

ISSN 2949-351X



# МНОГОУРОВНЕВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО

## ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

2025  
2 (45)

# МНОГОУРОВНЕВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

---

2025. № 2 (45)

---

Научный журнал

---

Журнал зарегистрирован  
в Национальном центре ISSN Российской Федерации 06.05.2022 г.  
как электронное сетевое издание

---

Учредитель ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

---

## Редакционная коллегия

*А. Б. Берендеева*, д-р экон. наук (*гл. редактор*) (г. Иваново)  
*Е. Е. Иродова*, д-р экон. наук (*зам. гл. редактора*) (г. Иваново)  
*Д. Б. Бабаев*, канд. экон. наук (г. Иваново)  
*Р. С. Ибрагимова*, д-р экон. наук (г. Иваново)  
*В. И. Куликов*, д-р экон. наук (г. Иваново)  
*А. С. Лифшиц*, д-р экон. наук (г. Иваново)  
*Е. Е. Николаева*, д-р экон. наук (г. Иваново)  
*А. И. Новиков*, д-р экон. наук (г. Владимир)  
*В. А. Новиков*, д-р экон. наук (г. Иваново)  
*Е. В. Сапир*, д-р экон. наук (г. Ярославль)  
*В. В. Чекмарев*, д-р экон. наук (г. Кострома)

*С. Г. Коновалова* (*технический секретарь*) (г. Иваново)

Адрес редакции:  
153025, Ивановская обл.,  
г. Иваново, ул. Тимирязева, 5  
e-mail: [ketep@ivanovo.ac.ru](mailto:ketep@ivanovo.ac.ru),  
[politeconom@yandex.ru](mailto:politeconom@yandex.ru)

Журнал размещен на сайтах  
[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
[www.ivanovo.ac.ru](http://www.ivanovo.ac.ru)

# MULTILEVEL SOCIAL REPRODUCTION: QUESTIONS OF THEORY AND PRACTICE

---

2025. № 2 (45)

---

Scientific journal

---

The journal is registered  
in the National ISSN Center of the Russian Federation on 06.05.2022  
as an electronic online publication

---

Founded by Ivanovo State University

---

## Editorial Board

- A. B. Berendeeva*, Doctor of Economics (*Chief Editor*) (Ivanovo)  
*E. E. Irodova*, Doctor of Economics (*Vice-Chief Editor*) (Ivanovo)  
*D. B. Babaev*, Candidate of Economic Sciences (Ivanovo)  
*R. S. Ibragimova*, Doctor of Economics (Ivanovo)  
*V. I. Kulikov*, Doctor of Economics (Ivanovo)  
*A. S. Lifshits*, Doctor of Economics (Ivanovo)  
*E. E. Nikolaeva*, Doctor of Economics (Ivanovo)  
*A. I. Novikov*, Doctor of Economics (Vladimir)  
*V. A. Novikov*, Doctor of Economics (Ivanovo)  
*E. V. Sapir*, Doctor of Economics (Yaroslavl)  
*V. V. Chekmarev*, Doctor of Economics (Kostroma)  
  
*S. G. Konovalova* (*Technical Secretary*) (Ivanovo)

Address of the editorial office:  
153025, Ivanovo region, Ivanovo,  
Timiryazew str., 5  
e-mail: ketep@ivanovo.ac.ru,  
politeconom@yandex.ru

The magazine is posted on the websites  
[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
[www.ivanovo.ac.ru](http://www.ivanovo.ac.ru)

---

---

**СОДЕРЖАНИЕ**

---

---

<i>Колонка главного редактора .....</i>	<b>7</b>
---	----------

**МЕГАУРОВЕНЬ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

<i>Бархударян А. А.</i> Искусственный интеллект: признаки, типы, стоимостная оценка, правовой статус .....	<b>11</b>
<i>Езерская С. Г., Малышева В. В.</i> Теоретические аспекты инновационной деятельности транснациональных корпораций (ТНК) на внешнем рынке.....	<b>18</b>

**МАКРОУРОВЕНЬ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

<i>Денисова Т. А., Ильина Д. Д.</i> Оценка эффективности внешнеторговой политики страны в условиях международной экономической интеграции .....	<b>25</b>
<i>Новиков В. А.</i> Макроэкономическое планирование как инструмент инновационного развития экономики России .....	<b>31</b>
<i>Симаков А. С.</i> Надлежащее финансирование судов как гарантия обеспечения независимого осуществления правосудия в России .....	<b>38</b>
<i>Юматов В. А.</i> Влияние института гражданства на экономическое развитие Российской Федерации .....	<b>43</b>

**МЕЗОУРОВЕНЬ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

<i>Безлепкин М. О.</i> Финансово-правовые механизмы и инструменты защиты животных в России .....	<b>51</b>
<i>Мокеева Е. А.</i> Возможность применения концепции экосистем как подхода к развитию экономических отношений на рынке кинобизнеса .....	<b>56</b>
<i>Сахарова Н. А., Смирнов Д. А.</i> Интеграция таксономического кода в образовательные практики в эпоху искусственного интеллекта .....	<b>63</b>
<i>Толдин В. А.</i> Маркетплейс как экономическое и правовое явление в Российской Федерации .....	<b>68</b>

**МИКРОУРОВЕНЬ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

<i>Денисова Т. А., Грязнов И. С.</i> Оценка экспортного потенциала предприятия .....	<b>75</b>
<i>Романова О. С.</i> Социальное партнерство в цифровых компаниях .....	<b>80</b>
<i>Сокова И. А., Крыжановская Д. Д.</i> Использование технологий маркетинговых инструментов в целях повышения конкурентоспособности организаций .....	<b>86</b>
<i>Информация для авторов журнала</i> .....	<b>95</b>

---

---

**CONTENTS**

---

---

<i>An editorial</i> .....	<b>7</b>
---------------------------	----------

**MEGA LEVEL  
SOCIAL REPRODUCTION**

<i>Barkhudaryan A. A.</i> Artificial intelligence: features, types, valuation, legal status .....	<b>11</b>
<i>Ezerskaya S. G., Malysheva V. V.</i> Theoretical aspects of innovation activities of transnational corporations (TNCs) in foreign markets.....	<b>18</b>

**MACRO LEVEL  
SOCIAL REPRODUCTION**

<i>Denisova T. A., Ilyina D. D.</i> Assessing the effectiveness of a country's foreign trade policy in the context of international economic integration .....	<b>25</b>
<i>Novikov V. A.</i> Macroeconomic planning as a tool for innovative development of the Russian economy.....	<b>31</b>
<i>Simakov A. S.</i> Proper financing of courts as a guarantee of independent administration of justice in Russia.....	<b>38</b>
<i>Yumatov V. A.</i> Impact of the institution of citizenship on the economic development of the Russian Federation.....	<b>43</b>

**MESO LEVEL  
SOCIAL REPRODUCTION**

<i>Bezlepkin M. O.</i> Financial and legal mechanisms and instruments for animal protection in Russia .....	<b>51</b>
<i>Mokeyeva E. A.</i> Possibility of applying the ecosystem concept as an approach to the development of economic relations in the film business market .....	<b>56</b>
<i>Sakharova N. A., Smirnov D. A.</i> Integration of taxonomic code into educational practices in the era of artificial intelligence .....	<b>63</b>
<i>Toldin V. A.</i> Marketplace as an economic and legal phenomenon in the Russian Federation .....	<b>68</b>

**MICRO LEVEL  
SOCIAL REPRODUCTION**

<b><i>Denisova T. A., Gryaznov I. S.</i></b> Assessment of the export potential of an enterprise .....	<b>75</b>
<b><i>Romanova O. S.</i></b> Social partnership in digital companies .....	<b>80</b>
<b><i>Sokova I. A., Kryzhanovskaya D. D.</i></b> Using marketplace technologies to increase the competitiveness of organizations .....	<b>86</b>
<b><i>Information for the authors of the journal</i></b> .....	<b>95</b>

## **Колонка главного редактора**

---

Очередной номер журнала «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики», 2025, № 2 (45), содержит 13 статей ученых, исследующих вопросы общей теории воспроизводства и воспроизводства по уровням экономического развития (мега-, макро-, мезо-, микро-).

Д-р экон. наук В. А. Новиков характеризует современный этап развития макроэкономического планирования в России как инструмента формирования высокотехнологичной экономики; показывает, что разработанные правовые основы стратегического планирования и принятые в последние годы комплексные плановые документы потребовали в новых условиях совершенствования и радикальной трансформации. Автор анализирует происходящие изменения в сфере научно-технического труда; сопоставляет позиции России в этой сфере с позициями наиболее развитых стран. Делается вывод, что для предотвращения периферизации экономики России необходимо осуществление инновационно-прорывного сценария развития на базе крупномасштабного стратегического планирования.

Д-р ист. наук Д. А. Смирнов и канд. техн. наук Н. А. Сахарова продемонстрировали подход к персонализации обучения с помощью таксономий Блума и SOLO, дополненных возможностями искусственного интеллекта, что способствует адаптации образовательных практик для студентов различных направлений подготовки, особенно в условиях преподавания потоковых дисциплин. Авторы предлагают архитектуру эффективного промпта, способствующего генерации результатов обучения, которые учитывают специфику конкретного направления подготовки студентов. Предлагаемый подход помогает существенно оптимизировать трудозатраты преподавателей, обеспечивая индивидуальный подход и повышая качество образовательного процесса.

Канд. экон. наук О. С. Романова раскрывает особенности формирования социального партнерства в цифровых компаниях. Автор показывает, что цифровая экономика привнесла значительные изменения в формы взаимодействия наемных работников и работодателей. Индивидуализация труда привела к разрозненности, на смену коллективным формам организации труда приходит обособленное удаленное решение конкретных задач без элементов коллегиальности. Понятие «коллектив» стало скорее формальным, нежели объединением соработников. По мнению автора социальное партнерство призвано сформировать понимание причастности к общему делу, осознать ядро экономических отношений в форме общего интереса.

В статье канд. экон. наук И. А. Соковой и студентки бакалавриата Д. Д. Крыжановской исследуется использование технологий маркетплейсов в целях повышения конкурентоспособности организаций. Авторы рассматривают организацию торговли в рамках онлайн-режима, анализируют



современные виды маркетплейсов, их положительные и отрицательные характеристики, показывают механизм использования технологий маркетплейсов для повышения эффективности и конкурентоспособности организаций.

В статье канд. экон. наук Т. А. Денисовой и магистранта 1-го года обучения И. С. Грязнова рассматриваются теоретические вопросы оценки экспортного потенциала предприятия. Авторы уточняют понятие экспортного потенциала, особенности его оценки, структуру, взаимосвязь с другими потенциалами предприятия. Интерес вызывает выделение факторов, определяющих величину экспортного потенциала, в том числе для российских машиностроительных предприятий, а также основные подходы, применяемых для анализа экспортных возможностей предприятия.

В статье канд. экон. наук Т. А. Денисовой и магистранта 1-го года обучения Д. Д. Ильиной исследуется оценка эффективности внешнеторговой политики страны (на примере Франции). Уточняется применяемая в этих целях система показателей, особенности формирования интегрального показателя эффективности внешнеторговой политики, факторы ее формирующие.

Канд. экон. наук С. Г. Езерская и магистрант 3-го года обучения В. В. Малышева рассматривают теоретические аспекты инновационной деятельности транснациональных корпораций (ТНК) на внешнем рынке. На примере «Газпрома» авторы выделяют особенности инновационной деятельности в нефтегазовой отрасли, рассматривают факторы, влияющие на инновационную активность ТНК на внешнем рынке, обосновывают вывод о необходимости стратегического подхода к управлению инновациями для успешной реализации инновационных проектов ТНК на международной арене.

Е. А. Мокеева, магистрант 3-го года обучения раскрывает возможность применения концепции бизнес-экосистем к рынку кинобизнеса, рассматривает теоретические подходы к определению экосистемы в экономике, при этом автор выделяет ключевые признаки и характеристики, структуру и типы бизнес-экосистем. Представляют интерес примеры функционирования экосистем в различных отраслях, в том числе таких крупных российских экосистем, как Сбер, Яндекс, ВК и их возможности выхода на международные рынки. В статье представлены каналы взаимодействия и создания ценности для кинобизнеса в рамках экосистемного подхода. Предлагается авторское определение экосистемы для кинобизнеса – как киноцентричная экосистема ценности.

Также представлены 5 статей магистрантов 2-го года обучения направления подготовки «Юриспруденция», выполненные в рамках междисциплинарного подхода (на стыке права и экономики).

А. А. Бархударян исследует понятие «искусственный интеллект», его ключевые признаки и правовой статус в гражданском праве РФ. Автор проводит анализ нормативной правовой базы и доктринальных источников, раскрывающих сущность данного института, делает вывод о невоз-

возможности признания технологии искусственного интеллекта самостоятельным субъектом правоотношений и определяет его правовую природу как сложного объекта гражданских прав, квалифицируемого в качестве «иного имущества». Также указывается экономический аспект использования искусственного интеллекта, связанный с проблемами его стоимостной оценки и распределения ответственности.

М. О. Безлепкина исследует межотраслевую проблему реализации законодательства о защите животных через призму бюджетного финансирования. На основе анализа нормативно-правовой базы и данных об исполнении бюджетов различных уровней (на примере Ивановской области на 2025 год и плановый период) автор выявляет противоречие между декларируемыми целями правовой защиты и недостаточным, а также структурно несовершенным ее финансовым обеспечением и приходит к выводу, что без создания прозрачного и целевого бюджетного механизма, нормы об ответственном обращении с животными остаются в значительной степени декларативными. Предлагаются конкретные меры по совершенствованию бюджетного процесса в данной сфере.

А. С. Симак исследует вопрос независимости судей в РФ. Особое внимание автор уделяет роли финансовых и материальных гарантий, необходимых для обеспечения независимости судей; анализирует проблемы, возникающие вследствие недостаточности финансирования судебной системы; приводит данные о тенденции снижения материально-финансовых гарантий независимости судей. Делается вывод, что финансово-материальное обеспечение судей является ключевым фактором их независимости, однако структура расходования средств часто оказывается неэффективной – разрешить данную проблему необходимо реализовав комплекс мер.

В. А. Толдин исследует маркетплейсы как экономическое и правовое явление в РФ. Автор проводит анализ международного и внутригосударственного законодательства о регулировании отношений с маркетплейсами; делает вывод о значимости маркетплейсов в России, а также прослеживает новые законодательные тенденции в сфере регулирования маркетплейсов.

В. А. Юматов исследует влияние приобретения гражданства и масштабной натурализации населения на экономическую и социальную сферы жизни государства. Автор показывает, что в современных геополитических условиях политика предоставления гражданства стала для России стратегическим инструментом решения задач демографических, социально-трудовых, экономических. Однако масштабное расширение круга граждан порождает комплекс противоречивых последствий, создавая как новые возможности, так и серьезные вызовы для устойчивого развития и безопасности государства. Автор исследует феномен «экономики паспорта», его положительные эффекты и риски, рассматривая при этом демографические и миграционные проблемы, стимулирование потребительского спроса, финансовые и инфраструктурные проблемы, интеграцию новых территорий в экономическое пространство России.

Таким образом, в данном номере журнала представлены разные аспекты актуальных проблем современного общества на различных уровнях, решать которые необходимо для российской социально-экономической системы при реализации национальных целей развития.

Редакция журнала желает ученым, аспирантам, студентам новых исследований и научных результатов, развивающих теорию и практику общественного воспроизводства на мега-, макро-, мезо- и микроуровнях и ждет новых материалов авторов в первый номер журнала в 2026 году.

**А. Б. Берендеева,**  
*доктор экономических наук, главный редактор*

# МЕГАУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

---

УДК 347.122

*А. А. Бархударян*

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: ПРИЗНАКИ, ТИПЫ, СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА, ПРАВОВОЙ СТАТУС

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию понятия искусственного интеллекта, его ключевым признакам и правовому статусу в гражданском праве Российской Федерации. Проведен анализ нормативной правовой базы и доктринальных источников, раскрывающих сущность данного института. Итоги исследования позволяют обосновать вывод о невозможности признания технологии искусственного интеллекта самостоятельным субъектом правоотношений и определяют его правовую природу как сложного объекта гражданских прав, квалифицируемого в качестве «иного имущества» по статье 128 ГК РФ. Также указывается экономический аспект использования искусственного интеллекта, связанный с проблемами его стоимостной оценки и распределения ответственности.

**Ключевые слова:** технология искусственного интеллекта, признаки искусственного интеллекта, типы искусственного интеллекта, правовой статус искусственного интеллекта, стоимостная оценка искусственного интеллекта.

*А. А. Barkhudaryan*

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE: FEATURES, TYPES, VALUATION, LEGAL STATUS

**Abstract.** The article is devoted to the study of the concept of artificial intelligence, its key features, and its legal status in the civil law of the Russian Federation. An analysis of the regulatory framework and doctrinal sources revealing the essence of this institution is conducted. The research findings substantiate the conclusion that it is impossible to recognize artificial intelligence technology as an independent legal subject and define its legal nature as a complex object of civil rights, classified as «other property» under Article 128 of the Civil Code of the Russian Federation. The economic aspect of using artificial intelligence, related to the problems of its cost assessment and the distribution of liability, is also addressed.

**Key words:** artificial intelligence technology, features of artificial intelligence, types of artificial intelligence, legal status of artificial intelligence, valuation of artificial intelligence.

Стремительное распространение технологии искусственного интеллекта в ключевые сферы социально-экономической жизни общества обеспечило наступление новой технологической эры. Алгоритмы искусственного интеллекта и технологии на его основе становятся неотъемлемым элементом повседневной жизни: от использования в быту для выполнения рутинных задач до применения автоматизированных, автономных и самообучающихся систем в крупных технологических компаниях. Однако указанная трансформация

общественных отношений порождает необходимость анализа и переосмысления базовых и отраслевых существующих правовых и экономических парадигм. Правовая система, традиционно опиравшаяся на категории субъектности, вины и ответственности четко определенных групп субъектов, сталкивается с новым феноменом «цифрового субъекта», чьи решения зачастую неоднозначны и непредсказуемы. В свою очередь, немаловажная роль придается экономической составляющей использования технологий искусственного интеллекта, которая диктует необходимость баланса между стимулированием инноваций, обеспечивающих развитие автоматизированных и самообучающихся систем искусственного интеллекта, и минимизацией рисков, связанных с определением ответственного субъекта при использовании технологии искусственного интеллекта в рамках института деликтных правоотношений.

Анализ института технологии искусственного интеллекта следует начать с исследования понятия искусственного интеллекта. Легальное определение искусственного интеллекта содержится в Указе Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». Согласно пункту 5 рассматриваемого акта под искусственным интеллектом стоит понимать комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека или превосходящие их. Не менее важным является понимание понятия «технологии искусственного интеллекта», которое представляет собой совокупность технологий, включающую в себя компьютерное зрение, обработку естественного языка, распознавание и синтез речи, интеллектуальную поддержку принятия решений и перспективные методы искусственного интеллекта, которые направлены на создание принципиально новой научно-технической продукции [3, с. 3].

В научной литературе преобладает системный и комплексный подход при изучении определения искусственного интеллекта, где акцент делается на рассмотрении данного института в виде программно-технической целостной сущности с присущими фундаментальными характеристиками. Так, например, П. М. Морхат предлагает анализировать определение искусственного интеллекта с учётом автономности, носителя, способностей и возможностей. Согласно его мнению, искусственный интеллект представляет собой полностью или частично автономную самоорганизующуюся компьютерно-аппаратно-программную виртуальную (virtual) или киберфизическую (cyberphysical), в том числе биокибернетическую (biocybernetic), систему (юнит), наделённую/обладающую определённым автором перечнем возможностей и способностей [7, с. 3].

Е. А. Ерахтина и В. А. Тирранен считают, что искусственный интеллект – это свойство интеллектуальных программных систем (в том числе компьютерных программ, включая нейросети) выполнять функции и решать задачи, в том числе специально не оговоренные в системе изначально, обучаться и адаптировать своё поведение под конкретные условия, а также принимать решения исходя из этих условий и поставленных целей [4, с. 4].

Приведенные позиции позволяют сформулировать вывод о том, что искусственный интеллект – это виртуальная программная система, которая существует в информационном пространстве, чьей основной целью является

имитация мысленной деятельности человека путем анализа имеющейся и создания новой информации.

Анализ научных трудов и собственной практики использования технологии искусственного интеллекта позволяет выделить следующие общие признаки искусственного интеллекта:

1) Осуществление различных видов деятельности (создание текстов, изображений, видеофрагментов и т. д.) и самоорганизация без участия человека, что создает эффект квазисубъектности.

2) Наличие способности к обучению, самообучению и последующему самосовершенствованию на основе объемных баз данных, расположенных в сети Интернет.

3) Наличие способности самостоятельно осуществлять поиск, комплексный анализ и обобщение информации для выработки решений.

4) Демонстрация разумного поведения через решение задач при отсутствии заранее заданного алгоритма, включая вероятность действий, не предусмотренных создателем.

5) Наличие функционального превосходства над человеческим интеллектом в области эффективности осуществления интеллектуальной деятельности при выполнении профильных задач [8, с. 4].

Искусственный интеллект – это многоаспектный институт, включающий результаты работ различных отраслей общественных отношений. Он обладает своим функционалом, свойствами и ролью в выполнении определенных видов деятельности. В связи с этим в доктрине многими учеными была выдвинута и поддержана позиция о необходимости разделения искусственного интеллекта на два типа: слабый и сильный.

Слабый искусственный интеллект функционирует в роли высококвалифицированного «инструмента-специалиста», чья компетенция исчерпывается решением узкого класса прикладных задач. Он используется для выполнения базовых запросов пользователей, где не требуется высокая вычислительная мощность. Функциональный потенциал системы, вытекающий из строго ограниченного круга решаемых задач, детерминирован вычислительными ресурсами и структурой ее базы данных, что очерчивает строгие границы ее операционного пространства. Данный тип искусственного интеллекта нельзя назвать полностью самостоятельным и автономным. Слабый искусственный интеллект можно встретить в разнообразных областях: рекомендательные системы и системы фильтрации контента в социальных сетях, голосовые помощники (Алиса, Siri, Google Assistant), «умные» противники в видеоиграх, функциональные инструменты по прорисовке деталей на изображениях и т. д.

Сильный искусственный интеллект имеет противоположные характеристики: он обладает способностью к универсальному решению задач, свойственному человеческому интеллекту, а также к автономному самообучению и адаптации в условиях неопределенности. У данного типа искусственного интеллекта более широкий функционал, нацеленный на всестороннюю помощь человеку. В рассматриваемом случае речь идет о возможности искусственного интеллекта по созданию различных видов текстов (научных статей, литературных произведений, нормативных правовых актов и др.), произведений творчества, видеоизображений и прочего массива информационных элементов, содержащихся в электронном виде. Исходя из представленных характеристик вытекает закономерный вопрос: можно ли признать технологию

искусственного интеллекта в качестве самостоятельного субъекта общественных отношений и, в частности, гражданских правоотношений? [6, с. 5]

Субъектами гражданских правоотношений являются участники данных правоотношений, которые обладают определенными правами и обязанностями. Субъекты правоотношений обладают ключевым признаком – правосубъектностью. В российском гражданском праве в качестве субъектов гражданских правоотношений традиционно выделяют физических лиц, юридических лиц и публично-правовые образования. В данном аспекте интересной является позиция В. К. Андреева, который предлагает определить искусственный интеллект в качестве правового эквивалента физического лица. К такому выводу он приходит путем анализа процедуры определения дееспособности физического лица. Так, он отмечает, что согласно гражданскому законодательству, дееспособность лица может быть ограничена только по решению суда на основании судебно-психиатрической экспертизы, в процессе которой исследуются когнитивные функции человека и предоставляется оценка им с учетом возможных нарушений. Следовательно, наличие дееспособности у человека зависит от правильного функционирования его когнитивных способностей, а если искусственный интеллект проявляет аналогичные когнитивные способности, то он может быть признан «эквивалентом физического лица». В конце концов он заключает, что правосубъектность физического лица презюмируется, а правосубъектность робота с технологией искусственного интеллекта требует доказывания как эквивалента физического лица.

Схожей позиции придерживается А. Галлон. Автор в своей работе выделяет три аргумента, которые сформировались в науке в пользу невозможности предоставления искусственному интеллекту правового статуса. Первый аргумент – антропоцентрический, согласно которому только человек может иметь права. Но в то же время правами наделены юридические лица. Можно сказать о том, что юридическое лицо – это искусственно созданный субъект, юридическая фикция, искусственная конструкция, придуманная законодателем. Возможно ли в данном случае говорить о носителе прав искусственно созданным субъектом? Ответ на данный вопрос кроется в содержании понятия юридического лица, где ключевым институтом выступает группа людей, объединившихся для достижения определённой общей цели. В связи с этим, конструкция юридических лиц, как и аналогичная конструкция публично-правовых образований, вписывается в теорию наделения правами человека, который может существовать и реализовывать свои права самостоятельно, так и объединяться, избираться и иным образом организовываться в рамках общественных отношений с другими людьми в коллективные субъекты. Второй – отсутствие важного элемента, при наличии которого искусственный интеллект мог бы приобрести правосубъектность, к примеру, интенциональности (сознательного целенаправленного поведения). Третий – искусственный интеллект является имуществом, ведь он создан человеком путем написания программного кода и на основе созданного технического оборудования, на котором находится технология искусственного интеллекта. Констатируется невозможность зарождения и функционирования искусственного интеллекта без целенаправленной деятельности человека.

В то же время другие исследователи акцентируют внимание на том, что правосубъектность физического лица определяется не его природой, наличием у него воли и эмоций, а она зависит от культурных и социальных особен-

ностей той или другой страны в тот или иной период, также она не является однородной для различных категорий физических лиц. Среди примеров они приводят разный правовой статус рабов и хозяев в средневековые времена, различный правовой статус женщин и мужчин (в частности женщины только в начале 20-го века получили право голоса на выборах в отдельных странах), разный правовой статус для разных возрастных категорий и т. д. [5, с. 7].

На наш взгляд, на сегодняшний день вне зависимости от типологизации видов искусственного интеллекта можно сделать бесспорный вывод о том, что технология искусственного интеллекта – это самостоятельный объект гражданских правоотношений. Субъективизация искусственного интеллекта априори выходит за грани реальности правового понимания субъекта гражданских правоотношений и может существовать только в выдуманной правовой реальности, где социальный и правовой статус человека уравнивают со статусом робота, имеющего встроенную технологию искусственного интеллекта. Ни одна правовая система стран мира не решилась признать искусственный интеллект в качестве полноценного самостоятельного субъекта правоотношений, в том числе гражданских. Связано это с тем, что искусственный интеллект не обладает волей и сознанием в человеческом понимании, а лишь имитирует их в рамках заданных алгоритмов и обучаемых моделей. Все его «действия» являются результатом исполнения программы и обработки данных, а не осознанного волеизъявления.

Технология искусственного интеллекта не может нести самостоятельную юридическую ответственность за свои действия. Невозможно привлечь к гражданско-правовой ответственности алгоритм или программный комплекс. Ответственность за вред, причиненный в результате функционирования систем искусственного интеллекта, всегда несут физические или юридические лица – его создатели, владельцы или операторы.

Признание технологии искусственного интеллекта субъектом правоотношений привело бы к абсурдной ситуации, когда данный «субъект» был бы одновременно и объектом права собственности. Невозможно быть владельцем одного субъекта права другим субъектом, так как это противоречит фундаментальным принципам правового государства и концепции прав человека.

Можно заключить, что технология искусственного интеллекта не может являться субъектом правоотношений. Однако стоит заметить, что отнесение технологии искусственного интеллекта к объектам гражданских правоотношений в рамках действующей системы российского гражданского права является не совсем однозначным, поскольку искусственный интеллект как комплексное явление напрямую не поименовано в перечне статьи 128 Гражданского кодекса РФ [1, с. 8].

Правовая природа искусственного интеллекта должна рассматриваться в виде сложного объекта – единой технологии, объединяющей в себе элементы различных институтов гражданского права. Базовая часть, коды и алгоритмы искусственного интеллекта будут относиться к программам для ЭВМ в соответствии со статьей 1261 Гражданского кодекса РФ, а данные, на которых функционирует данный институт, будут относиться к базам данных согласно статье 1260 Гражданского кодекса РФ. Кроме того стоит отметить, что уникальные методики обучения, архитектура сети, подобранные веса и параметры составляют коммерческую тайну, требующую упоминания о секрете



производства (ноу-хау), которое закреплено статьей 1465 Гражданского кодекса РФ [2, с. 9].

Не менее важным будет являться упоминание экономического аспекта в области использования искусственного интеллекта, поскольку именно экономическая целесообразность и потенциальная выгода от внедрения технологий искусственного интеллекта являются одними из ключевых драйверов их развития. Искусственный интеллект способен самостоятельно создавать рыночную стоимость, но не традиционным способом. Его ценность заключается не в материальном носителе, а в алгоритмах, данных и способности к автономному принятию решений, ведущих к оптимизации процессов, созданию новых продуктов или снижению издержек.

Это ставит перед правовой системой принципиально новые вызовы. Во-первых, возникает сложнейшая задача стоимостной оценки систем с искусственным интеллектом как объекта гражданского оборота. Как оценить алгоритм, который постоянно самообучается и меняется? Традиционные методы оценки материальных активов или стандартного программного обеспечения здесь неприменимы, что создает проблемы для бухгалтерского учета, налогообложения, страхования и использования технологии искусственного интеллекта в качестве залогового обеспечения. Во-вторых, способность искусственного интеллекта к автономному принятию решений, ведущих к созданию экономического эффекта, кардинально меняет классические цепочки создания стоимости. Это требует разработки новых экономико-правовых моделей распределения прибыли и ответственности. Например, если технология искусственного интеллекта, управляющая торговым портфелем на биржевом рынке, принесёт убыток, или, напротив, сгенерирует изобретение, которое будет обладать значительной стоимостью, каков правовой механизм распределения этих экономических результатов между правообладателем технологии, владельцем данных, оператором системы и конечным пользователем? Существующие правовые конструкции, такие как агентский договор или договор возмездного оказания услуг, не в полной мере охватывают эту новую реальность, где ключевым агентом, создающим стоимость, является не человек, а алгоритм.

Таким образом, исходя из представленной характеристики искусственного интеллекта как сложного объекта гражданских правоотношений можно прийти к выводу о том, что наиболее правильной квалификацией будет рассмотрение искусственного интеллекта в качестве категории иного имущества в статье 128 Гражданского кодекса РФ. Несмотря на способность к автономным действиям и самообучению, принципиальная невозможность наделить его собственной волей и ответственностью требует сохранения этого подхода. Ключевой задачей становится формирование адаптированного правового режима, который, с одной стороны, признает уникальную комплексную природу технологии, а с другой – устанавливает необходимые механизмы контроля и распределения ответственности между людьми и организациями, которые его создают, используют и извлекают из него выгоду. Такой сбалансированный путь позволит не только минимизировать потенциальные риски, но и создать прочную основу для дальнейшего развития и интеграции искусственного интеллекта в социально-экономическое пространство.

***Библиографический список***

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025 г.) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301; СЗ РФ. 2025. № 31. Ст. 4669.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 23.07.2025) // СЗ РФ. 2006. № 52. Ст. 5496 (Ч. I); СЗ РФ. 2025. № 30. Ст. 4384 (Ч. II).
3. О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации: Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490 (ред. от 15.02.2024) // СЗ РФ. 2019. № 41. Ст. 5700; СЗ РФ. 2024. № 8. Ст. 1102.
4. *Ерахтина Е. А., Тирранен В. А.* Преступления, совершаемые с использованием искусственного интеллекта: проблемы квалификации и расследования // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2019. № 2. С. 36–41.
5. *Зуйкова М. С.* Искусственный интеллект как субъект гражданского права // Форум молодых ученых. 2023. № 11. С. 38–48.
6. *Мельничук М. А., Савченко О. Н.* Правовая идентификация искусственного интеллекта в гражданском процессе // Гуманитарные и юридические исследования. 2024. № 1. С. 136–143.
7. *Морхат П. М.* Искусственный интеллект: правовой взгляд: монография. М.: Буки Веди, 2017. С. 258.
8. *Соломонов Е. В.* Понятие и признаки искусственного интеллекта // Вестник ОмГУ. Сер.: Право. 2023. № 4. С. 57–65.

***Информация об авторе / Information about the author***

**Бархударян Артур Акопович** – студент магистратуры, направление подготовки «Юриспруденция», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, barkhudaryan2003@mail.ru

**Barkhudaryan Artur Akopovich** – Master's degree student, field of study «Jurisprudence», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, barkhudaryan2003@mail.ru

УДК 338

*С. Г. Езерская, В. В. Малышева***ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ  
(ТНК) НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические аспекты инновационной деятельности транснациональных корпораций (ТНК) на внешнем рынке. Обоснована роль инноваций как ключевого фактора конкурентоспособности и устойчивого развития ТНК в условиях глобализации. Проанализированы различные классификации инноваций, с акцентом на продуктовые, процессные, организационные и маркетинговые инновации. Выделены особенности инновационной деятельности в нефтегазовой отрасли, включая технологическую направленность, высокую степень сотрудничества и соответствие экологическим требованиям. Рассмотрены основные факторы, влияющие на инновационную активность ТНК на внешнем рынке, такие как технологические, экономические, политические и регуляторные факторы. Сделан вывод о необходимости стратегического подхода к управлению инновациями для успешной реализации инновационных проектов ТНК на международной арене.

**Ключевые слова:** транснациональные корпорации (ТНК), инновации, внешние рынки, конкурентоспособность, устойчивое развитие, нефтегазовая отрасль, технологические инновации, факторы инновационной активности, Газпром.

*S. G. Ezerskaya, V. V. Malysheva***THEORETICAL ASPECTS OF INNOVATION ACTIVITIES  
OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS (TNCs)  
IN FOREIGN MARKETS**

**Abstract.** The article examines the theoretical aspects of transnational corporations' (TNCs) innovation activities in foreign markets. The role of innovation as a key factor in the competitiveness and sustainable development of TNCs in the context of globalization is substantiated. Various classifications of innovations are analyzed, with an emphasis on product, process, organizational, and marketing innovations. The characteristics of innovation activities in the oil and gas industry are highlighted, including technological orientation, a high degree of cooperation, and compliance with environmental requirements. The main factors influencing the innovation activity of TNCs in foreign markets, such as technological, economic, political, and regulatory factors, are considered. The conclusion is made about the need for a strategic approach to innovation management for the successful implementation of TNCs' innovation projects in the international arena.

**Key words:** Transnational corporations (TNCs), innovation, foreign markets, competitiveness, sustainable development, oil and gas industry, technological innovation, factors of innovation activity, Gazprom.

ПАО Газпром – один из крупнейших экспортеров природного газа в мире, который играет ключевую роль в обеспечении энергетической безопасности многих стран. Экспортная деятельность компании характеризуется значительными объемами поставок, широкой географией направлений и сложной структурой, включающей в себя как трубопроводный газ, так и сжиженный природный газ (СПГ), поставки которого способствуют расширению географии экспорта и диверсифицированию рынков сбыта [12, с. 95].

Структура экспортных поставок Газпрома включает в себя долгосрочные контракты, обеспечивающие стабильность поставок и предсказуемость доходов, и спотовые поставки (**разовые соглашения на перевозку груза без долгосрочных обязательств, характеризующиеся своей гибкостью**).

В последние годы объемы экспорта природного газа Газпромом подвергались колебаниям, обусловленным геополитической обстановкой, изменением спроса на мировом рынке и развитием альтернативных источников энергии [11, с. 45]. Основными направлениями экспорта традиционно являлись страны Европы, в частности Германия, Италия, Турция и другие [21, с. 78]. Однако, в связи с изменением политической ситуации, наблюдается переориентация экспортных потоков в сторону Азии, в частности Китая [23, с. 112].

На мировом рынке природного газа Газпром сталкивается с жесткой конкуренцией со стороны других крупных производителей и экспортеров, таких как QatarEnergy, Woodside Energy, Shell, Chevron, ExxonMobil и американских компаний, активно наращивающих экспорт СПГ [25, с. 63]. Конкуренция усиливается с развитием технологий добычи сланцевого газа и увеличением объемов производства СПГ в различных регионах мира:

- QatarEnergy является одним из крупнейших производителей и экспортеров СПГ в мире, обладая значительными запасами природного газа и современной инфраструктурой;

- австралийские компании, такие, как Woodside Energy, также активно развивают экспорт СПГ в страны Азии [5, с. 130]. Shell, Chevron и ExxonMobil являются интегрированными нефтегазовыми компаниями, осуществляющими добычу, переработку и экспорт природного газа в различных регионах мира [14, с. 87];

- конкуренция со стороны американских компаний, наращивающих экспорт СПГ, представляет серьезную угрозу для Газпрома на европейском рынке, поскольку американский СПГ становится все более конкурентоспособным по цене и условиям поставок [16, с. 52].

Для оценки текущего состояния и перспектив экспортной деятельности Газпрома необходимо провести SWOT-анализ, который позволит выявить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы, с которыми она сталкивается на мировом рынке.

## Первичный SWOT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
1. Значительные запасы природного газа	1. Зависимость от трубопроводной инфраструктуры
2. Развитая система добычи и транспортировки газа	2. Геополитические риски и санкционное давление
3. Долгосрочные контракты с потребителями	3. Ограниченная гибкость в условиях меняющегося рынка
4. Опыт работы на международном рынке	4. Высокая себестоимость добычи в некоторых регионах
5. Интегрированная структура компании (добыча, переработка, сбыт)	5. Недостаточная диверсификация экспортных направлений
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
1. Развитие новых экспортных направлений (Азия)	1. Усиление конкуренции на мировом рынке газа
2. Увеличение объемов производства и экспорта СПГ	2. Снижение спроса на природный газ в Европе
3. Развитие новых технологий добычи и переработки газа	3. Рост производства и экспорта СПГ из США и других стран
4. Укрепление партнерских отношений с потребителями	4. Изменение климатической политики и развитие альтернативной энергетики
5. Диверсификация продуктовой линейки (газохимия)	5. Волатильность цен на природный газ

SWOT-анализ позволяет выявить ключевые проблемы и возможности для повышения эффективности экспортных операций Газпрома. К основным проблемам можно отнести зависимость от трубопроводной инфраструктуры, геополитические риски и санкционное давление, ограниченную гибкость в условиях меняющегося рынка, высокую себестоимость добычи в некоторых регионах и недостаточную диверсификацию экспортных направлений. Для решения этих проблем и повышения эффективности экспортных операций Газпрому необходимо:

1. Активно развивать новые экспортные направления, в частности в страны Азии, и диверсифицировать рынки сбыта [28, с. 34].
2. Увеличивать объемы производства и экспорта СПГ, что позволит расширить географию поставок и повысить гибкость в условиях меняющегося рынка [17, с. 67].
3. Внедрять новые технологии добычи и переработки газа, направленные на снижение себестоимости продукции и повышение эффективности производства [29, с. 101].
4. Укреплять партнерские отношения с потребителями, предлагая гибкие условия поставок и адаптируясь к их потребностям [2, с. 41].
5. Развивать газохимическое направление, что позволит диверсифицировать продуктовую линейку и снизить зависимость от экспорта сырого газа [4, с. 75].
6. Адаптироваться к изменяющейся климатической политике и развивать проекты в области возобновляемой энергетики [8, с. 92].

Ключевым фактором конкурентоспособности и устойчивого развития транснациональных корпораций (ТНК) выступает их инновационная

деятельность на внешнем рынке в условиях глобализации. В данном контексте, инновации играют роль катализатора, обеспечивающего ТНК возможность не только адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, но и формировать новые рыночные возможности.

Инновация, в широком смысле, представляет собой внедрение чего-то нового, например, продукт, процесс, услугу или бизнес-модель, что приводит к созданию добавленной стоимости [3, с. 45]. Таким образом, инновации для транснациональной деятельности рассматриваются в качестве стратегического инструмента, с помощью которого компании легче расширить свое присутствие на внешних рынках, укрепить конкурентные позиции и увеличивать прибыльность.

Следует отметить, что существует множество классификаций инноваций, например:

- в зависимости от способности к распространению – единичные (в рамках одного объекта) и диффузные (имеют широкое распространение);
- по приоритетам появления – иницирующие и последующие;
- в зависимости от отношения к предшествующим нововведениям – замещающие, отменяющие, возвратные, открывающие и ретровведения;
- по области применения – технические, технологические, организационно-управленческие, информационные и социальные;
- по причине своего возникновения – реактивные (появляются в качестве реакции на нововведения конкурентов) и стратегические (формируются в целях получения конкурентных преимуществ);
- в зависимости от особенностей инновационного процесса – внутриорганизационные и межорганизационные.

Однако для целей данного исследования наиболее подходящими выступают инновации по содержанию и форме реализации, которые в свою очередь подразделяются на:

Продуктовые инновации – инновации, включающие в себя разработку и внедрение новых или существенно улучшенных продуктов или услуг, предназначенных для внешнего рынка [20, с. 112]. Пример – разработка новых видов топлива с улучшенными экологическими характеристиками компанией, работающей в нефтегазовой отрасли.

Процессные инновации, охватывающие внедрение новых или существенно улучшенных методов доставки, распределения продукции на внешнем рынке и производственных процессов [24, с. 78]. Например, внедрение новых технологий добычи нефти и газа позволяет повысить эффективность производства и снизить затраты.

Организационные инновации – это внедрение новых организационных структур, бизнес-моделей или методов управления, направленных на повышение эффективности и адаптивности ТНК на внешнем рынке [13, с. 156]. Примером может служить создание совместных предприятий с местными компаниями для адаптации к специфическим условиям рынка.

Маркетинговые инновации затрагивают внедрение новых маркетинговых стратегий, методов продвижения или ценообразования, направленных на привлечение новых клиентов и увеличение продаж на внешнем рынке [26, с. 92]. Пример – разработка новых рекламных кампаний, учитывающих культурные особенности целевой аудитории.

Инновации, как уже отмечалось ранее, являются ключевым фактором конкурентоспособности ТНК на мировом рынке, что позволяет данным корпорациям, во-первых, создавать уникальные продукты и услуги, которые отличаются от предложений конкурентов и удовлетворяют специфические потребности потребителей на внешнем рынке [6, с. 201]. Во-вторых, снижать затраты и повышать эффективность производственных процессов, логистики и управления своей деятельности [1, с. 55]. В-третьих, инновации помогают транснациональным корпорациям адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, например, нормативным требованиям и потребительским предпочтениям [15, с. 134]. В-четвертых, формировать новые рыночные возможности, т. е. инновации позволяют ТНК создавать новые рынки и сегменты, расширяя свое присутствие и увеличивая прибыльность [27, с. 88].

При рассмотрении нефтегазовой отрасли следует отметить ее высокую капиталоемкость, длительный срок окупаемости инвестиций и высокой степенью риска. В связи с этим были отмечены 3 особенности инновационной деятельности в данной отрасли:

1. Инновации в нефтегазовой отрасли в основном связаны с разработкой и внедрением новых технологий добычи, переработки и транспортировки нефти и газа, т. е. фокус на технологических инновациях [19, с. 230];
2. Инновационная деятельность в нефтегазовой отрасли часто осуществляется в рамках сотрудничества между ТНК, научно-исследовательскими институтами и государственными организациями т. е. характеризуется высокой степенью сотрудничества [6, с. 177];
3. Инновации в нефтегазовой отрасли должны соответствовать строгим нормативным требованиям в области охраны окружающей среды и промышленной безопасности [13, с. 63].

Инновационная активность ТНК на внешнем рынке подвержена влиянию множества факторов: технологическим факторам, характеризующими доступностью новых технологий, уровнем развития научно-исследовательской базы и наличием квалифицированных кадров [9, с. 102]; экономическим факторам – уровень экономического развития страны, размер рынка, наличие инвестиционных ресурсов и уровень конкуренции [18, с. 41]; политическим факторам (уровень коррупции, стабильность политической системы, качество государственного управления и наличие благоприятного инвестиционного климата [22, с. 195]); регуляторным факторам (например, налоговая политика, таможенные тарифы, стандарты и нормы, регулирующие инновационную деятельность [10, с. 70]). Таким образом, инновационная активность ТНК на внешних рынках формируется под комплексным воздействием вышеперечисленных факторов, требующих тщательного анализа и адаптации стратегий для успешной реализации инновационных проектов.

Для транснациональных корпораций (ТНК) инновационная деятельность на зарубежных рынках – это основа для поддержания конкурентоспособности и обеспечения устойчивого развития. Инновации охватывают различные сферы деятельности, включая создание новых продуктов и услуг, совершенствование производственных процессов, внедрение новых организационных структур и разработку маркетинговых стратегий. Благодаря инновациям, ТНК могут предлагать уникальные решения, оптимизировать затраты, быстро адаптироваться к меняющимся условиям рынка и открывать новые горизонты для роста.

В нефтегазовой отрасли инновации в основном направлены на развитие технологий, часто реализуются в сотрудничестве с другими организациями и должны соответствовать строгим экологическим требованиям. Различные факторы, такие как технологический прогресс, экономические условия, политическая ситуация и нормативно-правовая база, оказывают влияние на инновационную активность ТНК и требуют стратегического подхода к управлению инновациями.

Успешная реализация вышеперечисленных стратегий и направлений развития позволит Газпрому не только сохранить, но и укрепить свои позиции на мировом энергетическом рынке, обеспечить стабильные доходы и внести значительный вклад в энергетическую безопасность России и стран-партнеров. Гибкость, инновационность и стратегическое планирование станут ключевыми факторами успеха компании в условиях меняющегося глобального ландшафта.

#### **Библиографический список**

1. Андреев Г. Ю. Экономика инноваций: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2023. 285 с.
2. Андреев Л. М. Партнерские отношения с потребителями: стратегии успеха. М.: МГИМО, 2024. 135 с.
3. Васильев К. А. Управление инновациями в нефтегазовой отрасли: монография. М.: Нефть и газ, 2018. 240 с.
4. Васильев П. Р. Газохимия: перспективы развития в России. Томск: ТПУ, 2022. 175 с.
5. Волков Е. Г. Экспорт СПГ из Австралии: тенденции и перспективы. Владивосток: Дальнаука, 2024. 160 с.
6. Волков Р. В. Конкурентоспособность предприятий в условиях глобализации: учебное пособие. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019. 288 с.
7. Егоров Л. Е. Экологические аспекты инновационной деятельности в нефтегазовой отрасли: учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2021. 144 с.
8. Ермаков С. Н. Климатическая политика и энергетический сектор. М.: Энергетическая политика, 2023. 165 с.
9. Зайцев Н. Л. Экономика инноваций: учебник. М.: Дашков и К°, 2020. 352 с.
10. Иванов И. П. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. 255 с.
11. Иванов П. П. Современные тенденции развития мирового рынка газа. М.: Энергия, 2022. 240 с.
12. Кузнецов С. М. Роль СПГ в мировой энергетике. Екатеринбург: Уралэнэго, 2022. 150 с.
13. Кузнецова О. В. Управление инновациями в компании: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2023. 303 с.
14. Лебедев Р. К. Интегрированные нефтегазовые компании на мировом рынке. Самара: Нефть и газ, 2022. 200 с.
15. Михайлов Д. М. Инновации и конкуренция: монография. М.: ИНФРА-М, 2022. 208 с.
16. Морозов И. Ю. Экспорт СПГ из США: влияние на мировой рынок. М.: ИМЭМО РАН, 2023. 170 с.
17. Николаев К. А. Производство и экспорт СПГ: перспективы развития. М.: ВНИИГАЗ, 2022. 155 с.
18. Николаев М. А. Инновационная экономика: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. 271 с.



19. *Новиков С. П.* Инновации в нефтегазовом комплексе: учебное пособие. Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2020. 300 с.
20. *Петров А. А.* Стратегии инновационного развития предприятий: монография. СПб.: Лань, 2022. 320 с.
21. *Петров А. С.* Геополитические аспекты экспорта природного газа. СПб.: Недра, 2023. 180 с.
22. *Сергеев И. В.* Инновационный менеджмент в отраслях: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2022. 400 с.
23. *Сидоров В. И.* Развитие экспортных направлений ПАО «Газпром». Тюмень: Сибнефть, 2024. 210 с.
24. *Сидоров В. С.* Инновации в бизнесе: теория и практика: учебное пособие. М.: КноРус, 2021. 240 с.
25. *Смирнов Д. А.* Конкуренция на мировом рынке газа. М.: Газпром экспорт, 2023. 190 с.
26. *Смирнов П. И.* Маркетинговые инновации: монография. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2020. 180 с.
27. *Соколова Е. Н.* Инновационная деятельность: учебное пособие. Самара: Самарский университет, 2021. 160 с.
28. *Соколова О. П.* Диверсификация экспортных направлений: опыт ПАО «Газпром». СПб.: СПбГЭУ, 2024. 140 с.
29. *Федоров Г. И.* Новые технологии в добыче и переработке газа. Уфа: Башнефть, 2023. 195 с.

***Информация об авторах / Information about the authors***

**Езерская Светлана Геннадьевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [ezerskayasg@ivanovo.ac.ru](mailto:ezerskayasg@ivanovo.ac.ru)

**Ezerskaya Svetlana Gennadievna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [ezerskayasg@ivanovo.ac.ru](mailto:ezerskayasg@ivanovo.ac.ru)

**Малышева Варвара Владимировна** – студент магистратуры, направление подготовки «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [varvara.malysheva.01@mail.ru](mailto:varvara.malysheva.01@mail.ru)

**Malysheva Varvara Vladimirovna** – Master's degree student, field of study «Firm Economics and Foreign Economic Activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [varvara.malysheva.01@mail.ru](mailto:varvara.malysheva.01@mail.ru)

# МАКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

---

УДК 339.1

*Т. А. Денисова, Д. Д. Ильина*

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы оценки эффективности внешнеторговой политики страны (на примере Франции). Уточняется применяемая в этих целях система показателей, особенности формирования интегрального показателя эффективности внешнеторговой политики. Рассматриваются различные аспекты, характеризующие внешнеторговую политику Франции на современном этапе развития, определены её особенности и факторы их формирующие. Представлена краткая характеристика стратегической программы развития экономики Франции, которая окажет влияние на модернизацию экспортного потенциала страны. Приведены статистические данные по ряду показателей, используемых в оценке эффективности внешнеторговой политики страны. Обозначены стратегические задачи внешнеторговой политики Франции, её обобщающая оценка. Сделан вывод, что для устойчивой эффективности внешнеторговой политики страны необходима постоянная адаптация применяемых мер регулирования к меняющимся условиям на европейском и глобальном рынке.

**Ключевые слова:** внешнеторговая политика, система показателей, экспорт, европейская интеграция, эффективность, внешнеторговое регулирование.

*T. A. Denisova, D. D. Ilyina*

## ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF A COUNTRY'S FOREIGN TRADE POLICY IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION

**Abstract.** This article examines the effectiveness of a country's foreign trade policy (using France as an example). The system of indicators used for this purpose and the specifics of forming an integrated indicator of foreign trade policy effectiveness are clarified. Various aspects characterizing France's foreign trade policy at the current stage of its development are examined, its features and the factors shaping them are identified. A brief description of the strategic program for the development of the French economy, which will influence the modernization of the country's export potential, is presented. Statistical data on a number of indicators used to assess the effectiveness of the country's foreign trade policy are presented. The strategic objectives of France's foreign trade policy and its overall assessment are outlined. It is concluded that the sustainable effectiveness of the country's foreign trade policy requires continuous adaptation of the regulatory measures applied to changing conditions in the European and global markets.

**Key words:** foreign trade policy, indicator system, export, European integration, efficiency, foreign trade regulation.

Высокий уровень интеграции в Европейском Союзе актуализирует вопрос об оценке эффективности согласованной экономической политики с позиций отдельной страны. В теории международной экономики в наибольшей степени проработан вопрос об оценке эффектов в рамках торговой интеграции. Исходя из экономических интересов отдельной страны, такая аналитическая работа может быть выполнена применительно именно к данному объекту исследования.

Интеграционный эффект предлагается оценивать применяя систему показателей, характеризующих динамику изменения качественного состояния внешней торговли, а также характеризующих динамику экономических показателей, для которых параметры внешней торговли можно рассматривать как факторные признаки. Состав показателей, в изменении которых проявляется корреляция с динамикой параметров внешней торговли, для целей данного анализа включает прирост валового внутреннего продукта; устойчивость темпов экономического роста; повышение производительности труда; увеличение численности занятого населения; приток иностранных инвестиций. Эффективность внешнеторговой политики также является многокритериальной оценкой, объединяющей такие показатели, как доля экспорта страны во мировой торговле, прирост внешней внутриинтеграционной торговли, индекс сравнительных преимуществ (RCA) по основным отраслям, торговый баланс, устойчивость цепочек поставок, соответствие экспортируемой продукции международным стандартам. Комплексный подход позволяет учесть разноплановые направления влияния внешнеторговой политики на социально-экономические показатели страны.

Методологически работа сочетает количественные методы анализа (сопоставление данных, опубликованных национальными статистическими ведомствами, а также в базах открытых данных – Eurostat, WTO, UN Comtrade) с качественным анализом стратегических документов развития интеграционных объединений, стран и отраслей важнейших секторов экономики.

Одной из стран-основательниц европейского интеграционного объединения являлась Франция. Франция в течение всей истории существования ЕС играла важную роль в формировании общей регуляторной среды, поддержке инфраструктурных проектов и разработке общей торговой политики. На примере Франции можно рассмотреть теоретические вопросы оценки эффективности внешнеторговой политики применительно к условиям отдельной страны-участницы интеграции.

Европейский Союз формирует общую торговую политику, используя тарифное регулирование через Единый таможенный тариф и нетарифные ограничения, в т.ч. стандарты качества продукции, санитарные нормы и требования по устойчивому развитию. Единый таможенный тариф ЕС сохраняется на уровне 0–10 % в зависимости от товарной группы. В рамках ЕС также согласованы правила субсидирования экспортёров и производителей импортозамещающей продукции. В течение длительного времени внешнеторговая политика Франции осуществлялась в рамках общего контекста политики Европейского Союза, однако за последние годы наблюдается дисбаланс между либеральной ориентацией ЕС и протекционистскими устремлениями отдельных стран-членов, включая Францию.

Глобальный финансовый кризис 2008 года стал сигналом к переоценке роли государства в экономике и торговле, усилил идею необходимости соче-

тать открытость рынков с защитой критически важных отраслей. В последующем Франция активно отстаивала позицию поиска баланса между открытостью и защитой национальных интересов. Франция активно продвигала на уровне Европейского Союза идею обеспечить общую европейскую базу для защиты критически важных технологий и производств. Это включало разработку новых предложений в отношении стратегических секторов [4]. Формирование концепций «стратегической автономии» и «экономического патриотизма» включало широкий спектр мер от поддержки стратегически значимых секторов экономики до усиления контроля над иностранными инвестициями и повышения роли государственных инвестиций в стратегических проектах.

Период 2015–2025 гг. отражает изменения внешнеторговой политики Франции от фазы либерализма к более селективному и стратегически ориентированному подходу. В политике Франции наблюдаются тенденции как повышения открытости экономики, так и локальное усиление ограничений импорта, в соответствии с учетом отраслевой структуры, и временных параметров регулирования внешней торговли. Кроме этого, Франция применяет экспортные кредиты, налоговые льготы для экспортной деятельности, дипломатическое продвижение интересов бизнеса через сеть Business France.

Оценку эффективности проводимой внешнеторговой политики можно выполнить на основе интегрального показателя, который может быть рассчитан как средневзвешенная величина нормированных значений обоснованно отобранных критериев. В систему критериев могут быть включены показатели, которые отражают экономические, социальные и экологические аспекты последствий внешней торговли. Например, сальдо торгового баланса, доля страны в мировом экспорте, RCA по ключевым отраслям, устойчивость цепочек поставок, коэффициент соответствия экологическим и трудовым стандартам. Сочетание различных показателей в расчёте интегрального индекса требует согласования всех методических аспектов подобных расчётов.

При оценке нормированных значений необходимо учесть, что оптимальная внешнеторговая политика достигается не при максимальном объеме экспорта, а при оптимальной структуре факторов, определяющих производство экспортной продукции и динамику показателей оценки экспорта, устойчивость поставок и соответствие стандартам. Таким образом, интегральная оценка эффективности внешнеторговой политики требует дополнительного исследования по обоснованию критериальных значений и значимости отдельных параметров. Ряд выводов в соответствии с целью исследования может быть сделан на основании динамики частных показателей из состава включённых в совокупность показателей, отражающих взаимосвязи между внешнеторговой политикой и экономическим развитием страны.

Доля экспорта Франции на рынке Евросоюза за 2015–2024 гг. увеличилась на 1,8 п.п., что указывает на рост значимости внутриинтеграционной торговли в обеспечении развития отраслей экономики страны.

Для экспортно-ориентированных отраслей, включая авиа и АПК, критически важной характеристикой на современном этапе является устойчивость цепочек поставок. По авиастроению в последние годы отмечается возрастающая зависимость от внешних рынков, а также поддержание конкурентоспособности отрасли за счёт государственных регуляторных изменений. По агропромышленному комплексу устойчивой тенденцией является рост экспорта органических продуктов и развитие стандартов экологической

маркировки. Сектор *luxury* Франции в последнее десятилетие демонстрировал устойчивый рост и увеличение доли на рынках Азии и Северной Америки.

Государственная поддержка экспортоориентированных проектов во Франции привела к росту притока прямых инвестиций и расширению экспортных цепочек поставок, особенно в секторах авиатехники и аграрного сектора [4]. В целом система государственной поддержки направлена на отрасли с высокой добавленной стоимостью.

В 2021–2024 гг. во Франции усилилась политика, направленная на обеспечение устойчивого импортозамещения за счёт поддержки отечественных производственных предприятий.

В 2025 году проявляются результаты реализации крупных проектов программы «France 2030» [3]. План «France 2030» содержит комплексную и дальновидную стратегию, направленную на формирование будущего страны. План предусматривает выделение значительных инвестиций (более 30 млрд евро в течение пяти лет) на финансирование проектов в области энергетики, транспорта, борьбу с изменениями климата, производство полупроводников и биотехнологии. Этот план предполагает сочетание инвестиций, госрегулирования, частно-государственного партнерства и целевых программ поддержки для продвижения инноваций, научно-технических разработок и коммерциализации новых технологий. В рамках внешнеторговой политики «France 2030» выступает как драйвер модернизации экспортного потенциала и устойчивого развития торговых потоков.

Реализация внешнеторговой политики ЕС в условиях цифровизации характеризуется усилением ответственности платформ, через которые проводятся внешнеторговые сделки.

На эффективность внешнеторговой политики Франции значительное влияние оказывает энергетическая зависимость и динамика мировых цен на энергоресурсы, т. к. увеличение затрат на импорт энергии влияет на себестоимость продукции экспортоориентированных отраслей Франции, включая авиацию, автомобильную промышленность и машиностроение. Геополитические изменения оказывают влияние на глобальные цепочки поставок, что требует адаптивности предприятий к альтернативным маршрутам и новым источникам сырья. Поэтому в настоящее время для Франции особую актуальность имеют вопросы диверсификации поставок энергоносителей, и редкоземельных металлов. Для оценки эффективности политики можно рассмотреть ряд показателей.

Таблица 1

Показатели по ведущим экспортным отраслям Франции [6, 7]

	2015	2020	2023
Доля экспорта товаров Франции в ЕС по отраслям (%):			
– автомобилестроение	12	11	13
– аэрокосмическая промышленность	9	11	12
– продукция АПК	8	9	9
– энергетика и химическая промышленность	11	12	12
RCA по видам продукции:			
– автомобили	1,05	1,08	1,12
– продукция аэрокосмической отрасли	1,00	1,15	1,18
– продукция АПК	1,0,2	1,04	1,06
– энергетика и химия	0,98	1,00	1,03

Данные европейской статистики свидетельствуют о росте влияния Франции на европейском рынке по указанным товарным группам, т. к. доля Франции в обеспечение спроса стран ЕС на продукцию целого ряда важнейших отраслей за период 2015–2023 гг. выросла.

Возросла включенность страны в международное разделение труда внутри ЕС. По всем указанным отраслям индекс RCA имеет значения больше «1». При этом, по каждой из указанных отраслей значения данного возрастают в течение всех представленных в таблице лет.

Таблица 2

**Сводные показатели,  
используемые в анализе внешней торговли Франции [6, 7]**

	2015	2019	2023	2024	2025 *
Внешнеторговый оборот (млрд евро)	1,00	1,15	1,24	1,24	1,31
Иностранные инвестиции в стратегически важные отрасли в ЕС с участием Франции (млрд евро)	25	40	45	50	55
Средняя цена импорта энергоносителей (евро/мВтч)	50	70	85	78	80

\* – прогноз

Внешнеторговый оборот Франции за прошедшее десятилетие 2015–2025 гг. вырос более чем на 31 %, что показывает, что международная торговля является для данной страны фактором, стимулирующим рост национального производства. Наблюдается увеличение объёма иностранных инвестиций в экономику Франции. Прирост данного показателя в 2025 г. по сравнению с 2015 г. составил 20 %, что является важным фактором развития экономики Франции и устойчивый рост данного показателя является положительной характеристикой институциональной и экономической среды.

Перспективными задачами внешнеторговой политики Франции являются следующие: защита стратегические отрасли, диверсификация цепочек поставок, рост экспорта французских технологий, диверсификация торговых поставок, обеспечение устойчивости энергетических систем, развитие инфраструктуры и цифровой торговли, поддержка исследовательской и инновационной деятельности в приоритетных отраслях, определяющих экспортную специализацию Франции, адаптация к новым технологическим требованиям.

Таким образом, эффективность внешнеторговой политики Франции в условиях интеграции формируется под влиянием различных факторов. Проводимая внешнеторговая политика обеспечивает ряд положительных результатов, таких как защищённость стратегических отраслей, модернизацию инфраструктуры, устойчивое развитие ключевых отраслей. С другой стороны есть отрицательные результаты, связанные с динамикой импорта, зависимостью от импорта критически важных ресурсов, ростом затрат национальных производителей, в т. ч. экспортных отраслей.

Сочетание селективного протекционизма в рамках либеральной внешнеторговой политики может обеспечивать баланс между национальными интересами и тенденциями углубления интеграционных процессов. Анализ структурных характеристик единого европейского рынка указывает на устойчивую тенденцию к либерализации торговли внутри союза, что соответствует принципам интеграции. В то же время в рамках общеевропейской либераль-

ной внешнеторговой политики прослеживаются элементы защиты стратегических отраслей и повышенного контроля на внешних границах интеграционного объединения. Для устойчивой эффективности внешнеторговой политики страны необходима постоянная адаптация применяемых мер регулирования к меняющимся условиям на европейском и глобальном рынке.

#### **Библиографический список**

1. Болотова Е. А., Петров С. В. Влияние глобализации на внешнеэкономическую политику Франции // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 6. С. 78–82. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=30365>
2. Дерябина Т. В., Костина И. А. Анализ внешнеэкономической политики Франции в условиях глобальных изменений // Журнал экономических исследований. 2021. Т. 45. № 1. С. 56–70. URL: <https://journal-economics.ru/archive/2021/1/56-7>
3. Кузнецова Н. В. Внешнеэкономическая политика Франции: современные тенденции и проблемы // Вестник Московского университета. Сер. 21: Экономика. 2020. № 2. С. 45–58. URL: <https://doi.org/10.3103/S1068798420020055>
4. Лебедев Д. В., Сидоров А. Н. Оценка эффективности внешнеэкономической политики стран Европейского Союза // Экономические науки. 2021. № 4 (60). С. 34–42. URL: <http://economic-sciences.ru/journal/2021/4/34-42>
5. Франция: экономический обзор // Всемирный банк. 2022. URL: <https://www.worldbank.org/en/country/france/overview>
6. OECD Economic Surveys: France 2021 // OECD Publishing, Paris. 2021. URL: <https://www.oecd.org/economy/surveys/france-2021-OECD-economic-survey-overview.pdf>
7. OECD (2024), OECD Economic Surveys: France 2024, OECD Publishing, Paris. 2024. URL: <https://doi.org/10.1787/bd96e2ed-en>; [https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-france-2024\\_bd96e2ed-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-france-2024_bd96e2ed-en.html)

#### **Информация об авторах / Information about the authors**

**Денисова Татьяна Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [denisovata@ivanovo.ac.ru](mailto:denisovata@ivanovo.ac.ru)

**Denisova Tatiana Aleksandrovna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [denisovata@ivanovo.ac.ru](mailto:denisovata@ivanovo.ac.ru)

**Ильина Дарья Дмитриевна** – студентка магистратуры, направление подготовки «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [dashailyina2015@icloud.com](mailto:dashailyina2015@icloud.com)

**Pyina Darya Dmitrievna** – Master's degree student, department of Training «Firm Economics and Foreign Economic Activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [dashailyina2015@icloud.com](mailto:dashailyina2015@icloud.com)

УДК 338.2

*В. А. Новиков*

## МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

**Аннотация.** В статье характеризуется современный этап развития макроэкономического планирования в России как инструмента формирования высокотехнологичной экономики. Показывается, что разработанные правовые основы стратегического планирования и принятые в последние годы комплексные плановые документы потребовали в новых условиях совершенствования и радикальной трансформации. Анализируются происходящие изменения в сфере научно-технического труда. Сопоставляются позиции России в этой сфере с позициями наиболее развитых стран. Констатируется, что пока наблюдается консервация отставания России в научно-технической сфере. Делается вывод, что для предотвращения периферизации экономики России необходимо осуществление инновационно-прорывного сценария развития на базе крупномасштабного стратегического планирования, ориентированного на длительную перспективу.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, национальные проекты, инновационно-прорывной сценарий развития, плановые документы, плановые органы.

*V. A. Novikov*

## MACROECONOMIC PLANNING AS A TOOL FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

**Abstract.** The article describes the current stage of development of macroeconomic planning in Russia as a tool for creating a high-tech economy. It shows that the legal framework for strategic planning and the comprehensive planning documents adopted in recent years have required improvement and radical transformation in the new conditions. The article analyzes the changes taking place in the field of scientific and technical labor. It compares Russia's position in this area with that of the most developed countries. The article concludes that Russia's lag in the scientific and technical field is still persistent. It is concluded that in order to prevent the peripheralization of Russia's economy, it is necessary to implement an innovative and breakthrough development scenario based on large-scale strategic planning that is focused on the long term.

**Key words:** strategic planning, national projects, innovative and breakthrough development scenario, planning documents, planning bodies.

Формирование в нашей стране эффективной модели социально-экономического развития, способной обеспечить конкурентоспособность отечественной экономики в рамках мирового хозяйства предполагает наряду с другими мероприятиями и создание современной системы стратегического планирования на макроэкономическом и мезоэкономическом уровнях. Такое



планирование успешно использовалось и используется в ряде высокоразвитых стран. Так, для Японии характерна структурная форма макроэкономического индикативного планирования, для Франции – стратегическая форма индикативного макроэкономического планирования. Уже накоплен и в определённой мере в научном плане обобщён отечественный опыт макроэкономического индикативного планирования после завершения периода восстановительного экономического роста. В значительной мере сформированы (и продолжают совершенствоваться) правовые основы такого планирования [13, 14]. Это позволило перейти от разработки локальных плановых документов (зачастую слабо связанных между собой), таких, как отдельные (хотя и многочисленные) целевые программы, национальные проекты, к формированию долгосрочных комплексных плановых документов, рассчитанных на перспективу до 2024 года, 2030 года, 2036 года [3, 12].

Ранее нами уже рассматривались особенности различных форм макроэкономического планирования (директивного, индирективного, регулятивного, индикативного), разных моделей индикативного планирования (конъюнктурной, стратегической, структурной), отмечались возможности их использования в промышленной политике развитых стран с современной смешанной экономикой [7]. Анализировались также особенности современных отечественных правовых основ стратегического планирования, опыт разработки комплексных плановых документов, определяющих развитие отечественной экономики на ближайшую и более отдалённую перспективу [10, 11]. В обобщённом виде полученные выводы и оценки были сформулированы следующим образом:

«Во-первых, в России взят твердый курс на развитие системы стратегического планирования на разных уровнях экономики. Продолжается совершенствование и развитие этой системы.

Во-вторых, необходимо продолжение работы по развитию системы плановых органов, согласованию целевых установок в различных плановых документах.

В-третьих, нужно обеспечить широкое научное и общественное обсуждение принимаемых плановых документов, достигнутых результатов в планировании, что позволит повысить качество плановой деятельности.

В-четвертых, в условиях санкционных ограничений может потребоваться не только корректировка плановых заданий, но и изменение подходов к составлению и реализации планов с расширением элементов директивности» [11, с. 14].

Эти выводы, сделанные несколько лет назад, частично сохранили своё значение, а частично нуждаются в определённой трансформации, что связано с серьёзными изменениями позиций нашей страны в экономической и геополитической сфере, произошедшими в последнее время. Сформировалась, если можно так выразиться, «новая реальность».

Во-первых, серьёзный ущерб нанесён нашей экономике пандемией.

Во-вторых, Россия в последние годы подвергается жесточайшему крупномасштабному санкционному давлению. Остро стоит проблема необходимости импортозамещения во многих отраслях экономики, обеспечения технологического суверенитета. Поставленная в 2018 году в «Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации» амбициозная задача – увеличение в России количества организаций, осуществляю-

щих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа [12], в настоящее время перешла из разряда амбициозных в разряд задач, решение которых позволит обеспечить выживание и дальнейшее развитие нашей экономики.

В-третьих, в разряд первоочерёдных задач в настоящее время перешла задача быстрого формирования шестого технологического уклада. По некоторым оценкам, этот уклад «вступил в экспоненциальную фазу быстрого роста» [2, с. 27]. В ближайшие годы решится вопрос о том, кто, быстро сформировав ключевые производства шестого технологического уклада, станет лидером мировой экономики, а кто останется на периферии экономического развития со всеми вытекающими отсюда негативными последствиями. «Окно возможностей» для выхода на лидирующие позиции в мировой экономике быстро закроется. Это обстоятельство в рамках стратегического планирования в нашей стране учитывается, очевидно, недостаточно.

С учётом отмеченных обстоятельств задания, установленные в «Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации», в 2020 г. были скорректированы, и на основе решения Президента РФ был разработан и в 2021 году принят «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации до 2024 года и на плановый период до 2030 года». В дальнейшем усиление санкционного давления в связи с началом проведения Специальной военной операции потребовало быстрой структурной трансформации отечественной экономики и соответствующего изменения плановых заданий. В настоящее время действующим является принятый в 2024 году вариант плана «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации до 2030 года и на перспективу до 2036 года». В его рамках разработан и реализуется ряд приоритетных национальных проектов.

Эта трансформационная работа и первые итоги реализации национальных проектов нашли отражение в отчёте экспертов Высшей школы экономики «Национальные проекты: итоги и перезагрузка» [9]. Эксперты отмечают устойчивость отечественной экономики, которая в условиях санкционного давления продемонстрировала в 2023 году и в 2024 году темпы прироста ВВП выше 4 % в год, что позволило ей войти в четвёрку наиболее крупных экономик мира [9, с. 12]. В отчёте дается общая позитивная оценка реализации национальных проектов в 2018–2024 гг. [9, с. 17–20].

Однако, на наш взгляд, в данном случае нужно учитывать два обстоятельства негативного плана.

Первое обстоятельство связано с тем, что темпы роста ВВП в отдельные годы, выполнение и перевыполнение нами же установленных плановых заданий не дают полного представления о перспективах нашей страны в борьбе за лидирующие позиции в мировой экономике, в которой быстро формируется шестой технологический уклад, а доминирующей формой труда становится научно-технический труд. Нужны международные сопоставления по ряду ключевых показателей. Мы попытались представить такое сопоставление в табл. 1.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика сферы научно-технического труда  
в странах – лидерах мировой экономики**

Наименование показателя (индикатора)	Россия	США	Китай	Германия	Япония
Совокупный уровень инновационной активности организаций в процентах:					
2018	12,8	64,7	39,8	63,7	42,2
2023	11,3	64,7	40,8	68,8	54,7
Внутренние затраты на исследования и разработки в процентах к ВВП:					
2018	0,98	2,83	2,19	3,13	3,26
2023	0,96	3,59	2,56	3,13	3,41
Численность персонала, занятого исследованиями и разработками, на 10000 занятых в экономике:					
2018	106		56	158	130
2023	101	171	87	172	138
Патентные заявки на изобретения, поданные национальными и иностранными заявителями в патентные ведомства страны:					
2018	37957	597141	1542002	67898	313567
2022	24744	515281	1586339	157652	406374

Составлено по: [4, с. 301, 303; 6, с. 302, 315, 319–321; 5, с. 164; 8, с. 28, 41, 68].

Анализ представленных в табл. 1 данных позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, наша страна существенно уступает группе наиболее развитых стран практически по всем ключевым показателям, характеризующим сферу научно-технического труда. Это касается как обеспеченности ресурсами данной сферы, так и результативности научно-технического труда.

Во-вторых, сравнительная динамика этих ключевых показателей характеризует отставание нашей страны как застойное. Не просматривается реализации инновационно-прорывного сценария развития отечественного научно-образовательно-производственного сектора на протяжении последнего очень важного периода трансформации мировой экономики в направлении формирования модели, базирующейся на шестом технологическом укладе.

Второе обстоятельство негативного плана заключается в том, что признание необходимости обеспечения технологического суверенитета, скорейшего и масштабного импортозамещения на основе формирования инновационной модели экономики в России не сопровождается пока изменениями в структуре финансирования национальных проектов. В табл. 2 приведены данные о финансировании национальных проектов, приоритетных с точки зрения развития научно-технической сферы.

Таблица 2  
Ассигнования из федерального бюджета на реализацию национальных проектов  
в 2022–2024 гг., млн р.

Наименование национального проекта	2022	2023	2024
ВСЕГО	3268737,9	2983757,6	3310522,4
Образование	207984,3	231061,5	247637,9
Производительность труда	5483,5	5004,0	4978,8
Наука и университеты	120034,9	143957,1	159546,9
Цифровая экономика Российской Федерации	164720,2	132298,4	145666,6

Составлено по: [9, с. 13].

Доля ассигнований на эти проекты в общей сумме затрат на национальные проекты увеличилась за данный период незначительно (с 15,3 % до 16,8 %) и остаётся невысокой. Динамика этих ассигнований не позволяет говорить о каком-то манёвре финансовыми ресурсами о формировании инновационно-прорывного сценария развития отечественной экономики.

Конечно, опережающий характер финансирования научно-технической сферы является очень важным условием её развития, но не менее важен правильный выбор национальных приоритетов развития, которые в том числе могут быть связаны с разработкой и в дальнейшем реализацией мегапроектов, обладающих большим мультипликативным эффектом и, вызывающих развитие в перспективе многих сопряжённых отраслей. Ярким примером такого мегапроекта является атомный проект СССР. А. Г. Аганбегян выделяет такие следствия из атомного проекта СССР: атомные электростанции, атомные подлодки, атомные ледоколы, промышленные ускорители, атомный микроскоп и т. д. [1, с. 23]. И в настоящее время Росатом является одной из передовых высокотехнологичных компаний в рамках мировой экономики. Создаются плавучие атомные станции, способные обеспечить электроэнергией производство в отдалённых районах, миниатюрные атомные двигатели для ракет («Буревестник»), которые в будущем могут быть использованы на беспилотных товарных поездах. В современных условиях наряду с осуществлением крупномасштабных транспортных проектов (Северный морской путь и др.), которые, безусловно, важны для развития экономики, выделяют и осуществление крупномасштабных проектов в сфере высоких технологий, например, создание специализированных научно-технологических центров: общенаучный центр «Сколково», Черноголовка (химия), Пущино (биология), Троицк (ядерная физика), Дубна (физика и информационные технологии), Зеленоград (полупроводники), Жуковский (аэродинамика), Королёв (космическая техника), Переславль-Залесский Ярославской области (информационные технологии) [1, с. 31].

Резюмируя изложенное, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, остаётся неизменным курс на использование стратегического планирования на макро- и мезоэкономическом уровнях как важного инструмента государственного управления экономикой. С учётом меняющихся условий оперативно трансформируются плановые задания, совершенствуются правовые основы планирования. Так, внесены изменения в закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации», связанные с расширенной характеристикой национальных проектов, в 2024 году принят новый закон «О технологической политике в Российской Федерации и о вне-

сении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [13, 14].

Во-вторых, пока в России не создан единый плановый орган, координирующий и направляющий всю плановую деятельность Подобный орган с большими полномочиями существовал в СССР (Госплан). В странах, осуществлявших индикативное планирование в условиях смешанной экономики (Франция, Япония) также создавались подобные органы.

В-третьих, в период обострения борьбы за лидерство в высокотехнологичных отраслях мировой экономики у нас не прослеживается осуществление необходимого инновационно-прорывного сценария развития, ориентированного на реализацию высокотехнологичных мегапроектов. Возможно, это связано с общей ограниченностью финансовых ресурсов в условиях проведения специальной военной операции и санкционного давления. Возможно также, что по этой же причине лучшие специалисты и их технологические разработки находятся в сфере оборонно-промышленного комплекса и информация об этих разработках засекречена.

В-четвёртых, на наш взгляд, должна совершенствоваться система информирования широких слоёв населения об общенациональных приоритетах развития, о ключевых задачах стратегического планирования. Это будет играть мотивирующую роль, поскольку граждане смогут представить, как крупномасштабные национальные проекты позволят им реализовать собственные интересы. Кроме того, подобное информирование облегчит согласование интересов хозяйствующих субъектов в русле реализации задач стратегического планирования.

#### **Библиографический список**

1. Аганбегян А. Г. Мегапроекты и их роль в научно-технологическом и социально-экономическом развитии России на перспективу // Экономическое возрождение России. 2025. № 2. С. 21–39.
2. Глазьев С. Ю. Перспективы развития России на длинной волне роста нового технологического уклада // Экономическое возрождение России. 2023. № 2. С. 27–32.
3. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации до 2030 года и на перспективу до 2036 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/ZsnFICpxWknEXeTfQdmcFHNei2FhcR0A.pdf> (дата обращения: 27.10.2025).
4. Индикаторы инновационной деятельности: 2020: статистический сборник / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, И. А. Кузнецова и др. М.: НИУ ВШЭ, 2020. 336 с.
5. Индикаторы инновационной деятельности: 2025 : статистический сборник / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др. М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. 196 с.
6. Индикаторы науки: 2020: статистический сборник / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, Е. Л. Дьяченко и др. М.: НИУ ВШЭ, 2020. 336 с.
7. Лифшиц А. С., Ибрагимова Р. С., Новиков В. А., Куликов В. И. Промышленная политика и антикризисное управление предприятиями: монография. М.: РИОР; ИНФРА-М, 2017. 246 с.
8. Наука. Технологии. Инновации: 2025: краткий статистический сборник / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, М. Н. Коцемир и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. 104 с.
9. Национальные проекты: итоги и перезагрузка URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/1068895697.pdf> (дата обращения: 25.10.2025).

10. Новиков В. А. Проблемы и перспективы развития макроэкономического планирования в России // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2021. Вып. 4 (50). С. 49–53.
11. Новиков В. А. Развитие стратегического планирования в России на федеральном и региональном уровнях // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. 2022. Вып. 2. С. 9–15.
12. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года от 01.10.2018. URL: <http://government.ru/news/34168> (дата обращения: 08.11.2022).
13. ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». URL: <https://invest19.ru/upload/iblock/87d/98yf18ppask83o1dfkptl8ch309myehx.pdf?ysclid=mhhvj9mh0183045227> (дата обращения: 25.10.2025).
14. ФЗ «О технологической политике в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: [https://ekonom73.ru/wp-content/uploads/2025/03/Federalnyj-zakon-ot-28\\_12\\_2024-N-523-FZ-O-tehnologicheskoy.pdf?ysclid=mhhv9e07sk262985743](https://ekonom73.ru/wp-content/uploads/2025/03/Federalnyj-zakon-ot-28_12_2024-N-523-FZ-O-tehnologicheskoy.pdf?ysclid=mhhv9e07sk262985743) (дата обращения: 25.10.2025).

*Информация об авторе / Information about the author*

**Новиков Виктор Алексеевич** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [vikanovikov@yandex.ru](mailto:vikanovikov@yandex.ru)

**Novikov Viktor Alexeyevich** – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [vikanovikov@yandex.ru](mailto:vikanovikov@yandex.ru)

УДК 336.02

А. С. Симаков

## НАДЛЕЖАЩЕЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ СУДОВ КАК ГАРАНТИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НЕЗАВИСИМОГО ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРАВОСУДИЯ В РОССИИ

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию вопроса независимости судей в Российской Федерации. Особое внимание уделяется роли финансовых и материальных гарантий, необходимых для обеспечения независимости судей. Анализируются проблемы, возникающие вследствие недостаточности финансирования судебной системы. Приводятся данные о тенденции снижения материально-финансовых гарантий независимости судей, отмечаемых в том числе органами судейского сообщества. Делается вывод, что финансово-материальное обеспечение судей является ключевым фактором их независимости, однако структура расходования средств часто оказывается неэффективной. Разрешить данную проблему будет возможно, используя только комплексный подход.

**Ключевые слова:** независимость судей, материально-финансовые гарантии независимости судей, финансирование судебной системы, федеральный бюджет.

A. S. Simakov

## PROPER FINANCING OF COURTS AS A GUARANTEE OF INDEPENDENT ADMINISTRATION OF JUSTICE IN RUSSIA

**Abstract.** The article is devoted to the study of the issue of judicial independence in the Russian Federation. Special attention is paid to the role of financial and material guarantees necessary to ensure the independence of judges. The problems arising from insufficient financing of the judicial system are analyzed. The data on the downward trend in the material and financial guarantees of the independence of judges, noted, among other things, by the bodies of the judicial community, are presented. It is concluded that the financial and material support of judges is a key factor in their independence, but the structure of spending is often ineffective. It will be possible to solve this problem using only an integrated approach.

**Key words:** independence of judges, material and financial guarantees of judicial independence, financing of the judicial system, the federal budget.

Положение о независимости судей имеет закрепление в Конституции РФ [2], а также декларируется в иных нормативных правовых актах: федеральном конституционном законе «О судебной системе РФ» [6], законе РФ «О статусе судей» [4], УПК РФ [12] и других.

Важность казанного принципа отмечают не только ученое сообщество, но и сами судьи. Так, X Всероссийский съезд судей декабре 2022 года в своем итоговом документе отметил, что суд в Российской Федерации как конституционный, самостоятельный и независимый орган государственной власти

является необходимым условием функционирования правового государства, поскольку ему принадлежит особая роль в обеспечении законности и прав граждан, формирования свободного и деятельного гражданского общества, реализации конституционных принципов поддержания взаимного доверия государства и общества и доверия граждан к закону и действиям государства [3].

Следует отметить, что для реального действия принципа независимости судьи требуется система гарантий или, говоря иначе, соответствующих надлежащих условий для его реализации.

Гарантии независимости судьи представляют собой систему и носят комплексный характер, охватывая различные аспекты деятельности судьи. В силу указанного свойства системности при недостаточном обеспечении одной из гарантий будут, несомненно, терять свою эффективность остальные гарантии.

Финансово-материальные гарантии имеют большую роль в обеспечении независимости судей, в том числе снижая коррупционные риски при осуществлении правосудия. Материально и социальное обеспечение судей как гарантия их независимости закреплена в ст. 9 Закона «О статусе судей».

В соответствии со ст. 124 Конституции Российской Федерации финансирование судов производится только из федерального бюджета и должно обеспечивать возможность полного и независимого осуществления правосудия в соответствии с федеральным законом. Как верно, на наш взгляд, отмечает Н. В. Абдрахманова, это означает не только обязанность Российской Федерации осуществлять финансирование судов (отражая соответствующие расходы в законе о бюджете), но и прямой запрет на финансирование судебных органов из каких-либо иных источников (бюджетов субъектов федерации или органов местного самоуправления, различных общественных и государственных фондов, благотворительных организаций, средств частных лиц и т. д.) [1, с. 142]. О финансировании судов РФ только за счет средств федерального бюджета содержится указание также в ч. 1 ст. 9 Федерального закона «О финансировании судов Российской Федерации» [11]. Однако иное положение содержится в ст. 6 Федерального конституционного закона «О судах общей юрисдикции в Российской Федерации» [5], где указано, что финансовое обеспечение деятельности федеральных судов общей юрисдикции и мировых судей осуществляется соответственно за счет бюджетных ассигнований не только федерального бюджета, но и бюджетов субъектов Российской Федерации. Кроме того, в этой же статье зафиксировано, что финансовое обеспечение деятельности мировых судей (за исключением обеспечения оплаты труда мировых судей и социальных выплат, предусмотренных для судей федеральными законами, и обеспечения нуждающихся в улучшении жилищных условий мировых судей жилыми помещениями) осуществляется органами исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации. Таким образом, конституционная норма не соотносится с указанными нормативными правовыми актами федерального уровня. Кроме того, обозначенные нормы подтверждают, что в России действует двухканальное финансирование мировых судей, то есть как за счет федерального бюджета, так и бюджетов субъектов Российской Федерации.

Обозначенная проблема сводится к несовершенству юридической техники нормативных правовых актов, что на самом деле не может препятствовать независимой деятельности судей.



Проблемой, которая действительно влияет на осуществление независимого правосудия, является недостаточность финансирования судебной системы. Р. А. Чепкасов справедливо отмечает, что важность данной проблемы подтверждает реальная практика деятельности судей без должного финансового обеспечения со стороны государства, ссылаясь на Постановление IV Всероссийского Съезда Судей от 5 декабря 1996 года, где было подчеркнуто, что у судов отсутствовали средства на судебные повестки, конверты, необходимые для извещения и вызова в судебные заседания участников процесса, оплату труда присяжных и народных заседателей, почтовые и командировочные расходы и другое [13]. С указанного периода, бесспорно судебная система РФ поступательно развивалась, в целях обеспечения условий для эффективного правосудия Правительством РФ была утверждена федеральная целевая программа «Развитие судебной системы России на 2013–2024 годы» [7].

Тем не менее, судебское сообщество и в настоящее время констатирует тенденцию к снижению финансово-материальных гарантий независимости судей, несмотря на предпринимаемые усилия Совета судей РФ и Судебного департамента при Верховном Суде РФ. Так, на последнем Всероссийском съезде судей в 2022 году было отмечено в частности, что новое правовое регулирование порядка обеспечения судей жилыми помещениями существенно снизило уровень достигнутых гарантий [3]. В действующей редакции Закона РФ «О статусе судей в Российской Федерации» отсутствует срок обеспечения судей жилыми помещениями, предоставления единовременной выплаты на приобретение и строительство жилья, хотя ранее в редакции от 21 июня 1995 год № 91-ФЗ судья обеспечивался жильем с момента назначения на должность в течение 6 месяцев. Кроме того, в указанном Законе понижен статус жилого помещения, предоставляемого судье, не имеющего жилого помещения по месту нахождения суда, в виде служебного жилого помещения.

Совет судей также отметил, что сохраняется необходимость совершенствования института отставки судей с точки зрения достижения надлежащего баланса гарантий материального и социального обеспечения судьи в отставке и ограничений, вытекающих из его статуса. Остается актуальной ревизия законодательных ограничений на занятие судьями в отставке иной оплачиваемой деятельностью, в том числе судьями, ушедшими в отставку без права на получение ежемесячного пожизненного содержания.

Осталась по-прежнему нерешенной проблема пенсионного обеспечения судей, ушедших в отставку без права на ежемесячное пожизненное содержание. Таким судьям не гарантируется пенсионное обеспечение, соотносимое с денежным содержанием по должности судьи. Несмотря на то, что действующее пенсионное законодательство устанавливает механизм преобразования пенсионных прав, приобретенных в период исполнения полномочий по должности судьи, в индивидуальный пенсионный коэффициент при назначении страховой пенсии по старости и определении ее размера, применяемый порядок позволяет учитывать лишь часть дохода судей, не превышающую двух минимальных размеров оплаты труда.

Ситуация с недостаточностью финансирования касается также и реализации права судей, в том числе пребывающих в отставке, и членов их семей на получение медицинской помощи, включая обеспечение лекарственными

препаратами для медицинского применения, которое оплачивается за счет средств федерального бюджета. Съезд констатирует, что объем денежных средств, выделяемых из федерального бюджета на получение медицинской помощи, а также организацию санаторно-курортного лечения судей, в том числе пребывающих в отставке, и членов их семей, не обеспечивает реальную возможность получения установленных законом гарантий. Обозначенные проблемы, не являются исчерпывающими, их список гораздо шире.

Судейское сообщество, действуя, через Совет судей Российской Федерации совместно с Судебным департаментом при Верховном Суде Российской Федерации периодически обращается в Правительство Российской Федерации с обоснованными предложениями об увеличении объемов бюджетных ассигнований по данным статьям расходов, но они не всегда воспринимаются Правительством.

Если же проследить, как изменялось финансирование судебной системы с 2023 по 2025 годы, то в числовом выражении оно, бесспорно, увеличивалось [8, 9, 10].

**Размер бюджетных ассигнований,  
выделяемых на государственную судебную систему**

Бюджетный год	2023	2024	2025
Размер выделенных бюджетных ассигнований, тыс. р.	243 536 987,1	328 818 921,0	348 693 342,4

Однако сам факт увеличения суммы бюджета или выделенных средств не обязательно означает увеличение реального объема финансирования. Это связано как с инфляционными процессами, так и со структурой расходов. Так, иногда средства перераспределяются внутри бюджета, увеличивая одну статью за счет сокращения другой. В качестве примера, можно указать, что размер бюджетных ассигнований в отношении группы расходов внутри государственной судебной системы: «Субсидии на приобретение жилых помещений работникам аппаратов судов и Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации и его территориальных органов, нуждающимся в улучшении жилищных условий» как 2023, так и в 2024, и 2025 гг. остался неизменным и составляет 254 770,0 тыс. р.

Таким образом, финансово-материальное обеспечение судей играет ключевую роль в поддержании их независимости, обеспечивая условия для справедливого отправления правосудия. Хотя размер выделяемого финансирования постепенно растет, структура расходования средств часто оказывается неэффективной, что негативно сказывается на реальных гарантиях независимости судей. Решение проблемы требует комплексного подхода, включающего не только увеличение общего объема финансирования, но и улучшение механизмов его распределения, его согласование с мнением органов судейского сообщества и устранение юридических несоответствий в законодательстве. Без решения этих вопросов полноценная реализация принципа независимости судей будет лишь усложняться.

**Библиографический список**

1. Абдрахманова Н. В. Проблемы финансирования судов // Правовое государство: теория и практика. 2014. № 1 (35). С. 141–149. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-finansirovaniya-sudov> (дата обращения: 20.10.2025).

2. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.) // Российская газета. 1993. 25 дек. № 237; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
3. О развитии судебной системы Российской Федерации: Постановление X Всероссийского съезда судей от 01.12.2022 № 1. Доступ из СПС «Консультант Плюс».
4. О статусе судей в Российской Федерации: Закон РФ от 26.06.1992 № 3132-1 (ред. от 10.07.2023, с изм. от 27.11.2023) // Ведомости Съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ. 1992. № 30. Ст. 1792; Собрание законодательства РФ. 2023. № 29. Ст. 5304; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
5. О судах общей юрисдикции в Российской Федерации: Федеральный конституционный закон от 07.02.2011 № 1-ФКЗ (ред. от 23.07.2025) // Собрание законодательства РФ. 2011. № 7. Ст. 898; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
6. О судебной системе Российской Федерации: Федеральный конституционный закон от 31.12.1996 № 1-ФКЗ (ред. от 16.04.2022) // Собрание законодательства РФ. 1997. № 1. Ст. 1; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
7. О федеральной целевой программе «Развитие судебной системы России на 2013–2024 годы»: Постановление Правительства РФ от 27.12.2012 № 1406 // Собрание законодательства РФ. 2013. № 1. Ст. 13; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
8. О федеральном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов: Федеральный закон от 05.12.2022 № 466-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
9. О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов: Федеральный закон от 27.11.2023 № 540-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
10. О федеральном бюджете на 2025 год и на плановый период 2025 и 2026 годов: Федеральный закон от 30.11.2024 № 419-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
11. О финансировании судов Российской Федерации: Федеральный закон от 10.02.1999 № 30-ФЗ (ред. от 24.02.2021) // Собрание законодательства РФ. 1999. № 7. Ст. 877; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
12. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 29.05.2024) // Собрание Законодательства РФ. 2001. № 52 (ч. I). Ст. 4921; Официальный интернет-портал правовой информации pravo.gov.ru (дата обращения: 20.10.2025).
13. *Чепкасов Р. А.* Материально-финансовое обеспечение судей как гарантия принципа независимости судей // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 9. URL: <https://human.snauka.ru/2016/09/16274> (дата обращения: 20.10.2025).

***Информация об авторе / Information about the author***

**Симаков Александр Сергеевич** – студент магистратуры, направление подготовки «Юриспруденция», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [si.ndersimakov@yandex.ru](mailto:si.ndersimakov@yandex.ru)

**Simakov Aleksandr Sergeevich** – Master's degree student, field of study «Jurisprudence», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [si.ndersimakov@yandex.ru](mailto:si.ndersimakov@yandex.ru)

УДК 342.711

*В. А. Юматов*

## **ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУТА ГРАЖДАНСТВА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Аннотация.** Статья посвящена анализу влияния приобретения гражданства и масштабной натурализации населения на экономическую и социальную сферы жизни государства. Автор показывает, что в современных геополитических условиях политика предоставления гражданства стала для России стратегическим инструментом демографического и экономического развития. Однако масштабное расширение круга граждан порождает комплекс противоречивых последствий, создавая как новые возможности, так и серьезные вызовы для устойчивого развития и безопасности государства. Актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексной оценки феномена «экономики паспорта» – многоуровневого воздействия массовой натурализации на ключевые сферы жизни страны. В работе детально исследуются положительные эффекты, такие как компенсация демографического кризиса, рост экономически активного населения и стимулирование потребительского спроса. Особое внимание уделяется интеграции новых территорий, что привело к трансформации экономической географии и добавлению мощного промышленного и аграрного потенциала. Параллельно автор выявляет значительные риски: колоссальную нагрузку на бюджет из-за роста социальных обязательств, увеличение давления на инфраструктуру здравоохранения и образования, а также фиксируемый рост преступности, представляющий прямую угрозу национальной безопасности. Анализируется и трансформация законодательства, в частности, отмена «экономических оснований» для упрощенного получения гражданства, продиктованная необходимостью борьбы с фиктивными схемами. В заключении обосновывается двойственная природа миграционных процессов. Делается вывод, что центральной задачей является поиск оптимального баланса между использованием миграционного потенциала и минимизацией финансовых расходов.

**Ключевые слова:** гражданство Российской Федерации, экономика паспорта, миграция, социальная напряженность, воздействие на экономику.

*V. A. Yumatov*

## **IMPACT OF THE INSTITUTION OF CITIZENSHIP ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the impact of acquiring citizenship and large-scale naturalization of the population on the economic and social spheres of state life. The author shows that in modern geopolitical conditions, the policy of granting citizenship has become a strategic tool for Russia's demographic and economic development. However, the large-scale expansion of the circle of citizens generates a complex of contradictory consequences, creating both new opportunities and serious challenges for the sustainable development and security of the

state. The relevance of the study is due to the need for a comprehensive assessment of the phenomenon of the «passport economy» – the multilevel impact of mass naturalization on key areas of a country's life. The paper examines in detail the positive effects, such as compensation for the demographic crisis, the growth of the economically active population and the stimulation of consumer demand. Special attention is paid to the integration of new territories, which has led to the transformation of economic geography and the addition of powerful industrial and agricultural potential. At the same time, the author identifies significant risks: a huge burden on the budget due to increased social obligations, increased pressure on the healthcare and education infrastructure, as well as a recorded increase in crime, which poses a direct threat to national security. The article also analyzes the transformation of legislation, in particular, the abolition of the «economic grounds» for simplified citizenship, dictated by the need to combat fictitious schemes. In conclusion, the dual nature of migration processes is substantiated. It is concluded that the central task is to find the optimal balance between using migration potential and minimizing financial costs.

**Key words:** citizenship of the Russian Federation, passport economics, migration, social tension, impact on the economy.

В последние годы, даже в условиях значительного ухудшения геополитической обстановки и беспрецедентного санкционного давления со стороны недружественных государств, ключевым приоритетом российской экономической и социальной политики остается построение эффективной национальной системы, нацеленной на устойчивое развитие. Эта система призвана создать все необходимые условия для достижения принципиально нового качества жизни и роста благосостояния граждан. Одним из действенных инструментов реализации этой стратегии стала политика по расширению категорий населения, имеющих право на получение гражданства.

Гражданство Российской Федерации представляет собой один из ключевых и фундаментальных институтов в системе конституционного права, формируя юридическую основу для определения правового статуса личности в рамках общества и государства. Согласно определению, зафиксированному в статье 4 Федерального закона от 28.04.2023 г. № 138-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации», под гражданством понимается устойчивая правовая связь лица с Российской Федерацией, выражающаяся в совокупности их взаимных прав и обязанностей [1]. Данный правовой институт неразрывно связан с суверенитетом и территориальным устройством страны и оказывает непосредственное воздействие на государственную экономику и правовой статус личности, поскольку именно гражданство служит основанием для обладания всем спектром прав и обязанностей. Благодаря институту гражданства человек приобретает полный объем прав и свобод, находящихся под защитой государства, а также принимает на себя ряд обязанностей, включая защиту Отечества, необходимость соблюдать законы и платить налоги. Таким образом, гражданство – это уникальное правоотношение между государством и гражданином, которое детально регулируется законодательством. Оно отражает комплекс важнейших политических, правовых, экономических, социальных, а также морально-психологических связей между индивидом и государством [6]. В связи с этим исследование сущности, роли и содержания института гражданства, а также его влияния на экономические процессы в государстве и обществе представляет собой актуальную и многогранную научную проблему.

В Российской Федерации на современном этапе осуществляется целенаправленная и последовательная работа по модернизации законодательной базы в сфере гражданства. Данный процесс реализуется в рамках официально утвержденной Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2026–2030 годы, ключевыми приоритетами которой являются сохранение и укрепление духовно-нравственных ценностей, достижение устойчивого демографического роста населения и обеспечение безопасности граждан [3]. Федеральный закон «О гражданстве Российской Федерации» за последние годы претерпел существенную качественную эволюцию, интегрируя в себя ответы на вызовы времени и отражая актуальные тенденции в политической, экономической и социальной сферах.

В рамках изменения законодательства о гражданстве была проведена существенная трансформация положений, регулирующих порядок его приобретения. Законодатель систематизировал существующие нормы и ввел новые основания для получения гражданства Российской Федерации. Дополняя такими основаниями как приобретение гражданства в результате признания гражданином Российской Федерации, а также в результате выбора гражданства при изменении государственной границы Российской Федерации (оптации). Особого внимания заслуживает тот факт, что оптация была выделена в отдельную полноценную статью.

В рамках общего курса на ужесточение миграционного законодательства и усиление контроля над миграционными потоками была кардинально трансформирована процедура получения гражданства в упрощенном порядке. Ключевым и наиболее существенным изменением стала полная ликвидация так называемых «экономических оснований» получения гражданства. В частности, была полностью отменена возможность получения гражданства в упрощенном порядке для инвесторов и предпринимателей, вкладывавших средства в экономику государства. Данное решение, повлекло за собой существенное сокращение прямых финансовых поступлений в бюджет. Однако, было продиктовано обеспечением национальной безопасности и необходимостью борьбы с широко распространившимися фиктивными схемами. Ранее эти правовые нормы использовались для прикрытия нереальной предпринимательской и инвестиционной деятельности, чтобы обойти стандартный, более длительный и строгий порядок получения гражданства Российской Федерации. Данные меры не только подчеркивают высокую значимость данного института в контексте современных геополитических реалий, но и направлены на создание более прозрачного, детализированного и эффективного механизма вступления в гражданство Российской Федерации.

Предоставление гражданства будь то в формате практики «гражданство за инвестиции» или в качестве жеста, продиктованного гуманитарными и политическими соображениями, представляет собой многогранный феномен, выходящий за рамки простого юридического действия, обладающий мощным экономическим потенциалом и способный выступать в роли стратегического инструмента государственного развития. На этом фоне политика Российской Федерации в отношении жителей новых субъектов (ДНР, ЛНР, Запорожской, Херсонской областей и Республики Крым) и иных лиц без гражданства представляет собой беспрецедентный по своим масштабам социально-экономический эксперимент. Процесс интеграции миллионов человек, неминуемо оказывает глубокое влияние на все сферы жизни принимающего госу-

дарства. Именно в таком контексте на первый план выходит концепция «экономики паспорта» – комплексный анализ того, как массовая натурализация большой группы населения воздействует и оказывает влияние на ключевые экономические показатели страны. Ключевым макроэкономическим следствием рассматриваемого процесса является его комплексный многоуровневый эффект. Затрагивает рынок труда, изменяя структуру востребованности рабочей силы, воздействует на потребительский спрос и рынок недвижимости, увеличивая нагрузку на социальную инфраструктуру (здравоохранение, образование) и систему пенсионного обеспечения, а также перераспределяет налоговые потоки.

В сфере труда и человеческого капитала наиболее очевидным и мгновенным результатом является масштабное увеличение численности экономически активного населения. Для России, долгое время сталкивавшейся с проблемой депопуляции и старения нации, данный процесс представляет собой мощный демографический импульс. Приток нового активного населения способствует омоложению рабочей силы в стране, стимулирует предпринимательство, покрывает кадровые потребности и напрямую способствует росту ВВП, а также влияет на развитие трудоинтенсивных отраслей, таких как сельское хозяйство и строительство [9]. В целом новая рабочая сила из принятых в состав Российской Федерации субъектов занимает те экономические ниши, которые зачастую остаются невостребованными у коренного населения в силу тяжести условий, низкой оплаты труда или отсутствия перспектив развития. Это, в свою очередь, значительно влияет на вертикальную мобильность местных работников, побуждая их повышать квалификацию и искать более престижные и высокооплачиваемые варианты развития профессионального пути.

Мощное стимулирующее воздействие на экономику России особенно ярко проявляется в двух ключевых аспектах: росте ВВП и повышении покупательной способности. Расширение потребительского рынка происходит за счет миллионов новых граждан, получивших доступ к финансовой системе, пенсиям, пособиям и заработной плате, что непосредственно стимулирует рост розничной торговли и сферы услуг. Особенно ярко этот эффект выражен в приграничных с новыми регионами областях, где происходит оживление логистических и торговых потоков. С другой стороны, интеграция требует масштабных государственных и частных инвестиций, направленных на восстановление и строительство критически важной инфраструктуры: дорог, мостов, энергосистем и жилья. Эти капиталовложения создают значительный эффект, стимулируя не только строительную отрасль, но и смежные сектора, (производство строительных материалов, металлургию и транспорт), формируя тем самым долгосрочный позитивный тренд для всей экономики.

Структурные преобразования в экономике находят отражение в изменении экономической географии России, что является следствием интеграции новых регионов с мощным промышленным и аграрным потенциалом. Их включение в экономическое пространство государства пополняет активы в таких сферах, как металлургия, угледобыча и сельское хозяйство. Это не только количественно наращивает объемы производства, но и качественно трансформирует внутренние хозяйственные связи, создавая новые логистические коридоры и стимулируя развитие смежных отраслей. Данный процесс, в свою очередь, ведет к перераспределению инвестиционных потоков и тру-

довых ресурсов, формируя дополнительные точки роста. В стратегической перспективе это закладывает фундамент для устойчивого и сбалансированного развития в новых геополитических условиях, поскольку изменения направлены на усиление самодостаточности, снижение зависимости от импорта в ключевых секторах и повышение комплексности национального хозяйства [7].

Предоставление гражданства жителям новых регионов стало мощным катализатором для восстановления их экономики и пополнения местных бюджетов. Легализация большой группы населения позволила не только возобновить деятельность местных предприятий, но и наладить стабильные поставки продукции, а также органично интегрировать промышленный потенциал этих территорий в общероссийские производственные и логистические цепочки. Это положило начало активному развитию человеческого капитала и значительно расширило возможности новых граждан для адаптации к российским правовым и социальным стандартам. Несмотря на создание кратковременной нагрузки на систему социальной защиты, которая потребовала оперативной адаптации и дополнительного финансирования, что является стратегической инвестицией в будущую стабильность и процветание данных регионов.

Наиболее дискуссионным аспектом остается бюджетный эффект, который рассматривается через баланс доходов и расходов. Со стороны расходов основную нагрузку создают социальные обязательства. Новые граждане получают право на полный пакет выплат, включая пенсии, пособия и льготы, что формирует для бюджета колоссальные дополнительные обязательства. Кроме того, значительные средства направляются на приведение систем здравоохранения и образования в новых регионах в соответствие с российскими стандартами, что подразумевает затраты на ремонт, закупку оборудования и выплату заработной платы. С другой стороны, возникают и дополнительные бюджетные поступления. Легализация экономики на новых территориях позволяет собирать налоги, такие как НДФЛ, НДС и налог на прибыль, с населения и бизнеса, которые ранее находились в «теневом» секторе. Упрощение таможенных и юридических процедур в рамках единого правового поля снижает издержки бизнеса, повышая его эффективность и, в конечном счете, налоговые сборы.

Бесконтрольное предоставление гражданства порождает свои негативные последствия. Прежде всего, происходит стагнация производительности. Активное использование дешевой рабочей силы создает у отечественных производителей зависимость, лишая их стимулов для модернизации производства, внедрения инноваций и повышения общей эффективности труда, что в конечном итоге закрепляет и усиливает экономическое отставание страны и потерю качества рабочей силы [8]. Вместо привлечения высококвалифицированных специалистов, обильная выдача гражданства способствует привлечению сотрудников низкой квалификации. Усиление миграционных потоков сопровождается оттоком высококвалифицированных специалистов. Особенно заметно это сказывается на регионах с высокой концентрацией наукоемких производств, где неконтролируемая миграция приводит к деградации кадрового состава и спаду производства. Это снижает общий уровень образования и профессиональной подготовки трудоспособного населения, что нега-



тивно сказывается на всем производстве и конкурентоспособности национальной экономики государства в долгосрочной перспективе.

Увеличивается социальная напряженность. Коренное население постепенно вытесняется из секторов экономики, которые заполняются мигрантами, что ведет к структурной безработице. Локальное снижение заработных плат в секторах, привлекающих мигрантов, провоцирует конкуренцию за рабочие места с местным населением, формируются крупные и изолированные этнические диаспоры, которые порождают межкультурные и межэтнические конфликты, что способствует росту ксенофобских настроений. Однако ключевым и самым опасным вызовом является угроза национальной безопасности, выражающаяся в устойчивом росте числа преступлений, совершаемых приезжими. Слабая система управления миграционными процессами и недостаточный контроль создает среду для разнообразных криминальных проявлений. Их спектр крайне широк: от бытовых преступлений и нарушений миграционного законодательства до деятельности организованных преступных групп, занимающихся наркоторговлей и другими тяжкими деяниями, что прямо угрожает безопасности Российской Федерации и ее граждан [5].

Существенно возрастает нагрузка на социальную инфраструктуру, что создает большие проблемы для развития субъектов. Интенсивный рост миграционных потоков приводит к перегрузкам систем здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства и образования. Кроме того, государство несет расходы на программы интеграции, включая обучение языку и основам законодательства, которые также требуют значительного бюджетного финансирования. Принятие законопроекта, обязывающего детей иностранных граждан сдавать тест на знание русского языка при поступлении в российские образовательные учреждения, является яркой и показательной реакцией государства на данные вызовы. Особую остроту придает то, что рост нагрузки зачастую не компенсируется увеличением бюджетного финансирования, что ведет к постепенному снижению качества и доступности социальных услуг для всех категорий населения.

Массовое предоставление гражданства без эффективных механизмов интеграции и налогового контроля провоцирует системный кризис, угрожающий стабильности государственных финансов. Значительная часть мигрантов, занятая в теневом секторе экономики, остаются невидимыми для налоговых органов. Это приводит к масштабным потерям бюджетных средств, прежде всего, в виде недополученных налогов и сборов. Только за 2024 год ущерб бюджетам субъектов Российской Федерации составил не менее 117 миллиардов рублей [10]. Формируя дефицит бюджета, они одновременно интенсивно эксплуатируют созданную за счет легальных налогоплательщиков общественную инфраструктуру: от транспортных сетей и медицинских учреждений до образовательных услуг. Это порождает практику, при которой растущая налоговая нагрузка на налогоплательщиков и бизнес, направленная на покрытие дефицита, сильно растет и сама по себе стимулирует дальнейший уход предпринимателей и работников в тень и расширение практики найма дешевой рабочей силы или нелегальных мигрантов как способа снижения затрат. Данная практика усугубляется деятельностью приезжих, систематически переводящих значительные финансовые потоки за рубеж. Речь идет о миллиардах денежных средств, которые мигранты отправляют на родину своим семьям. Эти трансферты, по сути, представляют собой

прямую утечку капитала из национальной экономики, которая методично подрывает ее устойчивость. Эти потоки создают альтернативные центры экономического, а в перспективе и политического влияния, подрывая монополию государства в данной сфере. В совокупности это наносит ущерб, затрагивающий стабильность экономики.

Оценка совокупных финансовых затрат государства, связанных с мигрантами, представляет значительную сложность и не позволяет вывести однозначную цифру. Существующие подсчеты и статистические исследования демонстрируют колоссальный разброс в оценках от 200 тысяч до 5 миллионов рублей на человека [4]. Эта институциональная неопределенность на высшем уровне в конечном итоге привела к законодательному решению об отмене выплат материнского капитала для мигрантов с 2024 года.

Одним из ключевых аргументов в пользу увеличения миграционных потоков в Российскую Федерацию традиционно выступает смягчение демографического кризиса. Безусловно, миграция частично компенсирует естественную убыль и отток экономически активного населения. В соответствии с Концепцией демографической политики до 2025 года миграционный прирост до 2025 года должен составить не менее 300 тысяч человек ежегодно. Тем не менее, согласно прогнозам, для предотвращения катастрофического сокращения численности населения к концу столетия требуется ежегодный миграционный приток от 390 тысяч до 1,1 миллиона человек. Эти данные приводят к неутешительному выводу: достижение уровня миграции, способного реально компенсировать демографическую убыль [2].

Таким образом, устойчивый миграционный поток в Российскую Федерацию представляет собой сложное и неоднозначное явление, имеющее двойственные последствия. С одной стороны выступает важным инструментом решения ключевых социально-экономических задач, позволяя компенсировать естественную убыль населения и восполнить критический дефицит на рынке труда, особенно в отраслях, не пользующихся популярностью у местных жителей. Это в определенной степени смягчает остроту демографического кризиса и обеспечивает функционирование целых секторов экономики. Однако, с другой стороны, масштабная миграция сопряжена с серьезными рисками и издержками. Она создает значительную финансовую нагрузку на бюджет государства, требуя расходов на социальную и административную адаптацию, а также может обострять конкуренцию на рынке труда и способствовать социальной напряженности. Но главным и наиболее опасным негативным последствием, безусловно, является фиксируемый рост преступности, в том числе тяжких и особо тяжких преступлений, что представляет прямую угрозу национальной безопасности и общественному порядку. В последние годы политика предоставления гражданства Российской Федерации стала заметным инструментом демографической и внешней политики. «Экономика паспорта» становится аналитической призмой, сквозь которую можно оценить комплексные последствия этого демографического сдвига – от краткосрочных бюджетных расходов до долгосрочных перспектив экономического роста и социальной стабильности. Учитывая эту двойственную природу, центральной задачей государственной миграционной политики становится поиск оптимального баланса. Её целью должно быть не сдерживание миграции как таковой, а создание эффективных механизмов для привлечения необходимых трудовых ресурсов, их успешной интеграции и, что критически

важно, обеспечения строгого контроля за соблюдением законности. Только такой комплексный подход позволит максимизировать позитивный экономический и демографический эффект от миграции, одновременно минимизируя ее негативные социальные и криминогенные последствия.

#### **Библиографический список**

1. О гражданстве Российской Федерации: Федеральный закон от 28.04.2023 г. № 138 ФЗ // СЗ РФ. 2023. № 18. Ст. 3215.
2. Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года: указ Президента РФ от 09.10.2007 г. № 1351 // Собрание законодательства РФ. 2007. № 42. Ст. 5009.
3. О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2026–2030 годы: указ Президента РФ от 15.10.2025 г. № 738 // Официальный интернет-портал правовой информации. 2025. 15 окт. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202510150055?ysclid=mh10n6nw9j515280025> (дата обращения: 21.10.2025).
4. Акьюлов Р. И. Влияние нелегальной миграции на демографическую и экономическую безопасность России // Экономика труда и демографическая экономика. 2022. № 1 (110). С. 6–14.
5. Белова С. Н. Нелегальная миграция как одна из угроз экономической безопасности России // Экономическая безопасность личности, общества, государства: проблемы и пути обеспечения: материалы Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции. СПб.: Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, 2019. С. 21–24.
6. Витрук Н. В. Актуальные проблемы гражданства в постсоветском пространстве // Материалы междунар. науч.-практ. конф. по проблемам гражданства. М., 1995. С. 26–38.
7. Герман О. И. Трудовой потенциал как фактор экономической безопасности региона / О. И. Герман, Е. Г. Вдовкина, О. В. Кузнецова // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 2-1 (108). С. 63–66.
8. Мамонтова Э. А. Неконтролируемая миграция в России и проблемы обеспечения национальной безопасности // Право: история и современность. 2018. № 2. С. 109–112.
9. Шлык Н. Л. Трудовая миграция как фактор национальной экономической безопасности (региональный аспект) // Управление инвестициями и инновациями. 2018. № 2. С. 128–133.
10. Русские пенсии для мигрантов: зачем Россия кормит армию приезжих // Царьград. URL: [https://tsargrad.tv/investigations/russkie-pensii-dlja-migrantov-zachem-rossija-kormit-armiju-priezzhih\\_828714](https://tsargrad.tv/investigations/russkie-pensii-dlja-migrantov-zachem-rossija-kormit-armiju-priezzhih_828714) (дата обращения: 21.10.2025).

#### **Информация об авторе / Information about the author**

**Юматов Владислав Алексеевич** – студент магистратуры, направление подготовки «Юриспруденция», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, yumatov.vlad@yandex.ru

**Yumatov Vladislav Alekseevich** – Master's degree student, field of study «Jurisprudence», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, yumatov.vlad@yandex.ru

# МЕЗОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

---

УДК 34

*М. О. Безлепкин*

## ФИНАНСОВО-ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ЗАЩИТЫ ЖИВОТНЫХ В РОССИИ

**Аннотация.** В статье исследуется межотраслевая проблема реализации законодательства о защите животных через призму бюджетного финансирования. На основе анализа нормативно-правовой базы и данных об исполнении бюджетов различных уровней (на примере Ивановской области на 2025 год и плановый период) выявляется противоречие между декларируемыми целями правовой защиты и недостаточным, а также структурно несовершенным ее финансовым обеспечением. Автор приходит к выводу, что без создания прозрачного и целевого бюджетного механизма, нормы об ответственном обращении с животными остаются в значительной степени декларативными. Предлагаются конкретные меры по совершенствованию бюджетного процесса в данной сфере.

**Ключевые слова:** правовая защита животных, бюджетное финансирование, межотраслевое регулирование, муниципальный бюджет, областной бюджет, субвенции, правоприменение, Ивановская область.

*М. О. Bezlepkin*

## FINANCIAL AND LEGAL MECHANISMS AND INSTRUMENTS FOR ANIMAL PROTECTION IN RUSSIA

**Abstract.** This article examines the cross-sectoral issue of implementing animal protection legislation through the lens of budgetary funding. Based on the regulatory framework analysis and budget execution data at various levels (drawing on the example of the Ivanovo Region for the year 2025 and the subsequent planning period), a contradiction is revealed between the declared goals of legal protection and the insufficient and structurally flawed financial support for it. The author concludes that without the creation of a transparent and targeted budget mechanism, regulations on responsible animal welfare remain largely declarative. Specific measures are proposed to improve the budgetary process in this area.

**Key words:** legal protection of animals, budget financing, intersectoral regulation, municipal budget, regional budget, subventions, law enforcement, Ivanovo region.

Животные всё чаще подвергаются преступным посягательствам, затрагивающим не только экологическую сферу, но и социально-бытовые аспекты. Во многих крупных городах встречается большое количество диких собак и кошек, значительная часть которых оказалась на улице из-за действий человека. Многие из этих животных потеряли конечности, получили порезы, ожоги и другие травмы в результате издевательств над ними со стороны людей. Широко известны случаи проведения боёв между животными (например,

собачьи или петушинные бои), которые часто заканчиваются смертью участников. В современном мире такое отношение к животным неприемлемо и негуманно, в связи с чем, законодатель помимо основных принципов и требований к содержанию животных устанавливает ответственность за нарушения нормативных положений в области защиты животных.

Однако эффективность любого правового регулирования напрямую зависит от его ресурсного обеспечения. В связи с этим, целью настоящего исследования является анализ бюджетного аспекта правовой защиты животных как ключевого элемента ее практической реализации.

Как верно отмечается в юридической доктрине, российское законодательство содержит достаточно развитую систему норм, направленных на защиту животных от жестокого обращения. Так, внесенные дополнения в ст. 114 Конституции РФ, которые привели к значительному расширению полномочий исполнительной власти, обязывают Правительство РФ осуществлять меры, направленные на формирование в обществе ответственного отношения к животным (п. е. 5 ч. 1 ст. 114 Конституции РФ) [1], Уголовный кодекс [2] и КоАП РФ [3] устанавливают соответствующую ответственность, Гражданский кодекс РФ запрещает жестокое обращение с животными, противоречащее принципам гуманности [4]. Правовые нормы, регулирующие защиту животных и правила обращения с ними, установлены федеральными законами «Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 27.12.2018 № 498-ФЗ [5] и «О животном мире» от 24.04.1995 № 52-ФЗ [6].

Однако, как показывает анализ бюджетного законодательства и практики, именно в финансовой сфере возникает системный разрыв. Основная нагрузка по практической реализации полномочий в сфере обращения с безнадзорными животными (их отлов, содержание, стерилизация, эвтаназия) ложится на органы местного самоуправления (муниципальные районы и городские округа). При этом собственные доходные базы муниципалитетов, как правило, ограничены, а обязанности – нефинансируемые или частично финансируемые – оказываются обременительными.

Механизмом финансового выравнивания здесь выступают **субвенции** из бюджета субъекта РФ местным бюджетам на осуществление отдельных государственных полномочий.

Проведенный анализ Закона Ивановской области «Об областном бюджете на 2025 год и плановый период 2026 и 2027 годов» [7] и Решения Ивановской городской Думы «О бюджете города Иванова на 2025 год и плановый период 2026 и 2027 годов» [8] позволяет наглядно оценить масштабы и структуру финансирования.

**На региональном уровне** на цели обращения с животными без владельцев на 2025 год запланировано **17 742 084,00 р.** в виде субвенций муниципальным образованиям. На плановый период 2026 и 2027 годы объем финансирования снижается до **12 636 000,00 р.** ежегодно. Уже это снижение в планировании свидетельствует об остаточном принципе финансирования данной сферы.

Распределение этих средств между муниципалитетами (выдержка) выглядит следующим образом: в городском округе Кинешма на 2025 год выделено 1 619 460,00 р., в г. о. Шуя 809 730,00 р., Верхнеландеховский муниципальный район – 53 982,00 р., в г. о. Иваново 5 398 200,00 р. Резкий разброс

в суммах отражает дифференциацию по количеству жителей и, предположительно, по масштабу проблемы. Однако сам по себе он не говорит о достаточности финансирования.

**Более детальная картина складывается при анализе бюджета городского округа Иваново:** общий объем финансирования по подпрограмме «Организация мероприятий по обращению с животными без владельцев» на 2025 год составляет **7 398 200,00 р.** Эта сумма складывается из двух основных статей:

1) **Субвенция из областного бюджета: 5 398 200,00 р.** Соответствующая вышеуказанному распределению.

2) **Собственные средства городского бюджета: 2 000 000,00 р.** на мероприятие «Регулирование численности животных без владельцев на территории города Иванова с соблюдением принципов гуманности».

**Возникает ряд вопросов:**

1) **Неясность содержания статей.** Эта проблема – системная. Что конкретно покрывают 5,4 млн р. субвенции? Это только услуги по отлову, или включают стерилизацию, содержание в приюте, корм, ветеринарное обслуживание? Отсутствие детализации создает почву для нецелевого использования и затрудняет оценку эффективности.

2) **Структурный дисбаланс.** Основной объем средств (5,4 млн р.) – это целевая субвенция. Собственные средства города (2 млн р.) направлены именно на «регулирование численности». Такая структура может неявно стимулировать именно сиюминутные меры (отлов, а в худшем случае – безвозвратное изъятие), а не стратегические (массовая стерилизация, строительство и содержание современных приютов, просветительская работа).

3) **Адекватность объемов финансирования.** Для оценки проведем простой расчет. По разным оценкам, в городе Иваново может насчитываться от нескольких сотен до нескольких тысяч безнадзорных животных. Даже если ориентироваться на скромную цифру в 1000 животных, стоимость их гуманного отлова, стерилизации, вакцинации и содержания в приюте в течение, скажем, 30 дней может легко превышать 10–15 тыс. р. на одно животное. Таким образом, даже общий бюджет в 7,4 млн р. может покрыть потребности лишь для **500–700 животных**, что явно недостаточно для решения проблемы в масштабах города.

**Можно проследить влияние бюджета на проблемы в правоприменении.** Например, поиск практики по 245 статье УК РФ дал понять, что статья применяется крайне редко. Например, в городе Иваново на данный момент в Ленинском районном суде было рассмотрено первое в Ивановской области за последние годы уголовное дело, в котором подсудимому вменялись статья 245, а именно п. в ч. 2 ст. 245 (жестокое обращение с животным с применением садистских методов) по совокупности со ст. 167 (умышленное уничтожение или повреждение чужого имущества). В случаях, когда речь идет о бездомных животных, так в данной ситуации они полностью беззащитны. Найдут, например, на улице труп убитой бесхозной собаки. Никто не будет искать, никто не возбудит уголовное дело. Просто потому, что собака ничья. Да, нормы применяются нечасто, но это не означает, что жизни бесхозных животных надо обесценивать. Это все равно жизнь и ее необходимо охранять, а в случае правонарушения или преступления – наказывать виновных по закону.

Бюджетный дефицит напрямую влияет на данную проблему. Отсутствие достаточного финансирования на приюты приводит к тому, что некуда помещать животных, ставших жертвами преступления, для проведения экспертиз и обеспечения их безопасности. Незрелость служб по отлову и учету означает, что факты жестокости часто остаются незамеченными. Отсутствие достаточных средств на создание специализированных подразделений в органах внутренних дел или органах регионального государственного контроля (ветеринарного, экологического) приводит к тому, что расследование таких дел не является приоритетом.

Таким образом, недофинансирование создает системный барьер для доступа к правосудию для животных, не имеющих владельца.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в Российской Федерации существует серьезный разрыв между провозглашенной государственной политикой в области защиты животных и ее бюджетным обеспечением. На примере Ивановской области видно, что финансирование носит остаточный, несистемный и зачастую непрозрачный характер, что блокирует как эффективную профилактику проблемы безнадзорности, так и надлежащее правоприменение.

Для преодоления этого межотраслевого дисбаланса предлагается: 1) ввести детализированные целевые статьи и подстатьи расходов, четко разграничивающие финансирование отлова, стерилизации, содержания в приютах, ветеринарного обслуживания и эвтаназии; 2) принять целевые программы с четкими количественными и качественными индикаторами (KPI), увязанными с объемом финансирования (например, «стерилизация X % от учтенной популяции в год», «снижение числа нападений на Y %»); 3) закрепить на законодательном уровне механизмы софинансирования строительства и содержания приютов с привлечением бизнеса и зоозащитных НКО; 4) обеспечить обязательную публикацию детальных отчетов муниципалитетов и подрядных организаций об использовании выделенных средств с указанием количества обслуженных животных и проведенных мероприятий.

В заключение важно отметить, что только создание устойчивого, прозрачного и адекватного бюджетного механизма сможет наполнить реальным содержанием правовые нормы о защите животных и обеспечить переход от деклараций к практической реализации принципов гуманности и ответственности.

#### ***Библиографический список***

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // Рос. газета. 1993. 25 дек. № 237; Официальный интернет-портал правовой информации [pravo.gov.ru](http://pravo.gov.ru).
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.05.2024) // СЗ РФ. 1996. 17 июня. № 25; Рос. газета. 2024. 3 июня. № 119.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 29.05.2024) // Рос. газета. 2001. 31 дек. № 256; Рос. газета. 2024. 3 июня. № 119.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024, с изм. от 31.10.2024) // СЗ РФ. 1994. 5 дек. № 32. Ст. 3301. Официальный интернет-портал правовой информации [pravo.gov.ru](http://pravo.gov.ru).

5. Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 27.12.2018 № 498-ФЗ (ред. от 28.04.2023) // Рос. газета. 2018. 28 дек. № 95; Рос. газета. 2023. 3 мая. № 95.
6. О животном мире: Федеральный закон от 24.04.1995 № 52-ФЗ (ред. от 13.06.2023) // СЗ РФ. 1995. № 17; СЗ РФ. 2023. № 25. Ст. 4436.
7. Об областном бюджете на 2025 год и плановый период 2026 и 2027 годов: Закон от 20.12.2024 № 70-ОЗ (ред. от 01.10.2025) // Официальный портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 12.12.2024).
8. О бюджете города Иванова на 2025 год и плановый период 2026 и 2027 годов: Решение от 18.12.2024 № 637 // Рабочий край. 2024. 28 фев. № 8.

*Информация об авторе / Information about the author*

**Безлепкин Максим Олегович** – студент магистратуры, направление подготовки «Юриспруденция», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [maxim.bezlepin.37@gmail.com](mailto:maxim.bezlepin.37@gmail.com)

**Bezlepin Maksim Olegovich** – Master's degree student, field of study «Jurisprudence», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [maxim.bezlepin.37@gmail.com](mailto:maxim.bezlepin.37@gmail.com)



УДК 339.146:791.4

Е. А. Мокеева

**ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ЭКОСИСТЕМ  
КАК ПОДХОДА К РАЗВИТИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ КИНОБИЗНЕСА**

**Аннотация.** В статье рассматривается возможность применения концепции бизнес-экосистем к рынку кинобизнеса. Проанализированы теоретические подходы к определению экосистемы в экономике, выделены ключевые признаки и характеристики, структура и типы бизнес-экосистем. Исследованы примеры функционирования экосистем в различных отраслях, в том числе рассмотрены примеры крупных российских экосистем (Сбер, Яндекс, ВК) и их возможности выхода на международные рынки. Предложены каналы взаимодействия и создания ценности для кинобизнеса в рамках экосистемного подхода. Предлагается авторское определение экосистемы для кинобизнеса – Киноцентричная экосистема ценности.

**Ключевые слова:** бизнес-экосистема, экономические отношения, кинобизнес, цифровизация, стриминговые платформы, региональное кино, создание ценности, многосторонние отношения, киноцентричная экосистема ценности.

Е. А. Mokeeva

**POSSIBILITY OF APPLYING THE ECOSYSTEM CONCEPT  
AS AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC  
RELATIONS IN THE FILM BUSINESS MARKET**

**Abstract.** The article examines the possibility of applying the concept of business ecosystems to the film business market. Theoretical approaches to defining an ecosystem in the context of economics are analyzed, and key features and characteristics, as well as the structure and types of business ecosystems, are identified. Examples of ecosystem functioning in various industries are explored, including major Russian ecosystems (Sber, Yandex, VK) and their potential for entering international markets. Channels of interaction and value creation for the film business within an ecosystem approach are proposed. The author introduces a new definition of an ecosystem for the film business – a Film-centric Value Ecosystem.

**Key words:** business ecosystem, economic relations, film business, digitalization, streaming platforms, regional cinema, value creation, multi-sided relationships, film-centric value ecosystem.

В условиях современной экономики, характеризующейся цифровизацией, глобализацией и усилением конкуренции, традиционные модели ведения бизнеса претерпевают значительные изменения. Концепция бизнес-экосистем, зародившаяся в последние десятилетия, становится все более востребованным аналитическим и стратегическим инструментом для развития экономических отношений в различных отраслях. Эта концепция предполагает отказ от восприятия рынка как совокупности отдельных конкурирующих фирм и переход к рассмотрению его как сети взаимосвязанных и взаимозави-

симых акторов, совместно создающих, поставляющих и присваивающих ценность для конечного потребителя. В контексте рынка кинобизнеса, характеризующегося спецификой производства, дистрибуции и потребления контента, применение экосистемного подхода может открыть новые перспективы для развития экономических отношений. В частности, данный подход может повысить эффективность сотрудничества между участниками, оптимизировать процессы создания, продвижения и монетизации кинопродукции, а также расширить аудиторию и повысить ее лояльность.

Изначально термин «экосистема» применялся в экологии для описания взаимосвязей между живыми организмами и окружающей средой. Однако, в последние десятилетия эта концепция была успешно адаптирована для анализа экономических систем. Одним из первых исследователей, применивших экосистемный подход к бизнесу, был Джеймс Мур, который в 1993 году предложил рассматривать компании не как изолированных игроков, а как часть бизнес-экосистемы, включающей различные отрасли и объединяющей ресурсы вокруг инноваций [3]. Похожие идеи развивал К. Ронг, рассматривавший экосистему как взаимозависимое сообщество, создающее единый проект через налаженные связи. Развивая эти идеи, М. Янсити и Р. Левайен предложили рамки анализа «здоровья» экосистемы (продуктивность, устойчивость, создание ниш) и роли участников в ней [2]. Дж. Вальдес рассматривал экосистему в контексте предпринимательства, а Д. Джексон определил ее как динамичную экономическую модель сложных отношений между участниками для развития технологий и инноваций. Р. Аднер и Д. Айзенберг в своих трудах обратили внимание на создание ценности в экосистемах, а М. Якобидес акцентировал важность выстраивания партнерских и равных взаимоотношений между участниками экосистемы в горизонтальной плоскости, которые переходят к динамическим и процессным взаимодействиям, создающим ценность.

В экономической литературе выделяется два основных теоретических подхода к пониманию экосистемы в экономике: «экосистема как среда бизнеса» и «экосистема как модель бизнеса». Ряд современных ученых рассматривают экосистему как мезо- и макроэкономическую категорию. Также цифровую бизнес-экосистему рассматривают как комплексную модель, базирующуюся на программном обеспечении и объединяющую множество участников [1].

В целом, анализ теоретических подходов к концепции экосистем в экономике позволяет выделить следующие **фундаментальные признаки экосистемы**:

- 1) Многоуровневая структура участников. Экосистема включает производителей, посредников, клиентов, поставщиков технологий, институты развития, органы власти и конечных потребителей.
- 2) Наличие лидера (оркестратора). Ключевая фирма формирует архитектуру взаимодействий, стандарты обмена и стратегические приоритеты.
- 3) Создание и совместное распределение ценности. Главная цель экосистемы – не только извлечение прибыли, но и повышение общей ценности для всех участников.
- 4) Динамичность и самоорганизация. Экосистема постоянно адаптируется к изменениям среды, включая цифровизацию, изменение спроса и технологические инновации.

5) Институциональная и цифровая интеграция. Экосистемы всё чаще функционируют на базе цифровых платформ, которые обеспечивают взаимодействие и прозрачность данных.

6) Модульный принцип. Отдельные элементы предложений экосистемы могут разрабатываться ее участниками независимо друг от друга, но при этом функционировать как единое целое. Потребитель сам решает какие именно предложения будет использовать.

7) Адаптация. Участники экосистемы вынуждены подстраиваться под единую концепцию и вносить вклад в решение общей единой задачи, а их продукты должны быть взаимно совместимыми.

8) Многосторонние отношения (взаимозависимость). Все участники зависят друг от друга.

9) Координация. В экосистемах используют механизмы координации всех процессов через внедрение общих (согласованных) стандартов и определенных правил.

В научной литературе выделяют два ключевых подхода к пониманию бизнес-экосистем: структурный подход (анализ ролей, взаимозависимостей и архитектуры экосистемы как системы связей) и платформенный подход (акцент на цифровых платформах, обеспечивающих многослойные взаимодействия и сетевые эффекты).

Из анализа выше следует вывод, что существует большое многообразие подходов к пониманию экосистемы, акцентируя внимание на различных критериях, до сих пор отсутствует единое значение термина. Существующие определения экосистемы, как правило, акцентируют внимание на общих принципах взаимодействия между участниками рынка, создании и распределении ценности. Однако, применительно к кинобизнесу, необходимо учитывать специфику этой отрасли,

связанную с производством и потреблением уникального культурного контента.

Рассматривая возможность применения экосистемного подхода на рынке кинобизнеса, авторами статьи предлагается понимать под экосистемой **Киноцентричную экосистему ценности (авторский термин)**. Этот термин акцентирует внимание на двух ключевых аспектах:

1) **Центрированность вокруг кино:** в отличие от широкого понимания экосистемы как просто совокупности взаимосвязанных элементов, КЭЦ подразумевает, что кино (фильм, кинотеатр, кинематографический опыт) является ядром и драйвером всей системы. Именно кино/кинотеатр определяет потребности и формирует ценность для потребителя.

2) **Создание ценности:** КЭЦ не просто сеть партнеров, а активная система создания ценности для потребителя посредством интеграции услуг, товаров и впечатлений, тесно связанных с кинематографическим опытом. Эта ценность выходит за рамки просто просмотра фильма и включает в себя все, что окружает этот процесс: от выбора кинотеатра и покупки билетов до обсуждения фильма после просмотра, приобретения сувенирной продукции, посещения тематического мероприятия или гастрономического ужина в ресторане с предложением меню, специально разработанным по мотивам конкретного фильма (например, к выходу премьеры).

Концепция «Киноцентричной экосистемы ценности» (КЭЦ), предложенная в рамках данного исследования, представляет собой отличный от

традиционных подходов к формированию экосистем взгляд на кинобизнес. Ключевым отличием является ярко выраженная киноцентричность, в отличие от более широких трактовок, где экосистема может быть ориентирована на различные продукты или платформы. КЭЦ ставит в ядро системы кинопроект и кинематографический опыт, что определяет структуру взаимоотношений и стратегические цели всех участников.

Более того, в отличие от традиционных экосистем, ориентированных преимущественно на экономическую выгоду, КЭЦ признает и интегрирует социокультурное значение кино. Помимо экономических показателей, акцент делается на создании и распространении культурных ценностей, оказании влияния на аудиторию и развитии локальной идентичности, что особенно актуально для региональных кинотеатров. Существенным отличием является и трансформация роли зрителя. В традиционных экосистемах он рассматривается преимущественно как потребитель конечного продукта, в то время как в КЭЦ он становится активным участником формирования и продвижения контента. Зритель вовлекается в процесс создания кинематографического опыта посредством краудфандинга, отзывов и рекомендаций. Персонализация и бесшовность опыта выступают еще одним отличительным признаком КЭЦ. В отличие от предложений, ориентированных на стандартизированный продукт, КЭЦ стремится к созданию индивидуализированного кинематографического опыта за счет интеграции различных элементов, таких как бронирование билетов, заказ еды, интерактивное общение с другими зрителями и участие в тематических мероприятиях. В контексте региональных кинотеатров концепция КЭЦ приобретает особую значимость благодаря акценту на продвижение локальной идентичности. В отличие от экосистем, игнорирующих региональные особенности, КЭЦ интегрирует местные организации и инициативы, продвигая местную культуру и искусство посредством демонстрации фильмов местного производства, организации региональных фестивалей и поддержки местных творческих деятелей. Таким образом, КЭЦ представляет собой комплексную систему, в которой каждый элемент, от локального производителя до блогера, создает уникальный и ценный кинематографический опыт, обогащая как зрителей, так и регион в целом. Взаимовыгодное сотрудничество и учет интереса всех заинтересованных сторон, в отличие от традиционной ориентации на достижение экономической выгоды, выступают ключевыми аспектами

Современный бизнес все больше склоняется к созданию экосистем, объединяющих различные продукты и сервисы для удовлетворения широкого спектра потребностей клиентов. Российские компании, такие как Сбер, Яндекс, ВК, Тинькофф, Mail.ru (VK), Валберис и Озон, активно развивают собственные экосистемы, стремясь к доминированию на рынке и расширению своего влияния, в том числе и за пределами России.

– **Экосистема Сбера** – это разветвленная сеть сервисов, в которую входит свыше 50 компаний, функционирующих на единой цифровой платформе. В центре экосистемы Сбера находится клиент с его ежедневными потребностями – от желания вкусно пообедать или посмотреть фильм до необходимости отправить посылку. Также направления развития экосистемы – это услуги для государства и бизнеса. Экосистема Сбера организована по принципу модульной структуры, состоящей из финансовых сервисов, ритейла и доставки,

здоровья и благополучия, образования и развития, технологий и инноваций, недвижимости и городской среды, развлечений и медиа [4].

– **Экосистема Яндекса** берет свое начало в конце 1990-х годов с запуска поисковой системы. Стратегия развития компании была направлена на удовлетворение широкого спектра потребностей пользователей и создание замкнутого цикла взаимодействия внутри экосистемы. Яндекс имеет присутствие в странах СНГ, а также развивает технологические решения для международного рынка. Можно выделить следующие 7 ключевых блоков, формирующих структуру экосистемы Яндекса: поиск и информационные сервисы, транспорт и логистика, электронная коммерция, развлечения и медиа, сервисы для бизнеса, образование, Алиса и устройства [5]. Ключевой особенностью продуктов Яндекса является их адаптивность и нацеленность на конечного пользователя посредством учёта их потребностей и поведения в интернете.

– С 2021 года компания **ВК** развивает экосистему вокруг бренда и социальной сети «ВКонтакте». На её основе создаются мини-аппы, собственный платёжный сервис, приложения для доставки, заказов и даже свой голосовой помощник.

Анализ успешных бизнес-экосистем позволяет выделить следующие общие черты: в центре экосистемы потребитель, которого стремятся удержать в рамках своей экосистемы, использование различных цифровых сервисов от музыки до такси, все сервисы активно развиваются, в том числе на основе искусственного интеллекта, формирование экосистем из онлайн или офлайн-платформ.

Также существует следующая структура, присущая экосистеме.

- 1) **Ядро (Платформодержатель).** Владельцы цифровой платформы.
- 2) **Платформа.** Технологическая инфраструктура
- 3) **Сервисный уровень.** Финтех, платёжные сервисы, маркетплейсы, стриминг, доставка, облачные хранилища, аналитика.
- 4) **Участники экосистемы. Первичные партнеры и Вторичные участники,** и Пользователи, потребители, создатели контента.
- 5) **Институциональная среда.** Государство, отраслевые ассоциации, правовые стандарты и нормативы.

Относительно отрасли кинобизнеса тема экосистем проработана слабо, практически отсутствуют работы по данной проблематике касающиеся построения модели экосистемы экономических отношений отдельных акторов на рынке кинобизнеса. Общие положения, исследуемые автором, могут быть применимы и к кинобизнесу (понятие экосистемы, связей/потоков, акторов и инфраструктуры).

В контексте рынка кинобизнеса, применение экосистемного подхода может открыть новые возможности для развития экономических отношений в следующих направлениях:

• **Анализ структуры рынка:** Экосистемный подход позволяет рассматривать кинобизнес как сложную систему взаимосвязанных элементов, включающую киностудии, дистрибьюторов, кинотеатры, стриминговые платформы, рекламные агентства, зрителей и др. Анализ структуры экосистемы позволяет выделить ключевые роли участников, их взаимозависимости и каналы создания ценности.

• **Определение лидеров экосистемы:** В каждой экосистеме обычно присутствует лидер (оркестратор), который формирует архитектуру взаимодействий, устанавливает стандарты и определяет стратегические приоритеты. На рынке кинобизнеса роль лидера могут выполнять крупные киностудии, стриминговые платформы или инвестиционные фонды, обладающие достаточным капиталом, ресурсами и экспертизой для координации деятельности других участников, в зависимости от целей и задач, роль оркестратора также может выполнять любая отдельная компания, функционирующая на рынке кинобизнеса, например, кинотеатр.

• **Создание и совместное распределение ценности:** Экосистемный подход предполагает, что главная цель экосистемы – не только извлечение прибыли, но и повышение общей ценности для всех участников. На рынке кинобизнеса это может выражаться в создании качественного контента, расширении аудитории, повышении лояльности зрителей, оптимизации процессов производства и дистрибуции, а также в стимулировании инноваций и развития новых технологий.

• **Развитие многосторонних отношений:** Экосистемный подход предполагает установление многосторонних отношений между участниками, основанных на взаимозависимости, доверии и сотрудничестве. На рынке кинобизнеса это может выражаться в создании совместных проектов, обмене опытом, ресурсами и информацией, а также в разработке общих стратегий развития.

Среди преимуществ применения экосистемного подхода можно выделить: ускоренное масштабирование и сетевые эффекты, диверсификация доходов и снижение рисков отраслевых шоков и т. д.

Однако у данного подхода существуют также и риски, к которым можно отнести: риск монополизации, при изменении правил партнеры могут потерять бизнес-модель, вопросы приватности данных.

Концепция бизнес-экосистем, и в частности, предложенная автором концепция **Киноцентричной экосистемы ценности**, представляет собой перспективный подход к развитию экономических отношений на рынке кинобизнеса. Применение экосистемного подхода позволяет рассматривать кинобизнес как сложную систему взаимосвязанных элементов, определять ключевые роли участников, создавать и совместно распределять ценность, как экономическую, так и социокультурную, а также развивать многосторонние отношения. Все это может способствовать повышению эффективности сотрудничества между участниками, оптимизации процессов создания, продвижения и монетизации кинопродукции, а также расширению аудитории и повышению ее лояльности.

Однако, внедрение экосистемного подхода на рынке кинобизнеса требует учета специфики данной отрасли, а также анализа потенциальных рисков и ограничений. В частности, необходимо обеспечить баланс между сотрудничеством и конкуренцией, разработать эффективные механизмы координации деятельности участников, а также защитить интересы потребителей и малых предприятий.

Таким образом, необходима дальнейшая разработка теоретических и практических аспектов применения экосистемного подхода на рынке кинобизнеса.

***Библиографический список***

1. Вернерфельт Б. Ресурсная теория фирмы // Журнал стратегического управления. 1984. Т. 5, № 2. С. 171–180.
2. Иансити М., Левин Р. Ключевое преимущество: что новейшие компании знают о создании ценности. М.: Издательство Гарвардской бизнес-школы, 2004. 311 с.
3. Мур Дж. Ф. Хищники и жертвы: новая экология конкуренции // Гарвардское деловое обозрение. 1993. Т. 71, № 3. С. 75–86.
4. Экосистема Сбера: Это что такое. URL: <https://ssl-team.com/blog/ekosistema-sbera-eto-chto-takoe/> (дата обращения: 17.11.2025).
5. Экосистема Яндекс: что такое, особенности, преимущества. Яндекс. Как работает. URL: <https://skyeng.ru/magazine/wiki/it-industriya/chto-takoe-ekosistema-iandeks/> (дата обращения: 17.11.2025).

***Информация об авторе / Information about the author***

**Мокеева Елена Александровна** – студентка магистратуры, направление подготовки «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [el\\_a\\_mo@mail.ru](mailto:el_a_mo@mail.ru)

**Mokeeva Elena Aleksandrovna** – a graduate student in the field of «Firm Economics and Foreign Economic Activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [el\\_a\\_mo@mail.ru](mailto:el_a_mo@mail.ru)

УДК 004.89

*Н. А. Сахарова, Д. А. Смирнов*

## **ИНТЕГРАЦИЯ ТАКСОНОМИЧЕСКОГО КОДА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

**Аннотация.** В работе продемонстрирован подход к персонализации обучения с помощью таксономий Блума и SOLO, дополненных возможностями искусственного интеллекта. Данный метод направлен на адаптацию образовательных практик для студентов различных направлений подготовки, особенно в условиях преподавания потоковых дисциплин. Авторы предлагают архитектуру эффективного промпта, способствующего генерации результатов обучения, учитывающих специфику конкретного направления подготовки студентов. Предлагаемый подход помогает существенно оптимизировать трудозатраты преподавателей, обеспечивая индивидуальный подход и повышая качество образовательного процесса.

**Ключевые слова:** персонализация обучения, таксономия Блума, таксономия SOLO, искусственный интеллект, потоковые дисциплины, качество образования.

*N. A. Sakharova, D. A. Smirnov*

## **INTEGRATION OF TAXONOMIC CODE INTO EDUCATIONAL PRACTICES IN THE ERA OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE**

**Abstract.** The paper demonstrates an approach to personalizing education using Bloom's and SOLO taxonomies enhanced by artificial intelligence capabilities. This method is aimed at adapting educational practices for students from various fields of study, particularly in the context of teaching general courses. The authors propose an architecture for effective prompts that facilitate the generation of learning outcomes tailored to specific areas of preparation. The proposed approach significantly optimizes teachers' workload while ensuring an individualized approach and enhancing the quality of the educational process.

**Key words:** personalization of learning, Bloom's taxonomy, SOLO taxonomy, artificial intelligence, streaming disciplines, quality of education.

Система образования в эпоху активного внедрения новейших технологий на базе искусственного интеллекта (ИИ) претерпевает видимые изменения. Задача заключается в интеграции ИИ в учебный процесс с целью оптимизации ряда задач, которые выполняет преподаватель при работе с конкретной учебной дисциплиной.

В настоящей работе авторами продемонстрирован подход по применению известных таксономий Блума и SOLO в синергии с нейронными сетями для разработки промптов, позволяющих генерировать требования к результатам оценивания по конкретной дисциплине и предлагать варианты каче-



ственных и количественных критериев с учетом действующей балльно-рейтинговой системы оценки.

Выбор указанных таксономий является не случайным. Эти модели позволяют структурировать образовательные цели и оценивать достижения студентов по различным уровням знаний и навыков, особенно в потоковых дисциплинах. Но при этом они осуществляют это по разным принципам [1].

Преподавание потоковых дисциплин направлено на формирование у студентов универсальных компетенций, необходимых для любой профессиональной деятельности. Однако часто возникает проблема, когда студенты задаются вопросом о практической применимости получаемых знаний в своей будущей профессии. Для решения этой проблемы перед преподавателем стоит задача разработки индивидуального пакета заданий и форм их оценивания, которые позволят студентам лучше понять и применить полученные знания в контексте своего направления.

Создание большого количества персонализированных заданий требует значительных временных затрат и усилий со стороны преподавателя. Поэтому возникает необходимость привлечения технологий ИИ в сочетании с известными таксономиями [2]. Использование таких инструментов позволяет автоматизировать процесс создания индивидуальных заданий и повысить эффективность обучения, делая его более целенаправленным и соответствующим потребностям каждого студента.

Основной задачей настоящего исследования является создание модели интеграции таксономии Блума и SOLO в образовательные практики с применением ИИ и разработка архитектуры текстового запроса (промпта) для автоматизации процесса генерирования результата оценивания под конкретный уровень знаний и навыков в рамках изучаемой дисциплины.

На первом этапе авторами выбраны потоковые дисциплины из числа преподаваемых, например, «Защита интеллектуальной собственности» – кругозорная дисциплина для бакалавров 4 курса направлений подготовки: 07.03.01 «Архитектура», направленность «Архитектурное проектирование городской среды», 09.03.02 «Информационные системы и технологии», направленность «Информационные технологии в дизайне», 29.03.02 «Технологии и проектирование текстильных изделий», направленность «Инновационные текстильные технологии», 29.03.05 «Конструирование изделий легкой промышленности», направленность «Дизайн и производство современной одежды».

За данной дисциплиной закреплена компетенция ДПК-1: способен решать профессиональные задачи с помощью знаний, приобретенных в процессе формирования индивидуальной образовательной траектории. Однако она не детализирует четкую привязку к конкретному направлению подготовки, что создает определенные трудности для обучающихся. Им становится сложнее увидеть прямую связь между теоретическими знаниями и практическим применением полученных знаний, умений и навыков в своей будущей профессии. Поэтому перед преподавателем встает важная задача – разработать такие фонды оценочных средств и результаты оценивания, которые помогут студентам понять и применять знания с учетом особенностей их направления. Таким образом, требуется индивидуализировать подход к обучению.

Одним из эффективных решений является использование ИИ для генерации промптов, которые помогают структурировать задания и критерии оценивания.

ИИ позволяет создавать промпты в форме текстовых запросов, но каждый раз их набор требует времени. Чтобы автоматизировать этот процесс, на языке Python был разработан программный код для автоматического генерирования промптов с заданными характеристиками. В промпт включены: информация о направлении подготовки в формулировке [*Я специалист в области ...*], название дисциплины [*изучающий дисциплину ...*]; компетенция с детализацией дескрипторов, формула определения результата оценивания  $PO = \text{Действие} + \text{Объект} + \text{Контекст}$ , с использованием определенных навыков дисциплины [*укажи в соответствии с формулой результат оценивания ...*] уровни по таксономии Блума [*в соответствии с уровнями таксономии Блума: запоминание, понимание, применение, анализ, оценка, создание*] / уровни по таксономии SOLO [*в соответствии с уровнями таксономии SOLO: предструктурный, одноструктурный, многоструктурный, реляционный, расширенный абстрактный*].

Через программный код данные характеристики для рассматриваемой дисциплины и направления подготовки 29.03.05 «Конструирование изделий легкой промышленности» были заведены и получен итоговый промпт, по которому сгенерированы результаты оценивания на примере таксономией Блума (уровень «создавать») и SOLO (уровень «реляционный») (см. табл.).

**Пример сгенерированных результатов оценивания  
по таксономии Блума и SOLO**

Таксономия	Блума	SOLO
Уровень по таксономии	создавать	реляционный
Примеры сгенерированных результатов оценивания	<p>умение студента применять полученные знания и технологии для создания новых объектов интеллектуальной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создание инновационного дизайна модели одежды с использованием современных 3D-технологий, включающих создание виртуальных макетов</li> </ul>	<p>акцент на способность связывать и интегрировать отдельные элементы знаний в целостную систему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создание цифровой коллекции одежды с включением базовых элементов, таких как принты и конструкции, с учётом требований патентного права;</li> <li>– разработка стратегии защиты интеллектуальной собственности для цифровых моделей, созданных в рамках проекта;</li> <li>– интеграция информации о защите авторских прав в дизайн новой линии одежды, коммерчески ориентированной</li> </ul>

Качественные критерии оценивания	<p>1) Эссе: письменное обоснование процесса создания модели одежды и её адаптации к задачам коммерциализации. Пример: «Опишите, как созданная вами модель одежды отвечает требованиям современного рынка».</p> <p>2) Проект: подготовка презентации коллекции с визуальными примерами, описанием методов защиты интеллектуальной собственности и стратегий коммерциализации.</p> <p>3) Оценка по кейсу: представление кейсов реальных задач. Пример: «Разработайте стратегию защиты авторских прав для принта, созданного с помощью нейронной сети, на международном рынке».</p> <p>4) Оценка портфолио: оценка выполненных проектов с акцентом на их оригинальность, технологичность, пригодность к защите прав</p>	<p>1) Проектная работа: разработка коллекции с описанием методов защиты интеллектуальной собственности, включая правовые аспекты.</p> <p>2) Эссе: Темы: «Анализ и защита оригинальности созданного дизайна одежды». «Роль интеллектуальной собственности в коммерциализации модной индустрии».</p> <p>3) Презентация проекта: Представление разработанной модели (цифровая или реальная) с описанием её уникальности, технологичности и правовых аспектов защиты.</p>
Количественные критерии оценивания	Текст	Тест, кейс-метод

В таблице также приведены качественные и количественные критерии оценивания под сгенерированные результаты.

Программные алгоритмы, основанные на таксономиях Блума и SOLO, позволяют преподавателям продумывать структуру промптов таким образом, чтобы они соответствовали различным уровням сложности, глубине освоения материала и конкретному направлению подготовки обучающихся.

Такой подход имеет следующие преимущества:

– персонализация обучения: ИИ помогает создавать задания, адаптированные под индивидуальные потребности студентов, исходя из их будущих профессий;

– оптимизация работы преподавателя: автоматизация процесса генерации промптов снижает временные затраты на разработку заданий и критериев оценивания;

– соответствие образовательным стандартам: таксономии Блума и SOLO обеспечивают высокий уровень соответствия образовательных целей требованиям государственных стандартов;

– повышение мотивации студентов: индивидуальные задания, направленные на применение знаний в реальных профессиональных контекстах, способствуют повышению интереса и вовлеченности студентов в учебный процесс.

Таким образом, использование ИИ в образовании открывает широкие перспективы для развития персонализированной системы обучения, позволяя студентам эффективно применять полученные знания в своей профессиональной деятельности.

#### ***Библиографический список***

1. Кернякевич П. С., Земцова Л. В. Особенности использования таксономии в образовательном процессе // Современное образование: повышение конкурентоспособности университетов: материалы междунар. науч.-метод. конф.: в 2 ч. Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2021. Ч. 1. С. 173–178.
2. Сахарова А. В. Таксономии и научные коммуникации: социокультурный подход к научным классификациям // Философский журнал = Philosophy Journal. 2024. Т. 17. № 4. С. 144–156.

#### ***Информация об авторах / Information about the authors***

**Сахарова Наталия Александровна** – кандидат технических наук, доцент кафедры конструирования швейных изделий, начальник отдела аспирантуры и докторантуры, Ивановский государственный политехнический университет, г. Иваново, Россия, natal\_77@bk.ru

**Sakharova Nataliya Aleksandrovna** – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Design of Garments, Head of the Department of Postgraduate and Doctoral Studies, Ivanovo State Polytechnic University, Ivanovo, Russia, natal\_77@bk.ru

**Смирнов Дмитрий Александрович** – доктор исторических наук, заведующий кафедрой философии и социально-гуманитарных дисциплин, Ивановский государственный политехнический университет, г. Иваново, Россия, d-smirnov@mail.ru

**Smirnov Dmitry Alexandrovich** – Doctor of Historical Sciences, Head of the Department of Philosophy and Socio-Humanitarian Disciplines, Ivanovo State Polytechnic University, Ivanovo, Russia, d-smirnov@mail.ru

УДК 339.16:347.7

В. А. Толдин

**МАРКЕТПЛЕЙС КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПРАВОВОЕ  
ЯВЛЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Аннотация.** Поставлен вопрос разбора маркетплейсов как экономического и правового явления в Российской Федерации. Особое внимание уделяется особенностям маркетплейса в России. В статье анализируется международное и внутригосударственное законодательство о регулировании отношений с маркетплейсами. Делается вывод о значимости маркетплейсов в России, а также прослеживаются новые законодательные тенденции в сфере регулирования маркетплейсов.

**Ключевые слова:** торговля, цифровые торговые площадки, защита прав потребителей, потребительские отношения, маркетплейс, законодательство Российской Федерации.

V. A. Toldin

**MARKETPLACE AS AN ECONOMIC AND LEGAL  
PHENOMENON IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**Abstract.** The issue of marketplaces analysis as an economic and legal phenomenon in the Russian Federation is raised. Special attention is paid to the specifics of the functioning of the marketplace in Russia. The article analyzes international and domestic legislation on the regulation of marketplace relations. The conclusion is made about the importance of marketplaces in Russia, as well as about new legislative trends in the field of marketplace regulation.

**Key words:** trading, digital trading platforms, consumer protection, consumer relations, marketplace, legislation of the Russian Federation.

Маркетплейсы стали важным элементом экономики России, трансформируя потребительские привычки и создавая новые возможности для бизнеса. В данной статье я рассмотрю ключевые аспекты маркетплейса в Российской Федерации.

Начнем непосредственно с разбора маркетплейса как экономического явления.

Маркетплейс как экономическое явление – это онлайн-платформа, которая объединяет продавцов и покупателей, предоставляя им место для заключения сделок. В отличие от традиционных интернет-магазинов, маркетплейсы не продают товары напрямую, а предоставляют инфраструктуру для торговли множеству независимых продавцов.

Рост объема рекламы на маркетплейсах в 2024 году стал возможен благодаря изменению потребительских привычек: 79 % россиян хотя бы раз в месяц совершают покупки на маркетплейсах, а 48 % делают это ежедневно

Можно выделить особенности влияния маркетплейсов на экономику страны:

1) Стимулирование малого и среднего бизнеса. Выход на рынок становится проще, так как начинающим предпринимателям не нужно тратить большие суммы на рекламу, чтобы привлечь клиентов. Более 90 % продавцов на маркетплейсах – индивидуальные предприниматели и самозанятые.

2) Развитие сферы электронной коммерции. Люди могут совершать сделки купли-продажи через интернет, что особенно актуально в последние годы.

3) Рост экспорта продукции. Маркетплейсы помогают малому и среднему бизнесу продавать не только на внутреннем рынке, но и за его пределами.

4) Создание новых рабочих мест. Рост маркетплейсов сопровождается увеличением рабочих мест, что благоприятно влияет на сферу борьбы с безработицей. Таким образом, только на пунктах выдачи заказов трех главных российских маркетплейсов – Вайлдберриз, Озон и Яндекс Маркет – в 2022 году работают несколько десятков тысяч человек. И с каждым годом эта цифра растет, как и растет число ПВЗ. Так благодаря электронным площадкам, в стране появился целый ряд новых профессий – от менеджеров маркетплейсов до онлайн-предпринимателей. Примерно 1,2 млн россиян ведут свою деятельность в e-com и большая часть из них – индивидуальные предприниматели.

5) Стимулирование инноваций и развития технологий. Большая конкуренция на платформе мотивирует производителей создавать более качественные товары по более низким ценам, внедрять в производство инновации и перерабатывающие технологии.

6) Расширение возможностей международной торговли. Платформы позволяют продавцам и покупателям из разных стран взаимодействовать и совершать сделки, тем самым способствуя развитию экспорта и импорта.

Однако у маркетплейсов есть не только положительные качества, но и негативные, которые могут стать причиной отказа как потребителей, так и производителей от их использования. На маркетплейсах достаточно высокий уровень конкуренции, что может привести к необходимости снижения цены на товары. Это не выгодно для продавцов, которым трудно поддерживать прибыльность бизнеса, однако для покупателя это остается преимуществом. Из-за наличия на платформе огромного количества продукции нет возможности контролировать качество каждой единицы, вследствие чего на платформе могут оказаться подделки, некачественные и поврежденные товары, что отрицательно сказывается на репутации как отдельных производителей, так и самого маркетплейса. А успех продавца во многом зависит от репутации самой платформы: если она теряет востребованность, то и производители будут терять клиентов и прибыль. Продавцы находятся в прямой зависимости от маркетплейса: они не имеют полного контроля над своим бизнесом и могут быть подвержены изменениям в ее политике или сбоям в работе системы, что может негативно повлиять на их продажи. Платформы имеют собственную политику возврата и гарантий, которая может быть невыгодной для продавцов, однако они вынуждены работать в соответствии с ней, принимать возвраты и возмещать стоимость, даже если товар был использован или поврежден. Кроме того, маркетплейсы чаще всего берут высокую комиссию с поставщиков за размещение товаров. Такие условия могут снизить прибыльность продаж и ограничить возможности роста производства. Шаблонный вид платформы не позволяет бренду создать уникальный индивиду-

альный образ бренда, не дает возможность выделиться среди других. Помимо этого, выбор потребителя практически всегда основан на отзывах, которые оставляют другие покупатели. В некоторых случаях отзывы могут быть ненастоящими, неправдивыми, например, написанными конкурентами, для снижения рейтинга продукции. Субъективный фактор также влияет на оценку: для различных людей один и тот же товар может иметь абсолютно разную ценность, может соответствовать их представлениям или нет, так как у всех людей ввиду несхожего финансового положения разное понимание соотношения цены и качества. Это может негативно сказаться на показателях продавца, его репутации и продажах. К тому же, довольно часто возникают проблемы с обслуживанием клиентов. Посылка может потеряться во время доставки, сортировки, ей может быть присвоен неправильный номер, из-за чего заказчик не получит ее. Также возникают ситуации, когда клиенты сталкиваются с вопросами, но им достаточно сложно получить оперативную и качественную обратную связь от продавца. Наконец, самая насущная проблема в настоящее время заключается в том, что риск мошенничества на маркетплейсах достигает высоких показателей как со стороны поставщиков, так и со стороны потребителей. Продавцы могут реализовывать поддельную продукцию за высокую цену, выдавая ее за настоящую и представляясь официальным брендом. Покупатели же могут попытаться вернуть уже использованный товар, подменить новый товар на старую похожую вещь и сдать ее вместо настоящего продукта или утверждать, что вовсе не получили его и требовать возмещения. От этого никто не застрахован, продавец понесет убытки за такую провернутую схему, а следующий покупатель получит вещь в плохом состоянии или получит вообще не ту вещь, которую хотел приобрести [13].

Маркетплейсы играют значительную роль в экономике России, они стали основой новой бизнес-модели – платформенной экономики.

Президент Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) Сергей Пискарев отметил, что с 2021 года доля маркетплейсов на рынке интернет-рекламы выросла с 5 % до 28 %.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), в 2024 году объем рынка рекламы на маркетплейсах достиг 380 млрд рублей, что на 130 % больше, чем в 2023 году.

Значение маркетплейса как экономического явления заключается в том, что он стал катализатором цифровой трансформации экономики, перераспределив рыночную власть от традиционных ритейлеров к платформам, которые управляют потоками данных, товаров и денег.

Это не просто инструмент для торговли, а новая рыночная инфраструктура, которая создает беспрецедентные возможности для бизнеса и потребителей, но одновременно порождает серьезные вызовы, требующие адаптации со стороны государства, общества и самих участников рынка.

Теперь необходимо разобрать сущность маркетплейса как правового явления.

Если говорить о международном уровне, то тут надо сказать о «Руководящих принципах для защиты интересов потребителей» (приняты 09.04.1985 Резолюцией 39/248 на 106-м пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН) и «Руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей» (приняты 22.12.2015 Резолюции-

ей 70/186 на 81-м пленарном заседании 70-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН) [2; 3].

Целями принятия документов года стали обеспечение справедливого отношения к потребителям и содействие развитию этических стандартов в бизнесе и государственной политике. Принципы защиты прав потребителей в этих резолюциях нашли свое отражение в законодательстве различных стран.

В российском праве перечень источников потребительских отношений довольно широк.

В первую очередь это Конституция РФ. Она гарантирует судебную защиту его прав и свобод [1].

Это и Гражданский Кодекс Российской Федерации, Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» и другие нормативные правовые акты.

Гражданский Кодекс Российской Федерации в статье 12 предусматривает способы защиты прав субъекта правоотношений [4].

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» предусматривает ключевые принципы в области потребительских отношений такие как право потребителей на безопасность товаров и услуг, право на достоверную информацию о продукте (ст. 8–10), право на обмен/возврат товара (ст. 25), право на бесплатное устранение недостатков (ст. 18, 29), ответственность продавца за некачественный товар/услугу (ст. 18, 29) [5].

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» закрепляет права потребителей. К таковым относятся выбор товара/услуги на конкурентной основе, компенсация убытков из-за некачественного товара, судебная защита (включая взыскание неустойки), общественная защита (через Роспотребнадзор, общества потребителей) [5].

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» – основа защиты прав граждан в сфере торговли и услуг. Он устанавливает жесткие требования к бизнесу и даёт потребителям эффективные механизмы отстаивания своих интересов.

На сегодня понятие «маркетплейс» не получило законодательного закрепления. Но в подзаконных актах все же можно найти понятие маркетплейса, а именно в «Стандартах по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов» 2023 года, где маркетплейс определяется через понятие агрегатора – онлайн-платформа владельца агрегатора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», позволяющая потребителю одновременно ознакомиться с предложением продавца товаров о заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом товаров договор купли-продажи, а также произвести оплату указанного товара путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов [10].

Таким образом, основным признаком маркетплейса как места совершения сделок розничной купли-продажи товаров является его посреднический характер. Посредничество маркетплейса является информационным, организационным и платежным (в форме платежного агрегатора) [12].

Другая особенность заключается в том, что маркетплейс фактически представляет собой веб-сайт или приложение для смартфона, который принадлежит организации (независимо от ее организационно-правовой формы)



или индивидуальному предпринимателю. При этом ряд законодателей различных государств отождествляют маркетплейс как вебсайт (мобильное приложение) с владельцем маркетплейса, что вызывает некоторые вопросы. Организация, владеющая маркетплейсом, является коммерческой, поскольку основная цель использования маркетплейса – извлечение прибыли.

И наконец, еще одна особенность состоит в том, что маркетплейс – это онлайн-платформа, которая предоставляет услуги по оплате товара или услуги, выступает своего рода гарантом осуществления сделки и, например, может удерживать денежные средства до фактического получения товара пользователем маркетплейса. Таким образом, мы видим здесь элемент эскроу-счета, так как происходит блокирование денежных средств пользователя до получения им товара (услуги) от продавца (исполнителя) [11].

Однако деятельность маркетплейсов регламентируется комплексом законов, которые формируют основу для функционирования цифровых торговых площадок и регламентируют отношения между маркетплейсами, продавцами и потребителями.

Множество федеральных законов регулируют отношения, связанные с маркетплейсами. К таковым законам относятся: Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» и многие другие.

Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» регулирует требования к рекламной информации, размещаемой на сайтах маркетплейсов: реклама не должна вводить в заблуждение, условия проведения скидок должны быть прозрачными) [6].

Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» регулирует предотвращение недобросовестной конкуренции между продавцами на маркетплейсах и соблюдение правил прозрачного доступа к рекламным и другим маркетинговым инструментам платформ [7].

Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» устанавливает требования к организации торговой деятельности, в том числе с использованием цифровых платформ.

Важно сказать, что в ближайшей перспективе, а именно 1 октября 2026 года вступит в силу Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» который будет регулировать отношения между операторами посреднических цифровых платформ, их партнёрами и пользователями в связи с продажей товаров, выполнением работ, оказанием услуг [8].

Можно выделить основные положения этого закона:

1) Правила оформления договоров. Маркетплейсы будут обязаны формировать и хранить договоры с продавцами и пунктами выдачи заказов (ПВЗ) не менее 3 лет.

2) Размещение товаров на маркетплейсах. Товары будут сопровождаться подробной информацией: разрешения, лицензии, сертификаты, сведения о соответствии качественным требованиям, маркировке и об обязательствах маркетплейса не выступать продавцом.

3) Проверка продавцов и контроль качества товаров. Маркетплейсы обязаны проверять легальность деятельности продавцов через официальные государственные реестры (ЕГРЮЛ, ЕГРИП, ЕСИА) перед заключением договора.

4) Скидки и ценообразование. Маркетплейсы смогут предлагать снижение цены товаров за счёт продавцов, но только с их согласия, которое должно быть получено не менее, чем за 5 рабочих дней.

5) Надзор за соблюдением требований. Надзор за соблюдением требований закона будет осуществлять Роскомнадзор.

6) Ответственность. Маркетплейсы не считаются продавцами и не несут ответственности за качество товаров – вся ответственность ложится на продавцов и ПВЗ, и это будет прописываться в договоре.

А также 1 октября 2026 года вступит в силу Федеральный закон от 31.07.2025 № 290-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который внесет изменения в отдельные законы, направленные на обеспечение безопасной цифровой среды и создание комплексного правового регулирования условий развития и функционирования платформ: Закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на территории Российской Федерации» [9].

Таким образом, можно подвести итоги.

1) Сегодня маркетплейсы являются крупными универсальными интернет-платформами, которые занимают существенное место в экономике России.

2) По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), объём российского рынка e-commerce в 2024 году превысил 6,8 трлн р., а к 2026 году, по прогнозам Data Insight, может достигнуть 10 трлн р.

3) Законодательство Российской Федерации адаптируется к современным реалиям и в скором времени будет регулировать отношения между операторами посреднических цифровых платформ, их партнёрами и пользователями в связи с продажей товаров, выполнением работ, оказанием услуг.

#### **Библиографический список**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 01.07.2020 № 11-ФКЗ) // СЗ РФ. 2020. № 31. Ст. 4398.
2. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» (приняты 09.04.1985 Резолюцией 39/248 на 106-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН) // Правовой сайт «Консультант Плюс». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=16082#09vq3USyEv3AH3a1>
3. Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей (приняты 22.12.2015 Резолюцией 70/186 на 81-ом пленарном заседании 70-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН) // Правовой сайт «Консультант Плюс». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=61871#YAGw3XUSbEBZMDPl>

4. Гражданский кодекс РФ. Ч. I. Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
5. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 07.07.2025) // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.
6. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 31.07.2025) // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.
7. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 24.06.2025) // СЗ РФ. 2006. № 31. Ст. 3434 (Ч. I).
8. Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ (вступит в силу 1 октября 2026 года).
9. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2025 № 290-ФЗ (вступит в силу 1 октября 2026 года).
10. Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов (утв. Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации, протокол от 03.10.2023 № 15-381) (подписаны 10.10.2023) // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс»
11. Аксенов В. А., Одинцов С. В. Правовая природа маркетплейсов // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2024. № 1. С. 5–21.
12. Васильева А. В. Проблема соблюдения прав потребителей в условиях дистанционной торговли через маркетплейсы // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2024. Т. 13, № 1. С. 139–145.
13. Власова Н. С., Аблаева Ж. И., Куник К. И., Кузнецова С. И. Маркетплейсы как модель электронной коммерции. Их роль в современной экономике и экономическая эффективность маркетплейсов // Естественно-гуманитарные исследования. 2024. № 1 (51). С. 92–97.

***Информация об авторе / Information about the author***

**Толдин Владимир Александрович** – студент магистратуры, направление подготовки «Юриспруденция», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, toldin02@list.ru

**Toldin Vladimir Alexandrovich** – Master's degree student, field of study «Jurisprudence», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, toldin02@list.ru

# МИКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

---

УДК 339.1

*Т. А. Денисова, И. С. Грязнов*

## ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические вопросы оценки экспортного потенциала предприятия. Уточняется понятие экспортного потенциала, особенности его оценки, структура, взаимосвязь с производственным, инновационным и финансовым потенциалом предприятия. Рассматриваются факторы, определяющие величину экспортного потенциала. Основные подходы, применяемые на практике для анализа экспортных возможностей предприятия. Приводится состав основных оценочных параметров. Определяются направления деятельности для роста экспортного потенциала российских машиностроительных предприятий, а также условия их практической реализации.

**Ключевые слова:** экспортный потенциал, оценка потенциала, зарубежные рынки, экспортная деятельность, факторы формирования экспортного потенциала.

*T. A. Denisova, I. S. Gryaznov*

## ASSESSMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF AN ENTERPRISE

**Abstract.** This article examines the theoretical aspects of assessing an enterprise's export potential. It clarifies the concept of export potential, the specifics of its assessment, its structure, and its relationship with the production, innovation, and financial potential of an enterprise. It examines the factors determining the magnitude of export potential and the main approaches applied in practice to analyze an enterprise's export potential. The composition of the key assessment parameters is presented. Areas of activity for increasing the export potential of Russian mechanical engineering enterprises are identified, as well as the conditions for their practical implementation.

**Key words:** export potential, potential assessment, foreign markets, export activities, factors shaping export potential.

В современных условиях усиления глобальной конкуренции проблема объективной оценки и развития экспортного потенциала отечественных предприятий приобретает стратегическое значение. Для российской экономики расширение экспорта продукции обрабатывающих производств является важным фактором устойчивого экономического роста. В связи с этим реализуются различные направления государственной поддержки экспортёров, направленные на повышение эффективности внешнеэкономической деятельности российских предприятий. Перспективы роста российского экспорта связаны с адаптационными решениями, среди которых особое значение имеет выбор новых зарубежных рынков, обеспечивающих более благоприятные конкурентные условия.

Понятие экспортного потенциала является многоаспектным, т. к. формируется за счёт совокупности факторов. В целом, на основе базового значения, экспортный потенциал можно определить как способность предприятия, региона или страны производить продукцию на экспорт [3, с. 399]. Это определяет, что экспортный потенциал является составляющей экономического потенциала, и данное понятие можно рассматривать применительно к экономическим системам разного уровня. В этом случае, экспортный потенциал может оцениваться на основе производственных возможностей хозяйствующего субъекта производить продукцию, которая может быть реализована на внешнем рынке, обеспечивая необходимый уровень рентабельности хозяйствующим субъектам, участвующим в производстве и реализации продукции.

Экспортный потенциал предприятия представляет собой совокупность его возможностей по выпуску конкурентоспособной продукции, соответствующей требованиям внешнего рынка, и по обеспечению устойчивого присутствия на нём. Экспортный потенциал может рассматриваться и на уровне региона, и на уровне страны.

Экспортный потенциал можно рассматривать как понятие относительное, т. к. возможности реализации продукции на зарубежных рынках необходимо оценивать относительно характеристик разных рынков, которые различаются по важнейшим параметрам. Поэтому товары, которые неконкурентоспособны на одних рынках, могут успешно экспортироваться в другие страны. Наибольшую сложность в разработке экспортной стратегии предприятия представляет выбор перспективных рынков и новых товаров. Это связано с тем, что у предприятия, как правило, недостаточно маркетинговой информации о зарубежных рынках.

Российские экспортёры могут уточнить информацию о зарубежных рынках в Российском экспортном центре, государственном экспортно-кредитном агентстве ЭКСАР, Российско-Азиатском Союзе промышленников и предпринимателей (РАСПП), Торгово-промышленной палате РФ, Торгово-промышленной палате по соответствующему региону РФ [1]. Данный этап работы является принципиально важным для получения правильных выводов об экспортном потенциале предприятия, т. к. неверный выбор направления развития экспортной деятельности снижает общие показатели эффективности деятельности предприятия.

Экспортный потенциал различается в зависимости от того, относительно какого временного интервала выполняется оценка. Можно выделить текущий и перспективный экспортный потенциал. Стратегическая оценка экспортного потенциала может отличаться от текущей за счёт реализации на предприятии перспективных программ развития, а также факторов, обеспечивающих увеличение экспортного потенциала региона или страны.

Величина экспортного потенциала является динамической характеристикой, т. к. возможности предприятия производить продукцию для зарубежного рынка могут измениться под влиянием как внешних, так и внутренних факторов. Внешние факторы связаны с рыночными параметрами. Изменение характеристик рынка может изменить уровень конкурентоспособности продукции производителя на этом рынке. Поэтому изменение направления экспортных поставок и выбор другого внешнего рынка является фактором увеличения экспортных возможностей предприятия. Тенденции глобализации определяют развитие зарубежной рыночной среды, появления новых рыноч-

ных возможностей за рубежом, в т. ч. за счёт либерализации внешнеторговой политики стран.

Формирование экспортного потенциала предприятия включает в себя экономические, организационные, производственные и институциональные аспекты. Факторы формирования экспортного потенциала направлены на создание условий для роста конкурентоспособности продукции предприятия, в том числе на внешних рынках. Производственные факторы включают величину производственной мощности, технологический уровень оборудования, обеспеченность производства квалифицированной рабочей силой. Финансовые факторы формирования экспортного потенциала связаны с возможностями обеспечить расходы на модернизацию производства и продукции. Маркетинговые факторы создают условия для правильного выбора зарубежного рынка. Организационно-управленческие факторы способствуют росту экспортного потенциала посредством организации правильного взаимодействия предприятия с внешней средой. Таким образом, экспортный потенциал формируется за счёт совокупности факторов, обеспечивающих возможности предприятия эффективно работать на внешних рынках, сохраняя долгосрочное присутствие за рубежом. Таким образом, оценка экспортного потенциала должна иметь комплексный характер.

Оценка экспортного потенциала нацелена на выявление реальных возможностей предприятия выхода на внешний рынок со своей продукцией или расширения объёмов продаж их за границей. Результаты данной работы определяют направления экономического развития предприятия. Оценка экспортного потенциала предприятия необходимо использовать при выборе зарубежных рынков для экспорта продукции, при составлении программы развития экспортной деятельности предприятия. Оценка экспортного потенциала предприятия представляет аналитический процесс, включающий количественные и качественные методы анализа. Оценка экспортного потенциала может быть выполнена как по товарному ассортименту, так и по странам.

В качестве показателей оценки экспортного потенциала рассматриваются объёмы продаж на внешних рынках, рост данного показателя, доля экспортной продукции в общем объёме реализации продукции предприятия, доля продукции, которая сертифицирована по международным стандартам, доля прибыли от экспорта в общем объёме прибыли предприятия, рентабельность экспорта, коэффициент географической диверсификации поставок, улучшение качества продукции, повышение её технологического уровня и др.

Оценку экспортного потенциала предлагается выполнять на основе нескольких основных подходов.

Ресурсный подход выражается в рассмотрении экспортного потенциала как «совокупности ресурсов предприятия, обеспечивающих выпуск и реализацию продукции, конкурентоспособной на внешних рынках». В этом случае оцениваются имеющиеся у предприятия внешние и внутренние резервы для достижения поставленной цели. Ресурсный подход основан на системной оценке всех видов ресурсов, необходимых для выхода на внешние рынки: производственных, кадровых, финансовых и организационных. При этом экспортный потенциал рассматривается как функция совокупности параметров, характеризующих внутренние возможности предприятия. Недостатком данного подхода является недостаточный учёт внешних факторов.

Результативный подход основан на анализе достигнутых результатов внешнеэкономической деятельности, в том числе экспортный ассортимент

продукции, стоимость реализации продукции на внешнем рынке, рентабельность экспортной деятельности, число освоенных зарубежных рынков, динамика показателей экспорта, наличие возможностей предприятия для расширения объёмов производства и адаптации продукции к требованиям зарубежного рынка.

Комплексный подход сочетает элементы ресурсного и результативного анализа и позволяет оценить как текущие, так и потенциальные возможности предприятия. Он предполагает использование объединенной совокупности показателей. Такой подход применяется при разработке региональных и отраслевых программ поддержки экспорта.

Интегральный подход предлагается методикой оценки экспортной готовности предприятий. В данной методике система критериев включает около 40 показателей, которые в совокупности обеспечивают комплексную оценку экспортного потенциала. В системе показателей учитываются экспортный опыт предприятия, характеристики производственной базы, финансового состояния, инновационный потенциал, маркетинговая активность.

Обобщение различных подходов к оценке экспортного потенциала показывает, что в качестве основных составляющих оценки должны быть оценка внутреннего потенциала (ресурсы, компетенции, инновации); внешних условий (конъюнктура мирового рынка, барьеры, логистика, валютные риски); результативности экспорта (объём продаж за рубеж, рентабельность, достигнутый уровень освоения зарубежных рынков).

Таким образом, экспортный потенциал представляет собой интегральную характеристику, отражающую внутренние ресурсы предприятия, уровень инновационной и технологической подготовки, финансовую устойчивость, маркетинговую активность и организационные возможности. Его оценка позволяет выявить сильные и слабые стороны деятельности предприятия и определить стратегические приоритеты для выхода и устойчивого присутствия на внешних рынках.

Информационная база оценки экспортного потенциала должна учитывать специфику отрасли, уровень технологического развития и категорию предприятия. Применение интегральных и комплексных подходов позволяет повысить объективность анализа и использовать его результаты при формировании экспортной стратегии предприятия.

Стратегическая задача развития экспортного потенциала предприятия решается с учётом достигнутых технико-экономических и рыночных параметров, целевых значений для успешной реализации экспортной стратегии и тех проблем, которые должны быть решены для соответствия этих характеристик. В процессе текущей работы важно организовать мониторинг достижения целевых значений. Если в течение планового периода целевые значения достигнуты чем на половину, то целесообразно провести корректировку направлений развития экспортного потенциала и уточнить целевые показатели.

Значение машиностроительной отрасли в российской экономике возрастает, и рост экспортного потенциала машиностроительных предприятий позволяет решить ряд важных задач экономического развития страны. Анализ состояния экспорта российской машиностроительной продукции показал, что отрасль обладает значительными возможностями для увеличения экспортной выручки. Ограничивающими факторами являются высокая зависимость от импортного оборудования и комплектующих, недостаточная гео-

графическая диверсификация зарубежных рынков сбыта, технологическое отставание и ограниченные финансовые ресурсы для модернизации.

Для эффективного развития экспортного потенциала предприятий машиностроения необходимо использовать как внутренние резервы, так и внешние факторы. В последние годы в России реализуются масштабные инициативы, направленные на формирование инфраструктуры поддержки экспорта, включая создание Российского экспортного центра, совершенствование механизмов экспортного кредитования и страхования, развитие международной кооперации в рамках ЕАЭС и БРИКС.

Для повышения экспортного потенциала машиностроительных предприятий России необходим механизм реализации комплексной программы, включающей модернизацию производственных процессов на основе инновационных решений, доступные широкому кругу предприятий государственные программы поддержки экспорта, развитие международного маркетинга, обеспечение логистики на внешних рынках, разработка отраслевых проектов по организационному развитию экспортоориентированных предприятий.

Реализация этих мер позволит российским предприятиям машиностроительной отрасли повысить международную конкурентоспособность своей продукции, укрепить позиции на внешних рынках, снизить зависимость от внешних факторов и обеспечить устойчивый рост экспортной выручки. Таким образом, оценка экспортного потенциала может рассматриваться как инструмент стратегического управления предприятиями, обеспечивающий эффективные решения по расширению бизнеса за рубежом.

#### **Библиографический список**

1. Денисова Т. А. Стратегия маркетинга на зарубежных рынках: учебное пособие. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2023. 132 с.
2. Дубровина Н. А. Инновационное развитие отечественного машиностроения в условиях международных санкций: региональный аспект // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2022. Т. 13, № 4. С. 7–15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-otechestvennogo-mashinostroeniya-v-usloviyah-mezhdunarodnyh-sanktsiy-regionalnyy-aspekt> (дата обращения: 05.11.2025).
3. Райзберг Б. А., Лозовская Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1996. 496 с.

#### **Информация об авторах / Information about the authors**

**Денисова Татьяна Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [denisovata@ivanovo.ac.ru](mailto:denisovata@ivanovo.ac.ru)

**Denisova Tatiana Aleksandrovna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [denisovata@ivanovo.ac.ru](mailto:denisovata@ivanovo.ac.ru)

**Грязнов Илья Станиславович** – студент магистратуры, направление подготовки «Экономика фирмы и внешнеэкономическая деятельность», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, [gr823233@mail.ru](mailto:gr823233@mail.ru)

**Gryaznov Ilya Stanislavovich** – Master's degree student, specialty «Firm Economics and Foreign Economic Activity», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, [gr823233@mail.ru](mailto:gr823233@mail.ru)



УДК 331.104

*О. С. Романова***СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЯХ**

**Аннотация.** Переход к новому экономическому укладу всегда сопровождается изменениями в системе социально-трудовых отношений. Цифровая экономика привнесла значительные изменения в формы взаимодействия наемных работников и работодателей. Индивидуализация труда привела к разрознности, на смену коллективным формам организации труда приходит обособленное удаленное решение конкретных задач без элементов коллегиальности. Понятие коллектив стало скорее формальным, нежели объединением соработников. Социальное партнерство призвано, на наш взгляд, сформировать понимание причастности к общему делу, осознать ядро экономических отношений в форме общего интереса. В данном исследовании обосновывается необходимость, и рассматриваются особенности формирования системы социального партнерства в цифровых компаниях.

**Ключевые слова:** цифровые компании, платформенная занятость, социальное партнерство, согласование интересов.

*О. S. Romanova***SOCIAL PARTNERSHIP IN DIGITAL COMPANIES**

**Abstract.** The transition to a new economic structure is always accompanied by changes in the system of social and labor relations. The digital economy has brought significant changes to the forms of interaction between employees and employers. The individualization of labor has led to fragmentation; collective forms of labor organization are replaced by a separate remote solution of specific tasks without elements of collegiality. The concept of a collective has become more formal than an association of co-workers. Social partnership is intended, in our opinion, to form an understanding of involvement in a common cause, to realize the core of economic relations in the form of a common interest. This study justifies the need and considers the features of the formation of a social partnership system in digital companies.

**Key words:** digital companies, platform employment, social partnership, alignment of interests.

Сущность социального партнерства как экономического явления в течение последних десятилетий в нашей стране сводилась к формализованным соглашениям между работодателем и наемными работниками, в рамках которых утверждались некоторые пункты коллективного договора. При этом имел место компромисс, достигаемый с помощью активной позиции профсоюзной организации. Такое понимание социального партнерства не является объективным и содержательным.

В своих исследованиях мы аргументировали точку зрения, согласно которой объективной основой социального партнерства является общий корпоративный интерес. Социальное партнерство, таким образом – это единство интересов, целей и средств их реализации, имеющее объективную основу

в форме совместной деятельности и общего корпоративного интереса, поддерживаемое с помощью организационно-управленческих рычагов [8]. В узком смысле – это союз единомышленников, соработничество, направленное на достижение общей цели.

При этом важным постулатом является наличие совместной деятельности, солидаризация усилий и наличие коммуникационных каналов. Переговорный процесс при этом необходим, но он не является основополагающим в процессе достижения компромисса. Объективная сторона в форме общего интереса должна осознаваться всеми участниками деловой среды организации.

Взаимная заинтересованность в долгосрочной эффективной деятельности может способствовать солидаризации действий, повышению трудовых и финансовых показателей, а как следствие этого, росту размера оплаты труда. Социальное партнерство не является гарантом стабильности функционирования организации, но выступает в качестве одного из последствий действия механизма поддержания общего корпоративного интереса, а также в качестве стимула к дальнейшему развитию. Получается некая системность. Социальное партнерство, таким образом, является своего рода целью и следствием осознания общности интересов и умения идти на уступки всех участников финансово-хозяйственной деятельности [7].

Цифровая экономика внесла существенные коррективы, как в традиционное понимание социального партнерства, так и в разнообразие его форм и эффектов. В условиях сетевых социально-экономических структур особо остро стоит проблема объединения людей как работников и как коллектив.

Виртуальное пространство позволяет общаться даже территориально отдаленным подразделениям, единая информационная платформа в форме сервера помогает облегчить документооборот, обратная связь реализуется в новом контексте. Создание онлайн-сервисов призвано обеспечить коммуникации в форме обращений, кейсов. Документы могут согласовываться одновременно с несколькими лицами. Но при этом живое общение сводится к минимуму. Традиционно-обрядовая сторона всегда была основой любого сплоченного коллектива. Мероприятия в нерабочее время сближали, особенно в случае участия в них непосредственных руководителей.

В настоящее время практически все процессы деловой среды организации требуют детальной регламентации. Инструктирование, алгоритмизация, схематизм присущи всем организационным процессам цифровой среды. Дистанционная и платформенная занятость построена на коллективно-договорных механизмах урегулирования социально-трудовых отношений. При этом договор составлен представителем собственника, профсоюзы в цифровой среде являются редким исключением. Наемные работники в исключительных случаях могут обсуждать условия договора с целью поиска компромисса между сторонами.

Виртуальное взаимодействие сильно разобщает коллектив, работники не знают друг друга в лицо, не имеют возможности обсуждать насущные проблемы. Только деловые переговоры, общение в форме предоставления необходимой документации приводят к углублению отчуждения труда. Работники не имеют возможности обсудить совместные цели, выбрать способы более эффективного взаимодействия. Совет трудового коллектива в данных условиях становится частью истории. Синергетический эффект значительно

снижается за счет того, что совместная деятельность не является по своей сути коллективной.

Объективная сторона социального партнерства остается при любом экономическом укладе – это общий корпоративный интерес. Другой объективной основой социального партнерства является в условиях переходной экономики совместный труд. В эпоху цифровизации происходит углубление разделения труда, солидаризация действий минимизируется, а деятельность является совместной только юридически. Но, вместе с тем, формируется другой объект социального партнерства – платформенная занятость [6, с. 336].

Наличие коллективных интересов при разрозненном труде значительно осложняет процесс саморегуляции или самоподдержания общего корпоративного интереса. Его объективная сторона не всегда осознается участниками внутренней деловой среды организации. В связи с этим возникает субъективизация социального партнерства. При этом в качестве субъектов выступают собственники, наемные работники и руководители. В ряде случаев в качестве субъектов фигурируют государство, акционеры, профсоюзы. По своей сути социальное партнерство в таких компаниях сводится к правовому регулированию социально-трудовых отношений. При этом современное законодательство не в полной мере учитывает современные формы занятости. Экономические отношения в данном случае остаются практически неосознанными.

Предметом социального партнерства, таким образом, остаются экономические, организационно-управленческие и социально-трудовые взаимоотношения участников хозяйственной деятельности организации. Но при этом акцент делается на законодательном урегулировании социально-трудовых отношений.

Формы социального партнерства в условиях цифровизации также значительно изменяются. Такие традиционные формы, как коллективные переговоры заменяются на виртуальную Книгу жалоб и предложений. Взаимные консультации и совместное принятие стратегически важных решений, как и совещательный момент в принципе, присутствуют в форме чатов. Разрешение трудовых споров возможно в виде виртуальных забастовок.

Профсоюзы стали большой редкостью. Но в 2023 году был создан Независимый профсоюз «Новый труд». Он призван объединить индивидуальных предпринимателей, самозанятых, работников цифровых компаний и работающих без официального найма. Чем занимаются и насколько эффективно отстаивают интересы работников эти профсоюзные организации, трудно диагностировать. Это обусловлено редкостью обращения самих членов этих организаций за помощью. Обособленность, отсутствие доверия, нехватка времени являются основными причинами, по которым люди отказываются вступать в подобного рода независимые профсоюзные организации [1; 4]. При этом в большинстве государственных и крупных промышленных организаций работники считают, что профсоюзы нужны, но при этом они должны более активно отстаивать интересы своих членов.

Участие государства в социальном партнерстве в основном сводится к созданию соответствующей законодательной базы. В силу того, что в цифровых компаниях отсутствует эффективная система коммуникаций между работодателями и наемными работниками, последние предпочитают отстаивать свои интересы через отзывы в социальных сетях. Тем самым подрывается авторитет работодателя, формируется отрицательный имидж для возмож-

ных претендентов на должность в этой компании. В редких случаях даже возможны забастовки на платформе Яндекс [2]. В связи с этим возникает необходимость в осознании важности переговорного процесса и формирования социального партнерства не только в формализованном документированном варианте, но и в форме объединения единомышленников, соработников.

Для того, чтобы оценить эффективность социального партнерства в платформенных компаниях, нужно рассмотреть примеры успешных практик. Страховой дом ВСК и Маркетплейс бытовых услуг YouDo на протяжении более 5 лет реализуют проект по страхованию гражданской ответственности исполнителей [3; 11]. В частности, в случае, если заказчик получает травму в ходе выполнения работ, то ему выплачивают страховую сумму. В сервисах Яндекс создана целая система социальных гарантий в форме выплат больничных, отчислений в социальный фонд для водителей и курьеров. Программа заботы «Для своих» – это пакет социальных гарантий для сотрудничающих с компанией самозанятых и индивидуальных предпринимателей [9].

Профсоюзы инициируют протестные акции в социальных сетях. Самой известной стала забастовка курьеров в фирме Ozon [10]. Работников не устраивали график работы, низкая оплата труда и ее задержки. В результате этого было подписано соглашение с собственниками, в результате которого были изменены условия труда и повысился размер его оплаты.

По-прежнему остро стоит проблема фиктивной самозанятости, договора, в которых указывается нулевой рабочий день, работа по требованию. Все это выгодно работодателю и юридически его оправдывает [4, с. 962].

Создание консультативных служб или советов может объединить работников, позволит вселить уверенность в возможности отстоять свою позицию [5]. Данная мера особенно актуальна в связи с развитием индивидуалистической культурной доминанты в цифровых организациях. «Каждый сам за себя» с помощью таких структур может трансформироваться в идеологию коллективного труда с лозунгом «Вместе – мы сила». В России уже создаются подобного рода объединения, получить помощь возможно только за счет платного членства. При этом оценить эффективность фактически невозможно, информация отсутствует в открытом доступе. Возможно лишь косвенно в ходе социологических опросов выяснить, насколько продуктивна эта форма социального страхования.

Эффективность социального партнерства в цифровых компаниях может быть оценена с экономической, юридической и социально-психологической точек зрения. Рост производительности труда за счет эффекта синергии вследствие осознания общего корпоративного интереса является важнейшим стимулом для согласования интересов в платформенной фирме. Кроме того, понимание того, что общий результат зависит от вклада каждого и от солидарных командных действий; вследствие этого прибыль увеличивается, а значит, растет и личный доход – это очевидные истины, которые, к сожалению, игнорируются работодателями в цифровых компаниях.

С юридической точки зрения социальное партнерство дает базу для формирования законодательства в сфере регулирования трудовых отношений в платформенных компаниях. Обобщение положительного опыта необходимо для понимания того, что соработничество должно стать нормой, коллективный договор не должен заменяться контрактом, в котором не указываются фактические условия труда и его оплаты. В настоящее время многие работ-

ники подписывают подобного рода соглашения, полагая, что это общепринятая практика. Нарушение прав наемных работников должно быть пресекаемо на уровне законодательства, которое, в свою очередь, создается в результате обобщения практики.

Социальное напряжение в обществе, негативное отношение к собственникам, формирование неблагоприятного имиджа известных компаний в качестве работодателей – это далеко не полный перечень негативных последствий ущемления прав работников. Работа по найму в цифровых компаниях расценивается как способ зарабатывания денег, накопления опыта, но не как возможность самореализации. Коллективный труд всегда создает личность, понимание того, что «все в одной лодке», сплачивает, дает уверенность в завтрашнем дне, помогает воспринимать работу как неотъемлемую часть жизни. Партнерство – это в первую очередь соработничество, взаимодействие для реализации совместных целей и интересов. Оно подразумевает взаимные уступки, компромисс интересов. Все это стабилизирует работу фирмы и цементирует ее коллектив, а также формирует приверженность у работников. У них может сформироваться ассоциирование себя с компанией, как это происходит в японских, а также ряде западных компаний.

#### **Библиографический список**

1. Избиенова Т. А., Безина А. К. Реализация права на объединение работников, занятых через интернет-платформы, в европейских странах и в Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. 2021. № 2. С. 88–101.
2. Забастовка курьеров на Урале: самозанятые становятся протестной силой // Новый труд. URL: <https://новый-труд.рф/> (дата обращения: 09.08.2024).
3. Маркетплейс бытовых услуг YouDo и Страховой дом ВСК реализовали совместный проект по страхованию гражданской ответственности исполнителей // РБК+. URL: ВСК и YouDo запустили страхование самозанятых | Пресс-релизы на РБК+ ([rbc.ru](https://rbc.ru)) (дата обращения: 18.07.2024).
4. Мирзабалаева Ф. И., Сергеева М. В. Развитие социального партнерства в платформенной экономике: практика, риски, регулирование // Лидерство и менеджмент. 2024. Т. 11. № 3. С. 953–966.
5. НПНТ будет работать над законопроектом «О платформенной занятости» // Новый труд. URL: <https://xn----ctbhssgrpk9e.xn--p1ai> (дата обращения: 10.08.2024).
6. Пшеничный С. П. Инновационные моменты социального партнерства // Экономические науки. 2023. № 6 (223). С. 435–440.
7. Романова О. С. Экономико-теоретическая концепция социального партнерства, основанная на общем корпоративном интересе и организационной культуре // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики: сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2016. Вып. 11 (27). С. 142–147.
8. Романова О. С. Об общем корпоративном интересе в условиях цифровизации // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики: сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2021. Вып. 20 (36). С. 70–74.
9. Сервисы «Яндекса» предоставят водителям и курьера больничные и страховку // Ведомости. URL: <https://vedomosti.ru> (дата обращения: 08.06.2024).
10. Ozon заявил о разрешении спора с начавшими забастовку курьерами // РБК. URL: <https://rbc.ru> (дата обращения: 11.08.2024).
11. YouDo запустил услугу страхования здоровья самозанятых. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/246297193> (дата обращения: 17.09.2024).

*Информация об авторе / Information about the author*

**Романова Ольга Сергеевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры правового обеспечения надзорной деятельности (в составе УНК «Государственный надзор»), Ивановская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России, г. Иваново, Россия, olga\_romanova79@mail.ru

**Romanova Olga Sergeevna** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Legal Support of Supervisory Activities (as part of the UNK «State Supervision»), Ivanovo Fire and Rescue Academy of the Ministry of Emergency Situations of Russia, Ivanovo, Russia, olga\_romanova79@mail.ru

УДК 338.2

*И. А. Сокова, Д. Д. Крыжановская***ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТПЛЕЙСОВ  
В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИЙ**

**Аннотация.** В статье рассмотрен современный подход к организации торговли в рамках онлайн-режима, с помощью современных видов маркетплейсов, сделан анализ положительных и отрицательных характеристик маркетплейсов, показан механизм использования технологий маркетплейсов как для повышения эффективности деятельности организации в целом, так и для повышения ее конкурентоспособности по сравнению с конкурентами, в статье приведены предложения по повышению конкурентоспособности конкретной организации на базе использования технологий маркетплейсов.

**Ключевые слова:** онлайн-торговля, маркетплейсы, технологии маркетплейсов, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности.

*I. A. Sokova, D. D. Kryzhanovskaya***USING MARKETPLACE TECHNOLOGIES TO INCREASE  
THE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS**

**Abstract.** The article considers a modern approach to the organization of trade within the framework of the online mode, using modern types of marketplaces, analyzes the positive and negative characteristics of marketplaces, shows the mechanism of using marketplace technologies both to increase the efficiency of the organization as a whole and to increase its competitiveness in comparison with competitors, the article provides suggestions for to increase the competitiveness of a particular organization based on the use of marketplace technologies.

**Key words:** online commerce, marketplaces, marketplace technologies, competitiveness, increasing the competitiveness of marketplaces.

В условиях современного рынка деятельность любой созданной организации зависит от конкурентоспособности ее продукции, товара или услуг, а также от действий, которые предпринимаются для поддержания в изменяющихся рыночных условиях. Именно обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности в настоящее время относится к стратегической задаче любой компании. Для этого предприятия и организации занимаются освоением новых видов услуг, изучают новые формы ведения бизнеса, стимулируют сотрудников и ведут борьбу за привлечение клиентов.

В современном динамичном бизнесе, который характеризуется высокой конкуренцией и быстро изменяющимися потребительскими предпочтениями, организации должны постоянно адаптироваться и заниматься поиском новых путей для повышения своей конкурентоспособности. Интеграция с маркетплейсами является вполне перспективной стратегией, которая открывает доступ к широкой аудитории, приводит к снижению издержек и к повышению эффективности протекающих бизнес-процессов.

Благодаря маркетплейсам у организации появляется возможность расширения географии продаж с охватом новых регионов и стран без значительных инвестиций в создание собственной инфраструктуры. Размещение продукции на популярных платформах приводит к привлечению внимания потенциальных клиентов, занимающихся активным поиском товаров и услуг в интернете [3, с. 6].

Внедрение технологий маркетплейсов способствует автоматизации многих аспектов осуществляемой деятельности, причём к ним относятся управление заказами, складской учет, логистические операции и платежи. В результате это приводит к значительному сокращению операционных издержек и становится причиной повышения скорости обслуживания клиентов.

Также сегодня маркетплейсы предоставляют ценную аналитическую информацию о потребительском поведении, которая позволяет организациям лучше понимать разные существующие потребности своей целевой аудитории, а также адаптировать свою продукцию и маркетинговые стратегии. Анализ данных о продажах, отзывах клиентов и поисковых запросах способствует выявлению новых трендов и приводит к появлению возможностей для развития бизнеса.

Использование технологий маркетплейсов приводит к повышению узнаваемости бренда и к укреплению репутации действующей организации. Положительные отзывы клиентов и высокие рейтинги на популярных платформах становятся причиной роста доверия к предлагаемой продукции и стимулируют к совершению повторных покупок.

Однако сегодня для успешной интеграции с маркетплейсами организациям требуется разработка чёткой стратегии и адаптация бизнес-процессов к требованиям платформы. При этом важно обращать внимание на качество производимой продукции, скорость обработки заказов, уровень обслуживания клиентов и эффективность маркетинговой коммуникации.

Маркетплейсы являются не просто местом заказа интересующих товаров из дома или офиса с использованием представленных онлайн-каталогов. Они содержат подробные характеристики предлагаемых товаров и услуг, реальные оставленные отзывы покупателей, а также включают разные важные аспекты электронного взаимодействия действующего предприятия с заинтересованными сторонами. Маркетплейсы поддерживают осуществляемый обмен деловой информацией и знаниями между предприятиями, приводят к формированию важного сектора экономики, стимулируют экономический рост и инновации.

Продукция небольших действующих предприятий со скромной репутацией может приводить к появлению некоторого недоверия у покупателей. Маркетплейсы используются для решения проблемы надежности в плане возможной замены некачественного товара и с финансовой точки зрения. Например, проводимые онлайн-транзакции с известными электронными площадками Ozon или Wildberries являются для большинства покупателей совершенно безопасными.

Сегодня маркетплейсы предоставляют доступ к широкой аудитории потребителей, приводят к сокращению издержек на маркетинг и логистику, а также позволяют оперативно адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям.

Эффективное использование этих представленных инструментов требует от предприятия использования разработанного стратегического подхода.



При этом выполняется тщательный анализ целевой аудитории, выбираются оптимальные платформы, разрабатывается привлекательный контент, а также предлагаются конкурентоспособные цены. Немаловажным аспектом становится управление репутацией и оперативная обработка обратной связи от клиентов [6, с. 40].

Повышение узнаваемости бренда на маркетплейсе достигается благодаря качественному оформлению карточек товаров, использованию разнообразных релевантных ключевых слов, проведению грамотно организованных рекламных кампаний и активному осуществляемому взаимодействию с покупателями.

Предоставление высокого уровня сервиса, проведение быстрой доставки и оказание профессиональной поддержки приводят к формированию лояльной клиентской базы и становятся причиной увеличения повторных покупок.

Маркетплейсы возникли на современном рынке электронной торговли недавно и смогли вызвать серьёзный интерес со стороны предпринимательства, что привело к их стабильному росту и развитию. Представленные платформы используются для размещения широкого ассортимента разных товарных категорий и услуг, а также предоставляют практически неограниченные возможности для расширения масштаба осуществляемой деятельности. При этом снижаются транзакционные издержки для производителей товаров и интернет-магазинов.

Но помимо существующих преимуществ торговые площадки имеют следующие проблемы:

- постоянный контроль над сделками на платформе;
- возможная потеря покупателя из-за установления прямых связей между ним и непосредственным продавцом;
- появление негативного отношения у покупателей при нарушении контрагентами своих обязательств;
- конкуренция в структуре платформы;
- отсутствие у продавца возможности создать прочные отношения с клиентом для укрепления собственного бренда [2, с. 19].

Но, с другой стороны, сегодня маркетплейсы являются совершенно новой бизнес-моделью, которая позволяет бизнесу заниматься увеличением целевой аудитории, получать достаточно высокую прибыль и создавать эффективные коммуникации с покупателями. Причиной становится то, что в современных условиях небольшим предприятиям требуется максимум усилий для сохранения своей деятельности при жестокой конкурентной борьбе с крупными рыночными игроками.

Это подтверждает рост интереса к маркетплейсам со стороны предпринимателей. Благодаря электронным площадкам появляются буквально неограниченные возможности для расширения масштаба деятельности, происходит снижение транзакционных издержек и стоимости привлечения потребителей, что весьма актуально при снижении темпов роста экономики.

Маркетплейс является бизнес-моделью, которая объединяет продавцов и покупателей при совершении сделок с помощью онлайн платформы с ассортиментом разных товаров и услуг. Взаимодействие происходит с момента оформления заказа до его получения. Представленными площадками могут пользоваться опытные рыночные игроки и начинающие предприниматели, причём рассматриваемая бизнес-модель является достаточно простой для

понимания и не требует проведения специальной подготовки. Как правило, сайт выбранного маркетплейса содержит полную информацию о товарах, услугах, характеристиках и ценах, предоставляемых продавцами. Данные соответствуют потребностям покупателей, мотивируют сделать выбор и оформить заказ.

После заполнения каталога необходимой информацией и завершения SEO-оптимизации сайта управление и поддержание работы торговой площадки может занимать всего лишь несколько часов в неделю. Также маркетплейс позволяет совмещать основной бизнес с разными дополнительными проектами.

Особенностью является то, что владельцы маркетплейсов не обладают правом собственности на реализуемые товары и услуги, а только обеспечивают трафик и маркетинговое продвижение для роста объёма предприятий, размещающих предложение в каталоге. В этом случае монетизация происходит за счёт комиссии в виде процентов от сделки или взимания средств от компании, которая размещает товары на сервере.

Маркетплейсы могут обладать чёткой специализацией на каких-либо товарах или услугах или предоставлять продукцию из разных ассортиментных категорий. В настоящее время наиболее актуальными маркетплейсами являются Яндекс.Маркет, Booking.com, Беру.ру, Ярмарка Мастеров, Wildberries, Ozon и другие [1, с. 10].

В условиях современного рынка владельцы небольших предприятий опасаются конкуренции с крупными игроками. По этой причине они предпочитают размещать товары и услуги на маркетплейсах из-за возможного расширения целевой аудитории, получения дополнительного источника трафика и потенциальных покупателей.

Сегодня непосредственные участники процесса купли-продажи получают от представленных торговых площадок следующие выгоды:

- выбор лучших предложений на одной платформе;
- сокращение расходов на содержание интернет-магазина, оплату работы персонала и доставку;
- отсутствие вложений в рекламную кампанию, причём этой задачей занимаются сами маркетплейсы, используя разные инструменты и каналы продвижения;
- получение прибыли владельцами площадок со снижением издержек обращения.

В настоящее время основными преимуществами вышеуказанных маркетплейсов являются:

- наличие большого трафика;
- возможность достаточно быстрого развития бизнеса;
- широкий географический охват рынка;
- высокая конкурентоспособность в отличие от интернет-магазинов;
- наличие комплекса услуг от оформления соответствующего заказа до получения покупки [4, с. 49].

Из вышесказанного появляется вывод о том, что маркетплейсы возникли на современном рынке электронной торговли относительно недавно и привели к появлению повышенного интереса со стороны предпринимателей. Это стало причиной их стабильного роста и развития. Представленные цифровые платформы позволяют размещать ассортимент разных товаров и услуг,

которые соответствуют потребностям покупателей. При этом современные маркетплейсы предоставляют практически неограниченные возможности для расширения масштаба осуществляемой деятельности торговых структур. В результате происходит снижение транзакционных издержек для производителей товаров и интернет-магазинов.

Современные торговые платформы относятся к эффективному инструменту, оказывающему влияние на воронку продаж и позволяющему увеличивать прибыль продавцов, которые также могут заниматься параллельным развитием других каналов трафика в целях ускорения лидогенерации. Сегодня маркетплейсы относятся к новому формату цифровой торговли, у которого существует возможность поглощения отдельных интернет-магазинов и smart-площадок [5, с. 56].

В результате именно маркетплейсы становятся доминирующей формой организации продажи товаров и услуг, которая сопровождается активным проникновением во все сферы жизнедеятельности населения, проживающего на территории России. В настоящее время представленные платформы заняли более половины объема рынка благодаря предоставлению пользователям необходимых удобств, а продавцам доступных возможностей для быстрого развития своего бизнеса.

Иллюстрацией преимуществ использования технологий маркетплейсов для повышения своей конкурентоспособности является опыт работы на рынке текстильной продукции компании ООО «Профи» и ее конкурентов.

Компания реализует следующие виды деятельности в соответствии с ОКВЭД-2: производство текстильных тканей; производство готовых текстильных изделий, кроме одежды; торговля оптовая текстильными изделиями; торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах; торговля розничная прочая вне магазинов, палаток, рынков и др.

Конкуренты ООО «Профи» занимают разные ниши на рынке: «БАГЕРТОН» делает ставку на качество и экологичность, «PRYALKA» привлекает клиентов доступными ценами и онлайн-форматом продаж, а «MASO Home» ориентирована на премиальный сегмент интерьерного текстиля.

В целях выявления положения организации по сравнению с ее конкурентами был проведен анализ конкурентоспособности экспертным методом и сделаны соответствующие выводы о повышении конкурентоспособности организации.

ООО «Профи» в рамках своей деятельности обладает многочисленными преимуществами, но вместе с тем есть определенные проблемы, нуждающиеся в комплексном сбалансированном решении.

ООО «Профи» сталкивается с рядом вызовов, требующих стратегических решений. Основная проблема – сильная конкуренция со стороны компаний, занимающих разные рыночные ниши.

Так, в целях усиления конкурентоспособности бренда с учетом наличия зарегистрированного товарного знака необходимо решить проблему уникального позиционирования. Для этой цели может быть реализована стратегия, расписанная в табл. 1.

Таблица 1

**Стратегия усиления позиционирования бренда**

Направление совершенствования	Предлагаемые действия	Ожидаемый эффект
Уникальное торговое предложение	Упор на экологичность продукцию, наличие сертификата Оeko-Тех. Персонализация продукции, к примеру, за счет ручной вышивки инициалов	Приобретение конкурентного преимущества
Контент-маркетинг	Разработка контент-плана, ведение блога на сайте и в социальных сетях	Рост трафика из поисковых запросов
SMM и коллаборации	Взаимодействие с местными блогерами и размещение на их каналах обзоров продукции	Рост узнаваемости бренда
Поисковое продвижение	Оптимизация сайта и контента на нем под низкочастотные запросы	Увеличение органического трафика

В целях автоматизации, обеспечения возможности эффективного использования аналитических данных из-за отсутствия данных для принятия управленческих решений необходимо воспользоваться Яндекс.Метрикой для отслеживания источников трафика, инструментами автоматизации продаж, к примеру, при помощи JustClick. Также в качестве инструментов здесь могут быть применены А/В тесты карточек товаров.

ООО «Профи» в рамках своей деятельности обладает многочисленными преимуществами, но вместе с тем есть определенные проблемы, нуждающиеся в комплексном сбалансированном решении.

Также в работе с маркетплейсами у ООО «Профи» есть слабые места. В частности, компании приходится платить за размещение товаров на маркетплейсах и за их продвижение. Это приводит к повышению издержек на организацию продаж, но в то же время позволяет стереть географические границы для выхода на новые рынки сбыта.

Стоит отметить, что основная часть продукции предприятия продается именно через маркетплейсы и уходит покупателям в другие регионы, включая страны СНГ.

Формат работы с маркетплейсами фактически превращает их в торговых посредников. Поэтому в целях оптимизации ресурсов и повышения конкурентоспособности ООО «Профи» как организации, осуществляющей торговлю тканями виде отрезов разной длины, может быть рекомендовано перенаправление трафика на интернет-сайт компании.

Так, для решения проблемы низкой видимости, отсутствия уникального позиционирования и небольших объемов продаж через маркетплейсы рекомендуется реализовать следующий план, представленный ниже (табл. 2).

Формат работы с маркетплейсами фактически превращает их в торговых посредников. Поэтому в целях оптимизации ресурсов и повышения конкурентоспособности ООО «Профи» как организации, осуществляющей торговлю тканями виде отрезов разной длины (по желанию потребителей) может быть рекомендовано перенаправление трафика на интернет-сайт компании.

Таблица 2

**План улучшения работы на маркетплейсах**

Что требуется улучшить	Как это сделать	Предполагаемый эффект
Карточки товаров	Создание ярких фото, позволяющих рассмотреть товар со всех сторон, съемка видеообзоров, оптимизация названий и описаний товаров. К примеру, упоминание в заголовке уникального торгового предложения «Экологичный хлопок», «Ручная работа» и т. д.	Увеличение количества целевых переходов и показателей конверсии
Отзывы о товарах и рейтинги магазина	Запуск программы лояльности для клиентов, оставляющих отзывы о своих покупках. Отработка негативных отзывов на основе оперативного решения проблем с продукцией, которую приобрели покупатели	Повышение лояльного отношения к производителю, увеличение количества продаж
Ценовая стратегия	Введение в действие системы гибких скидок, анализ цен у конкурентов через встроенные инструменты в маркетплейсах и на других платформах, активное участие в распродажах и акциях на маркетплейсах	Запуск цен, которые будут соответствовать конкурентной среде и не будут отталкивающим фактором для потребителей
Акции и продвижение	Использование механизма стимулирования продаж «комплексом дешевле»	Увеличение среднего чека

Чтобы перенаправить трафик с маркетплейсов на сайт и использовать маркетплейсы в основном как площадку для рекламы, может быть предложена следующая стратегия, расписанная ниже в таблице. Ее практическая реализация позволит частично избавиться от зависимости от маркетплейсов и избежать потери клиентской базы (табл. 3).

Таблица 3

**Стратегия перенаправления продаж через интернет-сайт ООО «Профи»**

Что требуется улучшить	Как это сделать	Предполагаемый эффект
Рекламные открытки в заказы	Печать открыток с QR-кодом и их вложение в каждый заказ, при сканировании которого покупатель будет получать доступ к уникальному предложению, к примеру, скидке в размере 15 % на новый заказ через сайт	Постепенный переход клиентов в собственную CRM, сокращение затрат на привлечение клиентов
Чат-боты	Автоматическое информирование покупателей магазина на маркетплейсе с приглашением получить персональную скидку	Сокращение затрат на привлечение клиентов, формирование базы для повторных продаж
Электронный маркетинг	Оформление подписки на новости и акции магазина и получение полезных информационных и рекламных рассылок	Формирование базы для повторных продаж

Так, для решения проблемы низкой видимости, отсутствия уникального позиционирования и небольших объемов продаж через маркетплейсы рекомендуется реализовать карточки товара, а именно создание ярких фото, позволяющих рассмотреть товар со всех сторон, съемка видеообзоров, оптимизация названий и описаний товаров. Так же можно запустить программы лояльности для клиентов, оставляющих отзывы о своих покупках. Отработка негативных отзывов на основе оперативного решения проблем с продукцией, которую приобрели покупатели. К данным рекомендациям можно добавить введение в действие системы гибких скидок, анализ цен у конкурентов через встроенные инструменты в маркетплейсах и на других платформах. Благодаря данному комплексу предложений поток потребителей с маркетплейсов будет частично переходить на сайт организации.

Для этого необходимо модернизировать интернет-магазин, добавив удобные фильтры и онлайн-консультации, а также активнее использовать социальные сети через обучающий контент и сотрудничество с блогерами. Ценовую политику следует сделать более гибкой, введя несколько продуктовых линеек от эконом до премиум-класса и регулярные акционные предложения.

Повышение узнаваемости бренда требует комплексного подхода: участие в отраслевых выставках, разработка запоминающегося фирменного стиля и PR-кампании в профильных медиа. Логистические проблемы решаются через оптимизацию цепочек поставок, прогнозирование спроса и расширение вариантов доставки. Реализация этих мер позволит компании укрепить рыночные позиции и создать устойчивые конкурентные преимущества.

#### **Библиографический список**

1. *Астахов А. А.* Современные методы продаж // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. № 2 (13). С. 9–11.
2. *Капустина Л. М., Агабабаев М. С., Агабабаева Н. М.* Конкурентоспособность как фактор обеспечения экономической безопасности предприятия // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (47). С. 117–119.
3. *Кордина И. В., Хлебович Д. И.* Маркетплейс как бизнес-модель электронного посредничества // Известия БГУ. 2021. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketpleys-kak-biznes-model-elektronnogo-posrednichestva> (дата обращения: 07.06.2025).
4. *Михайлова, К. С., Кузнецова Е. В.* Роль HR-бренда в управлении организацией // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 4-2 (110). С. 169–171.
5. *Помазков А. А.* Актуальные инновационные тенденции в секторе услуг розничной торговли // Торговая политика. 2020. № 2 (22). С. 53–61.
6. *Юдалевич Н. В.* К вопросу о важности предоставления отзывов при покупках на маркетплейсах // Бизнес-образование в экономике знаний. 2023. № 2 (25). С. 67–72.

*Информация об авторах / Information about the authors*

**Сокова Ирина Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, sokova1101@yandex.ru

**Sokova Irina Aleksandrovna** – Candidate of Economic Sciences, associate professor of management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, sokova1101@yandex.ru

**Крыжановская Дария Денисовна** – студентка бакалавриата, направление подготовки «Менеджмент», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, d.kruzhanovskaya@mail.ru

**Kryzhanovskaya Daria Denisovna** – Bachelor's degree student, training area «Management», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, d.kruzhanovskaya@mail.ru

**Информация для авторов журнала**  
**«Многоуровневое общественное воспроизводство:**  
**вопросы теории и практики»**

---

**Условия и порядок приема публикаций**

Статьи направляются в редакцию **только в электронном виде** по адресу: politeconom@yandex.ru (кафедра экономики и предпринимательства ИвГУ) или научному редактору Берендеевой Алле Борисовне (abab60@mail.ru).

1. Редакция принимает к публикации материалы, соответствующие специализации журнала, отличающиеся высокой степенью научной новизны, теоретической и практической значимости, ранее не опубликованные в других изданиях.

2. Авторами статей могут быть ученые-исследователи, докторанты, аспиранты, соискатели, студенты старших курсов. Для студентов, аспирантов и соискателей обязательно наличие отзыва научного руководителя, при этом отзыв не заменяет рецензию.

3. К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с требованиями к оформлению рукописей. Материалы, не отвечающие предъявляемым требованиям, к рассмотрению не принимаются.

4. Редакция оставляет за собой право распределять статьи по основным рубрикам журнала.

5. Научные статьи принимаются в течение года и в случае положительных результатов внутренней экспертизы (рецензирования) включаются в очередной номер журнала в порядке поступления.

6. Необходимым условием для включения статьи в журнал является получение положительной рецензии от экспертов редакции, признанных ученых в данной области научного знания.

7. Окончательное решение о приеме научной статьи к публикации принимается редакционной коллегией журнала. Извещение о решении редакционной коллегии направляется автору.

8. После выхода в свет журнал размещается в свободном электронном доступе на сайте Научной электронной библиотеки, на официальном сайте Ивановского государственного университета.

**Требования к публикации и ее оформлению**

Редакция принимает статьи, оригинальность которых составляет не менее 70 %.

Материалы, представляемые в редакцию, должны быть оформлены в виде следующих файлов:

1) текст статьи с аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языке;

2) сведения об авторе (фамилия, имя, отчество; ученые степень и звание, должность и место работы/учебы или соискательства – на русском и английском языках; домашний и служебный адреса, номера контактных телефонов, адрес электронной почты);

3) отзыв научного руководителя/консультанта для аспирантов и соискателей (отсканированный вариант с подписью и с печатью).

Файлы должны быть поименованы по фамилии автора (например, Иванов1, Иванов2).



Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word. Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: формат – А4; поля – верхнее – 2,7 см, левое и правое – 4 см, нижнее – 4,6 см; гарнитура (шрифт) – Times New Roman; кегль – 11; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1 см.

Минимальный объем текста статьи с аннотацией, ключевыми словами и списком литературы – не менее 12 тыс. знаков. Максимальный объем текста статьи – не более 30 тыс. знаков с пробелами. Статьи большего объема могут приниматься в случае мотивированной необходимости представить развернутые результаты исследования, а также при высокой теоретической и/или практической значимости публикации.

**Материал должен быть оформлен  
в следующей последовательности:**

В верхнем левом углу индекс УДК.

На следующей строке в верхнем правом углу **полужирным курсивом** (Times New Roman 12) – **инициалы и фамилия автора** статьи на русском и английском языках.

Через интервал название статьи – выравнивание по левому краю, **строчными (малыми) буквами, полужирным шрифтом**, Times New Roman 12 – на русском и английском языках.

Через интервал аннотация на русском и английском языках (150–250 слов) – Times New Roman 10; словосочетание «**ключевые слова**» и «**key words**» – **полужирным курсивом** – Times New Roman 10, сами ключевые слова и/или словосочетания на русском и английском языках (5–6) – Times New Roman 10.

Далее через интервал – основной текст.

После основного текста через 1 интервал следует **Библиографический список** (Times New Roman 10, ФИО авторов *курсивом*). Список литературы формируется **по алфавитному принципу**, нумерация порядковая.

Ссылки в тексте статьи приводятся в квадратных скобках в строгом соответствии с приставным списком литературы. Библиографическое описание литературных источников к статье оформляется в соответствии с ГОСТами 7.1–2003, 7.0.5–2008. В выходных сведениях обязательно указание издательства и количества страниц, в ссылке на электронный ресурс – даты обращения.

Дополнительные рекомендации:

- для выделения слов, фрагментов текста можно использовать курсив, подчеркивание. Разбивка не допускается;
- переносы только автоматические;
- сноски для примечаний постраничные, ставятся автоматически;
- между инициалами и фамилией ставится непрерывный пробел (shift + ctrl + пробел);
- при цитировании используются кавычки «», при внутреннем цитировании ставятся " ";
- должно соблюдаться пунктуационное и графическое отличие «–» (тире: ctrl + минус на правой цифровой клавиатуре) от «-» (дефиса);
- для обозначения промежутка между датами, номерами страниц и т. п. используется «–» (тире). Например, 1920–1930 гг., с. 258–259;

Редакция оставляет за собой право осуществлять литературную правку, корректирование и сокращение текстов статей.

### Порядок рецензирования рукописей статей

1. Все статьи, поступившие в редакцию, проходят независимое рецензирование.

Статьи студентов, аспирантов и соискателей принимаются и передаются на рецензирование только при наличии положительного отзыва научного руководителя/консультанта. Сопроводительные документы должны быть подписаны и заверены печатью (присылаются сканом на электронную почту).

2. Рукопись научной статьи, поступившая в редакцию журнала, рассматривается на предмет соответствия профилю журнала, основным положениям требований к публикациям и их оформлению, утвержденным редакционной коллегией журнала (см. «Требования к публикации и ее оформлению»).

3. О поступлении статьи и ее дальнейшем рецензировании сообщается авторам по электронной почте. Если формальные требования к материалам, представленным на публикацию, не выполнены, то статья к публикации не принимается «по формальным признакам» и об этом сообщается автору.

4. Рецензирование проводится конфиденциально для автора рукописи, носит закрытый характер. Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Для проведения рецензирования рукописей статей в качестве рецензентов могут привлекаться как члены редакционной коллегии журнала, так и высококвалифицированные ученые и специалисты, в том числе из других организаций, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению. Рецензентом не может быть соавтор рецензируемой работы.

5. Рецензент оценивает: соответствие содержания статьи ее названию; актуальность и новизну рассматриваемой в статье проблемы, обоснованность и продуктивность методов исследования объекта, оригинальность решения проблемы и значимость полученных выводов, логику и стиль изложения, целесообразность публикации статьи. Рецензии на рукописи статей хранятся в редакционной коллегии в течение пяти лет со дня публикации статей, копии рецензий направляются в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

6. Сроки рецензирования в каждом отдельном случае определяются с учетом создания условий для оперативной публикации статьи, но не более 6 месяцев. Редакция издания направляет автору представленных материалов по его запросу копии рецензии без подписи и фамилии рецензента или мотивированный отказ.

7. Если в рецензии содержатся рекомендации по исправлению и доработке статьи, ответственный секретарь журнала направляет их автору с предложением учесть при подготовке нового варианта статьи или аргументировано (частично или полностью) опровергнуть. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде в течение месяца. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье (отдельным файлом и по тексту статьи выделить изменения цветом). Доработанная (переработанная) автором статья с сопровождающими комментариями повторно направляется на рецензирование. Датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной статьи.

8. В случае несогласия с мнением рецензента автор статьи имеет право предоставить аргументированный ответ в редакцию журнала.

9. Редакция оставляет за собой право отклонения статей в случае неспособности или нежелания автора учесть пожелания редакции.

10. При наличии отрицательной рецензии на рукопись или на ее доработанный вариант статья отклоняется с обязательным уведомлением автора о причинах такого решения. Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации, к повторному рассмотрению не принимается.

11. Не допускаются к публикации в научном журнале статьи:

- содержащие ранее опубликованный материал;
- содержащие недобросовестные заимствования;
- представленные без соблюдения правил оформления публикаций;
- авторы которых отказываются от технической доработки публикации;
- авторы которых не выполняют конструктивные замечания рецензента или аргументировано не опровергают их;
- представляющие собой отдельные этапы незавершённых исследований.

12. Решение о целесообразности публикации принимается редколлегией.

13. Очередность публикации статей определяется регистрационной датой их поступления в редакцию. Работы, посвящённые особо актуальным проблемам науки, а также содержащие принципиально новую информацию, могут, по решению редакционной коллегии, быть опубликованы вне очереди.

14. Редколлегия имеет право на собственное редактирование присланной рукописи без ущерба для ее содержания и авторского стиля.

15. Все материалы проходят проверку на плагиат. Оригинальность принимаемых к публикации материалов должна составлять не менее 70 %.

16. Редколлегия журнала не хранит и не возвращает рукописи, не принятые к печати. Рукописи, принятые к публикации, не возвращаются.

17. Редакция не вступает с авторами в содержательное обсуждение статей, переписку по методике написания и оформления научных статей и не занимается доведением статей до необходимого научно-методического или технического уровня.

*Электронное сетевое издание*

**МНОГОУРОВНЕВОЕ  
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО:  
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**Научный журнал**

**2025. № 2 (45)**

**[12+]**

Директор издательства *Л. В. Михеева*  
Технический редактор *И. С. Сибирева*  
Компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

*Выпускается в авторской редакции*

Дата размещения на сайте 02.12.2025.

Формат 70 x 108 1/16. Уч.-изд. л. 6,6. Объем 3,1 МБ.

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Ивановская обл., г. Иваново, ул. Ермака, 39

☎ (4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru