, the main difference is that a computer system can perform some operations automatically, and they are not necessarily documented, as is done in manual accounting systems.

An important point in the automation of accounting is the right choice of software product. Information technologies are constantly evolving, and along with them there is a process of development of accounting programs, due to this there is a fairly large number of them.

There is currently no generally accepted classification of accounting software. In most cases, they differ in the composition of the functions they perform. They can perform both minimal and advanced operations, depending on the size of the enterprises they are targeting. Based on this, four groups of accounting programs can be distinguished:

Packages «integrated accounting system». These programs are intended for small and medium-sized businesses and are developed on the basis of the «mini-accounting» packages. Currently, this group is one of the most common.

Packages «integrated accounting system». These programs were developed in order to carry out the processing of sets of accounting tasks.

Packages «corporate finance and business management systems»

These systems are used to automate enterprise management functions and are represented by a complex structure of components, including an accounting subsystem. Accounting automation is one of the main tasks for an enterprise, since it will ensure the best performance of the necessary operations and facilitate the entire process of accounting.

To implement automation, you should choose the necessary software products, based on the tasks and available resources. However, without a qualified specialist, it is impossible to use information technology. They will be useless for the enterprise if you do not find an experienced and competent accountant.

Given the urgency of the problem of automation of accounting, there is a need to train specialists of a new formation, who are the link between specialists in two areas: accounting and computer science. These specialists should not only be familiar with the general laws of processing economic information and easily master accounting software products. They should be able to find effective options for solving accounting problems, focusing on the specifics and working conditions of the organization. In addition, their knowledge should make it possible to configure the application system for automated accounting in almost any area of accounting.

Based on the above, the following conclusions can be drawn:

- today information technologies play an important role in accounting activities;
- information technology covers various aspects of accounting and has significant advantages over manual methods;
- the use of the same commands required to carry out the same accounting operations eliminates the occurrence of random errors that are usually inherent in manual processing;
- processing of data and information in the form of all kinds of invoices, reports, accounting registers are also used in the automated system, and they are presented in electronic form;
- the use of information technology presupposes the uniformity of operations, which means the use of the same commands required to carry out the same accounting operations;
- a distributed and interconnected system of reliable accounting information is being created. Since all records are distributed and cryptographically protected, it becomes almost impossible to falsify or destroy them;
- information technologies require highly qualified specialists, and at the same time allow an accountant to be in demand.

Today, a qualified accountant must know not only the accounting methodology, but also various taxation schemes, tax planning methods, civil and administrative legislation, as well as have practical experience as an accountant in one or several industries (manufacturing, construction, wholesale and retail trade, services, entertainment business, catering, insurance business, etc.). It is necessary that the accountant knows one or more specialized accounting programs.

The digital economy and, accordingly, information and telecommunication technologies expand the capabilities of a modern accountant, improve the quality and efficiency of accounting, form modern innovative approaches to integrating various types of accounting.

Successful implementation of the digital economy program is possible subject to mutually beneficial cooperation between government agencies, the business community and research institutions

N.V. Khubutiya

THEORETICAL THESIS OF WORLD MARITIME SECTOR OPERATIONS MANAGEMENT

Maritime sector entails the movement of raw materials, goods, semi-finished goods and finished goods by sea from places of low utility to places of high utility. Sea transport should be economical (low), efficient, safe and meet the requirements of shippers (cargo owners), which, in addition to the above, may also require timely delivery, reliability of service, high frequency of service and flexibility in providing other solutions for sea transportation. To achieve these goals, the Maritime sector industry has over the years organized itself into

various specialized markets with specific goals to provide services that meet the needs of customers profitably and sustainably.

Based on this understanding, the global Maritime sector industry is a market of markets that can be divided into goods and types of ship designs. Such as bulk cargo market, tanker market (both clean products and dirty crude oil), container market, chemical tankers market for road carriers, etc., albeit with a degree of overlap between market sectors, for example between the markets for containers and general cargo and bulk cargo.

For each market, ship-owners have also organized themselves to operate ships efficiently and effectively. Organization entails the formation of various types of company structures and the formation of specialized departments and business units. Although these ship-owners are usually physically located in large maritime centers, offshore development has been used to minimize taxation. Over the years, growth and specialization have led to the formation of third-party ship management companies to meet the special market needs of those ship-owners who have chosen not to manage their own ships.

The purpose of this study is to provide an overview of the fundamental principles of court management. This will include a description of the organization and structures of the company, as well as an overview of ship management services and contractual agreements. Special attention will be paid to the various actions required to manage the vessel, including regulatory issues, environmental impacts, and management and performance measurements. Key topics in this regard include ship registration and flagging, regulatory environment and environmental management issues, energy efficiency and slow steaming, and ship management and measurement using KPIs.

Ship handling is defined as the professional delivery of one or more services by a management company separate from ship ownership. Professional procurement means that the ship's manager (supplier) provides services to the ship owner (user) in accordance with the terms of the contract and for a management fee. Defines ship management as the provision of outsourcing services related to the economic and operational organization of the ship as a revenue generating facility. Outsourcing gives ship-owners the opportunity to focus on those functions that will maximize profits (such as chartering or buying / selling a ship), leaving ship managers to control costs and operational tasks. Ship managers ensure that the vessel complies with international norms and regulations, that it is seaworthy and always suitable for the carriage of goods with operational reliability, safety and profitability. The key requirement of ship-owners is the good safety of the asset (ship).

Outside ship, management involves the separation of ship ownership from crewing, technical and, in some cases, commercial ship management. A ship-owner may manage his entire fleet or outsource certain parts such as crewing, technical or commercial management to professional ship managers.

Ship management is carried out by companies independent of ship ownership and includes. The tasks as staffing, training and appointment of both ship and shore personnel, searching for ship's supplies, providing advice on available options for ship registration, trade, ship maintenance. According to third-party marine-management means complete separation of ownership and control in maritime transport and shows that labor in Maritime sector (crew) is not tied to an asset (ship) to the same extent as in other industries. The benefits of outsourcing and court management have been explored and explained mainly.

An organizational structure is a formal template for how a marine company organizes its organizational activities and functions. There are numerous options for the structure of Maritime sector companies. Some companies (or owners) may operate one vessel, while other companies are transport conglomerates and may operate in different markets through different organizations and business units. Some companies have specialized fleets and are focused on operating certain types of vessels in certain markets. Others may be more varied in terms of ownership and operation (fleet diversification). The degree of specialization or diversification depends primarily on the company's strategy, which is formulated based on environmental factors and economic circumstances and reflects the company's vision and mission in its attempt to gain a competitive advantage in the market.

An organizational structure is a formal template for how a company organizes its organizational activities and functions . There are numerous options for the structure of Maritime sector companies. Some companies (or owners) may operate one vessel, while other companies are transport conglomerates and may operate in different markets through different organizations and business units. Some companies have a specialized fleet and are focused on working with certain types of ships in certain markets. Others may be more varied in terms of ownership and operation (fleet diversification). The degree of specialization or diversification depends primarily on the company's strategy, which is formulated on the basis of environmental and economic factors and reflects the company's vision and mission in its attempt to gain a competitive advantage in the market. The diversification of Maritime sector companies to other Maritime sector and transport markets has led to the emergence of Maritime sector conglomerates. The diversified Maritime sector group will be an umbrella structure with business units in various Maritime sector sectors, bulk cargo, tankers, containers, etc. Diversification is often driven by strategies to hedge cyclical exposures across different market sectors, although this practice is not as common in the Maritime sector industry as in other industries. A relatively small number of companies or business units have succeeded in obtaining a public listing, the shares of which are held by institutional investors.

The characteristics of a traditional Maritime sector company are embodied in key departments such as operations, technical, crewing and freight, and ad-

ministration / management. The company invests in new builds and used ships and is responsible for finding work for ships in the spot and, or time charter market. In addition, depending on the policy of the company, it may engage in the sale and purchase of ships. This is typical for dry bulk transport companies. Ships are usually registered with single ship companies as a means of achieving tax advantages and limiting group liability. Companies that own one ship are registered offshore, which ensures a higher level of business confidentiality.

The liner Maritime sector company is responsible for the management of the fleet of container ships or other types of dry cargo vessels such as the MPP. Vessels are used in liner services with fixed loading and unloading calls and follow schedule with a predetermined and announced geographic. This is usually done through an extensive network of offices using the ports, country of destination. The main office is subdivided into departments dealing with marketing, Maritime sector operations, personnel and claims / legal matters. Operations are much simpler, not least in terms of attracting cargo, designing and operating cost-effective routes and liner networks, asset utilization and reliability of port calls, and meeting and forecasting the needs of large numbers of customers. Despite the size of the ship's operations, it takes several people to properly staff such a company before it can be fully operational. The liner Maritime sector company is concentrated in the category of containers for the purpose of filling ships.

Liner Maritime sector companies have developed various types of alliances and partnerships to ensure that resources and assets are used among themselves, and to formulate mutually beneficial strategies and strive to improve operational performance. Liner Maritime sector companies are adopting a hub and spoke approach, whereby long haul, high-performance container ships deployed on major east-west trunk routes dock at a limited number of hub ports that operate as small feeder vessels that connect to external or external courts spoke ports. This allows consortia or alliances to jointly participate in upstream and downstream activities.

This is a division of the company in which maritime transport is not its main activity, but it has great needs for maritime transport and therefore has invested in ships. The Maritime sector division of an international oil company is a good example. International oil companies usually invest in their own assets in addition to timely ship chartering and voyage chartering. Thus, part of the company's oil consignments is transported on ships owned by the company, and the division is responsible for all activities related to the acquisition and operation of these ships. The central board of the company makes major investment decisions, with unit management having primary responsibility for per-day operations.

To manage the risk of long periods of retirement during a downturn in Maritime sector demand, ship-owners have sought to create Maritime sector pools in

which each member contributes a certain level of assets (ships) to a pool that would be managed by a specially created organization. This could be a newly formed joint venture company, an independent ship manager or an affiliate / subsidiary of the ship owner. The enterprise takes over the commercial management of the vessels in the pool, while the technical management may remain with the owner. Commercial management entails the chartering of ships for profit, with costs and revenues allocated to members based on their contribution to the pool, usually measured as pool points based on the attractiveness of individual ships.

Ship management consists of a diverse range of services, usually grouped into crew management, technical management, commercial management and other ancillary services. Crew management entails the recruitment and management of the ship's crew. Crew recruitment includes the selection of a competent and qualified crew through interaction with maritime agencies and maritime academies. Crew management includes the payment of crew wages and other benefits, expenses and insurance; training and career growth; crew rotation and relocation; and crew performance assessment, among others. This also includes the development of crew-related policies and procedures, especially with regard to safety, welfare, drugs and alcohol.

The main goal of technical management is to ensure safe, environmentally friendly and cost-effective ship operations in accordance with international rules and regulations. Technical management entails compliance with the technical characteristics of equipment and machinery on board ships, as well as the supply and provision of food, supplies, spare parts, lubricants and other products necessary for the daily operation of ships. It is important to note that technical management entails scheduled maintenance of the vessel and regular inspection of the vessel in accordance with a predetermined plan to monitor the operation of the vessels, the technical condition of equipment and the organization of a dry dock to check and resolve any repairs. And maintenance issues related to the condition of the ship's structure and its equipment and machinery. In relation to the latter, technical management entails the organization of pre-start work; preparation of dry dock work sheets; assessment of repair sites according to specified criteria, including quality, price, payment terms, delivery and re-delivery costs; dry dock management; and approval of the work done.

Ship management, as defined in this research, has always been challenging given the risk exposure, but is arguably more challenging in this modern era when there is an acceleration in regulatory compliance, coinciding with intense commercial pressures. The external environment, in the form of regulation and market requirements, has expanded the criteria for success from an emphasis on price, operational reliability and relationships to achieving performance targets across the full spectrum of environmental, safety, quality and efficiency goals. Attempted to identify the success factors for shipping management companies

and to assess the differences between ship-owners and ship managers. The results show that shipping companies prioritize quick response to ship owners' requests, followed by price and efficient management of vessel operating costs. Ship-owners perceive the latter as the highest criterion associated with the ability to hire the necessary labor and the potential for good management.

M. T. Maksumova

FORMATION OF ECONOMIC SUSTAINABILITY IN THE FIELD OF GREEN BUILDING

In the context of the innovative development of the economy of developed countries, more and more attention is paid to such a direction as «green construction», the formation of which was based on the concepts of energy and resource conservation, technical and economic efficiency. The main goal of this type of construction is to minimize the negative impact of the building on humans and the environment. This is achieved through the development of new materials in construction, environmental safety management, the introduction of innovative technologies, alternative energy sources, modernized equipment and other solutions based on energy and resource conservation.

Also, the term «green building» is often understood as landscaping of an urbanized area, complex remediation of areas, the purpose of which is to harmonize the environment and urban development, a high degree of use of renewable energy sources and minimization of harmful anthropogenic impact.

The goal is to reduce the consumption of energy and material resources throughout the entire life cycle of a building: selection of a site for design, construction, operation, repair and destruction.

The history of green building began in the 1970s, when the idea of environmental protection and healthy living began to gain popularity around the world. They were also linked to the oil crisis, which made people think about saving energy. The main proponents of this philosophy are designed eco-friendly homes that apply the principles of energy efficiency and alternative energy sources.

The concept of sustainable development is a paradigm of balanced, self-sustaining development, through the interconnected achievement of environmental, social and economic goals. Sustainable development reflects a model of social development in which the basic life needs of both current and future generations are met. With all the diversity of views, the problem of sustainable development exists in two main directions.

The first direction is the definition of the goals of social development in general and the identification of conditions that ensure their achievement. According to the hierarchy of goals for ensuring sustainable development, economic goals are placed in a subordinate position in relation to the goals of society's

development, that is, they are considered as a means of ensuring the sustainability of development as a whole.

The second direction is the study of conditions and factors ensuring the sustainability of economic development as such.

A special place in ensuring sustainable development is given to the formation of a «green economy» and the introduction of «green standards». And, as rightly noted by many modern scientists, it is the «green economy» that is the basis of sustainable development, and «green standards» are its instrument.

The first standard for green buildings appeared in 1990. The Building Research Establishment's Environmental Assessment Method (BREEAM) defines the standards for sustainable design and construction, and also allows you to compare different buildings in terms of their impact on the environment.

The BREEAM method is used worldwide to assess the environmental performance of buildings. It features a method of scoring in several areas related to various aspects of life, living comfort and environmental impact. The overall score is the awarding of a rating.

The second most popular certification system for "green" buildings is the American LEED (Leadership in Energy and Environmental Design). It was created on the basis of the British one and is in many ways similar to it. However, the standard does not take into account such a parameter as the life of the house, which underlies the concept of sustainable development.

The LEED assessment system is structured in such a way that if at least one part is not thought out or is missing, then the applicant for a certificate will not be able to receive it due to non-compliance with its standard. The obtained certificate is assessed in all parts.

These standards can help investors, developers and buyers manage the "right" infrastructure development, which in turn will lower costs and improve the quality of life in the future.

The current international and national «green» standards are designed to solve problematic issues of creating a safe and comfortable living environment both directly in buildings, structures, residential buildings, etc. etc., and in the surrounding area.

The most important points in this case are the following:

- the use of modern innovative technologies in the operation of buildings and structures, ensuring the optimal reduction in the consumption of water, energy, heat;
- the use of environmentally friendly materials in the construction of construction projects;
- solving the problem of wastewater treatment and disposal of waste generated during the operation of facilities;
- reduction of harmful emissions into the environment.

The relevance of the above issues, being addressed within the framework of the current international and national «green standards», determines the priority and need for research to identify the scope of application of environmental standards in Russia.

The main tool for assessing environmental performance in achieving sustainable development goals is an automated life cycle assessment (Life Cycle Assessment, LCA) organized by the Standards Organization (ISO).

Various states have developed their own expert systems for assessing the degree of sustainability of projects under construction, which are aimed at analyzing the environmental, economic and social aspects of this sustainability.

The development of indicator systems evaluating these aspects was largely based on the results of the EU-initiated SuPerBuilding project, the main objectives of which were:

- 1) developing the capacity for assessing sustainability through the use of benchmarking methods to achieve progress in the field of sustainable construction;

- 2) development of indicator systems for assessing the environmental, social and economic efficiency of buildings under construction;

- 3) formation of recommendations for the use of indicators at various stages of the construction process and project management;

- 4) dissemination of the results obtained among national standardization bodies, management structures, as well as construction professionals.

The most common system for assessing the degree of sustainability of construction is the Leadership of Energy and Environment Design (LEED), which has spread in the United States, Canada, Mexico, Brazil, India and a number of other countries.

The assessment process and the certification based on it is to determine the number of points earned by the project in the context of various aspects of sustainable construction. Depending on the degree of environmental friendliness, projects of buildings and structures can be issued «platinum» (more than 42 points), «gold» (from 32 to 41 points), «silver» (from 26 to 31 points) certificates, or they can be simply certified (from 21 to 26 points). The author gives a brief structure of the elements of the LEED system:

1. Sustainable construction sites (total available scores – 7).

2. Water efficiency (total available scores – 2).

3. Energy and atmosphere (total available points – 14).

4. Materials and resources (full available points – 14).

5. The quality of the internal environment (full available points – 15).

6. Innovations and previously accredited projects (full available points -5)

Also, various approaches to assessing the economic situation of construction enterprises are considered. The most common among them are the method-

ology for assessing the financial stability of the enterprise and the methodology for the rating complex assessment of the economic situation.

The financial stability of a corporation is a characteristic of its financial condition, which reflects the ability to develop and function in a constantly changing external and internal environment, makes it possible, on the basis of indicators, to determine the financial potential of the corporation, as well as to formulate the directions of development and strengthening of financial stability. At the moment, the approaches used to assess and diagnose the financial stability of a corporation are diverse. The problem of creating a unified, general methodology for analyzing financial stability has not been resolved.

A general point can be noted: most researchers believe that financial stability can be expressed through indicators of the capital structure as an assessment of the state of the property of a business entity, as well as through sources of its financing in order to identify dependence on external sources. Almost all authors distinguish different types of financial stability: normal and absolute, crisis and unstable – using the definition of costs and reserves, funding sources and their ratio.

Considering the models for assessing the financial stability of organizations, there are two main types of them: classical and market.

The traditional approach focuses on an extremely detailed assessment of balance sheet liabilities based on the determination of coefficients, some of which are duplicated. Researchers adhering to this approach conduct an analysis of financial stability in terms of indicators reflecting the influence of the structure of liabilities on long-term solvency. The market valuation model examines in detail the organization's property itself, the composition and structure of equity and working capital, the amount of profit and its sufficiency for servicing borrowed funds, which makes it possible to more fully assess the real level of equity capital.

It should be noted the methods based on the construction of ratings. These methods include the proposed by methods of five classes of financial stability, as well as models built by the method of additive reconciliation based on the study of functional additive relationships, based on the number of points that were scored by the organization in accordance with – standing on eight indicators of financial stability, namely the coefficients: absolute liquidity, current liquidity, critical appraisal, provision of own circulating assets, share of circulating assets in assets, financial stability and independence.

Thus, to achieve this goal, it is necessary analyze the method of two-factor Altman model:

$$\zeta = 1.2A + 1.4B + 3.3C + 0.6D + 1.0E \quad (1)$$

Where:

- Zeta (ζ) is the Altman's Z-score

- A is the Working Capital/Total Assets ratio
- B is the Retained Earnings/Total Assets ratio
- C is the Earnings Before Interest and Tax/Total Assets ratio
- D is the Market Value of Equity/Total Liabilities ratio
- E is the Total Sales/Total Assets ratio

With $Z > 0$ the situation in the analyzed company is critical, the probability of bankruptcy is high.

Correlation analysis helps to establish whether there is a relationship between indicators in one or two samples. The correlation coefficient is an indicator characterizing the tightness of the linear relationship between the variables x and y . The correlation coefficient is denoted r . Varies from +1 to -1. The classification of correlations for different areas will be different. If the coefficient is 0, there is no linear relationship between the samples.

$$r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sqrt{x^2 - (\bar{x})^2} \sqrt{y^2 - (\bar{y})^2}} \quad (2)$$

The Durbin-Watson test is defined as the ratio of the sum of the squared differences of successive residual values to the sum of the squared residuals.

$$d = \frac{\sum(\varepsilon_t - \varepsilon_{t-1})^2}{\sum \varepsilon_t^2} \quad (3)$$

The first order autocorrelation coefficient is determined by the formula:

$$r^\varepsilon = \frac{\sum(\varepsilon_t - \bar{\varepsilon}_1) \cdot (\varepsilon_{t-1} - \bar{\varepsilon}_2)}{\sqrt{\sum(\varepsilon_t - \bar{\varepsilon}_1)^2} \sqrt{\sum(\varepsilon_{t-1} - \bar{\varepsilon}_2)^2}} \quad (4)$$

$$\bar{\varepsilon}_1 = \frac{\sum \varepsilon_t}{n-1}; \bar{y}_2 = \frac{\sum \varepsilon_{t-1}}{n-1} \quad (5)$$

That is, if there is a complete positive autocorrelation in the residuals $r1 = 1$ and $d = 0$. If the residuals have complete negative autocorrelation, then $r1 = -1$, and $d = 4$. If there is no autocorrelation of residuals, then $r1 = 0$ and $d = 2$. Hence: $0 \leq d \leq 4$.

Using this methodology, it is possible to predict changes in economic phenomena studied in this work in future periods. This information will help to draw conclusions about the current state of «green» construction in the country and see the forecast state. Therefore, it is better to understand in what direction it is better to adopt mechanisms to support this innovative industry in the future.

In order to develop the economy innovatively and stimulate "green construction", it is necessary to introduce a mechanism for environmental and economic assessment of real estate objects.

Summarizing the concepts, principles, characteristics of the "green" economy, put forward in various publications, it is possible to define in general terms the "green" economy as a model of economic development based on sustainable development, internalization of externalities, an integrated approach to the decision-making process, improving the quality of life in conditions of resource conservation and resource efficiency using new technologies and innovations.

Ya. D. Matveeva

STADY OF CHANGES IN MACROECONOMIC INDICATORS IN THE POSITION OF ILLEGAL ACTIVITY ECONOMY IN THE STATE

In economics, an indicator is a number-expressed characteristic of a property of an economic object, process, or decision. In other words, an indicator is a generalized characteristic of the properties of an object or process. The indicator serves as a methodological tool that provides an opportunity to test theoretical positions with the help of empirical data. The indicator is characterized as an orienting economic indicator, a measure that allows you to predict to a certain extent in which direction you should expect the development of economic processes.

Macroeconomic indicators characterize the development of the economy, indicate economic growth or recession.

In general, the scientific economic literature has developed one approach to the term "macroeconomic indicators". A macroeconomic indicator – is a numerical indicator used in macroeconomics to reflect the economic state. The concept of a macroeconomic indicator is directly related to the concept of economic cycles in economic theory.

As such, the term "Change in macroeconomic indicators" is not spelled out in economic science. You can logically derive this term. Changes in macroeconomic indicators are the process of growth or decline of macroeconomic indicators.

Since this indicator covers a large number of different types of crimes, including crimes against the person, when you get the results of modeling, you can talk about the total unit of crimes. If you consider more detailed modeling, you can take a certain type of crime as the output parameters of the model, and build a model based on the new variable and interpret the results.

The following factors were selected as explanatory variables, reflecting the most significant impact on the crime rate.

Since this indicator covers a large number of different types of crimes, including crimes against the person, when you get the results of modeling, you can talk about the total unit of crimes. If you consider more detailed modeling, you can take a certain type of crime as the output parameters of the model, and build a model based on the new variable and interpret the results.

Based on the analysis carried the following factors were selected as explanatory variables, reflecting the most significant impact on the crime rate.

In this study, the exogenous variables will be:

1. Permanent population (in millions), data for this indicator were taken from Eurostat.

2. Number of immigrants (data taken from national statistical agencies). This indicator is expressed in thousands of people. As it is known in recent years, many crimes have been committed by immigrants, as a result of which their entry into some countries has been restricted. Migrant crime is a type of crime that is distinguished on the basis of such characteristics of the criminal's personality as his participation in migration processes: movement from one territory to another, including a temporary or permanent change of residence.

In the modern world, migration caused by such negative social phenomena as discrimination on the basis of nationality, armed conflicts, extreme poverty, often becomes a factor of crime. The commission of crimes by visitors is also often associated with their involvement in organized criminal activities.

The high percentage of criminals among migrants is caused by socio-economic factors, punishments for violations of migration legislation, as well as racial and ethnic discrimination by law enforcement agencies and the judicial system. The link between immigration and terrorism is poorly understood, but existing research shows that it is weak and that harassment of migrants increases their risk of radicalization.

3. The level of GDP. (in billions of dollars). This indicator indicates the well-being of the population).

4. Average salary level. Data for this item are taken from national databases, and converted into dollars for ease of calculation. This indicator has a direct relationship with the crimes committed, because if the salary level allows people to buy only the most necessary products and nothing more, and even this does not allow, then the crime rate will be higher.

5. The number of newly identified patients with a diagnosis of "drug addiction".

6. The level of education.

7. The age of the criminals.

Illegal activity in the state is a type of activity that includes all types of crimes and offenses, as well as activities that are not provided for by permissive acts.

Elizabeth Papp Kamali says this about felonies. Felonies are serious crimes, such as murder, rape, or arson, for which the typical consequence is capital punishment or imprisonment for over a year. Etymologically, the word felony originally connoted wickedness or evil. The category of felony derives from the English Common Law, in which a felony conviction traditionally resulted in forfeiture of land and movables, as well as the death penalty. The pos-

sible consequences of a felony conviction continue to be monumental today, including disenfranchisement, termination of parental rights, and ineligibility for jury service. Some jurisdictions have done away with the felony/misdemeanor distinction, opting instead for more neutral categories such as indictable and summary offenses.

The Swiss Criminal Code establishes the division of criminal acts into actual crimes and misdemeanors, as well as violations. A crime is an act that is punishable by hard labor; a misdemeanor is an act that is punishable by prison "as the most serious" (Article 9).

The legal definition of the term crime under Russian law is given in the Criminal Code of the Russian Federation, a crime is recognized as a culpably committed socially dangerous act prohibited by this Code under threat of punishment.

The dependent variable is the total crime rate for individual countries, which includes the following indicators, according to the above articles of criminal regulations:

Indicator	Content
Murder	Violent and non-violent, intentional and reckless
Grievous bodily harm	Severe and moderate harm to health
Against life and health	Here it is taken as a basis as a complete section of the criminal code, all crimes of this nature are included here
Against property	Theft, robbery, fraud and other crimes included in the national codes in this category
Financial crime	Crimes in this group differ in their composition in different codes, but the essence is the same, these are acts aimed at the financial and economic structure of society

Since this indicator covers a large number of different types of crimes, including crimes against the person, when you get the results of modeling, you can talk about the total unit of crimes. If you consider more detailed modeling, you can take a certain type of crime as the output parameters of the model, and build a model based on the new variable and interpret the results.

Based on the analysis carried out in the first chapter of this paper, the following factors were selected as explanatory variables, reflecting the most significant impact on the crime rate.

The relationship between the macroeconomic indicators of a particular country and the level of crimes committed is directly related. The higher the level of the economy, the higher the level of GDP and GNP, the higher the level of wages and lower unemployment, the less crimes will be committed. After all, most of the country will be busy at work, will receive decent pay for their work,

and they will not need to go to extreme steps with crimes. And vice versa, if the country is bad with the economy, then the number of crimes will increase. Mexico is an example of this. The country is not the most developed economy, with a low GDP, and therefore with a very large amount of crime.

This section discusses the basic terminology used in this paper. Several positions of different authors on approaches to the definition of macroeconomic indicators and felonies were considered. The main indicators and types of crimes that will be involved in the dissertation were considered. And also the main purpose of the work was defined – the relationship between crime and the economy.

A method – is a way of theoretical research or practical implementation of something.

Indices are indicators used to determine trends, as well as the magnitude and nature of changes in economic phenomena over time. Systems of such indicators are used to compare important economic values in dynamics (comparison with previous years) and with planned values.

The index method is used in all economic sectors. The main characteristic of the indicators that are used when using it is their relativity. Indexes are expressed in the form of coefficients or as a percentage. They are used when there are incommensurable indicators at the disposal of analysts to study the activity of an economic object, which cannot be simply summed up. In addition, the indices are more visual, since it is impossible to draw unambiguous conclusions about the development of an enterprise or industry from comparing absolute values. Indexes allow you to study the course of all the phenomena that take place in the organization. Moreover, you can do this with their help at any stage of the functioning of the business entity. The main purposes of using indexes include:

Evaluation of changes occurring with phenomena or indicators, in relative terms.

Study of the significance of the influence of certain factors on the results of the company as a whole.

Methodology – the doctrine of methods, methods and strategies for studying the subject.

The methodology of econometrics is the study of a range of different approaches to conducting econometric analysis.

Identified and studied commonly different approaches include [3, 61]:

- Coles Commission approach;
- to autoregression vector approach;
- to LSE approach to econometrics-originated with Denis Sargan now associated with David Hendry (and his modeling of the general to the particular). Also related to this approach is the work on complex and cointegrated systems

occurring in the work of Engle and Granger and Johansen and Juselius (Juselius 1999);

- using calibration – Finn Kidland and Edward Prescott;
- experimenter or difference in differences fits – Joshua Angrist and Jorn-Steffen Pischke.

In addition to these more clearly defined approaches, Hoover identifies a number of heterogeneous or instructional approaches that those who are less or even less engaged in methodology tend to follow.

Next, the data of three countries will be analyzed as an example. The first is Switzerland, one of the most economically developed, progressive countries and statistically with a low crime rate. The second country is Russia, with fairly average indicators both in economic development and in the level of crime. The third country is Mexico, with an extremely high crime rate and rather low economic development.

Switzerland has the smallest number of people among the three countries. However, its level of GDP is several times higher than in the same countries. It is 43% higher than in the Russian Federation and 56% higher than in Mexico, for illustrative purposes you can plot the distribution of GDP per capita.

However, the level of its GDP is several times higher than in the same countries. 43% higher than in the Russian Federation and 56% higher than in Mexico, for clarity, you can plot the distribution of GDP per capita.

The level of GDP in Switzerland, according to statistical data, exceeds the other two analyzed countries by 7 times. Hence the high standard of living in the country. The same can be said about the average level of salaries, in Switzerland they exceed 7 times other countries (7000 dollars against 800 and 600 in Russia and Mexico, respectively).

The main macro indicators that were freely available were the population of the country, the level of migration, GDP, and average wages. And although there are few basic indicators, this is enough to draw conclusions about the correspondence of the level of economic development and the commission of crimes.

The analysis shows the relationship between exogenous and endogenous factors on the crime rate in a particular country. So, we clearly see the difference in all indicators. The standard of living is GDP, the average wage is much higher in developed Switzerland, and in table 1 we saw the number of crimes per 100 thousand people in this country. These indicators are directly related. After all, the better the standard of living of a particular citizen, the higher his salary and employment level, the lower the chance of committing a crime. It will be uninteresting and unprofitable for a banal person. We see an inverse relationship in other countries, where it may be more profitable for a person to commit a crime from an economic point of view than to go to work, because his salary does not reach the minimum wage.

The analyze shows important socio-economic factors that influence the growth of crime. In the table, we can see how different the level of wages in individual states is, how large the gap between the GDP of the two states is hence, there will be a big difference in the level of crime in these countries.

As a result, we can draw the following conclusions from the article.

Switzerland has huge potential with its GDP level, average wages and low unemployment. Accordingly, the level of crime in this country is minimal. It is simply unprofitable for people to commit crimes, since the country already provides all the benefits for life. A friend. the same position is occupied by Mexico. Low GDP, low wages and high unemployment lead to the fact that the crime rate is growing, the high level of illegal cartels and drug lords, it is profitable for people to commit crimes, and not to go to work for the state, given the low penitentiary policy.

B. Zh. Myrzanov, A. Zh. Embergenov

THE ROLE OF FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS IN THE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

In modern economic conditions, the activity of each economic entity is the subject of attention of a wide range of market participants interested in the results of its functioning. Based on the accounting information available to them, they seek to assess the financial position of the enterprise. The success of its activities largely depends on the financial condition of the enterprise. The financial condition of a business entity is understood as the characteristics of its solvency and creditworthiness, the use of financial resources and capital, the fulfillment of obligations to the state and other business entities.

Analysis of financial and economic activities is one of the main elements of the management of any organization. It serves as a tool for identifying reserves, justifying business plans, as well as monitoring their implementation with a focus on the ultimate goal of the business – making a profit. Analysis data is needed by various external and internal users to make rational management decisions.

Financial analysis is used by external users of information about the activities of the organization, as well as by the management personnel of the organization in order to obtain detailed data contained directly in the accounting registers. The features of financial analysis are as follows:

- the plurality of subjects of analysis (information users);
- a variety of goals and interests of the subjects of analysis;
- availability of standard methods, accounting and reporting standards;
- orientation of the analysis to the public and internal reporting of the enterprise;
- maximum openness of the analysis results for users of information about the activities of the enterprise.

The general purpose of the financial statements is to provide information about the results of operations, financial position, and cash flows of an organization. This information is used by the readers of financial statements to make decisions regarding the allocation of resources. At a more refined level, there is a different purpose associated with each of the financial statements. The income statement informs the reader about the ability of a business to generate a profit. In addition, it reveals the volume of sales, and the nature of the various types of expenses, depending upon how expense information is aggregated. When reviewed over multiple time periods, the income statement can also be used to analyze trends in the results of company operations.

The purpose of the balance sheet is to inform the reader about the current status of the business as of the date listed on the balance sheet. This information is used to estimate the liquidity, funding, and debt position of an entity, and is the basis for a number of liquidity ratios. Finally, the purpose of the statement of cash flows is to show the nature of cash receipts and cash disbursements, by a variety of categories. This information is of considerable use, since cash flows do not always match the sales and expenses shown in the income statement.

As a group, the entire set of financial statements can also be assigned several additional purposes, which are:

Credit decisions. Lenders use the entire set of information in the financials to determine whether they should extend credit to a business, or restrict the amount of credit already extended.

Investment decisions. Investors use the information to decide whether to invest, and the price per share at which they want to invest. An acquirer uses the information to develop a price at which to offer to buy a business.

Taxation decisions. Government entities may tax a business based on its assets or income, and can derive this information from the financials.

Union bargaining decisions. A union can base its bargaining positions on the perceived ability of a business to pay; this information can be gleaned from the financial statements.

In addition, financial statements can be presented for individual subsidiaries or business segments, to determine their results at a more refined level of detail.

In short, the financial statements have a number of purposes, depending upon who is reading the information and which financial statements are being perused.

Financial analysis can be performed both by the management personnel of a given enterprise, and by any external analyst, since it is mainly based on public information about the financial and economic activities of the enterprise.

The content of financial analysis consists in assessing the financial condition and performance of an economic entity based on reliable information, as

well as identifying potential opportunities for increasing the efficiency of capital use and sustainable development of an economic entity.

The object of financial analysis is the financial statements of an enterprise.

The subject of financial analysis is a set of analyzed financial relations, financial resources and their flows, cause-and-effect relationships and methods of their research. It includes:

- financial relations that arise as a result of the financial and economic activities of the organization;
- knowledge of cause-and-effect relationships in the financial and economic activities of the organization;
- classification, systematization, modeling, measurement of cause-and-effect relationships that develop under the influence of objective and subjective factors and are reflected in the system of economic information. Financial analysis is carried out in the following main areas:

1. Analysis of the financial condition.

1.1. Analysis of the property status.

1.2. Analysis of the financial situation.

2. Analysis of financial results.

3. Analysis of the efficiency of resource use.

Thus, financial analysis for the management personnel of enterprises, organizations, financial and accounting workers and analysts is the most important tool for determining the financial condition, identifying reserves for increasing profitability, and increasing the efficiency of financial and economic activities. It serves as the initial starting point for forecasting, planning and managing economic objects.

The results of the study of existing approaches to financial analysis indicate the presence of different types of financial analysis, differing in their role in management and organizational forms of conducting, the content and completeness of the study, the nature of the object of analysis, the frequency of the study.

Financial analysis makes it possible to assess the effectiveness and feasibility of management decisions made during the study period, and also provides a basis for the development of sound strategic and tactical management decisions in the field of financial activities of an organization aimed at improving the financial condition, increasing investment attractiveness, increasing market capitalization, and increasing the welfare of owners.

Financial, tax, statistical types of analysis are divided into internal and external blocks. The division is due to the presence of different groups of users of its results (subjects) – external (partners, investors, regulatory authorities, etc.) and internal (heads of the organization, its functional departments, responsibility centers, etc.).

Each subject studies information about the activities of the organization based on their specific interests.

Analysis of financial statements – one of the main types of economic analysis – is a system for studying the financial condition and financial results that are formed in the process of carrying out the economic activities of the organization under the influence of objective and subjective factors and are reflected in the financial statements.

The purpose of the analysis of financial statements is to obtain the key characteristics of the financial condition and financial results of the organization for making optimal management decisions by various users of information.

Financial statements analysis tasks:

- a comprehensive study of the composition, dynamics of capital sources and an assessment of the optimality of its structure;
- studying the composition, structure and dynamics of the organization's property, assessing the quality of assets;
- an objective assessment of the financial condition;
- analysis of liquidity and solvency;
- assessment of the effectiveness of cash flow management;
- determination of the degree of potential threat of bankruptcy;
- assessment of the level and dynamics of business activity indicators;
- analysis of income, expenses and profits;
- analysis of the level and dynamics of profitability;
- assessment of the effectiveness of the dividend policy and the use of net profit;
- substantiation of the investment policy for attracting (placing) capital;
- identification and quantitative assessment of the influence of factors on business performance;
- development of options for optimal management decisions aimed at improving performance.

The results of the analysis of financial statements may not be enough for making management decisions by individual entities. Internal users (management, majority shareholders, large owners of the organization) in the process of implementing current and strategic (long-term) management need to have additional information, which is formed as a result of management (internal) analysis. To make decisions on the management of the supply of resources, production processes, sales of products, financial flows, etc., the management of the organization and its structural divisions need comprehensive, detailed, operational information. Such information constitutes a trade secret. Its formation becomes possible at certain stages of internal (managerial) analysis, from data collection, processing and ending with the development of options for adjusting management to achieve the main goal – to increase the efficiency of economic activity. The subjects of tax analysis are representatives of state tax authorities. Such users are classified as external, although under certain conditions, during

the period of tax audits, they receive the right to access internal accounting and tax registers, and to primary business documentation. Tax analysis is also important for the management of the organization in order to optimize tax expenses at the stage of tax planning, in the formation of the tax accounting policy of the organization. Statistical analysis complements financial analysis, its results give a broader picture of the organization's activities, since statistical reporting forms, along with cost indicators, contain quantitative data on the production and shipment of goods, number, wages and movement of workers, etc. Episodic (sample) analysis is carried out with the aim of improving the management of business processes. As an information basis, sample data obtained, in particular, as a result of marketing research, necessary for calculating the indicators of the sales budget (volumes of possible sales of goods, forecast prices, etc.), are used. As a rule, in the process of carrying out the analysis, its various types are used in a complex. A variety of types of economic analysis contributes to the formation of objective results that comprehensively characterize the activities of business entities, optimization of management. A high-quality solution to the problems of analyzing financial statements is ensured by observing the general principles of economic analysis, which are:

- continuity, regularity of monitoring the state and development of economic processes;
- the continuity of the methodology and methodology of the analysis;
- the objectivity of the analysis results, conclusions and recommendations based on reliable and transparent information available in the accounting, statistical and operational reporting;
- scientific character, expressed in the use of the latest achievements of theory, methodology, methodology, methods and tools of analysis;
- the complexity, comprehensiveness of the study of economic processes and the identification of dependencies between them;
- the consistency of the study of business processes to identify external relationships with other objects of analysis and their elements;
- specificity and practical significance, aimed at improving the results of the organization's activities, increasing the efficiency of its work;
- the reliability and accuracy of analytical conclusions.

A.S. Perechnev

PRODUCT AND INTEGRATED METHODS AS THE USEFUL TOOLS FOR THE EVALUATION OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS.

The quality of end-product which companies produce can demonstrate the potential perspectives of those companies on the market whether they will stand up to their competitors or not. As an example of the comparative analysis of those companies through the product the author resorts to the method of the weighted arithmetic average of individual competitiveness indicators:

$$K = \sum_{i=1}^N W_i K_i \quad (1)$$

where K_i is considered as a point of the given evaluation with the total number N ; W_i is an indicator of the weight of the i -th unit of evaluation criteria.

Besides, it is noteworthy to say that the evaluation is qualitative in nature, i.e. the author performs his independent assessments of a row of red and white dry wines of the Old and New Worlds in terms of the following criteria: Appearance, Aroma and Bouquet, Taste and Texture, Aftertaste, Overall Impressions, and final counting Overall Score. For that reason, the author is guided by the American Wine Society Evaluation. The enumerated before factors help to assign points for each given area of evaluation. It is important to note that the score must be consistent with the descriptors. Objectivity is the main pillar of such an evaluation according to A. Hartung.

Despite the above-mentioned pillar, it's worth taking into account that the points which got awarded to the wines it's a strictly subjective opinion of the author. It may vary a lot with the opinions of the professional sommeliers. The main purpose of such an evaluation is to display how the competitiveness of wines can be measured through quality characteristics. As is well-known it is up to them whether a product will be in demand or not. Besides, it stands to reason that any other wines might be equally subjected to evaluation.

The full list of the criteria of evaluation is indicated down below:

APPEARANCE

3-Excellent – Brilliant with outstanding characteristic color.

2-Good – Clear with characteristic color.

1-Poor – Slight haze and/or slight off color.

0-Objectionable-Cloudy and/or off color.

AROMA AND BOUQUET

6-Extraordinary – Unmistakable characteristic aroma of grape-variety or wine-type. Outstanding and complex bouquet. Exceptional balance of aroma and bouquet.

5-Excellent – Characteristic aroma. Complex bouquet. Well balanced.

4-Good – Characteristic aroma. Distinguishable bouquet.

3-Acceptable – Slight aroma and bouquet. Pleasant.

2-Deficient – No perceptible aroma or bouquet or with slight off odors.

1-Poor – Off odors.

0-Objectionable – Objectionable or offensive odors.

TASTE AND TEXTURE

6-Extraordinary – Unmistakable characteristic flavor of grape-variety or wine-type. Extraordinary balance. Smooth, full-bodied and overwhelming.

5-Excellent – All of the above but a little less. Excellent but not overwhelming.

4-Good – Characteristic grape-variety or wine-type flavor. Good balance. Smooth. May have minor imperfections.

3-Acceptable – Undistinguished wine but pleasant. May have minor off flavors. May be slightly out of balance, and/or somewhat thin or rough.

2-Deficient – Undistinguished wine with more pronounced faults than above.

1-Poor – Disagreeable flavors, poorly balanced, and/or unpleasant texture.

0-Objectionable – Objectionable or offensive flavors and/or texture.

AFTERTASTE

3-Excellent – Lingering outstanding aftertaste.

2-Good – Pleasant aftertaste.

1-Poor – Little or no distinguishable aftertaste.

0-Objectionable – Unpleasant aftertaste.

OVERALL IMPRESSION

2-Excellent

1-Good

0-Poor

TOTAL SCORES

18-20 Extraordinary

15-17 Excellent

12-14 Good

9-11 Commercially acceptable

6-8 Deficient

0-5 Poor and objectionable

As examples of red dry wines the following wines were chosen:

- Petrichor (Shumrinka, Russia; 2017 vintage; €8,2 bottle price), Papa Figos (Casa Ferreirinha, Portugal; 2017 vintage; €8,52 bottle price) – the Old World;

- Reserve Collection Shiraz – Cabernet Sauvignon (Willow Hill, South Africa; 2017 vintage; €7,76 bottle price), 19 Crimes (TWE, Australia; 2017 vintage; €8,2 bottle price) – the New World.

Table 1 – Comparative analysis of the red dry wines of the Old and New Worlds

Characteristic of wine (red dry)	Weight	Petrichor (Shumrinka, Russia) €8,2	Papa Figos (Casa Ferreirinha, Portugal) €8,52	Reserve Collection Shiraz – Cabernet Sauvignon (Willow Hill, South Africa) €7,76	19 Crimes (TWE, Australia) €8,2
Appearance	0,15	3/0,45	3/0,45	3/0,45	2/0,3
Aroma and bouquet	0,2	4/0,8	4/0,8	3/0,6	3/0,6
Taste and texture	0,2	4/0,8	4/0,8	4/0,6	4/0,8
Aftertaste	0,15	2/0,3	3/0,3	3/0,6	2/0,3
Overall impression	0,3	1/0,3	2/0,6	1/0,3	1/0,3
Total weight	1,0				
Overall score		14/2,65	16/2,95	14/2,55	12/2,3

As a result of the evaluation of the red dry wines, Papa Figos got the highest score. According to the author's opinion, the Portuguese wine turned out to be well-balanced, first of all, in terms of all the considered criteria. Russian Petrichor and South African Shiraz-Cabernet Sauvignon were evaluated at the same level. The only distinction we can see in the integral score was achieved by multiplication of the weight indicator by the given assessment point. The Russian brand had it slightly higher despite the equal number of points and that is expressed primarily in the different scores for Aroma and Bouquet and Aftertaste. 19 Crimes of TWE impressed less the author. That wine had also a good balance, nice color, and distinguishable full-bodied taste but slightly conceded to its opponents in the aftertaste.

As examples of white dry wines the following wines were chosen:

- Petrichor (Shumrinka, Russia; 2017 vintage; €8,2 bottle price), Papa Figos (Casa Ferreirinha, Portugal; 2017 vintage; €6,8 bottle price) – the Old World;
- Reserve Collection Chardonnay (Willow Hill, South Africa; 2017 vintage; €7,76 bottle price), Lindeman's Chardonnay (TWE, Australia; 2017 vintage; €7 bottle price) – the New World.

Table 2 – Comparative analysis of the white dry wines of the Old and New Worlds

Characteristic of wine (white dry)	Weight	Petrichor (Shumrinka, Russia) €8,2	Papa Figos (Casa Ferreirinha, Portugal) €6,8	Reserve Collection Chardonnay (Willow Hill, South Africa) €7,76	Lindeman's Chardonnay (TWE, Australia) €7
Appearance	0,15	3/0,45	2/0,3	2/0,3	2/0,3
Aroma and bouquet	0,2	5/1	3/0,6	3/0,6	3/0,6
Taste and texture	0,2	5/1	3/0,6	5/1	2/0,4
Aftertaste	0,15	2/0,3	1/0,15	1/0,15	1/0,15
Overall impression	0,3	2/0,6	0/0	1/0,3	0/0
Total weight	1,0				
Overall score		17/3,35	9/1,65	12/2,35	8/1,45

In summarizing the evaluation of the white dry wines, the Russian Petrichor stayed out of reach. The author was highly impressed by its aroma and taste and therefore put an «Excellent» score. Apart from the Russian wine, the

African Reserve Collection Chardonnay didn't leave the author emotionless either in terms of taste which was a delicious, soft, mouthful of fruits, apples, and pear. The product of Willow Hill indeed was quite smooth in all the criteria not having large imperfections. Hence, it could be considered perfectly as a decent example of its segment. Whereas the other two brands the Portuguese Papa Figos and the Australian Lindeman's Chardonnay deeply disappointed the author having left an overall poor impression. Both wines were equally poor in the aftertaste. That was reflected in the overall score as well. One can pay attention to how much the integral score differs among the compared wines.

Apart from that, it's worth mentioning that the above-mentioned method is perfectly at work when it concerns quality evaluation. Although, quality doesn't always make difference pertaining to the competitiveness of wines. Such factors as reputation and brand image, financial stability, service, production potentialities, promotion and marketing, and many others are able to rise above a product even if its qualities leave something to be desired. That, in turn, becomes the main problem for a common inexperienced customer who faces a rich choice of a product on the shelves and in most cases is endured to act through trial and error.

Nevertheless, the product method doesn't remain the only solution to compare the competitiveness of companies. By contrast, one may resort to another one which is called the integral-index method. But before presenting it one had better take a closer look at the compared companies. As our examples were chosen the Australian wine enterprise TWE as a representative of the New World and the Italian Campari Group as the Old World (the beverage company which includes sparkling and still wines). Such a choice is primarily attributable to the comparable volumes of their turnover even though the latter one is not in its core only wine-related (even more specialized in spirits and other strong drinks).

Table 3 – Financial performance of TWE as a representative of the New World

Year	Cost of sales	Revenue	Income tax	Financial income	Net profit
2019	1026,37	1781,69	105,99	29,29	259,25
2018	908,02	1578,97	72,80	17,84	227,95
2017	1055,94	1706,28	78,98	13,40	181,72
2016	1015,98	1569,07	50,76	9,11	116,11
dynamics	1,02	13,55	108,82	221,67	123,28

Tracing the dynamics of the singled out financial indicators one may conclude that the Australian company is doing quite well. One may notice that in cost of sales there was a small decline in 2018 which was driven by Supply Chain Optimisation savings. It led in turn to the decrease in revenues but it was offset by portfolio premiumization and realization of the new Luxury brands in

the US the same year as well as the growth in prices of the Australian commercial wine a year after.

Table 4 – Financial performance of Campari Group as a representative of the Old World

Year	Cost of sales	Revenue	Income tax	Financial income	Net profit
2019	721,30	1842,50	46,20	31,80	308,40
2018	683,60	1711,70	54,50	29,70	296,30
2017	741,10	1753,40	55,80	45,50	356,40
2016	741,90	1816,00	56,10	62,10	166,30
dynamics	-0,11	-3,45	-0,53	-26,73	114,31

Considering the performance of Campari Group, it is noticeable that except net profit the company shows negative dynamics. It is noted especially after 2017. Getting into specifics one of the main reasons of such a decline in 2018 was lower adjustments to operating income and charges. That means that effects of the first-time application of a new IFRS 15 – ‘Revenue from contracts with customers’ led to the decrease in numbers, first of all, but not in profits as it was simply recalculated according to the new provision. Another reason which could worsen dynamics was net effects of exchange rate differences.

Going to the application of the integrated-index method the author addresses to the following formula:

$$C = \sqrt{C_e * C_i * C_a} \quad (2)$$

where C – competitiveness criteria; C_e – operation efficiency coefficient; C_i – innovativeness coefficient; C_a – adaptability coefficient. All of the coefficients we have to calculate according to the table in part 1.3 putting in the appropriate numbers from the financial statements of the chosen companies. All of the values get calculated for 2019.

In order to find operation efficiency coefficient, we have to address to the formula below putting in the numbers:

$$C_e = \frac{R}{c} = \frac{1781,69}{35,47} = 50,23 \text{ (TWE)} \quad (3)$$

$$C_e = \frac{R}{c} = \frac{1842,5}{31,1} = 59,24 \text{ (Campari Group)} \quad (4)$$

then we have to identify C_a – adaptability coefficient which will be equal to the difference in revenue for the current and last periods:

$$C_a = \frac{R}{R_0} = \frac{1781,69}{1578,97} = 1,128 \text{ (TWE)} \quad (5)$$

$$C_a = \frac{R}{R_0} = \frac{1842,5}{1711,7} = 1,076 \text{ (Campari Group)} \quad (6)$$

All that remains is to find innovativeness coefficient. As innovativeness activity expenses the author singled out the following items:

– TWE: IT development costs which amount at €58,21 million (2019); €52,59 million (2018);

– Campari Group: investment in intangible assets with a finite life related to IT projects (€14,2 mln, 2019; €16,5 mln, 2019); R&D costs and operating grants (€2,2 mln, 2019; €2,0 mln).

As for operating costs they are €345,77 (2019) and €327,7 (2018) for TWE; €386,3 (2019) and €380,7 (2018).

Putting the above-mentioned expenses in the formula we get:

$$Ci = \frac{Ci}{C} : \frac{Ci0}{Co} = \frac{58,21}{52,59} : \frac{345,77}{327,91} = 1,049 \text{ (TWE)} \quad (7)$$

$$Ci = \frac{Ci}{C} : \frac{Ci0}{Co} = \frac{16,4}{18,5} : \frac{386,3}{380,7} = 0,873 \text{ (Campari Group)} \quad (8)$$

Having got all necessary data, we can put them in the formula and thus calculate the competitiveness index:

$$C = \sqrt{Ce * Ci * Ca} = \sqrt{50,23 \cdot 1,128 \cdot 1,049} = \sqrt{59,43575} = 7,709 \text{ (TWE)} \quad (9)$$

$$C = \sqrt{Ce * Ci * Ca} = \sqrt{59,24 \cdot 1,076 \cdot 0,873} = \sqrt{55,64697} = 7,459 \text{ (Campari Group)}$$

(10)

As a result, we can make a conclusion that based on an analysis of the sources of formation of enterprise competitiveness, TWE turned out to be more competitive in terms of its operational activity than Campari Group. The formula gets even sharper results provided the comprehensive individualization of innovation expenses which do not always get reflected clearly in financial statements.

M.V. Rasskazova

STUDY OF THE INFLUENCE OF ECONOMIC FACTORS ON PRICING OF THE REAL ESTATE MARKET

Real estate market is one of the most actively developing markets. It involves all kinds of market agents, individuals, legal entities, the state, and the annual turnover is billions of dollars. In addition, this real estate market is one of the most important socially significant sectors with great strategic prospects. In the last decade, the number of transactions concluded in the housing sector of the market has increased significantly, the prerequisites for the activation of market processes in civil and industrial construction have clearly emerged. In this regard, the study of various changes that accompany the formation and development of the residential, non-residential, commercial real estate market is an urgent problem.

Real estate market is a basic element of the economy and a part of national wealth. A market economy cannot exist without real estate market since labour, capital, goods and services markets must have necessary premises for the implementation of their activities. The real estate market provides creation of new real estate objects, transferring of rights to real estate, market balanced pricing, using and application of real estate objects, efficient use of the land fund and investment in real estate. An essential feature of this market is that the number of sellers willing to sell and buyers willing to buy a property is very limited. This is due to the fact that the market value of objects is quite high, the market is extremely capacious.

The national real estate market is a set of regional and local markets that differ significantly from each other in the asynchronous development, the level of prices and risks, the efficiency of investments in real estate, the state of legislation, political and social stability. The real estate market, like any self-regulatory system, is characterized by demand, supply, price, and infrastructure.

The main functions of the real estate market include:

- Information about prices, supply and demand;
- Mediation – establishing links between consumers, supply and demand;
- Free formation of prices for real estate and protection of property rights;
- Real estate investment redistribution;
- Ensuring freedom of entrepreneurship;
- Effective solution of social programmes.

Russian real estate market is an already formed socio-economic reality. The real estate market, as an interconnected system of market relations and mechanisms that ensures the creation, transfer, operation and financing of real estate, is subdivided into regional and local markets with differentiated prices, the level and range of risks, capital return, demand.

Real estate market consists of the following parts:

- Investment project and detached buildings market;
- Commercial premises market;
- Office space market;
- Industrial and warehouse market;
- Rental property market;
- Housing market.

Any market and pricing are inseparable from each other. Pricing acts as a determining part of the entire price mechanism; it determines the value of the price. In the real estate market pricing can be defined as the result of the sale and negotiations between the participants in the ongoing transaction. The transition to a market economy led to the transformation of real estate into a commodity that can be an object of purchase and sale, which means that the concept of value is applicable to it. The system of real estate prices is specific. The price of a property is the sum of the prices of the building and the corresponding land plot

on which the building is located. The price of the corresponding land plot has a significant impact on the value of the property.

In the real estate market supply – demand relationship determines the price, but the level of the price determines the supply and demand relationship. If demand rises, then the price rises; but if the price rises, then the demand falls, and if the price falls, then the demand rises. Moreover, all these fluctuations tend to level out. Demand in the real estate market is the number of real estate objects and rights to them that buyers are willing to purchase at cumulative prices for a certain period of time. Accordingly, the supply is the number of real estate objects that the owners of real estate are willing to sell at certain prices for a certain period of time.

In a modern economy, the real estate market can be characterized from 3 positions:

- As a sphere of capital investment in real estate and the system of economic relations (purchase and sale, mortgage, lease, etc.) arising from real estate transactions;
- As a sphere where real estate objects act as goods of a special kind;
- As a market for services, creating conditions for life and life support of a person in all the versatility of their properties and manifestations.

When evaluating real estate, all factors must be taken into account, but the degree of their significance may differ. The degree of importance of each assessment factor is determined by the specific situation that develops in the assessment of a particular object.

The main characteristics of the residential real estate market are the high price of its objects and low-price elasticity of supply: when the cost of housing changes, its supply on the market hardly changes. The inelasticity of the supply is caused by the length of the construction period. With an increase in demand for housing, an increase in supply in the primary housing market is possible only in a year or two, and with a decrease in demand, construction continues, which is associated with a high level of costs incurred.

This leads to the fact that the price is the main regulating factor by which supply and demand are balanced.

The real estate market is significantly influenced by the hundreds of different factors. The following variables affect the price level of the primary and secondary real estate market (Fig. 1):

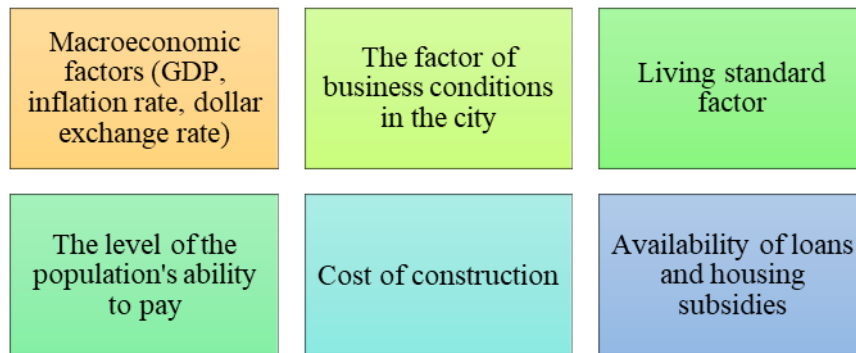


Figure 1 – Factors influencing price on the real estate market

The factors affecting the price of a real estate are constantly changing. Therefore, the valuation of the property is considered reliable only for a certain date. Market value is usually viewed as a reflection of future economic conditions and these expectations are based on evidence from the market at a particular point in time. Sudden changes in business and real estate markets can greatly affect the value of a property. It is impossible to take into account absolutely all factors affecting the real estate pricing. We have selected several factors on which we will focus our attention in this article. They are inflation rate, commissioning of residential buildings in the Russian Federation and average monthly-paid nominal wages in Russia, and volume of construction performed. We will analyse only these factors.

First of all, it is essential to determine how these factors were changing for several years. The level of Russian inflation rate tends to decrease over the last five years. The highest rates were recorded in 2014-2015. During this time, a currency crisis occurred in Russia, which led to an unexpected drop in the Russian rouble against foreign currencies, an increase in inflation to 11.36% and 12.91%, a decrease in consumer demand, an economic downturn and a deterioration in the standard of living of the population. The impact of inflation on the real estate market has influenced the rise in interest rates on mortgages. Changes in the growth rate of inflation in the consumer market are noticeable in the real estate market with some time lag by 1-2 years.

The number of real estates under construction depends on many factors, including the cost of resources required for construction, the amount of demand for housing, the number of developers and so on. The higher the demand and the more affordable prices for resources, the more squared meters will be built (Fig. 2).

The biggest number of constructed buildings were recorded during the Russian financial crisis. This paradox can be easily explained: construction of buildings is a long-term project. Several years pass from the start of the project to its completion (from 3 years or more). During this time, the economic situation often changes dramatically, however, developers are powerless to change

anything: launching a project takes time, and it is almost impossible to stop an already launched project. Developers have to finish building, regardless of whether a profit is expected or not. Because of this inertia, construction constantly reacts with a delay to the economic situation. When the economy is booming, there are still few apartments on the market. And by the time the crisis occurs, the developers have a lot of apartments. In economic terms, the elasticity of real estate supply is very low.

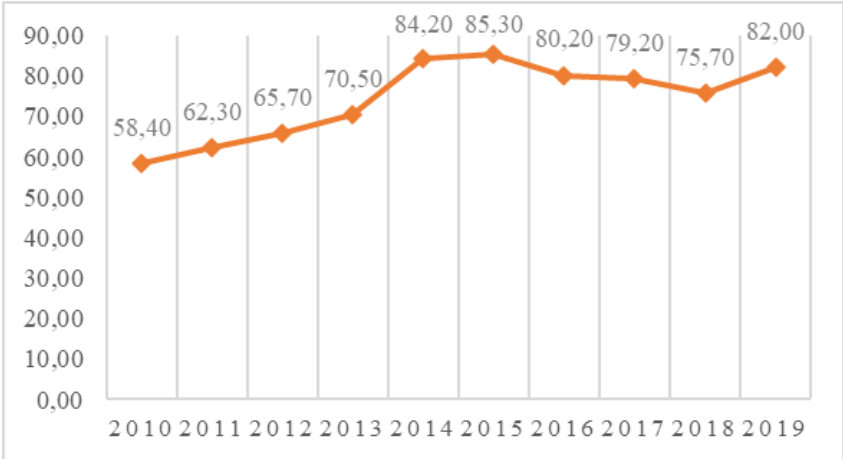


Figure 2 – Construction of residential buildings in Russian Federation, m² [source: Rosstat]

Thus, by the 2014-2015 years of financial crisis in Russia approximately 85 mln m² of real estate were constructed because the construction had been launched several years before that. We can see the consequences of the crisis over the next three years, when the amount of real estate built has decreased by 10 million square meters.

The standard of living in the country also influences the pricing of the real estate market. The more solvent the population is, the higher is the demand for real estate, and, accordingly, more square meters will be built. Average wage is one of the indicators of the population's standard of living. We have reviewed its dynamics over the past ten years. We came to the conclusion that average nominal monthly-paid wages in Russia are constantly increasing despite everything. Even in hard crisis times and after them nominal wage remain increasing factor. From 2010 to 2019 it has grown by 26 534 rubs. The increase in wages is primarily due to higher taxes and higher prices for goods and services. Of course, this indicator varies depending on the profession and the region of Russia, but we are considering the average indicator for the country.

The next important factor that affects pricing in the real market is volume of construction performed (Fig. 3). The construction sector is one of the most important sectors of the economy, accounting for about 3% of Russia's GDP. In

2008, 7 million Russians were employed in this sector of the economy. In 2010, 217 thousand buildings were commissioned in Russia, of which 93% accounted for residential buildings and 7% for non-residential buildings. According to Rosstat, the volume of construction work completed in 2018 amounted to RUB 8.4 trillion. This is 5.3% higher than the previous year. At the same time, the growth in the industry in 2018 became a record for ten years: higher rates were observed only in 2008.

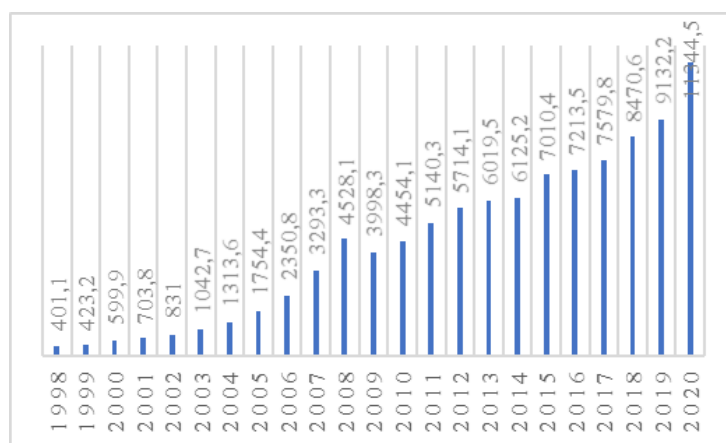


Figure 3 – Dynamics of volume of construction performed, bln rub,
[source: Rosstat]

Housing construction is one of the important sectors of construction in Russia, especially in such densely populated dynamic regions as the Moscow Region, Krasnodar Territory, the Republic of Tatarstan, Moscow, St. Petersburg, Tyumen Region, Rostov Region, Republic of Bashkortostan, Belgorod Region, Chelyabinsk Region and Stavropol region, which accounts for more than half of the housing commissioned.

According to Rosstat, housing commissioning in Russia increased in 2019 by 5% – to 79.4 million square meters. Taking into account the same houses on horticultural plots in the country, 80.3 million square meters of housing were delivered over the year. According to the Ministry of Construction, most of all last year, housing was commissioned (in a million square meters) in the Moscow region – 8.6, Moscow – 5.2, Krasnodar Territory – 4.5, in St. Petersburg – 3.5 and Tatarstan -2.7.

Prices in the secondary real estate market directly influence primary market. Recently, there has been a tendency to reduce the difference between the cost of primary and secondary apartments (Fig. 4).

This is due to the fall in prices for «secondary housing» due to a decrease in the purchasing power of the population. So, sellers prefer to give in to buyers in order to sell the premises as soon as possible (within six months). Another reduction in price occurs due to the high competition with primary residential

premises, the construction of which has recently acquired a massive character. On the other hand, the cost of the primary market grows towards the end of the construction period, and at the stage of putting the house into operation it can exceed by 15-17% similar secondary housing. Although a few years ago the difference was 1.5-2%. But in general, prices have been declining in the market for new buildings, which is due to increased competition between developers and the sale of inexpensive premises in the early stages of construction.

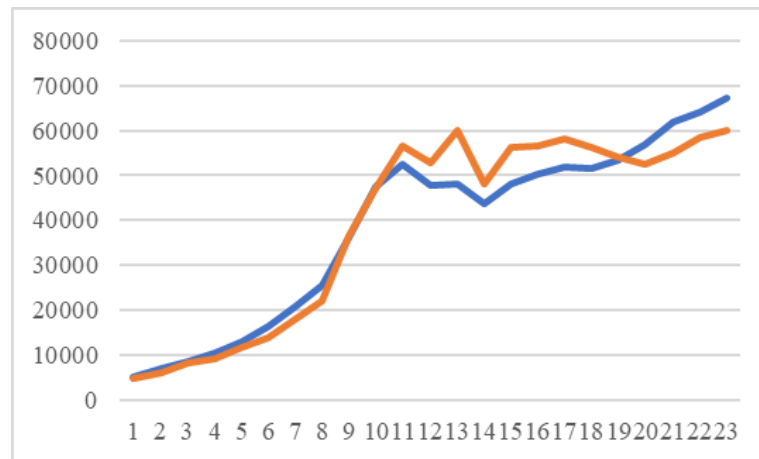


Figure 4 – Dynamics of the prices in the Russian housing market, roubles, [source: Rosstat]

In conclusion, it should be noted that in the modern world issues related to real estate have acquired particular importance. Real estate has become an active instrument for economic development, it plays a leading role for technological progress and the development of high technologies. These factors, multiplied by the human labour, directly create material values. But the question arises: what is the further fate of the created real estate in the construction of which society invests significant resources?

The prospects for the development of the Russian real estate market largely depend on the creation of mechanisms for interaction between the real estate market and the financial market. The main factors driving prices on the housing market in Russia are capital inflows and growth in real money incomes of the population. The economic crisis has led to a rapid collapse in demand for housing. The number of transactions decreased as a result of the impact of the following factors: devaluation of the rouble, rise in the cost of bank loans, and a drop in household income. During the crisis, the supply level significantly outstripped the demand indicators. A large number of facilities were commissioned, increasing the imbalance in the market. As a result, the competition has become fiercer. In particular, the competition has led to the use of price instruments. According to analysts, the decline in prices is an additional driver of growth in

the real estate market. This trend attracts investors who convert their savings into square meters.

In this article we briefly considered the essence of real estate market, pricing and factors influencing it. We identified the main factors affecting the price and analysed several of them over the past ten years. We came to the conclusion that the main factors influencing the dynamics of prices in the housing market are factors external to this market: the general economic situation in the country, its features in certain regions, as well as the investment attractiveness of the regions.

P.V. Samoilenko

ONLINE FOOD TRADE IN THE EUROPEAN MARKET

In 2020, the world economy has undergone a serious test – the coronavirus epidemic. Due to the special virulence of covid-19, the free movement of goods and people have become dangerous. To prevent the harmful effects of infection, quarantine measures were introduced for the population, goods were subjected to additional checks during transportation, especially when crossing state borders. In the first weeks of the announcement of quarantine measures, there was a rush of demand for some categories of goods, especially food products, provoked by panic in society. Due to the increase in the timing of logistics, the complication of communication processes, up to the complete shutdown of some enterprises, unplanned government spending, the economy of the whole world was seriously shaken. There were sales recessions in almost all industries. However, one of the not only not affected, but also the growing segment of the economy, was e-commerce. Even despite the pandemic, the e-commerce segment showed the fastest growth in 10 years, in the first 4 months of 2020, the volume of this market increased by 27% (growth for the entire 2019 was 16%). Analysts expect that the volume of the e-commerce market will grow by 169% due to those buyers who do not make purchases online or make them rarely as of November 2020.

Grocery stores and pharmacies were the last outlets to be slow to go online, but the coronavirus was the factor that turned the tide. Almost all grocery stores have switched to online platforms. The growth of e-commerce due to the epidemic has reached incredible rates, and this is happening in all countries affected by the epidemic. For many people who are in quarantine, ordering groceries online has become the only way to provide themselves with the groceries they need.

People's shopping preferences have changed. The coronavirus has pushed buyers to think about how and what they are purchasing. Now people tend to give preference to local producers (56% of respondents as of November 2020), buying goods in convenience stores (56% as of November 2020). Buyers take a closer look at prices: 54% of respondents have become more economical. Online

sales in Europe grew up by 14.2% in 2019 to € 636 billion. This year it is expected to grow by at least 12.7% and an annual turnover of 717 billion euros (the share of food products in all e-commerce is 11,4%).

Western Europe accounts for 70% of the e-commerce market and 83% of online shoppers in the region. However, the greatest growth is observed in Eastern Europe. E-commerce markets in Romania and Bulgaria grew by 30% in 2020, the highest growth rate in all of Europe. They are also the two countries with the lowest share of online shoppers – 31% and 29%, respectively.

Spain is showing good market development with 29% growth in 2020. The lowest growth is observed in Belgium (7%), Ireland (7%), Austria (4%), Iceland (3%). The UK has the largest share of online shoppers (94%). It is followed by Denmark (86%), Germany, the Netherlands and Sweden (84% each).

In the Netherlands, consumers prefer to shop on internal sites (95%). This trend is also noticeable in Poland (94%). In Malta and Cyprus, online shoppers mostly (96% and 95%) shop from overseas online stores.

Shoppers have appreciated the safety and convenience of online shopping and will likely continue to use this method of shopping even though the stores are physically open. Even though the most in-demand products online are clothing, shoes and books, this market segment is already saturated, and growth has slowed down. Online food trading is still gaining momentum. The popularity of food products largely depends on the level of service. The strength of habit is also important. 11% of those who have already tried ordering groceries online now do so on average once a week. The UK has the highest proportion of those who buy groceries online, with 27% of respondents.

Above all, the coronavirus epidemic has impacted people's daily lives and retail, which is undergoing a massive restructuring in recent months in many countries.

According to POSTNORD research, 293 million of Europeans shops online. Data of online shopping is presented in the table 1. Estimation of online spending is 269 billion Euro. 220 million European make online purchases from abroad.

Table 1 – Leaders of online shopping in Europe

Country	Number of consumers shop online, millions	Number of consumers shop food online, millions	Percentage of the population (15–79 years) that shops online, %	Estimated average spend per person per year, EUR
Germany	61.2	13	92	947
UK	48.6	22	95	1020
France	45.4	12	89	752
Italy	39.3	10	82	674
Spain	33.4	12	90	921
Poland	25.4	5	83	456

Companies are still competing for the attention of buyers, but now the competition has taken a slightly different form, as the following factors have come to the fore:

1. The growth of online shopping among grocery stores,
2. The growth of share of food products which are sold online,
3. The growth of contactless payment.

Many delivery stores have announced contactless delivery and payment. Contactless payment takes place using a special bar code or using various applications that are developed specifically for these purposes. Experts believe that applications for each retailer will become more widespread. In these applications, customers can not only order goods, but also pay for them.

4. The growing popularity of stores which allow to make purchases without paying at the checkout.

Trading systems are being introduced to minimize the number of staff in stores. A special system monitors the actions of the customer in the store, analyzes his actions and calculates the amount of goods that a person takes out of the store. Money is automatically debited from the client's account at the exit.

5. The growing automation of all processes.

The main challenge for many retailers is to reduce the number of person-to-person contacts. To achieve this goal, all possible technologies are used to automate those processes that were previously performed by people.

There are several advantages for the seller from the transition to the Internet trade, the main ones are expanding the audience coverage, reducing the cost of maintaining points of sale, reducing the cost of transporting and storing products, as well as increasing the competitiveness of their goods by reducing the markups of resellers.

Marketplaces are one of the easiest and fastest ways to go online for small businesses. These specialized marketplaces take care of most of the sellers' concerns: storage, delivery and return of goods. They allow us to significantly expand the geography of our presence and maintain a flexible policy – to quickly respond to the growth and fall of demand, changing the volume of supplies, promote advertising and promotion of not only goods but also services. Some marketplaces have banks that are ready to lend to both sellers and buyers. In this connection, with the onset of the pandemic, there has been a significant increase in the turnover of goods sold through marketplaces. Even large companies and B2B companies perform transactions through marketplaces.

For companies with strong brands and previously collaborated with various marketplaces, there is a reverse trend of moving away from such cooperation and moving to their own online stores. There is a tendency for business to move from B2B and B2C concepts to D2C (Direct-to-Consumer) concepts. D2C refers to direct sales of the brand to the end consumer. Gradually, big business is aban-

doning intermediaries in the form of retailers, distributors and dealers. The philosophy of this approach is simple – the brand knows its customer better and must communicate with him directly. So, the business can analyze and influence all communication channels with the user. Without intermediaries, he fully controls every stage of interaction with the client: from dating to purchase. Due to this trend, some large companies refuse to place their products on marketplaces. Despite the fact that such sites have detailed information about the audience of any partner brand, they are reluctant to share it with suppliers, unpredictably change trading conditions, arrange promotions, forcing companies to make unplanned price reductions. At the end of last year, Nike refused to partner with eBay and Amazon. The company explained this by the fact that it wants to focus on sales through its own website.

The e-commerce development trend is leading businesses to abandon the strategy of attracting new consumers. This is both costly and time consuming. New trend – collection of data on current customers. Brands create databases of their customers. These databases store not only a portrait of a client, but also features of his behavior in the network, channels of communication with the store at different sites.

This significant growth in online trading, of course, was reflected in the profits of large wholesalers. For example, the profit of Metro Cash & Carry in 2020 increased 4 times compared to 2019. The profit of the company and eBay in 2020 increased 3 times in comparison with 2019. HelloFresh, a food delivery company in Europe, sees profit growth of 25%.

The main trends in the near future should be considered the following:

- striving for control over all communication channels with the client from the side of the brand;
- working with an existing client base;
- maximum automation of business processes;
- creation of the effect of being present in an offline point for an Internet buyer.

There is a strong correlation between coronavirus anxiety and e-commerce sales. Figure 1 shows a graph of the correlation between experiencing anxiety over the coronavirus and the number of people making online purchases more often due to coronavirus.

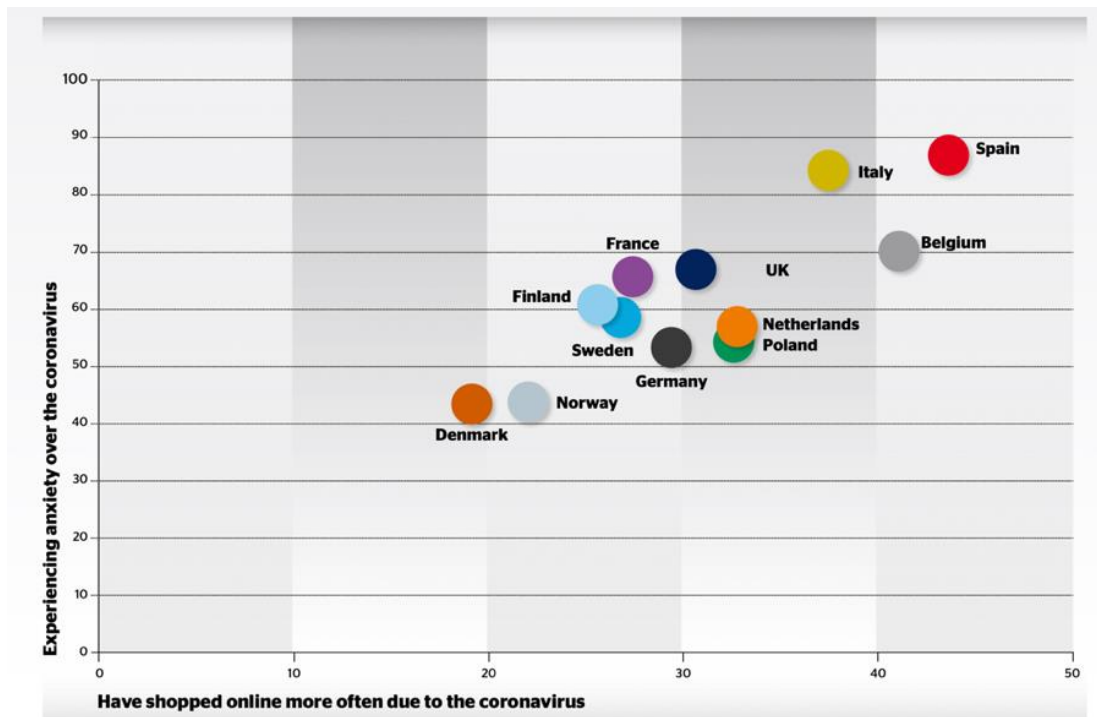


Figure 1 – Correlation between coronavirus anxiety and e-commerce sales. [Source: POSTNORD research, 2021]

The growth of e-commerce in Europe in 2020 was 27%, the share of food products is 11.4% and is showing an upward trend. Online trade turnover in Europe is estimated at 717 billion euros and is showing an upward trend. The number of people who began to buy food online due to the lockdown in 2020 has grown to 30%. Western Europe accounts for 70% of the e-commerce market and 83% of online shoppers in the region. The e-commerce market is already considered mature in Western Europe and continues to grow in Eastern Europe. Shoppers have appreciated the safety and convenience of online shopping and will likely continue to use this method of shopping even though the stores are physically open. Online companies have revised their policies and are now focusing on working with their current customer base rather than attracting new customers, which is the main reason for Google's 40% decline in advertising revenue in 2020.

J.K. Saukhanov

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF SALINE SOILS ON AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE REPUBLIC OF KARAKALPAKSTAN

The Republic of Karakalpakstan is located in an ecologically critical area, and the shrinkage of the Aral Sea has led to an increase in soil salinity in the region, which has had external consequences for the population, industries and entities. One of the sectors is agriculture.

Soil salinity, on the one hand, leads to a decrease in the quality and quantity of land in use, hinders the growth of gross agricultural output and productivity, and on the other hand, improves land reclamation in times of water scarcity and leads to more water consumption for cultivation.

Despite extensive work to reduce soil salinity, 70.0% of the total irrigated land in the region is currently saline to some extent. According to statistics, by 2020, this figure increased by 5.4 points compared to 2015. According to the general trend, as a result of measures taken to reduce the level of salinity, the share of saline lands in the total irrigated area has been reduced by 22.0 points since 1991 (Table 1).

Table 1 – Results of statistical analysis of the dynamics of soil salinity in the Republic of Karakalpakstan

Years	Less irrigated area (thousand hectares)	The share of saline lands in the low-irrigated area (%)	Low salinity		Medium salinity		High salinity	
			X ₁	X ₂	X ₃	X ₃		
			ra	(%)	ra	(%)	Γa	(%)
1991	495,1	92,1	193,9	39,0	186,5	38,0	75,8	15,0
1995	501,2	90,5	236,8	47,0	158,2	32,0	58,4	12,0
2000	500,1	90,1	244,1	48,8	158,5	31,7	48,0	9,6
2005	499,4	79,5	169,0	33,8	171,4	34,3	56,6	11,3
2010	515,3	78,0	154,0	29,9	196,6	38,2	51,3	10,0
2015	509,5	75,4	152,2	29,9	190,5	37,4	41,3	8,1
2020	514,6	70,0	158,9	31,0	183,6	36,0	20,1	4,0
Change from 1991 to 2020	1,0	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9	0,3	0,3
Variation latitude	64,3	24,8	125,0	26,0	79,9	14,7	55,8	11,4
Average square deviation	13,2	7,5	42,4	9,0	22,1	3,9	12,7	2,6
Standart indicator	4,9	3,3	2,9	2,9	3,6	3,8	4,4	4,4

Source: Author's work based on the data of the Statistics Department of the Republic of Karakalpakstan.

Not only reducing their share in total irrigated lands, but also reducing the salinity of soils is an important achievement in overcoming the negative external effects of soil salinization. With this in mind, for a more comprehensive analysis of this problem, we have divided the soils into three groups according to the degree of salinity, ie the share of saline soils in the total irrigated area is low, medium and high salinity.

The results of the analysis show that positive results have been achieved in reducing the amount of saline lands, and in 2020 the share of saline lands in the total irrigated area decreased by 1.3 times compared to 1991, compared to 0.8 times. According to the results of this analysis on the scale of low,

moderately saline soils, this figure was reduced by 1.3 and 1.1 times, respectively, from 0.8 and 0.9 times. The decrease in the share of low and moderate salinity lands to a lower value than the share of total saline soils ensured that the share of strongly saline soils decreased to a greater extent and in turn its share decreased. The value of the share of low-salinity soils in 2020 decreased by 3.75 times, while the coefficient determined as the ratio to 1991 was 0.3. The results of this analysis show that the main decline was due to the share of low and strongly saline soils, while the share of moderately saline soils decreased to a relatively low level.

Variation width, standard deviation, and standard indices were calculated to perform a comparative analysis of changes in the area and proportion of saline soils at different rates, taking into account the scale effect. Because the indicators under analysis do not have the same basis in terms of scale, a comparative analysis of the changes in them on the variational width or standard deviation does not allow to draw a logically reasonable conclusion. With this in mind, we used a standard indicator to perform a comparative analysis of the variability of the indicators. The standard value was defined as the ratio of the variance width and the standard deviation. That is:

$$\text{стандарт кўрсаткич} = \frac{\text{вариацион кенглик}}{\text{ўртача квадратик четланиш}}$$

The calculations show that the standard value determined for the fluctuations in the dynamics of total irrigated lands is 4.9, which is higher than all other indicators. In total irrigated lands, it was found that the standard value determined by the change in the area of saline soils was 3.5 times lower than the standard value determined by the share, but 3.3 units. It can be seen that the change in the area of saline lands is 0.2 times larger than the average square deviation, which is an indicator of the effectiveness of measures taken to reduce the area of saline lands.

The standard indicators determined by the area share of low and strongly saline soils have the same value. On the other hand, the inverse of the standard indicators for moderately saline soils, ie the standard indicator for the value of lands, is slightly lower than the percentage determined for their percentage. Our previous analyzes also found that the share of moderately saline soils decreased to a relatively lesser extent.

According to the results of the comparative analysis of standard indicators on the share of low, medium and high salinity soils in the total irrigated arable land, the highest value is 4.4, which corresponds to the share of strongly saline soils. In low and medium salinity soils, this figure was found to be 2.9 and 3.8, respectively. In general, the smallest value corresponds to the share of low-salinity lands in the total irrigated area. The results of the analysis show that although the change in the share of moderately saline soils in 2020 compared to 1991 has a negative value, its standard value is much larger and does not differ

significantly from the calculated values for the share of strong and low salinity soils.

Based on the results of the analysis, it can be noted that although the fluctuations of the share of moderately saline soils are large enough during the analyzed period, there is no general trend in its change, and it is possible to observe an increase in the share of moderately saline soils. To illustrate this situation more clearly, it is sufficient to refer to the diagram below (Figure 1).

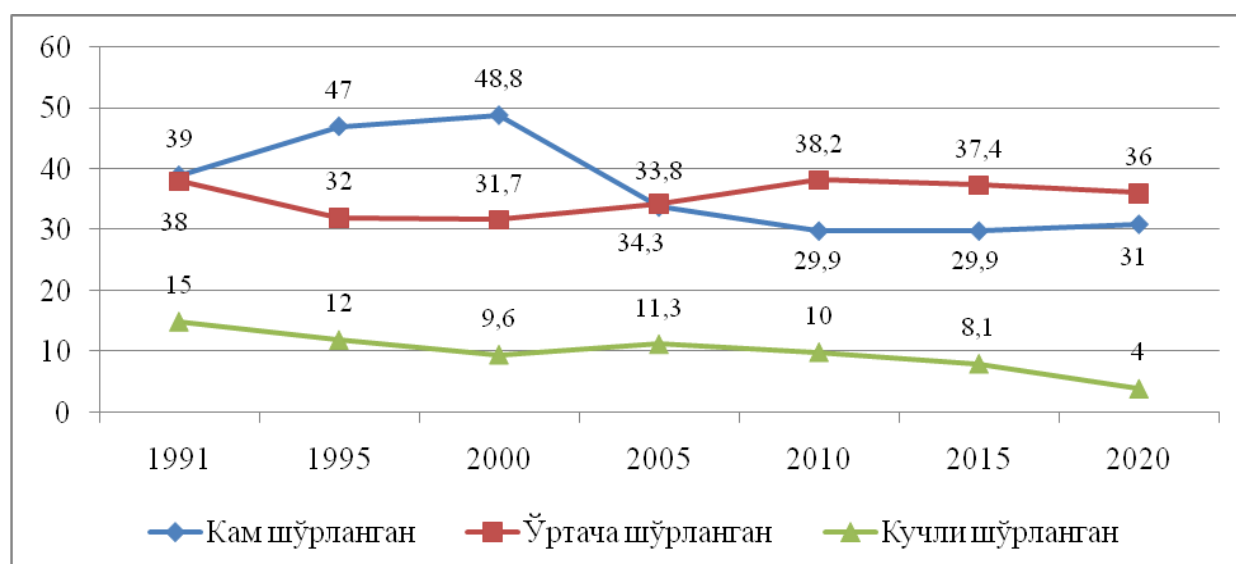


Figure 1 – The dynamics of the share of low, medium and high salinity lands in the total irrigated lands in the Republic of Karakalpakstan in 2019-2000, in percent

Although the share of low-salinity lands increased in the initial period, it had a sharp decline trend in 2000-2010. In the following years, it remained almost unchanged. Strongly saline soils can be divided into three periods, i.e., while the first decade saw a high rate of decline, while the second decade saw almost no change, the last decade saw a further sharp decline.

As a result, the change in the share of moderately saline soils in the total irrigated area was more unstable, with a sharp decline in the first five years, while almost unchanged in the next 5 years. Between 2000 and 2010, the share of moderately saline soils increased, again reaching almost the same level as in 1991. In 2010-2020, it was reduced from 38.2% to 36.0% with a slow decline.

In view of the above, we have assessed the impact of soil salinity on the cultivation of agricultural and livestock products, which are important components of agriculture. the regression analysis method and data from 2000-2019 were used to perform this analysis. Taking into account the fact that total agricultural, farming and livestock products are given in the form of value, the real indicators were used in the analysis, determining their real value at 2000 prices. First, we assess the impact of soil salinity on the volume of gross

agricultural output. As a result of the performed regression analysis, the following equations were obtained.

$$AGRTOT = 79.12 - 0.12 * S_1 + 0.51 * S_2 - 1.68 * S_3 \quad (1)$$

$$se = (36.23)(0.08)(0.14) \quad (0.12)$$

$$t = (2.18)(-1.52)(3.55) \quad (-13.50)$$

$$R^2 = 0.94 F = 151.74 D_w = 1.11$$

Here: *AGGTOT* – real value of gross agricultural output in billion soums (at the price of 2000); *S*₁ – Percentage of low salinity lands in total irrigated area (in percent), *S*₂ – Percentage of moderately saline lands in total irrigated area (in percent), *S*₃ – Percentage of high salinity lands in total irrigated area (in percent).

According to the expected result, a negative correlation should be observed between the level of salinity of lands and gross agricultural output, the positive impact of the share of moderately saline lands on the total irrigated area on the volume of gross agricultural output was determined. There is a negative correlation with the percentage of low and strongly saline soils, but it can be seen that the coefficient representing the effect of low salinity soils is not adequate by the Student Criterion. We perform the evaluation according to the Durbin Watson criterion and it is found that according to the table data is equal to $dL = 1.022, dU = 1.425$ and according to our analysis is equal to $D_w = 1.11$. If these calculated coefficients are calculated, a one percent increase in the salinity of lands will lead to a decrease in the real value of gross agricultural output by 1.29 billion sums.

Given that the coefficient assessing the impact of low-salinity soils is not adequate, we assessed the impact of moderately and strongly saline soils. As a result, the following results were obtained.

$$AGRTOT = 25.29 + 3.70 * S_2 - 9.12 * S_3 \quad (2)$$

$$se = (13.47)(0.36) \quad (0.54)$$

$$t = (1.88)(10.35) \quad (-17.02)$$

$$R^2 = 0.94 F = 213.38 D_w = 1.27$$

According to the given model, a change in the coefficients was observed, i.e. it can be seen that it increased under the influence of the share of moderately and strongly saline soils. There is a positive correlation with the share of moderately saline soils, as more than 70% of the total crop area is accounted for by moderately saline soils. observed.

A one percent decrease in the share of heavily saline lands will lead to an increase in gross agricultural output to 9.12 billion soums. Accordingly, a one

percent reduction in the share of moderately saline lands will lead to a decrease in gross agricultural output by 12.80 billion sums.

We have mentioned in our above analyzes that the division of agriculture into two major sectors and the factors influencing their development also differ from each other. With this in mind, we assessed the impact of increasing soil salinity on crop production in agriculture and livestock.

According to the results of the assessment of the impact of soil salinity levels on the volume of agricultural production, the coefficient representing the impact of the share of low-salinity lands is not adequate. Also, as above, the proportion of moderately saline soils has a positively negative share of strongly saline soils. Only in contrast to the above analysis can it be seen that the levels of exposure are much higher.

$$\begin{aligned}
 CROP &= 15.89 + 0.15 * S_1 + 1.61 * S_2 - 4.75 * S_3 & (3) \\
 se &= (30.38)(0.31)(0.65) & (0.47) \\
 t &= (0.52)(0.49)(2.46) & (-10.09) \\
 R^2 &= 0.90 F = 76.43 D_w = 1.24
 \end{aligned}$$

Here: *CROP* – the real value of agricultural products created in the region is billions. sums (at the price of 2000);

However, the regression equation determined by the Fisher criterion, the coefficient of determination, etc. is adequate. Nevertheless, we found it permissible to repeat the regression analysis, excluding slightly saline soils. The results obtained were as follows.

$$\begin{aligned}
 CROP &= 30.24 + 1.31 * S_2 - 4.59 * S_3 & (4) \\
 se &= (8.42)(0.22) & (0.34) \\
 t &= (3.59)(5.85) & (-13.69) \\
 R^2 &= 0.90 F = 117.84 D_w = 1.15
 \end{aligned}$$

The share of moderately saline soils in agricultural production has a positive value and is not large. Also, the results of the analysis performed with the exclusion of low-salinity soils did not change significantly compared to the previous results. In other words, an increase in the share of moderately saline soils by one percent will increase the volume of agricultural production by 1.31 billion soums. On the other hand, a one percent reduction in the share of highly saline lands will increase the volume of agricultural production by 4.59 billion sums. A decrease in strongly saline soils, in turn, increases the proportion of moderately saline soils, while a decrease in the proportion of moderately saline soils serves to increase the proportion of low-salinity soils. This and the fact that strongly saline soils have a major impact on productivity suggests that there is a positive correlation between a change in the proportion of moderately saline soils and an increase in productivity.

According to our analysis, one of the most promising areas in the region is the development of salinity of lands in the context of soil salinization and the growing environmental crisis and drought. In addition, we assessed the impact of soil salinity on the volume of livestock production, taking into account the fact that the population of the region has sufficient knowledge and skills to engage in salinity of lands.

$$LIVESTOCK = 58.91 - 0.63 * S_1 + 0.74 * S_2 - 3.22 * S_3 \quad (5)$$

$$se = (21.2)(0.21)(0.46) \quad (0.33)$$

$$t = (2.77)(-2.94)(1.62) \quad (-9.8)$$

$$R^2 = 0.95 F = 157.5 D_w = 1.51$$

Here: *LIVESTOCK* – the real value of livestock products created in the region is billions. soums (at the price of 2000);

In contrast to the above, we can see that the coefficient assessing the impact of the share of moderately saline soils on the volume of livestock production is not adequate by the Student Criterion. It was also found that the effect of soil salinity on the volume of livestock production was lower than the effect on the volume of agricultural production.

However, in the above model, we re-performed the calculations by excluding them because the coefficient representing the effect of the share of moderately saline soils was not adequate. As a result, the impact of low-salinity soils increased slightly, while the impact of strongly saline soils decreased.

$$LIVESTOCK = 92.91 - 0.96 * S_1 - 2.89 * S_3 \quad (1)$$

$$se = (3.13)(0.08)(0.26)$$

$$t = (29.71)(-12.52)(-10.98)$$

$$R^2 = 0.94 F = 221.6 D_w = 1.38$$

Based on the results obtained, taking into account that the identified model is adequate for all criteria, we can conclude that a one percent increase in the share of low and strongly saline soils will lead to a decrease in total livestock production by 3.85 billion sums.

The results of the above analysis show that the impact of the share of medium and strongly saline soils on gross agricultural production is quite large. It substantiates that the identified regression equations and their coefficients can be used to draw conclusions. According to the results, there is a high negative impact of strongly saline soils on agricultural production, the lowest coefficient is observed in the impact of this factor on livestock products.

FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY COMPANIES: THEORETICAL ASPECTS

Initially, competition was considered as a rivalry of two or more persons, as a kind of race in achieving the best result. However, for the first time, Adam Smith came up to concretize the definition, who, in his study on the wealth of nations, described competition as “a struggle between buyers for the best product and a struggle between sellers for the best market conditions”. Thus, competition is a fair competition between sellers for more favorable conditions for the sale of their goods. Based on research by Smith, another economist, George Stigler, formed the idea of competition as “a process of reaction to a new force and a way to achieve a new equilibrium”.

With the advent of Marxism, competition received a wave of criticism from representatives of this trend. Capitalist competition was seen as a desire to monopolize the market, as a result of which free competition was replaced by monopolistic one. F. Engels wrote that competition is the dominant in modern society war of all against all. He distinguished between competition between workers and capitalists. Thus, workers competed among themselves for jobs, and with the advent of new production technologies, they began to completely supplant each other. K. Marx distinguished between two types of competition: intra-industry and inter-industry. The first relates to the struggle of producers of goods within the same industry. The second is the struggle between the owners of capital for the best return when using these capitals.

Another economist who contributed to the development of the theory of competition, M. Porter, defined competition as a dynamically evolving process that continuously changes the landscape, in which new products, new marketing paths, new production processes and new market segments appear.

Thus, competition can be defined as the rivalry between participants in the market of goods and services for the best conditions for achieving profit and market share growth. Accordingly, in order to achieve these goals, companies need to provide a product that can withstand competition, which moves us to a definition of competitiveness.

Table 1 shows the definitions of the competitiveness of several foreign economists. Among the definitions presented, it is important to highlight the following points:

- a competitive advantage;
- benefits of business activities in comparison with competitors;
- strengths and opportunities of the company over competitors;
- greater attractiveness of the price and quality of the product in comparison with competitors;
- market position;

- the level of profitability of the enterprise and interest rates on loans;
- achieving leadership in terms of market share, financial performance, technical security and business organization.

Table 1 – Definitions of competitiveness

Author	Definition
A.J. Abbas	The ability of firms to innovate and be flexible, manifested in obtaining competitive advantage
J. Bossak, W. Bieńkowski	We evaluate the company's competitiveness by comparing the benefits of business activity with those obtained by competitors
J.F. Caudredo-Roura	Winning and gaining benefits in a market with increasing intensity of competition
I. Dunbar, M. McDonald	The set of strengths of the organization and the degree of its ability to use the opportunities emerging on the market, which is an assessment of the entity's ability to meet customer needs, relative to its competitors.
S. Flejterski	The ability to design, manufacture and sell goods which price, quality and other values are more attractive than the corresponding characteristics of competitors' goods
J.E. Lombana	Being profitable and maintaining a dominant market position
U. Płowiec	Realization of the company's profitability rate higher than the applicable interest rate, which enables long-term development
A. Stabryła	A measure of the aggregate ability to compete with other companies for achieving or maintaining a specific competitive position due to market, financial, technical-utility and organizational criteria

Based on these descriptive terms, it is possible to analyze the competitiveness of the company and, as a consequence of this analysis, determine the strengths and weaknesses of the enterprise for further formation and strengthening of its position in the market.

Following the definitions of competitiveness, authors give basic description of one company competitive advantages. For the first time, the concept of competitive advantage was scientifically proven by economist Michael Porter. According to his theory, market advantage arises from providing consumers with products that provide more value for the same cost (differentiation), or providing equal value for less cost (low cost). Therefore, a competitive advantage is a leadership of a company either in achieving lower costs or in providing a more useful product to consumer for the same price.

According to economists G.L. Azoev and A.P. Chelenkov, competitive advantage is a concentrated manifestation of superiority over competitors in the economic, technical, organizational sphere of the enterprise: lower production costs, more attractive product characteristics, more efficient operations.

In economic literature one can find the division of competitive advantages on low-order advantages and high-order advantages.

Low-order advantages are associated with the possibility of using cheap sources: labor, raw materials, energy. In this case, the definition of “low” means that these advantages are very volatile and can easily be lost either due to higher prices and wages, or because these cheap production resources can be used by competitors in the same way. In other words, low-order benefits are low-resilience benefits that fail to provide a competitive edge over the long term.

The advantages of a high order are unique products, unique technology, optimal marketing structure, organization of production, good reputation of the company. If a competitive advantage is achieved through the release to the market of unique products based on our own design developments, then competitors will have to either develop similar products or come up with something better to destroy such an advantage.

Summarizing, it is important to say that competition is an integral part of development of both: certain companies and separate industries. In an effort to win the loyalty of their consumers, companies create new goods and services, improve product quality, that ultimately leads to increased competitiveness in the market. Those organizations that cannot compete for any reason leave the market, which is the result of lost or undeveloped competitive advantages. Possessing a set of competitive advantages allows companies to extend their life cycle and remain in demand longer. One way or another, management of company competitiveness should be reflected in its corporate and marketing strategies. A correct understanding of the methods of assessment and formation of competitiveness underlies the development of a successful development strategy.

Before taking look at methods and methodologies, it is necessary to dwell on the relationship that arises between the competitiveness and competitive advantages of the enterprise. Based on the definitions of competitiveness described in the previous paragraph of the chapter, it becomes clear that a competitive company already possesses a set of certain qualities and abilities, which puts it, if not higher, than its competitors. Thus, conditionally, the creation of a competitive advantage allows you to achieve a certain level of competitiveness. However, what precedes the creation of a competitive advantage?

In a monopolistic market, it is meaningless to talk about the company's competitive advantages, since the monopolist has no rivals. In this case, the condition for creating a competitive advantage will be the presence of competitors in the industry. With competitors, companies are forced to react to each other's actions, otherwise they risk missing out on opportunities for growth or even losing their influence in the market. This reaction is especially evident in the oligopoly market, where the actions of market participants are limited and are reduced more to non-price competition. In turn, the reaction represents the behavior of companies in response to the actions of competitors.

However, it should be understood that the process of creating competitive advantages does not require the presence of perfect actions of competitors. If a company is able to enter the market and start its activities, then the barriers to entry into this market reflect the level at which it allows at least the potential for the emergence of new players. Having a market with several players, each new company is obliged to develop an effective entry strategy, otherwise there is a high risk of quick loss or even inability to gain any influence in the market, which leads to bankruptcy. Thus, a pre-developed strategy will be the competitive behavior.

Based on stated information, for greater clarity, let us summarize the result using a schematic representation of the process of achieving competitiveness by the company (Figure 1).

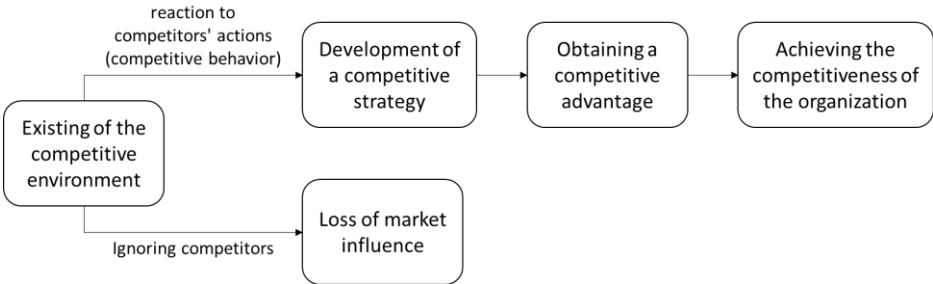


Figure 1 – The process of achieving competitiveness

The presence of a competitive environment gives the company a choice to react to the existence of competitors and their actions, or to ignore them. Ignoring leads to the loss of market position, while pursuing competitive behavior leads to the development of a competitive strategy. Therefore, thanks to the development of a successful strategy, competitive advantages are formed that provide the enterprise with a certain level of competitiveness. This level will not be certain, since it is first necessary to assess the company's competitiveness, but we will focus on competitive behavior and strategies.

The strategy of competitive behavior is a complex mixture of long-term actions (influences, counteractions) of a company according to competitors of its business environment, which are recognized as its strategic environment, as they operate in the same and connected markets. In contemporary management, decision-makers often misunderstand the strategic and tactical scopes of managerial decisions; however, the economist Yu.B. Rubin argues that these are completely different things, mixing which does more harm to the organization than good.

The tactics of competitive behavior is a system of models and the corresponding techniques of competitive actions that are chosen and practically applied by subjects of professional business in their daily confrontation with rivals. In other words, tactical behavior is only part of the overall strategic picture,

where a number of tactical actions are aimed at implementing the developed company strategy.

Summarizing all of the above, we can present a general scheme-algorithm for creating competitive advantages and ensuring the company's competitiveness in Figure 2.

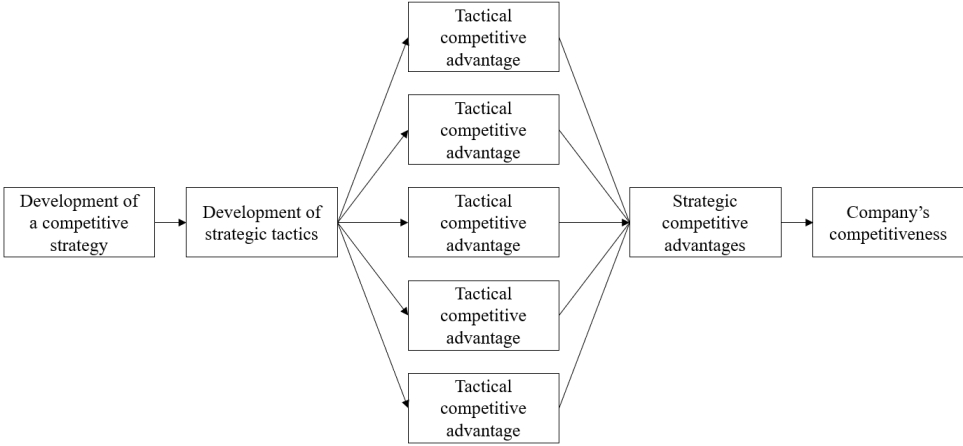


Figure 2 – Algorithm for ensuring competitiveness

In this case, the main method of forming competitive advantages at the strategic level will be the development of a company's growth strategy within the known models of competitive behavior. In turn, the achievement of the goals of the strategy should be ensured through the development of appropriate tactics of competitive actions designed to create such competitive advantages that will form the basis for the formation of the strategic competitiveness of the company.

Assessing the competitiveness of a company is equally important aspect in the development of an organization. Analyzing the company’s market position is a rethinking process of achieved results, finding obstacles in the development of the company, new ways to implement ideas and plans.

Despite the need of periodical assessment of one’s competitiveness and market competitive analysis, there is no single widely accepted approach or algorithm for such assessment in the economic studies. At the same time, a number of analysis methods are available to organizations, and each company has the right to choose any of them and, in particular, apply its own developed methods.

Based on the works of V.I. Koroleva, Yu.N. Lapygina, G.D. Antonova, A.G. Mokronosova, E.S. Zhdanova, E.V. Shumilin and other authors, a classification of methods for assessing the competitiveness of an enterprise was compiled, presented in Table 2.

All of them have their own advantages and disadvantages, therefore, when carrying out the analysis, it is recommended to combine several methods from

different groups. So, the obtained results will reflect the most complete picture of the current state of the organization.

Table 2 – Classification of competitiveness assessment methods

Method group	Description	Advantages / Disadvantages	Methods and instruments within the group
Graphical and Matrix methods	This group of methods is a visual interpretation of the results of assessing the competitiveness of the organization, as well as the strengths and weaknesses of the activities of the studied company.	Advantages: simplicity and visualization, objective assessment Disadvantages: generalization of results, difficulties in identifying the sources of competitiveness and specific ways to form competitive advantages	BCG matrix, GE McKinsey Matrix, Shell model, Hofer Schendel matrix, SWOT analysis, PEST analysis, Competitiveness polygon
Sociological methods	This group includes methods based on finding out the opinion of experts and expert groups on specific issues about the company's competitiveness. Based on the results of the methods used, a database is formed, on the basis of which the current state of the company is determined.	Advantages: simplicity, the opportunity to get a practical assessment, a fresh look from the outside Disadvantages: high risk of subjectivity, risk of formation of irrelevant survey, human factor	Expert judgment method, questionnaires, polls
Analytical methods	The methods of this group are based on computational analysis of specific indicators of the effectiveness and competitiveness of the organization. The essence of the methods is to determine the assessment base and then calculate the competitiveness indicator.	Advantages: accurate result based on quantitative assessment; the ability to track the sources of competitiveness and determine the benchmark for the formation of competitive advantages Disadvantages: the complexity of the calculation, the complexity of determining the basis for the analysis, the complexity of the combination of qualitative and quantitative factors	Market share calculation, Assessment based on the norms of consumption, Assessment based on the theory of effective competition cost, evaluation method based on the determination of operational efficiency and strategic positioning, business valuation method, factor analysis based on econometric modeling

As part of the study of competitiveness and methods of forming the competitive advantages of telecommunications companies, it was decided to use the methods of the third group, namely, the method for determining operational

efficiency and strategic positioning, as well as a method for assessing competitiveness using econometric analysis of competitiveness factors.

In the framework of the model of operational efficiency and strategic positioning, the effectiveness of the company's use of the resources is considered. The indicator of the level of competitiveness includes an analysis of three variables: operational efficiency, innovative activity and market adaptability. The model is based on the integral-index method, which is the calculation of the indices of variables and their multiplication with subsequent extraction of the root. The general formula of the model is as follows:

$$C = \sqrt{Ce * Ci * Ca} \quad (1)$$

where C – competitiveness criteria; Ce – operation efficiency coefficient; Ci – innovativeness coefficient; Ca – adaptability coefficient.

The model shows the performance of companies in the industry based on an analysis of the sources of formation of enterprise competitiveness. An important feature of the model is that it can be expanded by including additional indicators of competitiveness that are important for the company under study. Based on this model, we can conduct regression analysis, assessing the correlation of factors (coefficients) of competitiveness and predicting the level of competitiveness of the company.

Multiple linear regression model is one of the most common instruments of analysis in econometrics. The model is a continuation of a simple linear regression and, unlike its predecessor, has more than one independent variable. The general formula for multiple linear regression is as follows:

$$Y = b_0 + b_1x_{i1} + \dots + b_jx_{ij} + \dots + b_kx_{ik} + \varepsilon_i \quad (2)$$

where Y – is a dependent variable; b – is a regression coefficient; x – is an independent variable; ε – is a random observation errors independent of each other.

As we can see, the formula has several independent variables, which correspond to the same number of regression coefficients. We will need this equation at the end of the analysis when we move on to the forecasting stage. For this, it will be necessary to find the regression coefficient.

Suppose we want to predict some indicator. It will be dependent and we will designate it as Y . Reflecting on what might affect it, we choose a series of independent indicators that will be designated as $X_1, X_2 \dots X_n$. To make an accurate forecast, we will need to evaluate our selected indicators. For this, it is necessary to evaluate their correlation with respect to the dependent variable and each other.

Using modern software, we can easily do this in MS Excel. The program has a function called “CORREL”, which displays the necessary indicator. So, examining each variable, we find the degree of their relationship. Several options are available: indicators are suitable; indicators are not suitable; indicators are suitable, but their correlation with another indicator is approximately equal.

In the first case, the correlation will be strong or moderate. It is not recommended to use indicators with low correlation, as this will affect the quality of the model. The second option – the correlation is low or absent. Such variables will be useless in our prediction. The third option describes the situation when conditionally two independent variables have a strong correlation with respect to the conditional third. Also, we can use the function “data analysis, regression”. This method will immediately provide all the necessary information about the model.

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.708844305
R Square	0.502460249
Adjusted R Square	0.481288345
Standard Error	8.126109217
Observations	50

Figure 3 – Regression statistics from MS Excel

Multiple R is our correlation coefficient, *R Square* shows the quality of the model, because if the value of the *R-square* is close to 1, this means that the constructed model explains almost all the variability of the corresponding variables.

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	2	3134.27496	1567.13748	23.73240698	7.50677E-08
Residual	47	3103.581598	66.03365101		
Total	49	6237.856558			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>
Intercept	11.11573449	6.572466032	1.691257808	0.097409243	-2.106361698
GPA	9.669039726	2.268403649	4.26248641	9.65468E-05	5.105600204
Practice Exam	0.306272387	0.081250379	3.769488713	0.000456255	0.142817707

Figure 4 – ANOVA table

The cell *Coefficients* reflects *b*: b_0 for Intercept, b_1 for GPA and b_2 for Practice Exam. *Significance F* confirms the statistical significance by the value of “7.5”.

After collecting the information, we can make a prediction of the dependent variable, following the formula of the multiple regression model. If we know the GPA and Practice Exam values, we will be able to make a prediction for Comprehensive Exam value just making an equation.

THIRD – PARTY B2B E-COMMERCE PLATFORM COMPREHENSIVE COMPETITIVENESS MODEL CONSTRUCTION

In the Internet era, e-commerce for small and medium-sized enterprises is no longer a question of hesitation to do, but a must to implement the project. The use of B2B platform is the first step for most foreign trade enterprises to carry out e-commerce. Compared with the independent establishment of enterprises, it is obvious that one-stop services on these platforms are more convenient and more conducive to business development. The services provided by the third-party B2B e-commerce platform mainly include marketing promotion, competitive intelligence, online transaction assistance, talent recruitment, financing guarantee and other services. As an independent third-party B2B platform, its main function is to enable enterprise members to obtain valuable information through professional e-commerce platforms and assist users to transform business opportunities into orders to complete the transaction process and gain profits. However, it has always been a difficult problem for enterprise users to choose B2B platform according to the evaluation criteria among many platforms in order to improve the use effect and better enjoy the services provided by the platform. In view of this problem, this paper uses AHP to construct the evaluation index system and establishes the fuzzy comprehensive competitiveness evaluation model of B2B platform.

1. Construct the three-level evaluation index system

In the B2B platform market competition, the most intuitive manifestation of competitiveness is the ability or comprehensive quality that a website platform can provide products or services to enterprise users (consumers) more effectively than other platforms, and can make itself develop. How to evaluate the competitiveness of the website platform is a special topic in the study of e-commerce and competitiveness. In terms of the value of competitiveness research, it is not only necessary to use the analysis methods of economics and management to study the competitiveness of the website platform, but more importantly to use statistical methods to show it. The evaluation index of the competitiveness of B2B e-commerce platform can be divided into two categories: evaluation index and analysis index. The evaluation index (factor layer) reflects the final performance of the competitiveness, while the analytical index (indicator layer) reflects the determinants of the competitiveness, which can reflect the actual competitiveness of the platform in more detail.

Combining with service characteristics of the third-party B2B e-commerce platform and the main factors of influence the comprehensive competitive power, according to the evaluation index system to establish the principles, this article selects the quality, the basis of the search engine, deep service, software support, and integrity evaluation system from five aspects to establish the third-party B2B e-commerce platform evaluation index system of comprehensive

competition force.

(1) Platform foundation quality (B1). The third-party B2B e-commerce platform, as the information bridge between buyers and sellers, should have the following four characteristics: First, the overall layout design of the website should be reasonable, which is convenient for customers to operate the transaction, and the search and navigation functions should be good, so that the information searched by users is more in line with the requirements; Secondly, the operational performance of the platform should be in a good state, the server should be stable, avoid network congestion, ensure the effective link, users can access anytime and anywhere, can be quickly found by users, can respond to users' requests quickly; In addition, the platform should have a friendly interface, perfect rules and regulations, professional service team, good public praise image and satisfactory commercial benefits. Finally, the information resources provided by the platform should have breadth and depth, high information quality and fast information updating speed. Therefore, the following four analysis indicators are set: platform design (C1), platform operation performance (C2), platform image (C3), and platform resources (C4).

(2) Search engine (B2). The process of search is the process of satisfying the user's search request. If the site's search function is strong enough to find as much and as quickly as possible relevant information, it is conducive to the deal. Therefore, improving the search quality of B2B e-commerce platform becomes an important measurement index of an excellent platform. Strong search engine optimization ability is the most critical factor for the success of B2B platforms such as Alibaba and China Manufacturing Network. The role of search engine is becoming more and more prominent in B2B transactions. With the increase of merchants and transaction information, a large amount of information is flooded on the B2B website, leading to poor search results. Whether the B2B platform can provide information that meets the needs of enterprise users is one of the core factors of e-commerce website competitiveness. Relying entirely on third-party search engines can no longer meet the demand, so almost all B2B websites have acquired or launched their own search engines. Powerful search engine can not only quickly respond to the user's request (that is, data, business processing speed is fast, link speed, download speed, etc.), but also has a powerful retrieval function (including the complete retrieval approach and retrieval efficiency). The following indicators were used as evaluation criteria, response time (C5), search accuracy (C6), search integrity (C7), and database update speed (C8).

(3) Deep service (B3). Liu & Arnett (2000) believed that due to the lack of face-to-face communication with users on websites, enterprises organizations and website designers should actively seek ways to improve the service quality of websites. And whether has the high quality service has become the influence website competitiveness important index. With the increasing maturity of e-commerce awareness, small and medium-sized enterprises have increasingly

higher requirements for platform selection. In addition, with the explosive growth of B2B platforms, the industry market competition is increasingly intensified, making it difficult for the traditional service model of B2B platforms that simply provide information display to meet the development needs of the market. This means that B2B platform should not only have a high level of technology, but more importantly must have rich theory and experience in the business and management of the platform. Platform service content should be transformed from isolated information display to in-depth service, which is also the inevitable trend of the future development of B2B e-commerce platform industry. The demand of small and medium-sized enterprises for the platform is not only to enrich the information resources of the platform, but also to ensure the effectiveness of the desired information. Meanwhile, they also hope that the website can provide a perfect transaction matching service system. If the platform can meet the needs of different users at different levels, the more kinds of personalized services are launched, the greater the choice of users, so that users can get the information they most want and enjoy the most satisfying services, the more the platform can satisfy users from multiple perspectives so as to win the favor of users. Three indexes of pertinence (C9), diversity (C10) and business value (C11) were selected as evaluation criteria of deep service.

(4) Software support (B4) as the business activities of buyers and sellers through B2B platform are carried out in the network technology environment, the change of transaction scene, transaction facilities and transaction mode makes the influence weight of non-personnel factors on the service effect increase. This is not only reflected in the fact that the relevant business software provided by B2B platform is an important guarantee for users to conduct network marketing, but also in the fact that the quality of service depends largely on the software and hardware design and technical strength of the service provider. So one of the most important features of the B2B 2.0 era is the integration of SAAS(Software As A Service) within platform services, SAAS is a kind of through the Internet provide Software model, users don't have to buy the Software, and use to rent web-based Software provider, to manage the enterprise business activities, and don't need to Software maintenance, and Service providers to manage and maintain Software, for many small businesses, SAAS is the best way to adopt advanced technology, it removes the enterprise purchase, build and maintain infrastructure and the needs of your application. The growth of SAAS applications provides a quick way for B2B websites to increase customer "stickiness" and move quickly to the second stage. Software support is a platform to stand or fall of one of the most important factors, such as transaction both sides in the communication in the process of trading mainly done through communication software, buyers and sellers can understand through instant messaging software, commodity information, customer information, etc., both buyers and sellers in the communication software chat logs as a future an im-

portant document to solve trade disputes. Therefore, a perfect B2B platform must have a variety of auxiliary online transaction related software. Operability (C12), good compatibility with enterprise management systems and software (C13), and strong transaction assistance (C14) can be used as evaluation criteria.

(5) Integrity Evaluation System (B5). E-commerce is to conduct business transactions in a virtual space. The virtuality of the trading space and the characteristics of various rules of the network economy make enterprise users have higher requirements for the reliability and security of the platform services. As a large number of important information of users is stored in the website database, and the transaction volume between enterprises is usually relatively large, security is the most concerned factor for customers, reflecting the establishment of the integrity system is particularly important. If the third-party B2B platform service provider can provide a perfect evaluation system to verify the identity, qualification and authenticity of information of the seller and buyer, it can effectively reduce the transaction risk and thus help to promote the transaction between the buyer and the seller. In recent years, B2B e-commerce platforms have made great efforts to improve the construction of their own platform network credit system. For example, Alibaba, HC360.com and other certification agencies have signed cooperation agreements with Huaxia Certification, D&B Certification and other certification agencies to jointly create a network credit environment. A sound integrity evaluation system and a strong website can better ensure that the user's personal information is not violated, and can provide quality assurance and transaction security protection, even if there are problems can be solved in a timely manner, so as to reduce the loss of old users, gain the trust of new users to its. Here, three indicators, authority (C15), effectiveness (C16) and perfection (C17), are selected as the criteria for evaluating the credit system.

Request according to the Analytic Hierarchy Process (AHP) combined with the characteristics of B2B e-commerce platform and the factors affecting the competitive status of B2B e-commerce platform, including a target layer, the factor layer and index layer ladder of evaluation index system, the comprehensive competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform for evaluation of the overall objectives, basic quality of the platform service, software support, search engines, depth and integrity evaluation index system is set to the secondary factors (that is, the layer), and then subdivided under each factor layer index, constructed as shown in table 2-4 the evaluation index of target tree.

Table 1 – 4 Evaluation index system of the comprehensive competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform

Target layer	Factors layer	Index layer
	Platform Foundation Quality (B1)	Platform Design (C1) Platform Operation Performance (C2) Platform Image (C3) Platform resources (C4)

Target layer	Factors layer	Index layer
Research on the comprehensive Competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform	Search engine (B2)	Response time (C5) Search accuracy (C6) Search integrity (C7) Database update speed (C8)
	Deep Service (B3)	Targeted (C9) Diversity (C10) Business value (C11)
	Software Support (B4)	Ease of operation (C12) Compatibility (C13) Transaction assist (C14)
	Integrity Evaluation System (B5)	Authority (C15) Effectiveness (C16) Completeness (C17)

2 .AHP method was used to determine index weights and weight sets

2.1 Determine the index weight

Analytic Hierarchy Process (AHP) is an evaluation method proposed by American famous operational research scientist A.L.Saaty in 1970s. Its principle is based on the nature of the problem and requirements to achieve the overall goal of the problem is decomposed into different form factors, according to the correlation between the influence as well as the relationships among the membership degree, step by step, to construct judgment matrix, by computing the judgment matrix eigenvalues and corresponding eigenvectors, the largest get lower level elements on the level of importance order, the weight vector is obtained. According to the principle of AHP analysis, the first step is to analyze the relationship between the factors in the third-party B2B e-commerce platform comprehensive competitiveness evaluation system, establish the hierarchical structure of the system (as shown in Table 2-4), and decompose the complex problems into various influencing factors, which are divided into 5 groups according to their attributes and form 3 levels. A factor at the next level, as a criterion, dominates some factors at the next level, and at the same time is dominated by factors at the top. The second step is to compare the factors at the same level with the importance of a criterion at the higher level in pairs and construct a judgment matrix, as shown in Table 2-5.

Table 2-5 constructs the form of judgment matrix

Ak	B1	B2	...	Bn
B1	b ₁₁	b ₁₂	...	b _{1n}
B2	b ₂₁	b ₂₂	...	b _{2n}
...	b _{3n}
Bn	b _{n1}	b _{n2}	...	b _{nn}

Where, b_{ij} represents the numerical representation form of the relative importance of B_i to B_j for A_k , and the importance scale assigns the importance degree of the index on a scale of 1-9. The specific meaning is shown in Table 2-

6.

Table 2-6 the meaning of 1-9 scale

Scale marker	Implication
1	X has the same effect as Y
3	X has a slightly stronger effect than Y
5	X is stronger than Y
7	X has a much stronger effect than Y
9	X is definitely stronger than Y
2,4,6,8	The effect of X by Y is between the two adjacent levels above
1,1/2, ... 1/9	If the ratio of the importance of X to Y is a, then the ratio of the importance of Y to X is 1/a

It should be noted that the construction of judgment matrix uses factor comparison method, which is a subjective evaluation method to compare the importance of factors that are difficult to measure directly. In practice, indicators that are difficult to be directly measured by Numbers need to be quantified to ensure the quantitative presentation of research results. According to the previous analysis, five comprehensive indicators, namely platform basic quality, search engine, deep service, software support and integrity evaluation system, are selected to reflect the competitiveness evaluation results of the third-party B2B e-commerce platform. Using magnitude scale between them by means of two contrast on third-party B2B e-commerce platform to quantify the importance degree of comprehensive competitiveness processing, purpose is to want to compare two factors relative to the importance degree of the subjective evaluation target layer behavior into the corresponding scale level so as to directly use the data. Therefore, in order to ensure the accuracy of quantitative indicators, it can more effectively reflect the objective situation of the influence and importance of evaluation indicators at each factor level in determining the competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform. Since the quality of platform competitiveness evaluation depends largely on the authenticity and reliability of data, this paper, based on the previous research methods of processing Analytic Hierarchy Process (AHP) data, adopts the operational guidance of sending questionnaires to platform users to collect data.

In terms of specific operation, this paper is conducted from the perspective of user perception, so in terms of evaluation index, the actual perception of enterprise users using the platform should be fully considered and the right of evaluation should be given to users. By means of sampling survey or online survey, questionnaires are distributed to enterprise users to collect the evaluation status of each index of the surveyed users, and then data statistics and processing analysis are carried out, and the evaluation results of user groups are obtained by using the weighted average method. Similarly, the same data processing method is used to construct the evaluation matrix when establishing the importance degree of the influence of each subdivision index on the factor layer.

The third step is to calculate the relative weight of the comparison factor to the criterion layer by the judgment matrix. Using the summation method to solve the eigenmode of the judgment matrix A, find the maximum eigenmode λ_{\max} and its corresponding eigenvector w, that is, get the weight vector of the relative importance of each index in the same layer relative to the index in the previous layer.

The fourth step is consistency test. The analytic hierarchy process (AHP) uses the pair comparison method, and the objective things are complex and the judgment experts have diversified knowledge, so the judgment is inconsistent. Therefore, it is necessary to test the judgment consistency of the judgment matrix. A.L.Saaty's average random consistency index was used to test the consistency of the judgment matrix (see Table 2-7 for evaluation consistency index). According to the average consistency index, the consistency index and the random consistency ratio of the judgment matrix are calculated. If $CR < 0.10$, the matrix is considered to have satisfactory consistency; otherwise, the matrix must be readjust until the matrix has satisfactory consistency.

Table 2-7 Random consistency index of judgment matrix

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

2.3.2 Establish index weight set

According to the evaluation index system, the weight set is established: the first-level index is $A = \{B_1, B_2, B_3, B_4, B_5\} = \{\text{platform basic quality, search engine, deep service, software support, integrity evaluation system}\}$; The second level index is $B_1 = \{\text{platform design, platform operation performance, platform image, platform resources}\}$, $B_2 = \{\text{response time, search accuracy, search integrity, database update speed}\}$, $B_3 = \{\text{pertinency, diversity, business value}\}$, $B_4 = \{\text{operability, compatibility, transaction assistance}\}$, $B_5 = \{\text{authority, effectiveness, completeness}\}$.

The evaluation set was established according to the evaluation criteria (see table 2-8) : $V = \{v_1, v_2, v_3, v_4, v_5\} = \{\text{very good, good, general, poor, bad}\} = \{9, 7, 5, 3, 1\}$.

Table 2-8 The degree of influence of indicator factors on upper factors

Dereferencing	9	7	5	3	1
Grade	very good	good	general	poor	bad

The evaluation set is a set composed of various evaluation results that evaluators may make on the satisfaction degree of various impact indexes of the comprehensive competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform. In this study, 5 steps were used for analysis. In practical application, a survey can be conducted in the form of questionnaire to third-party B2B e-commerce plat-

form industry experts and small and medium enterprise users, and the respondents will directly score the service quality factors of the platform according to the comment set and its assigned value.

2.4 Conduct comprehensive fuzzy evaluation

Fuzzy evaluation method is a kind of evaluation method using fuzzy set theory. To evaluate the strength of the B2B platform is a complex system composed of many factors, due to the limitation of the Analytic Hierarchy Process (AHP), used in the evaluation indicators also can not very accurate language to describe the number of evaluation index system involves many subjective indicators of strong fuzziness, it reflects the valuator subjective cognition difference. In order to quantify the fuzzy factors, this paper adopts the fuzzy comprehensive evaluation method which is mature in both theoretical research and practical application to evaluate the comprehensive competitiveness of the third-party B2B e-commerce platform. Fuzzy comprehensive evaluation mainly involves four elements: factor set, comment set, weight vector, single factor evaluation matrix D and comprehensive evaluation matrix. The steps of the third-party B2B e-commerce platform comprehensive competitiveness evaluation model are as follows:

(1) Determine the membership matrix. The membership matrix can also be called the evaluation matrix. The membership evaluation matrix D_i can be obtained by single-factor evaluation of each subordinate index factor of factor layer B_i :

$$D_i = \begin{bmatrix} d_{i11} & d_{i12} & \dots & d_{i1n} \\ d_{i21} & d_{i22} & \dots & d_{i2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ d_{ik1} & d_{ik2} & \dots & d_{ikn} \end{bmatrix}$$

Where $i = 1, 2, \dots, 5$, represents the index of the criterion layer; $k = 1, 2, \dots, 5$ represents the index of the sub-criterion layer; $n = 1, 2, \dots, 5$ represents the five-level evaluation of the evaluation set. Where, d_{kn} represents the membership degree of the N th evaluation of the K th index in the subcriterion layer. Usually, the index layer factor c_j (where, $j=1, \dots, 17$) The proportion of the number evaluated as a certain grade V_k (where, $k = 5$) in the total number evaluated is the corresponding membership degree d_{ikn} .

(2) Conduct first-level fuzzy comprehensive evaluation. By weight vector W_{B_i} and D_i according to the following formula.

$$B_i = W_{B_i} * D \tag{2-1}$$

The first level fuzzy comprehensive evaluation result is obtained. Where B_i is the membership vector of the first level index.

(3) Conduct second-level fuzzy comprehensive evaluation. B_i constitutes the second-order judgment matrix $D=(B_1, B_2, B_3, B_4, B_5)^T$. Through the weight vectors W_A and R according to the formula.

$$A = W_A * D \quad (2-2)$$

The second level fuzzy comprehensive evaluation result is obtained.

(4) According to the formula.

$$E = A * V^T \quad (2-3)$$

The comprehensive score is calculated to obtain the comprehensive competitiveness evaluation result of the third-party B2B e-commerce platform. For the platform service provider, when evaluating the platform, the customer satisfaction degree and market recognition degree of the platform can be obtained by comparing the calculated E value with the rating value of the comment set V, which serves as the basis for judging the market competitiveness of the platform. For small and medium-sized enterprise users, the E value of each platform is sorted from large to small to obtain the score order of each platform. Obviously, the platform with the highest score is the one with the best service quality.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Татенко Г.И., Грекова А.Е.</i> Инфраструктурное развитие территорий в условиях пандемии COVID-19.....	3
<i>Тачкова И.А.</i> Социально-экономические последствия пандемии COVID-19.....	8
<i>Толстых Т.Н., Нагамова М.С.</i> Государственное регулирование тарифов на электроэнергетическом рынке в условиях новой реальности.....	13
<i>Третьякова Л.А.</i> Оптимизация кадрового менеджмента в условиях постпандемии.....	18
<i>Тронина И.А., Андросова А.О.</i> Современные методы генерирования новых идей и способы активизации креативного мышления менеджера.....	23
<i>Тула Н.Б.</i> Развитие методологии переписи населения в период пандемии и цифровой трансформации.....	29
<i>Турдыева Г.О., Саидахмадова И.М.</i> Особенности управленческого учета в туристических организациях.....	34
<i>Тюфанов В.А., Васина Т.А.</i> Кросс-граничные динамики современных кризисов.....	39
<i>Уразбаева Л.М., Нагметуллаев А.А.</i> Спортивный туризм в республике Узбекистан.....	44
<i>Фирсанова О.В., Байков В.Г.</i> Маркетинг вовлечения потребителя во взаимодействие с компаниями в условиях развития экосистем.....	48
<i>Хамзаева Д.</i> Оценка фактора сезонности в региональном туризме и пути его использования.....	54
<i>Хан-Хойская И.В.</i> Оценка онлайн – обучения в сфере профессионального образования.....	59
<i>Харламов М.М.</i> Базовые принципы цифровой трансформации предприятий ракетно–космической промышленности (РКП)	64
<i>Хартанович К.В.</i> Цифровизация экономических отношений на рынке труда в условиях пандемии.....	70
<i>Хлусова О.С., Половинкина О.И.</i> Системный анализ и моделирование информационных процессов и систем.....	76
<i>Цыганов А.А.</i> Практика и риски приобретения недвижимости в период пандемии в России.....	82

<i>Чарахчян К.К.</i> Влияние на корпоративное стратегическое планирование изменений в современной экономической системе.....	87
<i>Черненко В.А., Резник И.А.</i> Специфика ответной реакции банковского сектора на пандемию: новые возможности.....	92
<i>Чулков А.С., Гребенникова В.А., Вылегжанина Е.В.</i> Государственный (муниципальный) финансовый контроль в условиях пандемии коронавируса: проблемы, фокус и вектор развития.....	97
<i>Чухнина Г.Я.</i> Учет и отчетность при патентной системе налогообложения (ПСН) в условиях пандемии.....	102
<i>Шангереева Н.С.</i> ФСБУ 5/2019 «Запасы»: новое в учете товаров.....	107
<i>Шаховская Л.С., Тимонина В.И.</i> Новые риски и вызовы мирового энергетического рынка.....	113
<i>Шевкуненко М.Ю., Нижегородов Н.В.</i> Трансформация АПК в условиях цифровизации как фактор обеспечения экономической безопасности России.....	117
<i>Шевченко Е.В.</i> Изменение характеристик потребителя и его ключевые ориентиры в условиях цифровизации.....	122
<i>Шевченко И.В.</i> Экономика мира после пандемии.....	127
<i>Шibaева Н.А., Шibaев П.П.</i> Проблемы и перспективы структурного развития хозяйственного комплекса региона в условиях цифровой трансформации мировой экономики.....	131
<i>Ширяева О.Д., Исаева И.Е.</i> Специфические особенности классификации материально-производственных запасов на предприятиях химической отрасли.....	136
<i>Шор Д.М., Шор И.М., Шелестова Д.А.</i> Развитие цифровизации кредитных организаций.....	142
<i>Шпаков А.Э.</i> Развитие информационно-коммуникационной среды и цифровых технологий, как фактор деформации образования и воспитания в современном обществе.....	148
<i>Щербина К.О.</i> Методология формирования концептуальной модели устойчивого развития туристического региона.....	152
<i>Юлдашев Б.Т., Жамолдинов С.Б.</i> Анализ внебюджетных расходов бюджетных учреждений.....	158

<i>Яковенко С.Н., Попандопуло М.Д., Одеколонова В.С.</i> Мировая экономика в период пандемии.....	163
<i>Яковлева М.А.</i> Бухгалтерский учет и отчетность «транзитных» организаций как доказательство незаконного вывода капитала.....	168
<i>Abishov M.S., Nuranov I.B.</i> Advantages and importance of attracting foreign investment in the economy of Uzbekistan.....	175
<i>Belyaeva A.O.</i> The state of the Moscow stock exchange during the economic crisis and its development trends in an unstable economy.....	178
<i>Dub V.S.</i> Research of video games attention retention mechanics financial results and their relationship with development company economic indicators.....	183
<i>Kalbayev M.A.</i> Accounting in digital economy.....	189
<i>Khubutiya N.V.</i> Theoretical thesis of world maritime sector operations management.....	193
<i>Maksumova M.T.</i> Formation of economic sustainability in the field of green building.....	198
<i>Matveeva Ya. D.</i> Study of changes in macroeconomic indicators in the position of illegal activity economy in the state.....	203
<i>Myrzanov B. Zh., Embergenov A. Zh.</i> The role of financial statement analysis in the management of the enterprise.....	208
<i>Perechnev A.S.</i> Product and integrated methods as the useful tools for the evaluation of enterprise competitiveness.....	212
<i>Rasskazova M.V.</i> Study of the influence of economic factors on pricing of the real estate market.....	218
<i>Samoilenko P.V.</i> Online food trade in the european market.....	225
<i>Saukhanov J.K.</i> Assessment of the impact of saline soils on agricultural production in the republic of Karakalpakstan.....	229
<i>Titov A.A., Trotsik A.V.</i> Formation of competitive advantages of telecommunications industry companies: theoretical aspects.....	236
<i>Yuqi Yang</i> Third – party b2b e-commerce platform comprehensive competitiveness model construction.....	244

Научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ
ПАНДЕМИИ: АНАТОМИЯ САМОИЗОЛЯЦИИ, ГЛОБАЛЬНЫЙ
ЛОКДАУН И ОНЛАЙН-БУДУЩЕЕ

Материалы Международной научно-практической конференции

Том 4

Публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 17.06.2021. Выход в свет 09.07.2021.
Формат бумаги 60×84 1/16. Гарнитура «Таймс». Уч.-изд. л. 14,9
Тираж 500 экз. Заказ № 4560

Кубанский государственный университет
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.
Издательско-полиграфический центр
Кубанского государственного университета
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.