РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ

КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
ФГБОУ ВО
"РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА"

СФЕРА УСЛУГ: ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО

SERVICES SECTOR: INNOVATION AND QUALITY

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА

№ 2 (80)
2026

ISSN 2221-6324

Сфера услуг: инновации и качество

Services sector: innovation and quality

№ 2 (80), 01.04.2026

Научно-практический журнал
Периодичность – 4 раза в год
Доступ к электронной версии http://kfrgteu.ru/

Сетевое издание научно-практический журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Эл № ФС77-80740

Учредитель:
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Издатель:
Краснодарский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Главный редактор:
Е.О. Горецкая, доктор экономических наук, профессор
Редакционный совет:
Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор
Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор
Г.Л. Баяндурян, доктор экономических наук, профессор
Е.Н. Белкина, доктор экономических наук, доцент
Л.А. Воронина, доктор экономических наук, профессор
А.А. Воронов, доктор экономических наук, профессор
Е.В. Горшенина, доктор экономических наук, профессор
А.В. Петровская, кандидат экономических наук, доцент
А.З. Рысьмятов, доктор экономических наук, профессор
Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент
З.А. Шарудина, кандидат экономических наук, доцент
Р.В. Брюшков, кандидат технических наук, доцент

Верстка: Е.Н. Багдасарян
Корректор: О.Г. Уманская
Редакция журнала: 350002 Краснодар, ул. Садовая, 23, телефон/факс (861) 201–10–71
Адрес в Internet: http://kfrgteu.ru/ e-mail: reakf_publikaciya@mail.ru

© РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2026
©Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2026

Возрастные ограничения: 16+

Статьи рецензируются
Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.
Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Сфера услуг: инновации и качество», допускается только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

1. *Авагян Г.Л., Раевский К.Э.*
Центральные банки и искусственный интеллект: трансформация регуляторных и аналитических практик в России и за рубежом 7

2. Александров С.Г., Фураев А.А.
Военно-патриотическое воспитание студентов как фактор формирования национальной идентичности: к постановке вопроса 18

3. Александров С.Г., Пестич М.А.
«Гимнастика для глаз» как фактор профилактики нарушения зрения у студентов вузов 26

4. Брикота Т.Б., Бухарева Т.Е.
Мониторинг качества рыбных пресервов 36

5. Брикота Т.Б., Бухарева Т.Е.
Оценка бюджетной системы и динамика экономического развития с учётом современных тенденций на примере Кемеровской области 46

6. Бычкова Н.П., Дзетль Р.Р.
Гражданско-правовые проблемы интернета вещей 55

7. Бычкова Н.П., Панченко А.В.
Персональные данные как объект гражданско-правовой защиты в условиях цифровизации 63

8. Бычкова Н.П., Празян А.Ю.
Трансформация формы и процедуры сделки с недвижимостью в условиях цифровизации 73

9. Гарьковенко В.Э., Коваленко Д.С., Солодовникова В.С.
Управление рекламными коммуникациями на основе стратегии пожизненной ценности клиента 84

10. Говорова И.И., Неживенко В.О.
Инфляция: понятия, типы, виды 97

11. Говорова И.И., Ярыш А.Е.
Роль государства в регулировании рыночной экономики 108

12. Голотова М.А., Кузнецова И.А.
Трансформация режимов правовой охраны баз данных под влиянием искусственного интеллекта: международно-правовой анализ 120

13. Горецкая Е.О., Аношина К.С.
Анализ потенциала и ограничений выхода российского предприятия на внешние рынки 131

14. Горецкая Е.О., Аношина К.С.
Разработка практической модели интернационализации российского предприятия 136

15. Дубинина М.А., Кириченко А.А.
Формирование потребительской лояльности на основе технологии геймификации 141

16. Дудченко А.В., Адрианова А.А.
Концепция «суверенитета над телом» и биоакустическое вмешательство: новое измерение права на физическую и психическую неприкосновенность 149

17. Дудченко А.В., Крикунов А.В., Шарафудинова В.О.
Судебная система и прокурорский надзор в механизме защиты прав человека: анализ современных преобразований и перспективы развития 162

18. Дудченко А.В., Гетьман М.С., Тритчикова К.А.
Брачный договор как инструмент защиты прав и повышения юридической стабильности в семейных отношениях 171

19. *Козловская С.А., Лопатина И.А.*
Современные тенденции коммерциализации стриминга: Россия и Китай 181

20. Козловская С.А., Раевский К.Э.
Современные индикаторы конкурентоспособности театров в условиях цифровой экономики: сравнительный анализ российского и зарубежного опыта 196

21. *Козловская С.А., Тилинина С.А.*
Интернет-стримы как эффективный инструмент продвижения стартапа 205

22. Колкарева И.Н., Баранова А.С.
Роль цифрового пространства в формировании образа скулшутера и распространении «эффекта подражания» 213

23. Кухаренко Л.В., Раевский К.Э.
Роль машинного обучения в управлении цифровой рекламой малого и среднего бизнеса 221

24. Куцегреева Л.В., Гусева Е.С.
Финансовые показатели деятельности компании, их классификация и методы оценки 229

25. Куцегреева Л.В., Гусева Е.С.
Сравнение методов прогнозирования финансовых показателей деятельности компании 245

26. Куцегреева Л.В., Дадашян К.А.
Анализ рынка потребителей фаст-фуд продукции и рынка заведений здорового питания 256

27. Моламусов З.Х., Штезель Д.А.
Маркетинговые инструменты как основа эффективного управления потребительским спросом 266

28. Насыбулина В.П., Головатинская В.И.
Цифровые платформы как новый инструмент организации аутсорсинга бизнес-процессов малых предприятий 274

29. Петровская Д.В.
Методологические проблемы автоматизации проектирования образовательных систем в условиях цифровой трансформации науки и образования 291

30. Петровский Д.А.
Влияние систем информационной безопасности на защиту личности и бизнеса 297

31. Пидяшова О.П., Пахомов В.К.
Цели и принципы формирования финансовой стратегии предприятия 303

32. Приходько К.С., Мартиросян З.А.
Рецессионный и инфляционный разрывы как индикаторы макроэкономической динамики (сравнение России, США и Румынии) 313

33. Приходько К.С., Ибрагимов Г.А., Мартиросян З.А.
Ноономика: путь к преодолению экономического кризиса и восхождению к экономическому процветанию 320

34. Приходько К.С., Матинян К.Г.
Устойчивое развитие розничных торговых сетей: экологические и социальные аспекты 331

35. Сигида Д.А., Коваленко Д.С., Диденев И.И.
Цифровой портрет пользователя 341

36. Таранюк Ю.В., Олейникова Г.В.
Формирование юридической категории «права несовершеннолетнего» 352

37. Таранюк Ю.В., Алексанова Е.Х., Кокина А.В.
Проблема реализации прав человека в условиях коррупционности государственного механизма 362

38. Таранюк Ю.В., Олейникова Г.В., Алексанова Е.Х.
Коррупция как проблема реализации прав несовершеннолетних 371

39. Томбулова Е.Г., Унежева Л.З.
«Слабая сторона» договора перевозки (пассажир) в контексте социальной справедливости: пределы и механизмы правовой защиты 380

40. Трипкош Е.В., Аванесян С.С.
Инновационные методы финансового анализа в условиях тотальной цифровизации 390

41. Трипкош Е.В., Ильина Д.С.
Экономический анализ влияния искусственного интеллекта на структуру занятости в традиционных отраслях 403

42. *Фролов Р.Н., Нуртдинова Э.В.*
Механизмы трансформации электронного рынка в России: адаптация к новым реалиям и оценка эффективности параллельного импорта 415

43. Штезель А.Ю., Беленова Е.Е., Мартиросян З.А.
Маркетинговые инструменты в антикризисном управлении производственного предприятия 422

44. Штезель А.Ю., Штезель Д.А., Беленова Е.Е.
Маркетинговые аспекты управления развитием взаимоотношений на рынке промышленного назначения 430

УДК 336.711

Авагян Г.Л.,
д.э.н., профессор
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Раевский К.Э.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ЦЕНТРАЛЬНЫЕ БАНКИ И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕГУЛЯТОРНЫХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРАКТИК В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

CENTRAL BANKS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE TRANSFORMATION OF REGULATORY AND ANALYTICAL PRACTICES IN RUSSIA AND ABROAD

Аннотация: В настоящей работе анализируется внедрение ИИ в финансовом секторе и двойственная роль центральных банков как пользователей и регуляторов этих технологий. Сопоставляются подходы ЕЦБ, Банка Англии, ФРС и Народного банка Китая с позицией Банка России. Показаны ключевые выгоды и риски внедрения ИИ и сделан вывод о преобладании модели осторожной интеграции при сохранении человеческой ответственности.

Abstract: This paper analyzes the implementation of AI in the financial sector and the dual role of central banks as users and regulators of these technologies. It compares the approaches of the ECB, the Bank of England, the Federal Reserve, and the People's Bank of China with the position of the Bank of Russia. It highlights the key benefits and risks of AI implementation and concludes that a cautious integration model, while maintaining human responsibility, prevails.

Ключевые слова: искусственный интеллект, риски, технологии, финансовый сектор, центральный банк.

Keywords: Artificial intelligence, risks, technologies, financial sector, central bank.

Технологии искусственного интеллекта (далее – ИИ), долгие годы остававшиеся в области экспериментальных исследований, перешли в статус ключевых механизмов цифровой трансформации финансовой системы и всей экономики в целом. Машинное обучение (ML), анализ больших данных (Big Data), алгоритмы обработки естественного языка (NLP) и генеративные модели (GenAI) уже применяются коммерческими банками и финтех-компаниями для скоринга, противодействия мошенничеству, персонализации

сервисов и автоматизации внутренних процессов. Меняется не только структура финансового рынка, но и характер рисков, с которыми сталкиваются регуляторы, что напрямую затрагивает сферу ответственности центральных банков всех государств мира.

Роль центральных банков в такой цифровой трансформации оказывается двойственной. С одной стороны, они сами становятся пользователями технологий ИИ, стремясь повысить качество макроэкономического и инфляционного анализа, эффективности надзорной деятельности, управления платежной инфраструктурой и внутренних операционных процедур. С другой стороны, именно центральные банки выступают регуляторами применения технологий ИИ в финансовом секторе, отвечая за непоколебимость финансовой системы, защиту прав потребителей и устойчивость критически важной инфраструктуры. В этих условиях отношение регуляторов к развитию и применению ИИ приобретает значимый характер, что требует специального анализа.

Исходя из этого, особый интерес представляет сравнительное рассмотрение подхода Центрального Банка Российской Федерации с позициями крупнейших центральных банков мира. Сопоставление этих позиций позволяет выявить общие тренды и отличия в восприятии возможностей и рисков распространения технологий ИИ.

По данным глобального опроса McKinsey за 2025 год, 88 % компаний регулярно применяют технологии ИИ минимум в одном бизнес-процессе, в 2024 году доля таких компаний была 78 %. Однако следует отметить, что примерно две трети организаций всё ещё находятся на стадии внедрения, а не масштабирования на уровне всей компании.

Финансовые подразделения выступают одной из «точек концентрации» развития и внедрения технологий ИИ. В специализированном опросе 102 финансовых директоров, проведённом McKinsey в 2025 году, почти половина (44 %) респондентов сообщили, что регулярно используют генеративный ИИ для осуществления более 5 основных финансовых функций. По сравнению с предыдущим годом имел место резкий рост на 7 %. При этом 65 % опрошенных заявили, что в этом году их компании наращивают объем инвестиций в инструменты ИИ, тогда как два года назад о подобных планах заявляли примерно 25 % компаний [14].

При этом количественные показатели реальной финансовой отдачи пока

значительно скромнее, чем масштабы экспериментов. В исследовании мирового технологического института (MIT), отмечается, что лишь 5 % пилотных проектов, основанных на технологии ИИ, привели к заметному эффекту на уровне изменении соотношения прибыли и убытков, то есть большинство инициатив не переходят от пилотной стадии к внедрению в ключевые процессы. В глобальном опросе «The State of AI 2025» только 39 % компаний вообще фиксируют какой-либо вклад ИИ в показатель EBIT, причём рост EBIT более 5 % демонстрируют примерно 6 % организаций, относящихся к «лидерам по ИИ».

Согласно обзорному докладу Всемирного экономического форума «Artificial Intelligence in Financial Services» за 2025 год, в 2023 году финансовые компании потратили около 35 млрд. долл. США на внедрение технологий ИИ в банкинг, страхование, рынки капитала и платёжный бизнес, и траектория инвестиций остаётся восходящей [8].

Анализ эмпирических данных банковского сектора подтверждает быстрый, но неоднородный прогресс. Совместное исследование Банка Англии и Управления по финансовому надзору Великобритании за 2024 год показало, что 75 % финансовых организаций в стране уже используют технологии ИИ, ещё 10 % планируют начать в течение трёх лет. Так, в обзоре EY - Parthenon по генеративному ИИ в банкинге за 2025 год отмечается, что 47 % опрошенных банков уже полноценно внедрили приложения на базе генеративного ИИ (в 2023 году таких было только 10 %), а 90 % находятся, как минимум, на стадии бета - тестирования или дальше (в 2023 году – 64 %). В то же время исследование BCG 2025 года предупреждает, что менее чем четверть банков действительно «готовы к эре ИИ»: только около 25 % учреждений интегрировали ИИ в свою стратегию и операционную модель, тогда как остальные ограничиваются фрагментарными инициативами [7].

Российский финансовый сектор движется в том же направлении, хотя структура рынка и масштабы инвестиций иные. По данным экспертов РАНХиГС, в 2024 году расходы банков мира на системы машинного обучения оценивались примерно в 5,43 млрд. долл. США, с прогнозом роста до 41,67 млрд. долл. США к 2034 году. На российском рынке, по их оценкам, к 2025 году более половины банков активно внедряют решения на базе ИИ, а объём рынка больших языковых моделей (LLM) достигает около 35 млрд. руб. Банк России в опросе более 250 финансовых организаций, проведенном в октябре 2025 года на форуме «Финополис», зафиксировал,

что технологии ИИ уже используются примерно в каждом четвёртом банке, а во всех системно значимых банках технологии ИИ внедрены и поддерживают широкий круг проектов. Наиболее распространённые области применения – анализ рисков, скоринг и привлечение клиентов, персонализация продуктов, маркетинг и продвижение [4].

Анализ опыта крупнейших российских банков достаточно ярко иллюстрирует масштаб интеграции. Так, по данным РАНХиГС, в ВТБ с 2020 года количество проектов на базе ИИ увеличилось в 6,3 раза, технологии ИИ используются более чем в 300 бизнес-процессах, а эффекты от применения моделей в 5,1 раза превышают совокупные затраты на их разработку и эксплуатацию в годовом выражении. «Сбер» в 2025 году сообщает о более чем 570 инициативах в области генеративного ИИ, из которых свыше 450 – это специализированные ИИ-агенты. По оценке банка, глобальный потенциал внедрения генеративного ИИ в банкинге может увеличивать годовой объем выручки на 340 млрд. долл. США, что сопоставимо примерно с 5 % совокупной отраслевой выручки [6].

Именно на этом фоне становится особенно важным проследить, как центральные банки – как пользователи, так и регуляторы – оценивают риски и выгоды технологий ИИ, формируют подходы к их применению и выстраивают институциональные рамки для финансового сектора.

По данным опроса Банка международных расчётов, уже к 2020 году около 80 % центральных банков использовали методы работы с Большими данными, в том числе алгоритмы машинного обучения, и лишь 30 % в 2015 году, прежде всего для статистики и макроэкономического анализа. Совет по финансовой стабильности оценивает, что инвестиции в технологии ИИ в финансовом и банковском секторе могут вырасти с 166 млрд. долл. США в 2023 году до примерно 400 млрд. долл. США к 2027 году, что вынуждает регуляторов стремительно адаптироваться к новым технологиям. Ссылка на источник!

В еврозоне Европейский центральный банк (далее – ЕЦБ) занимает позицию «осторожного принятия» технологий ИИ. В Financial Stability Review 2024 года подчёркивается, что технологии ИИ несут как значительные выгоды для эффективности финансовой системы, так и риски, связанные с концентрацией поставщиков, операционными сбоями и возможным усилением «стадного» поведения рынков. При широком внедрении технологий, ЕЦБ видит вероятность роста операционного и кибер риска, усиления эффектов «too-big-to-fail» и коррелированности ошибок, что в

перспективе может потребовать таргетированных регуляторных инициатив сверх действующей нормативной базы [13]. В речи члена Исполнительного совета П. Чиполлоне «Artificial intelligence: a central bank's view» в июле 2024 г. ЕЦБ описывает конкретные проекты: использование машинного обучения для прогнозирования инфляции в еврозоне, а также для краткосрочного прогноза мировой торговли, при этом подчёркивается, что новые модели сопоставимы или превосходят точность традиционных прогнозов [10].

Банк Англии выступает одним из наиболее активных игроков в выработке подхода к использованию технологий ИИ в финансовой системе, совмещая роль пользователя и мегарегулятора. Банк Англии и PRA опубликовали дискуссионный документ DP5/22 и последующее Feedback Statement FS2/23 по ИИ и машинному обучению, в которых закрепляется следующий принцип: «ИИ должен подчиняться существующим требованиям к управлению модельным риском, справедливому обращению с потребителями и операционной устойчивости, а при необходимости будут выработаны специальные правила» [9].

При этом сам Банк Англии постепенно интегрирует технологии ИИ в свои внутренние процессы. По данным исследования NIPFP, регулятор пилотно внедряет генеративный ИИ и большие языковые модели для внутреннего использования – чернового написания аналитических записок, составления протоколов и отчётов, а также улучшения процессов прогнозирования инфляции.

Таким образом, британский мегарегулятор занимает откровенно проинновационную, но институционально осторожную позицию, стимулируя использование технологий ИИ в секторе и внутри самого банка, но одновременно усиливает требования к управлению данными, проверяемости моделей и устойчивости к киберугрозам.

Федеральная резервная система США в последние годы также институционализировала использование ИИ. В 2024 году Совет управляющих создал специальную программу по искусственному интеллекту и назначил главного должностного лица по ИИ (CAIO). Согласно официальной странице AI Program, цели программы – способствовать ответственному использованию технологий ИИ, поддерживать инновации, одновременно снижая сопутствующие риски, и гарантировать соблюдение федеральных требований к использованию технологий. Параллельно публикуются исследования и выступления членов Совета, где

подчёркивается двойственный характер технологий ИИ, как источника роста производительности и качества прогнозов, так и фактора новых рисков, прежде всего в сфере справедливости кредитования, конфиденциальности данных и киберустойчивости [11].

Народный банк Китая связывает технологии ИИ с задачами безопасности и «надлежащего управления данными» и, по данным NIPFP, уже выпустил руководящие документы по применению технологий в финансовых сервисах и защите данных, параллельно продвигая цифровой юань как площадку, где ИИ помогает в анализе транзакций и выявлении мошенничества [12].

Важно отметить, что среди крупнейших центральных банков мира практически нет примеров жёстко негативного, «изоляционистского» отношения к технологиям ИИ в виде полного отказа от них, регуляторы скорее исходят из парадигмы «осторожной интеграции». Технологии ИИ признаются стратегически значимыми инструментами для прогнозирования, статистики, надзора и операционной деятельности, но их использование ставится в жёсткие рамки управления модельным и операционным риском, защиты данных и кибербезопасности. Отдельные исследования BIS, посвященные генеративному ИИ и киберрискам центральных банков, фиксируют, что большинство регуляторов одновременно рассчитывают использовать ИИ для укрепления собственной киберзащиты и ожидают усиления угроз со стороны злоумышленников, вооруженных теми же инструментами.

Таким образом, можно констатировать доминирование осторожно-позитивного отношения в действиях центральных банков крупнейших стран мира, стремящихся использовать технологии ИИ как ресурс повышения качества анализа и эффективности своих процессов. В тоже время ключевые решения должны оставаться в зоне человеческой ответственности, а модели быть объяснимыми и встроенными в существующие рамки регуляторного и этического контроля.

Банк России в целом разделяет подход крупных зарубежных регуляторов, рассматривая технологии ИИ в качестве важного ресурса цифровой трансформации финансового рынка, но акцентирует внимание на поэтапном внедрении, управлении рисками и сохранении ведущей роли экспертного суждения. Это отражено в стратегическом документе «Основные направления развития финансовых технологий на период 2025-2027 годов», где искусственный интеллект выделен как отдельный объект регулирования и как часть блока технологии надзора и регулирования.

Подчеркивается, что технологии ИИ должны рассматриваться в связке с развитием цифровой инфраструктуры (СБП, цифровой рубль, единая биометрическая система и т.д.), которая создает базу данных для аналитических решений [5].

Ключевым шагом регулятора стало принятие в июле 2025 года Кодекса этики в сфере разработки и применения ИИ на финансовом рынке. Документ носит рекомендательный характер, но фактически задает рамки «мягкого регулирования» для всех участников рынка. В Кодексе закреплены пять базовых принципов: человекоцентричность, справедливость, прозрачность, безопасность и ответственное управление рисками. Регулятор рекомендует финансовым организациям информировать клиентов о применении технологий ИИ, предоставлять возможность отказаться от взаимодействия с алгоритмом в пользу человека, обеспечивать возможность пересмотра решений, принятых на основе технологий ИИ, исключать дискриминационные факторы из моделей, следить за качеством данных и встраивать потенциальные риски в общую систему риск-менеджмента [2].

Банк России сознательно ограничивает использование ИИ в собственных «чувствительных» функциях. В официальных разъяснениях 2025 года регулятор прямо указал, что не использует технологии ИИ ни при принятии решений по ключевой ставке, ни при анализе инфляции и инфляционных ожиданий, ввиду недостаточности стабильных исторических данных в условиях структурной трансформации экономики. ИИ обучается на прошлых режимах, недостаточно репрезентативных для текущей и будущей ситуации. Глава Банка России Э. С. Набиуллина при этом подчеркивает, что потенциал технологий ИИ высок, но пока его применение в макроэкономическом анализе и прогнозировании регулятор считает ограниченным [3].

На практике ИИ уже используется Банком России во вспомогательных и сервисных задачах. В 2025 году регулятор сообщил, что применяет модели ИИ для классификации и маршрутизации обращений и жалоб граждан, а также для адаптации языка аналитических материалов под разные целевые аудитории. ИИ помогает аналитикам и экономистам обрабатывать большие массивы информации, но окончательные управленческие решения остаются за экспертами и органами управления.

Важным шагом в сторону «регуляторного» использования ИИ стал запуск в октябре 2025 года экспериментального проекта по анализу сложных финансовых продуктов. В тестовом режиме модель ИИ, разработанная при участии Банка России и

группы из десяти банков, должна формировать для граждан краткие резюме по продуктам с акцентом на ключевые риски. Пилотный запуск рассчитан до второго квартала 2026 года и ориентирован на повышение прозрачности и понятности финансовых услуг для розничных клиентов. По итогам эксперимента регулятор планирует определить дальнейшие направления масштабирования таких решений [1].

Если сравнить обозначенную позицию Банка России с подходами центральных банков других стран, рассмотренных выше, можно выделить несколько общих черт и различий.

Во-первых, общей чертой подходов является акцент на «ответственном» внедрении ИИ. Российский регулятор, ЕЦБ, Банк Англии выстраивают рамки «мягкого» регулирования, подчеркивают человекоцентричность, недопустимость дискриминации и необходимость прозрачности моделей, а также рассматривают технологии ИИ, прежде всего, как инструмент для аналитиков, а не замену органов принятия решений.

Во-вторых, Банк России, подобно ФРС, сохраняет дистанцию между технологиями ИИ и ключевыми решениями денежно-кредитной политики, тогда как отдельные зарубежные регуляторы уже активно экспериментируют с машинным обучением в макроэкономическом краткосрочном планировании. На этом фоне наиболее заметным отличием выглядит китайский и частично индийский вектор, где регуляторы шире поощряют использование ИИ в кредитовании и надзоре, тогда как Банк России делает ставку на осторожное масштабирование, подкрепленное этическим кодексом и развитием инфраструктурных проектов.

В целом проведённый анализ показывает, что центральные банки крупнейших юрисдикций демонстрируют преимущественно осторожно-позитивное отношение к технологиям ИИ. Они воспринимаются как стратегически важный ресурс для повышения качества анализа, надзора и операционной эффективности, но его использование жестко встраивается в рамки управления модельным и операционным риском, защиты данных и кибербезопасности. Иностранные регуляторы уже достигли заметного прогресса в применении технологий ИИ для краткосрочного прогнозирования, анализа больших массивов текстовых данных, мониторинга транзакций и стресс-тестирования, сохраняя при этом ключевые решения за людьми.

Российский опыт в этом контексте можно охарактеризовать как умеренно поддерживающий. Банк России, с одной стороны, активно формирует нормативно-этическую рамку, стимулирует внедрение ИИ и запускает собственные пилоты в

вспомогательных и потребительских сервисах. С другой стороны, регулятор осознанно ограничивает роль ИИ в области денежно-кредитной политики и макропрогнозирования, указывая на структурную нестабильность данных и риски некорректной перенастройки моделей на изменяющиеся режимы экономики. Такой подход позволяет снизить вероятность технологически обусловленных ошибок в ключевых решениях, но одновременно замедляет формирование полноценной практики применения технологий ИИ в макроэкономическом анализе.

С учетом выявленных тенденций целесообразно рекомендовать Банку России продолжать линию на «ответственное внедрение» технологий ИИ, усиливая при этом три направления:

– развитие собственных надзорных и регуляторных технологий с открытой методологией и регулярной оценкой их влияния на качество надзора;

– углубление сотрудничества с академическим сообществом и зарубежными регуляторами для обмена лучшими практиками в области «explainable AI» и управления модельным риском;

– систематическое раскрытие информации о результатах пилотных проектов с участием технологий ИИ.

Это позволит сохранить баланс между инновационностью и предсказуемостью политики регулятора и укрепить доверие к решениям, принимаемым в условиях растущей алгоритмизации финансовой системы.

Список литературы:

1. Банк России внедрит ИИ для анализа финансовых продуктов [Электронный ресурс] // Ferra.ru. – 24.10.2025. – Режим доступа: https://www.ferra.ru/news/v-rossii/bank-rossii-vnedrit-ii-dlya-analiza-finansovykh-produktov-24-10-2025.htm (дата обращения: 16.11.2025).

2. Банк России на форуме «Финополис» обсудил применение технологий искусственного интеллекта в финансовом секторе [Электронный ресурс] // Банк России. – 2025. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/press/event/?id=25755 (дата обращения: 16.11.2025).

3. Банк России создаст платформу на основе ИИ для анализа финансовых продуктов [Электронный ресурс] // ТАСС. – 2025. – Режим доступа: https://tass.ru/ekonomika/25107793 (дата обращения: 16.11.2025).

4. Внедрение алгоритмов искусственного интеллекта и машинного обучения в банковский сектор [Электронный ресурс] // Портал Института прикладных экономических исследований РАНХиГС. – Режим доступа: https://piu.ranepa.ru/news/vnedrenie-algoritmov-iskusstvennogo-intellekta-i-mashinnogo-obucheniya-v-bankovskiy-sektor/ (дата обращения: 16.11.2025).

5. Основные направления развития финансовых технологий на 2025-2027 годы [Электронный ресурс]. – Банк России. – М., 2024. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/166399/onfintech_2025-27.pdf (дата обращения: 16.11.2025).

6. «Сбер» рассказал о реализации более 570 проектов на базе генеративного ИИ [Электронный ресурс] // РБК. – 09.10.2025. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/industries/news/68e77d4b9a7947a6627c1920 (дата обращения: 16.11.2025).

7. AI in banking: EY-Parthenon GenAI survey insights [Электронный ресурс] // EY Insights. – 2025. – Режим доступа: https://www.ey.com/en_us/insights/banking-capital-markets/ai-in-banking-ey-parthenon-genai-survey-insights (дата обращения: 16.11.2025).

8. Artificial intelligence in financial services [Электронный ресурс]. – World Economic Forum. – 2025. – Режим доступа: https://reports.weforum.org/docs/WEF_Artificial_Intelligence_in_Financial_Services_2025.pdf (дата обращения: 16.11.2025).

9. Artificial intelligence in UK financial services 2024 [Электронный ресурс]. – Bank of England. – 2024. – Режим доступа: https://www.bankofengland.co.uk/report/2024/artificial-intelligence-in-uk-financial-services-2024 (дата обращения: 16.11.2025).

10. Cipollone P. Artificial intelligence – a central bank’s view: keynote speech at the National Conference of Statistics on official statistics at the time of artificial intelligence, Rome, 4 July 2024 [Электронный ресурс] // Bank for International Settlements. – 2024. – Режим доступа: https://www.bis.org/review/r240709c.htm (дата обращения: 16.11.2025).

11. Federal Reserve Board. Artificial Intelligence (AI) Program [Электронный ресрс]. – 2024. – Режим доступа: https://www.federalreserve.gov/ai.htm (дата обращения: 16.11.2025).

12. Gupta V., Chakraborty L. How Central Banks Are Harnessing AI: A Global Perspective [Электронный ресурс] // National Institute of Public Finance and Policy Blog. –

2025. – 30.09.2025. – Режим доступа: https://nipfp.org.in/publication-index-page/blog-index-page/how-central-banks-are-harnessing-ai-a-global-perspective/ (дата обращения: 16.11.2025).

13. Leitner G., Singh J., van der Kraaij A., Zsámboki B. The rise of artificial intelligence: benefits and risks for financial stability [Электронный ресурс] // Financial Stability Review. – European Central Bank, 2024. – Режим доступа: https://www.ecb.europa.eu/press/financial-stability-publications/fsr/special/html/ecb.fsrart202405_02~58c3ce5246.en.html (дата обращения: 16.11.2025).

14. Singla A., Sukharevsky A., Yee L., Chui M. The state of AI in 2025: agents, innovation, and transformation [Электронный ресурс] // McKinsey & Company. – 2025. – Режим доступа: https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai (дата обращения: 16.11.2025).

УДК 796.011

Александров С.Г.,
к.п.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Фураев А.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

MILITARY AND PATRIOTIC EDUCATION OF STUDENTS AS A FACTOR IN THE FORMATION OF NATIONAL IDENTITY: TO THE QUESTION

Аннотация: В статье рассматривается роль военно-патриотического воспитания студенческой молодежи в процессе формирования национальной идентичности. Анализируются теоретико-методологические основы патриотического воспитания в системе высшего образования, исследуются ключевые формы и методы организации воспитательной работы с обучающимися. Особое внимание уделяется взаимосвязи патриотических ценностей и национального самосознания молодежи в современных социокультурных условиях. Определяются перспективные направления совершенствования системы военно-патриотического воспитания в образовательных организациях высшего образования.

Abstract: The article examines the role of military-patriotic education of student youth in the process of forming national identity. The article analyzes the theoretical and methodological foundations of patriotic education in the higher education system, and explores the key forms and methods of organizing educational work with students. Special attention is paid to the relationship between patriotic values and national identity of young people in modern sociocultural conditions. The article identifies promising areas for improving the system of military-patriotic education in higher education institutions.

Ключевые слова: военно-патриотическое воспитание, национальная идентичность, студенческая молодежь, патриотизм, гражданское самосознание, высшее образование, воспитательная работа, национальные ценности.

Keywords: military-patriotic education, national identity, student youth, patriotism, civic consciousness, higher education, educational work, and national values.

Результаты исследования и их обсуждение. Студенческая молодежь представляет собой особую социально-демографическую группу, характеризующуюся высоким интеллектуальным потенциалом, активной жизненной позицией и восприимчивостью к различным идеологическим влияниям.

Именно в период обучения в высшем учебном заведении происходит окончательное становление мировоззренческих установок личности, формируются устойчивые ценностные ориентации, определяющие дальнейшую гражданскую позицию человека. Данное обстоятельство обусловливает необходимость целенаправленной воспитательной работы со студентами, направленной на формирование патриотического сознания и укрепление национальной идентичности [6, с. 156].

Военно-патриотическое воспитание как системное педагогическое воздействие направлено на формирование у обучающихся высокого патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите интересов Родины [1].

Данный вид воспитательной деятельности органично интегрирует в себе духовно-нравственный, историко-культурный и социально-политический компоненты, создавая комплексное воздействие на формирующуюся личность молодого человека. Военно-патриотическое воспитание выступает важнейшим фактором консолидации общества, обеспечивая преемственность поколений в деле защиты национальных интересов государства [3].

Теоретико-методологические основания военно-патриотического воспитания базируются на фундаментальных положениях отечественной педагогической науки, философии образования и социологии молодежи.

Классические идеи о воспитании гражданина-патриота, разработанные выдающимися отечественными педагогами, сохраняют свою актуальность и в современных условиях, получая новое осмысление применительно к изменившейся социокультурной ситуации [4].

Современные исследователи подчеркивают необходимость интеграции традиционных и инновационных подходов к организации патриотического воспитания, учитывающих специфику информационного общества и особенности восприятия молодежью исторической информации [7, с. 89].

Формирование национальной идентичности в процессе военно-патриотического

воспитания осуществляется через механизмы социализации и идентификации личности со своим народом, осознание себя важной частью российского социума.

Студенты приобщаются к историческому опыту народа, осваивают систему национальных символов и ценностей, осознают свою сопричастность к судьбе Отечества.

Важнейшую роль в данном процессе играет изучение героических страниц отечественной истории, подвигов защитников Родины в различные исторические эпохи. Обращение к примерам мужества и самопожертвования предшествующих поколений формирует у молодежи чувство гордости за свою страну и готовность следовать героическим традициям.

Система военно-патриотического воспитания в образовательных организациях высшего образования включает разнообразные организационные формы и методы работы с обучающимися.

Учебная деятельность создает фундамент патриотического воспитания через освоение дисциплин гуманитарного цикла, изучение истории Отечества, основ государственной политики в области обороны и безопасности.

Внеучебная воспитательная работа расширяет возможности формирования патриотических качеств личности посредством организации массовых мероприятий, функционирования военно-патриотических клубов и объединений, проведения поисковой и музейной работы [8, с. 234].

Особое значение в системе военно-патриотического воспитания студентов приобретают мероприятия, связанные с увековечением памяти о Великой Отечественной войне (ВОВ) и других судьбоносных событиях отечественной истории.

Участие молодежи в торжественных мероприятиях, посвященных памятным датам военной истории России, способствует эмоциональному переживанию исторических событий и формированию устойчивой связи с героическим прошлым народа. Встречи с участниками ВОВ и тружениками тыла, ветеранами боевых действий обеспечивают живую связь поколений, позволяя студентам из первых уст узнать о подвигах защитников Отечества.

Поисковая деятельность представляет собой эффективную форму военно-патриотического воспитания, объединяющую исследовательскую работу с непосредственным соприкосновением с историей. Участие студентов в поисковых экспедициях по местам боевых сражений, работа по установлению судеб погибших

воинов, благоустройство воинских захоронений формируют глубокое эмоциональное отношение к памяти павших защитников Родины. Данная деятельность развивает у молодежи чувство личной ответственности за сохранение исторической памяти и противодействие попыткам фальсификации истории [5, с. 67].

Военно-спортивные игры и соревнования выступают важным средством физического и патриотического воспитания студентов. Участие в военно-прикладных видах спорта, тактических играх и соревнованиях развивает физические качества молодежи, формирует навыки коллективного взаимодействия, воспитывает волевые качества и психологическую устойчивость [2].

Данные мероприятия моделируют отдельные элементы воинской деятельности, позволяя студентам приобрести практический опыт, востребованный при прохождении военной службы [6, с. 198].

Информационно-коммуникационные технологии существенно расширяют возможности военно-патриотического воспитания в современных условиях. Создание патриотического контента для социальных сетей, разработка образовательных интернет-проектов, проведение онлайн-мероприятий позволяют охватить воспитательным воздействием широкую студенческую аудиторию.

Вместе с тем информационное пространство является ареной идеологического противоборства, что актуализирует задачу формирования у молодежи критического мышления и способности противостоять деструктивному информационному воздействию.

Взаимосвязь военно-патриотического воспитания и формирования национальной идентичности проявляется в нескольких измерениях. Когнитивное измерение предполагает освоение студентами системы знаний об истории и культуре своего народа, государственных символах и традициях, геополитическом положении и национальных интересах России.

Эмоционально-ценностное измерение связано с формированием чувства принадлежности к национальной общности, гордости за достижения своей страны, эмоциональной привязанности к родной земле. Деятельностное измерение выражается в готовности молодежи к практическим действиям по защите национальных интересов и укреплению обороноспособности государства [7, с. 145].

Эффективность военно-патриотического воспитания во многом определяется качеством подготовки педагогических кадров, осуществляющих воспитательную

деятельность. Преподаватели и организаторы воспитательной работы должны обладать не только профессиональными компетенциями, но и личным примером демонстрировать патриотические убеждения и гражданскую позицию.

Современные вызовы национальной безопасности России актуализируют задачу усиления военной составляющей патриотического воспитания студентов. Специальная военная операция (СВО) продемонстрировала важность морально-психологической готовности граждан к защите Отечества и необходимость укрепления связи армии и общества.

Примеры мужества и героизма российских военнослужащих на СВО становятся важнейшим воспитательным ресурсом, формирующим у молодежи уважение к ратному труду и готовность при необходимости встать на защиту Родины [8, с. 267].

Региональный компонент военно-патриотического воспитания обеспечивает связь общенациональных ценностей с местной историей и культурой. Изучение вклада кубанских казаков в защиту Отечества, сохранение памяти о местных героях войн и локальных конфликтов формирует у студентов чувство «малой родины» как неотъемлемой части большой России.

Региональная идентичность органично дополняет общенациональную идентичность, создавая многоуровневую систему патриотических ценностей личности.

Взаимодействие образовательных организаций с воинскими частями, ветеранскими организациями и общественными объединениями патриотической направленности обеспечивает комплексный подход к военно-патриотическому воспитанию студентов. Социальное партнерство позволяет объединить ресурсы различных субъектов воспитательной деятельности, расширить содержание и формы работы с молодежью, обеспечить профессиональное сопровождение патриотических мероприятий.

Координация усилий всех заинтересованных сторон повышает системность и результативность патриотического воспитания.

Оценка эффективности военно-патриотического воспитания представляет собой сложную методологическую проблему, обусловленную многофакторностью формирования патриотического сознания и национальной идентичности личности.

Критериями результативности воспитательной работы выступают уровень патриотических знаний студентов, сформированность ценностного отношения к Отечеству, готовность к выполнению гражданского и воинского долга, участие в

патриотических мероприятиях и общественно полезной деятельности. Педагогический мониторинг позволяет отслеживать динамику формирования патриотических качеств, обучающихся и корректировать содержание воспитательной работы.

Перспективы развития системы военно-патриотического воспитания студентов связаны с совершенствованием нормативно-правовой базы, методического обеспечения и ресурсной поддержки воспитательной деятельности в вузах. Государственная программа патриотического воспитания граждан определяет стратегические ориентиры развития данного направления и механизмы координации деятельности различных субъектов воспитания.

Реализация программных мероприятий призвана обеспечить формирование у молодежи устойчивой национальной идентичности и готовности к защите интересов Российской Федерации.

Заключение.

Военно-патриотическое воспитание выступает ключевым фактором формирования национальной идентичности студенческой молодежи России.

Системная воспитательная работа, интегрирующая учебную и внеучебную деятельность, обеспечивает комплексное воздействие на сознание и поведение обучающихся, формируя патриотические ценности и гражданскую позицию.

В условиях современных геополитических вызовов укрепление национальной идентичности молодого поколения становится стратегическим приоритетом, определяющим будущее российского государства и общества.

Дальнейшее совершенствование системы военно-патриотического воспитания в образовательных организациях высшего образования требует консолидации усилий государства, педагогического сообщества и институтов гражданского общества.

Выводы.

1. Военно-патриотическое воспитание является системным педагогическим процессом, интегрирующим духовно-нравственный, историко-культурный и социально-политический компоненты.

2. Формирование национальной идентичности студентов осуществляется через механизмы социализации и идентификации личности со своим народом и социальной общностью передового российского студенчества.

3. Эффективность воспитательной работы определяется комплексным использованием разнообразных форм и методов: учебной деятельности, поисковой

работы, музейной педагогики, военно-спортивных мероприятий и информационных технологий.

4. Взаимосвязь патриотического воспитания и национальной идентичности проявляется в когнитивном, эмоционально-ценностном и деятельностном измерениях.

5. Социальное партнерство образовательных организаций с воинскими частями, ветеранскими организациями и общественными объединениями повышает системность и результативность воспитательной деятельности.

Практические рекомендации.

1. Совершенствование нормативно-правовой базы: необходимо развивать законодательное и методическое обеспечение военно-патриотического воспитания в системе высшего образования.

2. Подготовка педагогических кадров: следует совершенствовать систему подготовки и повышения квалификации преподавателей и организаторов воспитательной работы в области патриотического воспитания.

3. Интеграция учебной и внеучебной деятельности: рекомендуется обеспечить системную взаимосвязь образовательного процесса и воспитательных мероприятий патриотической направленности.

4. Развитие региональной компоненты: целесообразно усилить изучение вклада кубанского казачества в защиту Отечества и сохранение памяти о местных героях.

5. Использование информационных технологий: необходимо активно создавать патриотический контент для социальных сетей и развивать образовательные интернет-проекты.

6. Расширение социального партнерства: рекомендуется укреплять взаимодействие вузов с воинскими частями, ветеранскими организациями и патриотическими объединениями.

7. Формирование критического мышления: следует развивать у студентов способность противостоять деструктивному информационному воздействию.

8. Реализация соответствующей государственной программы: необходимо обеспечить выполнение программных мероприятий патриотического воспитания граждан для формирования устойчивой национальной идентичности молодежи.

Список литературы:

1. Александров С.Г. Практическая реализация военно-физической подготовки

в российских вузах, не имеющих военных учебных центров //Актуальные вопросы педагогики и психологии: Коллективная монография. – Чебоксары: Среда, 2025. - С. 59-74.

2. Александров С.Г. Программа военно-физической подготовки студентов вузов Кубани в современных общественно-исторических условиях // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. - 2025. - № 5 (243). - С. 235-244.

3. Александров С.Г., Диденев И.И., Коваленко Д.С О результативности программы военно-физической подготовки студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова // Новые вызовы для экономики России: актуальные подходы и перспективные решения: Сборник научных трудов студентов IX Международной межвузовской научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2025. - С. 40-49.

4. Александров С.Г., Кандилян Д.С. Влияние военной подготовки на психологическое и физическое здоровье студентов // Обновление воспитательного процесса в образовательной организации. Панорама практик воспитания: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары: Среда, 2025. - С. 143-147.

5. Вырщиков А. Н. Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе / А. Н. Вырщиков, М. Б. Кусмарцев. – М.: Планета, 2022. – 328 с.

6. Лутовинов В. И. Военно-патриотическое воспитание российской молодежи: учебное пособие / В. И. Лутовинов. – М.: РАГС, 2023. – 284 с.

7. Микрюков В. Ю. Формирование национальной идентичности в системе патриотического воспитания / В. Ю. Микрюков // Педагогика. – 2024. – № 3. – С. 85–152.

8. Патриотическое воспитание в системе высшего образования: коллективная монография / под ред. С. В. Дармодехина. – М.: Институт изучения детства, семьи и воспитания, 2023. – 312 с.

УДК 796.011

Александров С.Г.,
к.п.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Пестич М.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

«ГИМНАСТИКА ДЛЯ ГЛАЗ» КАК ФАКТОР ПРОФИЛАКТИКИ НАРУШЕНИЯ ЗРЕНИЯ У СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

«EYE GYM» AS A FACTOR IN THE PREVENTION OF VISUAL IMPAIRMENT IN UNIVERSITY STUDENTS

Аннотация: Статья посвящена актуальной проблеме профилактики зрительных нарушений у студентов высших учебных заведений в условиях повсеместной цифровизации образования. В работе проанализированы основные факторы риска развития компьютерного зрительного синдрома (КЗС) и астенопии. Особое внимание уделено гимнастике для глаз как наиболее доступному и физиологичному методу профилактики. Представлены результаты собственного социологического исследования, выявившего высокий уровень зрительных нагрузок и распространённость симптомов утомления среди обучающихся, а также существующий разрыв между информированностью о профилактике и её реальным применением. На основе полученных данных обосновывается необходимость интеграции комплексов упражнений для глаз в структуру учебного процесса и занятий по физической культуре.

Abstract: The article addresses the pressing issue of preventing visual impairments among higher education students in the context of widespread digitalization of education. The paper analyzes the main risk factors for the development of computer vision syndrome (CVS) and asthenopia. Particular attention is paid to eye gymnastics as the most accessible and physiological method of prevention. The results of the authors' own sociological research are presented, revealing a high level of visual load and prevalence of fatigue symptoms among students, as well as the existing gap between awareness of prevention and its actual application. Based on the data obtained, the necessity of integrating eye exercise complexes into the structure of the educational process and physical education classes is substantiated.

Ключевые слова: студенты, цифровая образовательная среда, зрительное утомление, компьютерный зрительный синдром, гимнастика для глаз, физическая

культура, профилактика, социологический опрос.

Keywords: students, digital educational environment, visual fatigue, computer vision syndrome, eye gymnastics, physical culture, prevention, sociological survey.

Введение.

Современный этап развития высшего образования характеризуется глубокой интеграцией цифровых технологий во все аспекты учебной деятельности. Работа с электронными библиотечными системами, подготовка мультимедийных презентаций, онлайн-лекции, общение в мессенджерах и социальных сетях - всё это приводит к тому, что современный студент проводит перед экранами цифровых устройств от 4 до 10 и более часов в сутки. Столь высокая зрительная нагрузка в сочетании с гиподинамией и несоблюдением гигиенических норм работы создаёт предпосылки для массового развития функциональных нарушений зрения.

По данным Всемирной организации здравоохранения, распространённость миопии (близорукости) среди молодёжи в развитых странах достигает 30-50%, причём одним из ключевых факторов её прогрессирования считается длительная зрительная работа на близком расстоянии без достаточных пауз для отдыха [5]. В Российской Федерации, согласно методическим рекомендациям Министерства здравоохранения, до 60% выпускников школ и студентов младших курсов имеют те или иные отклонения со стороны органа зрения, большая часть которых носит функциональный характер и может быть скорректирована профилактическими мероприятиями [7].

В связи с этим поиск эффективных, экономически доступных и легко воспроизводимых в условиях вуза методов профилактики зрительного утомления приобретает особую значимость.

Цель данной работы - на основе анализа научной литературы и результатов эмпирического исследования обосновать роль гимнастики для глаз как фактора профилактики нарушений зрения у студентов и разработать практические рекомендации по её внедрению в образовательный процесс и систему физического воспитания.

Задачи исследования:

1. Выявить основные факторы риска и механизмы развития зрительного утомления у студентов.

2. Проанализировать существующие комплексы упражнений для профилактики нарушений зрения.

3. Провести социологический опрос для оценки реального уровня зрительных нагрузок, распространённости симптомов и отношения студентов к гимнастике для глаз.

4. На основе полученных данных определить пути интеграции профилактических мероприятий в структуру физического воспитания вуза.

Организация и методы исследования.

Для изучения реальной ситуации в студенческой среде нами было проведено пилотное социологическое исследование. Исследование проводилось методом анонимного онлайн-анкетирования в марте 2026 года. В опросе приняли участие 45 студентов 1-2 курсов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова различных направлений подготовки.

Анкета включала 7 вопросов, условно разделённых на три блока:

1. **Оценка зрительной нагрузки:** время, проводимое за экранами в течение дня.
2. **Оценка симптомов:** наличие и характер признаков зрительного утомления.
3. **Оценка профилактической активности:** знание о гимнастике для глаз, частота её выполнения, отношение к эффективности.

Статистическая обработка данных заключалась в расчёте процентных долей для каждого варианта ответа.

Результаты исследования и их обсуждение.

1. Теоретический анализ проблемы зрительного утомления у студентов.

1.1. Факторы риска и патогенез «компьютерного зрительного синдрома».

Зрительный анализатор человека сформировался в условиях, требующих преимущественно дистантного зрения (охота, ориентация в пространстве). Длительная работа на близком расстоянии является для него непривычной и физиологически напряжённой нагрузкой. Ключевую роль в процессе зрительного восприятия на близком расстоянии играет **аккомодация** - способность хрусталика менять свою кривизну для фокусировки на разноудалённых предметах. Эту функцию обеспечивает цилиарная (ресничная) мышца.

При длительной фиксации взгляда на экране монитора или смартфона цилиарная мышца находится в состоянии тонического напряжения. Если такие нагрузки повторяются ежедневно без достаточного расслабления, развивается **спазм аккомодации** - состояние, при котором мышца утрачивает способность к полному расслаблению. Это функциональное нарушение, которое при отсутствии коррекции

может привести к развитию истинной близорукости [1].

Помимо аккомодационного аппарата, страдает и роговица глаза. В норме она увлажняется слезной жидкостью при моргании. Средняя частота моргания в спокойном состоянии - 15-20 раз в минуту. При концентрации внимания на экране она снижается до 4-5 раз в минуту, что приводит к пересыханию роговицы и возникновению субъективных ощущений жжения, рези, «песка» в глазах [6].

Комплекс этих симптомов - зрительное утомление, сухость, покраснение, головные боли, временная размытость изображения - получил в научной литературе название**» компьютерный зрительный синдром» (КЗС)** [8]. Основными факторами, способствующими его развитию у студентов, являются:

- высокая продолжительность экранного времени;
- несоблюдение оптимального расстояния до экрана (менее 30-40 см);
- неправильная организация освещения (блики, недостаточная освещённость);
- низкая двигательная активность, ухудшающая кровоснабжение глаз [4].

1.2. «Гимнастика для глаз» как средство профилактики.

Наиболее естественным и доступным способом профилактики КЗС является выполнение специальных упражнений, направленных на расслабление глазодвигательных мышц и улучшение кровообращения. В офтальмологической практике выделяют несколько основных групп упражнений [6]:

1. **Релаксационные упражнения:** призваны снять тоническое напряжение с мышц. К ним относятся частое моргание (10-15 секунд), лёгкое зажмуривание с последующим расслаблением, а также **пальминг** - закрывание глаз ладонями таким образом, чтобы создать полную темноту и исключить световую стимуляцию.

2. **Упражнения для улучшения кровообращения и укрепления мышц** движения глазными яблоками вверх-вниз, вправо-влево, круговые вращения, диагональные движения, интенсивное смыкание и размыкание век.

3. **Упражнения для тренировки аккомодации:** перевод взгляда с близко расположенного предмета (например, карандаша на расстоянии 25-30 см) на максимально удалённый объект за окном.

Особого внимания заслуживает простое и эффективное **правило «20-20-20»**, рекомендованное Американской академией офтальмологии [8]. Суть его заключается в том, что каждые 20 минут работы за компьютером необходимо делать 20-секундный перерыв и переводить взгляд на объект, находящийся на расстоянии не менее 6 метров.

Это позволяет цилиарной мышце кратковременно расслабиться и предотвращает развитие спазма аккомодации.

Результаты анкетирования подтвердили предположение о высоком уровне экранной нагрузки у студентов. Лишь 2,5% респондентов (1 человек) проводят за экранами менее 2 часов в день. Основная масса опрошенных распределилась следующим образом (Таблица 1, Рисунок 1):

Таблица 1.
Распределение студентов по времени ежедневной работы с цифровыми устройствами

Время работы	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа (%)
Менее 2 часов	1	2,5
2–4 часа	6	15,0
4–6 часов	15	37,5
Более 6 часов	18	45,0
Всего	40	100



Рис. 1. Структура зрительных нагрузок студентов.
(Описание: круговая диаграмма, наглядно демонстрирующая, что почти половина опрошенных (45%) проводят за экранами более 6 часов в сутки, а 82,5% - более 4 часов).

Таким образом, подавляющее большинство студентов (82,5%) попадают в группу риска по развитию КЗС в связи с превышением рекомендованных гигиенических норм непрерывной работы с экраном.

Распространённость симптомов зрительного утомления.

Анкетирование показало, что лишь 12,5% респондентов (5 человек) не испытывают никаких неприятных симптомов после работы с цифровыми устройствами. Остальные 87,5% отмечают у себя один или несколько признаков КЗС. Частота встречаемости различных симптомов представлена в Таблице 2.

Таблица 2.

Структура жалоб на симптомы зрительного утомления (множественный выбор)

Симптом	Количество респондентов (чел.)	Доля от общего числа опрошенных (%)
Быстрая утомляемость глаз	21	52,5
Сухость глаз, чувство «песка»	20	50,0
Головная боль	15	37,5
Размытость изображения, нарушение фокусировки	15	37,5
Покраснение глаз	7	17,5
Не испытываю симптомов	5	12,5

Наиболее частыми жалобами стали быстрая утомляемость глаз и сухость, что напрямую коррелирует с данными о снижении частоты моргания и перенапряжении аккомодации. Важно отметить, что у многих студентов наблюдается сочетание нескольких симптомов, что свидетельствует о комплексном характере зрительного утомления.

Анализ в подгруппе студентов с максимальной нагрузкой (более 6 часов, 18 человек) показал, что 16 из них (88,9%) испытывают симптомы регулярно или часто. Это убедительно подтверждает прямую зависимость между длительностью экранного времени и риском развития зрительных нарушений.

Осведомлённость и профилактическая активность.

Результаты этого блока вопросов оказались наиболее показательными и выявили важное противоречие. Подавляющее большинство студентов - 75% (30 человек) - знают о существовании гимнастики для глаз или, по крайней мере, слышали о ней. Однако знания далеко не всегда переходят в действие (Рисунок 2).

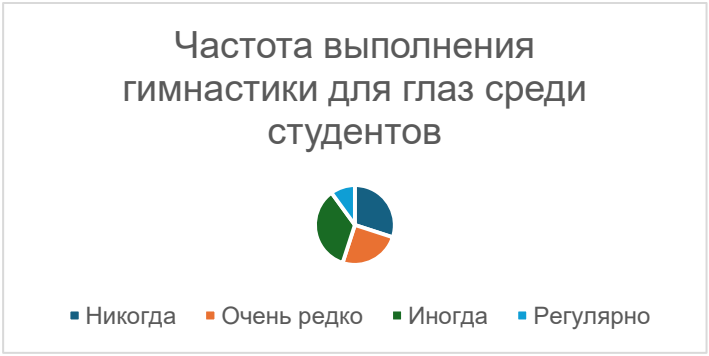


Рис. 2. Частота выполнения гимнастики для глаз среди студентов.

(Описание: столбчатая диаграмма или круговая диаграмма. Распределение ответов: «Никогда» - 30%, «Очень редко» - 25%, «Иногда» - 35%, «Регулярно» - 10%).

Как видно из диаграммы, лишь 10% опрошенных (4 человека) выполняют

упражнения регулярно. Ещё 35% делают это от случая к случаю («иногда»). Большая же часть - 55% - либо никогда не делают гимнастику, либо прибегают к ней крайне редко, несмотря на наличие симптомов.

При этом отношение к самому методу - позитивное. 70% респондентов считают гимнастику для глаз эффективным или скорее эффективным средством профилактики. Лишь 5% высказали скептическое отношение («скорее нет»), а 12,5% затруднились с ответом.

Заключение.

Таким образом, полученные данные позволяют сформулировать ключевой вывод: в студенческой среде сформировался **»профилактический парадокс»**.

С одной стороны, студенты испытывают высокие зрительные нагрузки (82,5%) и их негативные последствия (87,5% имеют симптомы). С другой стороны, они обладают достаточной информацией о способе профилактики (75% знают о гимнастике) и в целом доверяют этому методу (70% считают его эффективным). Однако на практике эти знания реализуются лишь у 10%.

Причина такого разрыва, вероятно, кроется не в недостатке информации, а в отсутствии сформированной привычки и внешней организации. В условиях высокой учебной загруженности студенты забывают делать перерывы, а гимнастика для глаз не воспринимается ими как обязательный элемент режима дня. Это указывает на необходимость не просто информирования, а институционального внедрения профилактических пауз в учебный процесс.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на оценку эффективности внедрения предложенных рекомендаций путём сравнения динамики жалоб и функционального состояния зрения в экспериментальных группах.

Выводы.

Проведённое теоретико-эмпирическое исследование позволяет сделать следующие обобщающие выводы:

1. Цифровизация образовательной среды создаёт беспрецедентно высокие зрительные нагрузки для студентов, что подтверждается данными опроса: 82,5% респондентов проводят за экранами более 4 часов в день.

2. Следствием этих нагрузок является массовое распространение симптомов компьютерного зрительного синдрома. 87,5% опрошенных студентов отмечают у себя те или иные признаки зрительного дискомфорта (наиболее частые - утомляемость и

сухость глаз).

3. Гимнастика для глаз является научно обоснованным, доступным и эффективным средством профилактики функциональных нарушений зрения. Студенты в целом информированы о ней (75%) и положительно оценивают её потенциальную пользу (70%).

4. Однако выявлен существенный разрыв между знанием и практикой: регулярно выполняют упражнения лишь 10% обучающихся. Это указывает на необходимость перехода от простого информирования к системной организационной работе.

5. Наиболее перспективной площадкой для внедрения профилактических мероприятий являются обязательные занятия по физической культуре. Интеграция комплексов упражнений для глаз в структуру этих занятий позволит сформировать у студентов устойчивую привычку заботиться о своём зрении, снизить риск развития профессиональных заболеваний и повысить общую работоспособность в условиях интенсивной умственной деятельности.

Практические рекомендации.

Учебный предмет «Физическое воспитание» обладает уникальным ресурсом для решения данной задачи. Занятия по физической культуре являются обязательными для всех студентов на протяжении всего периода обучения и представляют собой идеальную среду для формирования культуры здоровья.

Вовлечение студентов в регулярные занятия является ключевым фактором укрепления здоровья, а использование инновационных оздоровительных технологий - важнейшее направление развития современного физкультурного образования [2, 3].

Мы предлагаем следующие пути интеграции гимнастики для глаз в систему физического воспитания и учебный процесс вуза в целом:

1. **В структуру учебного занятия по физической культуре:**

– **В подготовительной части** (2-3 минуты): использовать упражнения для активизации кровообращения (интенсивные моргания, зажмуривания, движения глазами в разных направлениях) для подготовки зрительного анализатора к предстоящим нагрузкам.

– **В заключительной части** (3-5 минут): включать релаксационные упражнения (пальминг, упражнения на аккомодацию) для снятия накопившегося за учебный день напряжения.

2. **В структуру теоретических занятий:**

– Рекомендовать преподавателям проводить краткие (1-2 минуты) «физкультминутки для глаз» в середине пары, особенно на старших курсах, где велика доля лекционных занятий. Эффективным инструментом может стать памятка с комплексом упражнений на каждой кафедре или короткое видео, транслируемое на экране.

3. **В информационно-образовательную среду:**

– Разместить в электронной образовательной среде вуза (например, в личных кабинетах студентов) короткие видеоролики с демонстрацией правильной техники выполнения упражнений и напоминания о необходимости делать перерывы.

Примерный комплекс упражнений для студентов (3-5 минут):

1. Частое моргание в течение 15-20 секунд.
2. Крепко зажмуриться на 3-5 секунд, затем открыть глаза (повторить 5-6 раз).
3. Движения глазами вверх-вниз, вправо-влево (по 6-8 раз в каждую сторону).
4. Круговые движения глазами по часовой стрелке и против неё (по 4-6 раз).
5. Упражнение «Метка на стекле» (или «вдаль-на кончик носа»): переводить взгляд с кончика пальца, расположенного на расстоянии 25-30 см, на максимально удалённый объект за окном (8-10 раз).
6. Пальминг: закрыть глаза ладонями на 30-60 секунд, добиваясь полного расслабления.

Список литературы:

1. Аветисов Э.С., Розенблюм Ю.З. Офтальмология: национальное руководство / под ред. С.Э. Аветисова. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 904 с.
2. Александров С.Г. Формирование здоровьесберегающей компетентности студентов в процессе физического воспитания // Сфера услуг: инновации и качество. - 2024. - № 71. - С. 12-20.
3. Александров С.Г., Орлова Н.В. Современные физкультурно-оздоровительные технологии в работе со студентами // Физическая культура и спорт в системе образования: инновации и перспективы развития: матер. Всерос. науч.-практ. конф. - Краснодар, 2025. - С. 45-52.
4. Александров С.Г., Севостьянова Д.А. Влияние двигательной активности на умственную работоспособность студентов // Сфера услуг: инновации и качество. - 2024.

- № 72. - С. 21-30.

5. Всемирная организация здравоохранения: Доклад о проблемах зрения. - Женева: ВОЗ, 2019. - 180 с.

6. Гундорова Р.А., Нероев В.В., Кашников В.В. Глазные болезни: учебник. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 496 с.

7. Министерство здравоохранения Российской Федерации. Профилактика зрительных расстройств у детей и подростков: методические рекомендации № 15/1. - М.: Минздрав РФ, 2020. - 38 с.

8. American Academy of Ophthalmology. Computer Vision Syndrome [Электронный ресурс] // EyeWiki. - 2025. - Режим доступа: https://eyewiki.aao.org/Computer_Vision_Syndrome (дата обращения: 13.03.2026).

УДК 664.951.2.037

Брикота Т.Б.,
к.т.н., доцент
кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Бухарева Т.Е.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА РЫБНЫХ ПРЕСЕРВОВ

MONITORING THE QUALITY OF CANNED FISH

Аннотация: результаты определения показателей качества и безопасности рыбных пресервов, произведенных с использованием комплексных пищевых добавок, представленных для реализации в торговых сетях г. Краснодара.

Abstract: the results of determining the quality and safety indicators of fish preserves produced using complex food additives, presented for sale in the trading network of «Metro Cash and Carry» LLC.

Ключевые слова: комплексные пищевые добавки, безопасность рыбных пресервов, органолептические показатели, микробиологические показатели, регулятор кислотности, пищевая ценность, энергетическая ценность.

Keywords: complex food additives, safety of canned fish, organoleptic parameters, microbiological parameters, acidity regulator, nutritional value, energy value.

Рыба и рыбные продукты являются важнейшими источниками полноценного белка, незаменимых жирных кислот и минеральных веществ. Пресервы представляют особую группу рыбных продуктов, отличающихся высокими потребительскими характеристиками и пищевой ценностью.

В настоящее время из рыбы вырабатывается широкий ассортимент продукции: консервы, пресервы, соленая и копченая рыбопродукция и т.д. Традиционным сырьем для выработки рыбных продуктов, особенно соленых, является сельдь. В последнее время широким спросом у потребителей пользуются слабосоленые рыбные изделия, к числу которых относятся пресервы. Данный продукт отличается высокими органолептическими показателями и высокой пищевой ценностью, а также умеренным содержанием хлористого натрия.

В современной пищевой промышленности производство рыбных пресервов

осуществляется по различным технологическим схемам, что определяет их классификацию на три основных типа: соленые, пряносоленые и маринованные изделия. Ключевым этапом производственного процесса является метод посола, который не только формирует основные потребительские характеристики продукта, но и определяет качественные показатели готовой продукции.

Особенностью технологии производства пресервов является отсутствие термической обработки, что накладывает особые требования к безопасности продукции. В связи с этим к пресервам предъявляются повышенные санитарно-гигиенические требования на всех этапах производства и хранения.

Примечательно, что, несмотря на наличие государственных стандартов (ГОСТ), значительная часть производителей осуществляет выпуск пресервов согласно техническим условиям (ТУ), разработанным непосредственно на предприятиях. Это создает определенные сложности в обеспечении единого уровня качества продукции на рынке.

Пресервы - товарная группа закусочных продуктов, расфасованных и обработанных посолочной смесью, герметически закрытых в банки, подвергшихся созреванию (но не стерилизации) и поэтому требующих строгого соблюдения непрерывности холодильной цепи с момента изготовления до потребления.

Рыбными пресервами называют продукт, помещенный в герметичную тару (стеклянную, пластиковую или металлическую) и подвергнутые созреванию. Основные отличия пресервов от консервов заключаются в том, что в пресервах рыба обрабатывается без тепловой обработки большим количеством поваренной соли и подвергается биохимическому (ферментативному) созреванию до готовности к потреблению.

Традиционно пресервы выпускают из сельди атлантической, тихоокеанской, азовочерноморской и беломорской, скумбрии атлантической и тихоокеанской, мойвы, кильки, анчоусов, салаки, сардины марокканской и мексиканской и других видов рыб

Рыбные пресервы обладают высокой пищевой ценностью благодаря сохранению всех полезных веществ в результате отсутствия термического воздействия. Они пользуются стабильным спросом среди потребителей благодаря нескольким факторам:

- доступности продукции;
- готовности к употреблению;
- отсутствию необходимости дополнительной кулинарной обработки.

Однако данная категория продуктов требует особого контроля по нескольким направлениям качества: органолептическим показателям; физико-химическим характеристикам; микробиологическим параметрам.

На рисунке 1 отображена динамика объемов вылова водных биоресурсов в период с 2020 по 2025 год.

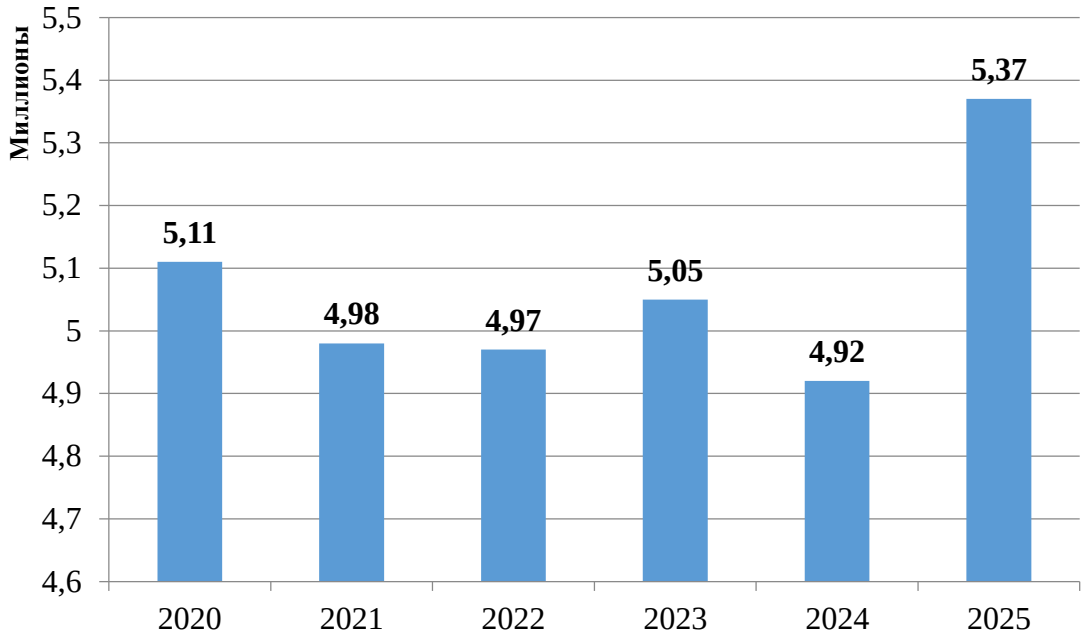


Рис. 1. Объем вылова водных биоресурсов в России в 2020-2025 гг. в млн. тонн.

Российский рынок пресервов характеризуется высокой динамикой развития. Более 95% продукции производится внутри страны. Лидером является Северо-Западный федеральный округ. Наблюдается сезонность спроса с пиком в осенне-зимний период.

К рынку рыбных пресервов относится продукция, изготовленная из рыбного сырья и морепродуктов, массовая доля которых должна составлять порядка 50% к массе нетто всего продукта. Технология производства пресервов характеризуется отсутствием термической обработки.

Ослабление контроля качества со стороны производителей и торговых организаций представляет потенциальную угрозу для потребителей. Это обусловлено спецификой продукта и отсутствием термической обработки. В связи с этим особую актуальность приобретают исследования, направленные на: мониторинг качества пресервов; разработку методов контроля; совершенствование технологий

производства; обеспечение безопасности продукции.

В последние годы наметилась тенденция увеличения потребительского спроса на товары рыбной отрасли, в том числе пресервы. Однако данному рынку все же свойственна неравномерность среднедушевого потребления.

В рамках исследования были проанализированы семь образцов пресервов из сельди в виде филе-кусочков от ведущих производителей рынка: «Metro Chef», «Меридиан», «Матиас», «Атлантика морепродукты», «Vici», «Просто» и «Русское море».

Упаковка продукции осуществлялась в два типа тары:

1. Полимерную с герметизацией посредством термосвариваемого шва или крышки-нахлобучки;

2. Металлическую с методом запайки.

Все образцы соответствовали требованиям герметичности упаковки. Примечательно, что большинство производителей работают по техническим условиям (ТУ), за исключением образца №5 от торговой марки «Vici», где не удалось установить нормативный документ производства.

Сырьевая база всех исследуемых пресервов представлена замороженным сырьем. Основным компонентом выступает сельдь различного географического происхождения.

Технологический процесс базируется на методе посола с применением:

1. Поваренной соли как основного консерванта;
2. Дополнительных компонентов (сахар, декстроза, лактоза);
3. Растительного масла с пряностями в качестве заливки.

Консервантная составляющая представлена двумя основными добавками: бензоатом натрия (Е211) и сорбатом калия (Е202). Эти добавки выполняют важные функции, во-первых, повышают микробиологическую безопасность продукта, а также продлевают срок его годности.

Для улучшения вкусовых характеристик производители применяют мононатриевую соль глутаминовой кислоты (Е621).

Маркировка продукции соответствовала требованиям технического регламента ЕАЭС 040/2016 и ГОСТ 11771-93. Информация наносилась методом прикрепления этикетки или прямой печати на тару, была четкой и читаемой.

Все образцы имели идентичный срок годности – 3 месяца. Исследование

показало, что отсутствие термической обработки требует особого внимания к соблюдению технологических параметров производства и условий хранения для обеспечения безопасности продукции.

Для всесторонней проверки маркировки рыбных пресервов были использованы основополагающие нормативные акты: Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции» и государственный стандарт ГОСТ 11771-93 «Консервы и пресервы из рыбы и морепродуктов. Упаковка и маркировка». Эти нормативные документы определяют полный спектр требований к маркировке, охватывая:

1. детальную информацию о составе продукта;
2. рекомендации по хранению и срок годности;
3. сведения о предприятии-изготовителе;
4. данные о пищевой ценности;
5. указание нормативной базы производства.

Процесс исследования маркировки включает: оценку разборчивости и полноты представленной информации; сверку заявленных характеристик с фактическими показателями; проверку корректности ссылок на нормативные документы; анализ правильности указания условий хранения.

Ключевыми аспектами проверки являются: информационная насыщенность маркировки; удобство восприятия нанесенных данных; актуальность сроков годности; наличие необходимых предупредительных надписей.

Соблюдение требований к маркировке является критически важным элементом системы контроля качества рыбных пресервов, гарантирующим безопасность продукта на всех этапах его жизненного цикла.

Качество рыбных пресервов оценивалось комплексно, включая микробиологические исследования. В рамках микробиологической оценки определялось содержание следующих микроорганизмов в соответствии с требованиями ТР ТС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции»: бактерии рода Salmonella, дрожжи, МАФАнМ, колиформные бактерии, плесневые грибы и сульфитредуцирующие бактерии рода Clostridium. Помимо микробиологических показателей, проводилась оценка по органолептическим и физико-химическим параметрам, а также проверялось соответствие образцов нормативным документам (ТР ЕАЭС 040/2016, ГОСТ 34942-2023, ГОСТ 7453-86) и полнота маркировки (таб.1).

Таблица 1.

Сводные результаты оценки качества рыбных пресервов

Показатель	**Образец 1 – пресервы. Сельдь тихоокеанская соленая филе-кусочки без кожи в масле ТМ «Metro Chef»**	**Образец 2 – пресервы. Сельдь тихоокеанская соленая филе-кусочки без кожи в масле с ягодами можжевельника ТМ «Меридиан»**	**Образец 3 – пресервы. Филе-кусочки сельди атлантической слабосоленые «Матиас» «XXL отборный» в масле ТМ «Матиас»**	**Образец 4 – пресервы. Сельди атлантическо-скандинавская слабосоленая филе-кусочки в масле ТМ «Атлантика морепродукты»**	**Образец 5 – пресервы: сельдь тихоокеанская филе-кусочки соленая в масле «К картошке» ТМ «Vici»**	**Образец 6 – пресервы. Сельдь тихоокеанская соленая филе-кусочки в масле с укропом ТМ «Просто»**	**Образец 7 –пресервы. Филе-кусочки сельди атлантической слабосоленые «Русское море» «Исландка» в масле ТМ «Русское море»**
1	2	3	4	5	6	7	8
Маркировка							
Информативность	100%	100%	100%	100%	85%	100%	100%
Органолептические показатели							
Вкус	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Не определялся	Соответствует	Не определялся
Запах	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Консистенция мяса рыбы	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Состояние рыбы	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Состояние кожных покровов	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Состояние заливки	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Порядок укладывания	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Цвет рыбы	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Цвет заливки	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Наличие чешуи	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Физико-химические показатели							
Отклонение фактической массы нетто	-1% Соответствует	+11 г Соответствует	+12 г Соответствует	-11 г Не соответствует	-2% Соответствует	+11 г Соответствует	+8 г Соответствует
Массовая доля рыбы	70% Соответствует	70% Соответствует	66% Соответствует ГОСТ, занижена по сравнению с данными маркировки	61% Не соответствует	56% Не соответствует	65% Соответствует	55% Не соответствует

Продолжение таблицы 1.

1	2	3	4	5	6	7	8
Массовая доля заливки	30% Соответствует	30% Соответствует	34% Соответствует	39% Не соответствует	44% Не соответствует	35% Соответствует	45% Не соответствует
Массовая доля поваренной соли	4,3% Соответствует	4,2% Соответствует	4,0% Соответствует	3,6% Соответствует	3,5% Соответствует	3,6% Соответствует	2,9% Соответствует
Кислотность	0,5% Соответствует	0,8% Соответствует	0,8% Соответствует	0,7% Соответствует	0,5% Соответствует	0,7% Соответствует	0,8% Соответствует
Содержание прихвостовых частей	18% Соответствует	19% Соответствует	21% Соответствует	22% Соответствует	8% Соответствует	12% Соответствует	18% Соответствует
Буферная емкость	64 град. Активное созревание	77 град. Активное созревание	81 град. Активное созревание	71 град. Активное созревание	73 град. Активное созревание	81 град. Активное созревание	69 град. Активное созревание
Микробиологические показатели							
Бактерии рода Salmonella	Не обнаружено в 25 г Соответствует						
Дрожжи, КОЕ/г	Менее 10 Соответствует	Менее 10 Соответствует	Менее 10 Соответствует	Менее 10 Соответствует	$2,5x10^3$ Не соответствует	Менее 10	$3,3x10^2$ Не соответствует
КМАФАнМ, КОЕ/г	$7,0x10^3$ Соответствует	$1,0x10^4$ Соответствует	$5,8x10^4$ Соответствует	$1,0x10^4$ Соответствует	$3,0x10^6$ Не соответствует	$4x10^3$ Соответствует	$4x10^3$ Соответствует
Плесневые грибы, КОЕ/г	Менее 10 Соответствует						
Сульфитредуцирующие бактерии рода Clostridium	Не обнаружено в 0,01 г Соответствует						
Заключение	Стандартный	Стандартный	Стандартный Информационная фальсификация	Нестандартный	Нестандартный	Стандартный	Нестандартный

По итогам проверки маркировочных данных установлено, что подавляющее большинство производителей рыбных пресервов соблюдают требования к полноте информации. Стопроцентная информативность была зафиксирована у следующих образцов: пресервы «Metro Chef», «Меридиан», «Матиас», «Атлантика морепродукты», «Просто» и «Русское море». Лишь один образец, а именно пресервы «Vici» («К картошке»), продемонстрировал недостаточную информативность. Исследование проводилось согласно ГОСТ 11771-93, регламентирующему упаковку и маркировку консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов. В рамках исследования были изучены шесть образцов рыбных пресервов, произведенных в России: «Vici»,

«Атлантика морепродукты» (дважды), «Пять океанов», «Золотая FISHka Акватории» и «Балтийский берег». Детальная информация по каждому образцу представлена в таблице 6. Нанесение информации на продукцию осуществляется путем приклеивания этикеток на крышку или дно полимерной упаковки (таб. 2).

Таблица 2.

Результаты оценки качества маркировки рыбных пресервов

Маркировочные данные	**Образец 1**	**Образец 2**	**Образец 3**	**Образец 4**	**Образец 5**	**Образец 6**
1	2	3	4	5	6	7
Наименование и местонахождение предприятия-изготовителя	ООО «Винючай-Русь», Россия, 238758, Калининградская обл., г. Советск, ул. Маяковского, д. 3Б	ООО «Фосфорель», Россия, 394065, Воронежская обл., г. Воронеж, проспект Патриотов, д. 65Н	ООО «Проморе», 140000, Россия, Московская обл., г. Люберцы, ул. Красная, д. 1	ООО «Фосфорель», Россия, 394065, Воронежская обл., г. Воронеж, проспект Патриотов, д. 65Н	ООО «РК «Акватория». Россия, 443020, Самарская обл., г. Самара, ул. Ленинградская, д. 75, оф. 2	ООО «ТД «Балтийский берег». 195009, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Минеральная, д. 29, корп. 2, литер А
Товарный знак предприятия	Vici	Атлантика морепродукты	5 океанов	Атлантика морепродукты	Золотая FISHka Акватории	Балтийский берег
Наименование продукта	Пресервы: «Сельдь тихоокеанская филе-кусочки соленая в масле «К картошке»	Пресервы «Сельдь атлантическо-скандинавская слабосоленая филе-кусочки в масле с укропом»	Рыба слабосоленая разделанная «Сельдь тихоокеанская слабосоленая филе-кусочки в масле с дымком»	Пресервы «Сельдь атлантическо-скандинавская слабосоленая филе-кусочки в масле «Под лосось»	Сельдь атлантическая филе кусочки ассорти «По-шведски»	Пресервы «Сельдь атлантическая филе-кусочки слабосоленая в масле с укропом «По-царски»
Товарный сорт (при наличии)	-	-	-	-	-	-
Масса нетто	150 г.	0,240 кг.	500 г.	0,240 г.	400 г.	200 г.
Обозначение НТД на продукцию	-	ТУ 10.20.25-002-95880274-2017	СТО 23114812-001-2016	-	СТО 69077068-005-2019	СТО 15167786-004-2017
Срок хранения	3 месяца. После вскрытия не более 24 часов	90 суток. После вскрытия не более 24 часов	4 месяца. После вскрытия не более 48 часов	90 суток. После вскрытия не более 24 часов	3 месяца. После вскрытия не более 48 часов	4 месяцы. После вскрытия не более 48 часов
Информационные данные о пищевой ценности	Белки – 11,8 г. Жиры – 16,0 г. Углеводы – 0 г. Энерг. ценность - 191 ккал	Белки – 16 г. Жиры – 12 г. Энерг. ценность – 172 ккал	Белки – 12 г. Жиры – 12 г. Энерг. ценность – 156 ккал	Белки – 16 г. Жиры – 12 г. Энерг. ценность – 172 ккал	Жиры – 14, 6 г. Белки – 13,6 г. Энерг. ценность – 203,3 ккал	Белки – 11 г. Жиры – 45 г. Углеводы – 0,1 г. Энерг. ценность – 450 ккал
Дополнительный текст						
Условия хранения	От +1 до +6°С	от -3 до +5°С	от – 2 до +4°С	от -3 до +5°С	от +2 до -4°С	от - 2 до +4°С

Продолжение таблицы 2.

Способ употребления	Продукт готов к употреблению	Продукт готов к употреблению	Продукт готов к употреблению	Продукт готов к употреблению	Продукт готов к употреблению	Продукт готов к употреблению
1	2	3	4	5	6	7
Состав продукта	+	+	+	+	+	+

Примечание: «-» - отсутствие информации; «+» - наличие информации

В ходе исследования была проведена всесторонняя оценка качества рыбных пресервов по трем основным направлениям: органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям.

Методологическая база исследования включала применение следующих нормативных документов:

1. ГОСТ 7453-86 «Пресервы из разделанной рыбы. Технические условия»;
2. ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;
3. ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».

Органолептическая оценка показала высокое качество продукции большинства образцов. Установлено, что имеется равномерная нарезка филе-кусочков, отсутствие белкового налета, цельные кусочки с ровными срезами, прозрачное масло светло-желтого цвета, приятный характерный запах, нежная и сочная консистенция.

Физико-химические исследования выявили:

1. соответствие массовой доли соли установленным нормам;
2. соответствие показателей кислотности требованиям ГОСТ;
3. нормативные значения буферной емкости, свидетельствующие об активном созревании продукта;
4. положительные отклонения массы нетто у ряда образцов;
5. несоответствие массовой доли рыбы заявленным показателям у образца №3.

Микробиологический анализ показал, следующие данные: соответствие большинства образцов требованиям безопасности; превышение допустимых норм по содержанию дрожжей у образцов №5 и №7; повышенное содержание МАФАнМ в образце №5; отсутствие патогенных микроорганизмов в основной массе образцов.

Пять из семи образцов соответствуют всем требованиям качества и безопасности, нарушения по микробиологическим показателям, выявлены, только у 2 образцов. А также были установлены расхождения в маркировке по массовой доле рыбы у одного из образцов.

Были предложены следующие рекомендации, для улучшения всех показателей рыбных пресервов для торговых марок, реализуемых свою продукцию на территории краснодарского края. Усилить контроль условий хранения и транспортировки, проводить регулярный мониторинг качества продукции, обеспечить соблюдение санитарно-гигиенических требований на производстве.

Список литературы:

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции». – Утв. 9 декабря 2011. - М.: Стандартинформ, 2011. – 29 с.

2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». – Утв. 9 декабря 2011. – М.: Стандартинформ, 2011.

3. ГОСТ 34942-2023 «Пресервы из разделанной сельди в заливке, соусе или масле. Технические условия». – Введ. 01.05.2024. – Режим доступа: https://internet-law.ru/gosts/gost/80463/

4. Горбачева, М. В. Товароведение и экспертиза дополнительных видов сырья животного происхождения : учеб. пособие / М.В. Горбачева, А.В. Щербакова. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 136 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – www.dx.doi.org/ 10.12737/703. - ISBN 978-5-16-006173-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/915096

5. Елисеева, Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров : учебник / Л. Г. Елисеева, Т. Г. Родина, А. В. Рыжакова [и др.] ; под ред. Л. Г. Елисеевой. - 5-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 949 с. - ISBN 978-5-394-04935-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084815

6. Николаева, М. А. Хранение продовольственных товаров : учебное пособие / М. А. Николаева, Г. Я. Резго. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. - 304 с. : ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0437-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/18404

УДК 336.02

Брикота Т.Б.,
к.т.н., доцент
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Бухарева Т.Е.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ И ДИНАМИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ С УЧЁТОМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ASSESSMENT OF THE BUDGET SYSTEM AND DYNAMICS OF ECONOMIC DEVELOPMENT, TAKING INTO ACCOUNT MODERN TRENDS USING THE EXAMPLE OF THE KEMEROVO REGION

Аннотация: Представлен анализ социально-экономического положения Кемеровской области (Кузбасса) как развитого промышленного региона России. Основное внимание уделяется характеристике производственного комплекса региона, где ключевыми отраслями являются угольная промышленность, металлургия, горнодобывающая промышленность и машиностроение.

Abstract: This article provides an analysis of the socio-economic situation in the Kemerovo Region (Kuzbass) as a developed industrial region of Russia. The focus is on the characteristics of the region's industrial complex, where the key sectors are the coal industry, metallurgy, mining, and engineering.

Ключевые слова: Кемеровская область, Кузбасс, бюджет, промышленность, угольная добыча, металлургия.

Keywords: Kemerovo Region, Kuzbass, budget, industry, coal mining, metallurgy.

Кемеровская область (Кузбасс) – развитый регион Российской Федерации. Входит в состав Сибирского федерального округа, является частью Западно-Сибирского экономического района.

На территории Кемеровской области располагается мощный производственный отраслевой комплекс, треть основных производственных фондов Западной Сибири. К наиболее развитым направлениям промышленности региона относятся: угольная добыча, металлургия и горнодобывающая промышленность, а также машиностроение.

Кузбасс по объемам экспорта лидирует среди регионов Сибири, что обуславливается сосредоточением на его территории ведущих российских холдингов и

транснациональных компаний. Кемеровская область отличается развитой инфраструктурой и логистикой.

Кузбасс высокоурбанизирован, в его состав входит 20 городов, а численность городского населения – одна из самых высоких в Сибири (более 86%).

Долю региона в общероссийских основных показателях по итогам 2024 года, в % представим на рис. 1.

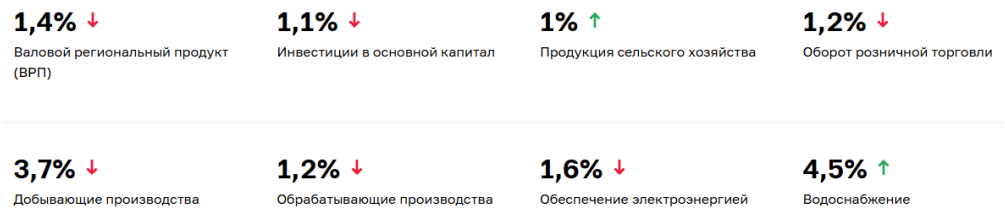


Рис. 1. Доля Кемеровской области в общероссийских основных показателях по итогам 2024 г., в %

Доходы бюджета Кемеровской области включают налоговые и неналоговые доходы, безвозмездные поступления.

Динамику доходов областного бюджета региона в 2022 – 2024 годах представим на рисунке 2.

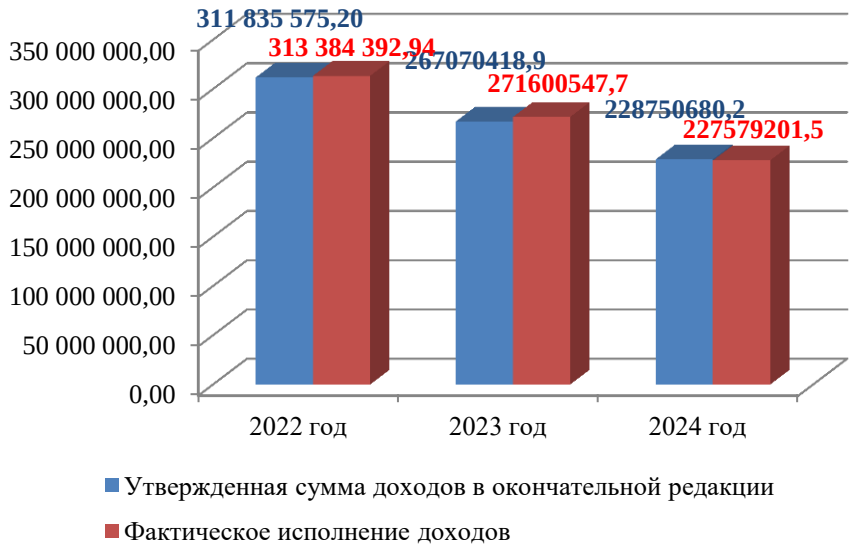


Рис. 2. Динамика доходов областного бюджета Кемеровской области в 2022 – 2024 гг. в тыс. руб.

Проведем анализ доходов областного бюджета за период 2022 – 2024 года по

показателям темпа роста и темпа прироста.

Тр23/22 = 271600547,7/313384392,94*100% = **86,7%**

Тр24/23 = 227579201,2/271600547,7*100%= **83,8%**

Таким образом, средний темп рост составил (86,7% + 83,8%)/2 = **85,25%**

Темп прироста (%) = (Текущая величина – Предыдущая величина) / Предыдущая величина × 100

Тпр23/22 = (271600547,7 – 313384392,94)/ 313384392,94*100% = **–13,3%**

Тпр24/23 = (227579201,5 – 271600547,7)/ 271600547,7*100% = **–16,2%**

Фактическое исполнение доходов бюджета в 2024 году составило 227579201,5 тыс. рублей или 99,49% от утвержденных бюджетных значений. По сравнению с 2023 годом фактическое исполнение доходов областного бюджета сократилось на 44021346,20 тыс рублей или в 1,19 раз.

Доходы областного бюджета в 2023 году к уровню 2022 года сократились на 13,3% (41783845,2 тыс. рублей).

Основной фактор сокращения доходов областного бюджета – уменьшение поступлений по налогу на прибыль организаций.

В таблице 1 отобразим структуру доходов Кемеровской области в 2022 –2024 году.

Таблица 1.

Структура доходов Кемеровской области в 2022 – 2024 гг.

Наименование показателя	**2022 год**	**2023 год**	**2024 год**
Доходы областного бюджета	313384392,9 тыс. руб.	271600547,7 тыс. руб.	227579201,51 тыс. руб.
Налоговые доходы областного бюджета	243595836,6 тыс. руб.	217049381,1 тыс. руб.	168581352,7 тыс. руб.
Неналоговые доходы областного бюджета	14034638,1 тыс. руб.	13280509,6 тыс. руб.	13228964,80 тыс. руб.
Безвозмездные поступления всего, в том числе *субвенции*	55753918,20 тыс. руб. *6358543,40 тыс. руб.*	41270651,0 тыс.руб. *4384042,0 тыс. руб.*	45768884,03 тыс. руб. *4455072,22 тыс. руб.*
Собственные доходы областного бюджета	307025849,5 тыс. руб.	267216505,7 тыс. руб.	223124129,29 тыс. руб.
Собственные доходы областного бюджета (доля)	97,97%	98,39%	98,04%

Согласно данным Министерства финансов Кузбасса, основной объем доходов региона приходится на доходы от налогов.

Сведения о фактических поступлениях налоговых доходов отразим в таблице 2.

Таблица 2.

Сведения о фактических поступлениях налоговых доходов в областной бюджет

Наименование налогового дохода	**2022 год**	**2023 год**	**2024 год**	**2024 г. к 2023 г. %**	**2023 г. к 2022 г. %**
Налог на прибыль организаций	142998939,6	101454023,8	43277770,6	42,7%	70,9%
Налог на доходы физических лиц	50780619,2	58921768,8	71945464,4	122,1%	116,0%
Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ	15785122,7	17189659,7	18615444,0	108,3%	108,9%
Налоги на совокупный доход	6222804,5	6588766,6	8391220,4	127,4%	105,9%
Налоги на имущество	14889795,0	14443399,1	17408201,9	120,5%	97,0%
Налоги, сборы, регулярные платежи за пользование природными ресурсами	12639546,5	18150519,0	8658869,3	47,7%	143,6%
Государственная пошлина	278947,9	301282,7	284393,5	94,4%	108,%
Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам	61,1	-32,7	-11,4	-	-
Всего:	243595836,6	217049387,1	168581352,7	77,7%	89,1%

В 2024 году по налоговым доходам поступило 168581352,7 тыс. руб., в 2023 г. – 217049381,1 тыс. руб. Сумма налоговых поступлений в 2024 году составляла 243595836,6 тыс. руб.

Формирование доходной части областного бюджета приходится на следующие виды налогов: доходы физических лиц, прибыль организаций, акцизы. В 2024 году также выделен налог на имущество организаций, а в 2023 году в четверку крупнейших налогов по поступлениям в областной бюджет входил налог на добычу полезных ископаемых.

В 2024 году на фоне кризиса в углепроме поступление налога на прибыль организаций сократилось до 43,3 млрд. рублей (в 2023 году – 101,5 млрд. рублей, снижение в 2,3 раза), налога на добычу полезных ископаемых – до 8,7 млрд. рублей (18 млрд. рублей, снижение вдвое). Среди ключевых факторов отрицательного влияния выделены: сохранение и расширение экономических санкций, замедление темпов роста мирового ВВП, снижение среднего уровня цен на мировой уголь, повышение уровня инфляции, увеличение ключевой ставки ЦБ РФ.

Поступления НДФЛ в 2024 году выросли почти до 72 млрд. рублей (в 2023 году – почти 59 млрд. рублей, в 2022 году – около 51 млрд. рублей).

Общая сумма расходов областного бюджета в 2024 году составила 298184425,40 тыс. рублей. В 2023 году расходы областного бюджета равнялись 292467190,84 тыс. руб., а в 2022 году – 268315206,01 тыс. руб.

Отразим расходы областного бюджета в период 2022 – 2024 года на рисунке 3.

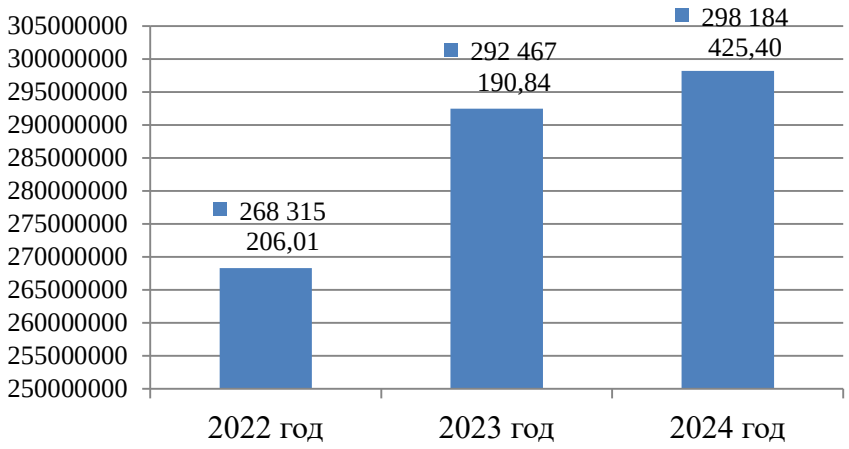


Рис. 3. Динамика расходов областного бюджета в 2022 – 2024 гг.

Проведем анализ расходов областного бюджета за период 2022 – 2024 года по показателям темпа роста и темпа прироста.

Тр23/22 = 292467190,84/268315206,01*100% = **109,0%**

Тр24/23 = 298184425,40/292467190,84*100%= **102,0%**

Таким образом, средний темп рост составил (109,0% + 102,0%)/2 = **105,5%**

Темп прироста (%) = (Текущая величина – Предыдущая величина) / Предыдущая величина × 100

Тпр23/22 = (292467190,84 – 268315206,01)/ 268315206,01*100% = **9,0%**

Тпр24/23 = (298184425,40 – 292467190,84)/ 292467190,84*100% = **2,0%**

В таблице 3 представим структуру расходов областного бюджета по разделам, подразделам классификации расходов бюджета.

Таблица 3.

Структура расходов областного бюджета по разделам, подразделам классификации расходов бюджета

Раздел	2022 год		2023 год		2024 год	
	Утверждено	Исполнено	Утверждено	Исполнено	Утверждено	Исполнено
1	2	3	4	5	6	7
Общегосударственные вопросы	6037016,85	5592299,43	6885290,98	6351138,74	7401262,46	6706210,86
Национальная оборона	33493,20	32736,05	38667,00	38667,00	46927,10	46927,10
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	786237,47	784303,32	3205187,01	3148776,91	2714218,56	2684990,39
Национальная экономика	48910950,55	47739463,13	59991696,04	58964267,95	63037739,56	51401942,93

Продолжение таблицы 3.

1	2	3	4	5	6	7
Жилищно-коммунальное хозяйство	33910697,22	30654425,33	36220535,95	33939829,31	36617786,62	33359193,99
Охрана окружающей среды	805443,05	688690,66	1002033,21	756743,99	813223,44	667878,97
Образование	54122613,32	52032509,07	60402069,96	59250386,89	67770976,71	63631537,76
Культура, кинематография	3250211,94	3117439,10	3116646,71	2951364,52	4088755,44	3469150,11
Здравоохранение	31964017,87	29164337,03	32408715,19	30736198,46	34625394,21	31786189,76
Социальная политика	59767069,84	59234580,83	63886179,62	63320525,72	71938683,48	71637792,84
Физическая культура и спорт	12693067,01	12306028,65	6592987,15	5924694,21	4599781,99	4213469,58
Средства массовой информации	114890,00	114889,97	142659,00	142659,00	135040,00	135040,00
Обслуживание государственного (муниципального) долга	1031834,10	1004478,74	530112,50	527277,00	559825,90	495532,12
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы РФ	25855013,13	25849024,72	26542248,95	26414661,14	27964412,90	27948568,98
Итого	**279282555,56**	**268315206,01**	**300965029,27**	**292467190,84**	**322314028,35**	**298184425,40**

Анализируя данные таблицы 3, можно сделать вывод, что наибольшая доля расходов областного бюджета приходится на социальную политику, образование, жилищно-коммунальное хозяйство, национальную экономику и здравоохранение.

На рисунке 4 представим динамику расходов по данным направлениям.

Анализируя данные рисунка 4, можно отметить, что расходы областного бюджета стабильно увеличиваются на образование и социальную политику.

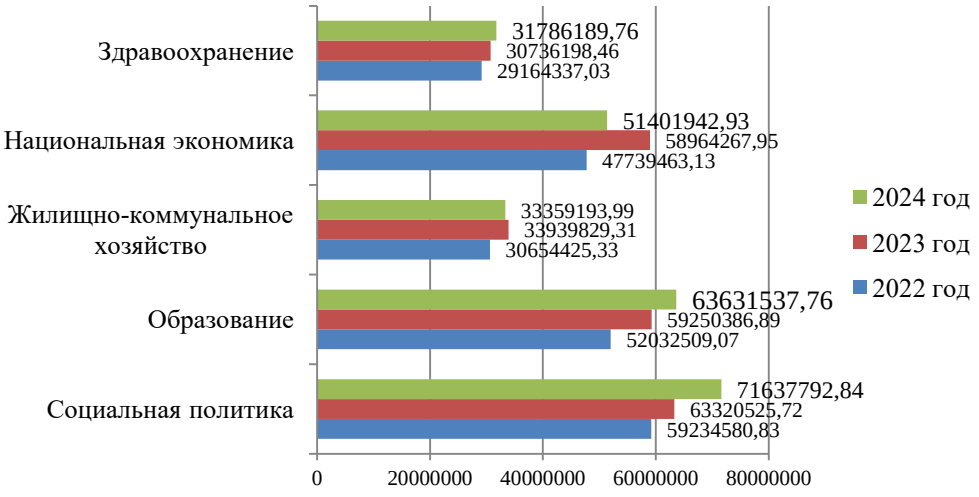


Рис. 4. Структура расходов областного бюджета по основным разделам классификации

Общая сумма расходов областного бюджета в 2024 году составила 298184425,40 тыс. рублей, из них расходы на реализацию 25 действующих в регионе госпрограмм – 287 млрд. рублей, или 96% бюджета. Наибольшие затраты направлены на реализацию муниципальных программ «Образование», «Жилищно-коммунальный комплекс и благоустройство территории», «Культура», «Социальная инфраструктура».

В таблице 4 сведем данные об основных характеристиках областного бюджета на 2022, 2023 и 2024 года.

Таблица 4.

Основные характеристика областного бюджета в 2022, 2023 и 2024 году

Наименование	2022 год	2023 год	2024 год
Доходы областного бюджета	313384392,94	271600547,71	2275793201,51
Расходы областного бюджета	268315206,01	292467190,84	298184425,40
Дефицит /профицит	45069186,94	-20866643,13	-70605223,89
Дефицит, доля	17,49%	-9,06	-38,83%

По итогам 2024 года дефицит регионального бюджета составил 70,605 млрд. рублей. Можно заметить, что 2022 год «закрыт» с профицитом бюджета. Уже в 2023 году зафиксирован дефицит бюджета, который значительно вырос в последнем отчетном периоде.

Для финансирования дефицита бюджета привлекаются источники внутреннего финансирования дефицитов бюджета и источники внешнего финансирования дефицитов бюджета. Динамику источников финансирования дефицита бюджета представим в таблице 5.

Таблица 5.

Динамика источников финансирования дефицита бюджета

Наименование	2022 год	2023 год	2024 год
Источники внутреннего финансирования дефицитов бюджета, в том числе	-789115,72	15043870,05	-7046587,48
бюджетные кредиты из других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	*22839585,94*	*16425562,44*	*-11597186,84*
Привлечение бюджетных кредитов	22839585,94	17567705,80	1536710,00
Погашение бюджетных кредитов	0,00	-1142143,36	-13133896,84
Источники внешнего финансирования дефицитов бюджета	-396139,81	-457084,39	-457084,39
Всего	-45069186,94	20866643,13	70605223,89

Один из основных источников финансирования дефицита областного бюджета в 2022 и 2023 годах – бюджетные кредиты из других бюджетов бюджетной системы

Российской Федерации. В 2022 году в качестве источника финансирования дефицита бюджета использовали бюджетный кредит из федерального бюджета, который в январе того года был предоставлен бюджету Кемеровской области – Кузбасса в размере 1,5 млрд. рублей. Средства пошли на реализацию проекта «Строительство инженерных сетей и автомобильных дорог Центрального района города Кемерово».

В 2024 году фактически погашены бюджетные кредиты в размере 13133896,84 тыс. рублей. Основным источником финансирования дефицита бюджета в 2024 году стало изменение (уменьшение) остатков средств.

Фактические источники финансирования дефицитов бюджета в 2024 году исполнены в размере 70605223,89 тыс. рублей или 75,32% от бюджетных значений – 93737743,50 тыс. рублей в окончательной редакции.

Кемеровская область стала лидером по дефициту региональных бюджетов по итогам девяти месяцев 2025 года. Разница в 43,9 миллиардов рублей легла дополнительной нагрузкой на финансовую систему региона.

Особенно тревожной выглядит ситуация с государственным долгом Кузбасса. К декабрю 2025 года он достиг исторического максимума – 112,7 миллиардов рублей, что превышает значение на начало года более чем в 3 раза. Наибольшая часть долга приходится на бюджетные кредиты от федерального центра – 68,5 миллиардов рублей. Существенную долю занимают банковские кредиты – 39,2 миллиарда рублей.

По прогнозам экспертов, сохранится тенденция к сокращению бюджета, что в конечном итоге, приведет к увеличению дефицита и необходимости привлечения новых кредитов. По оценке налоговой инспекции, до конца года бюджет региона не дополучит 32 млрд. рублей, что обусловлено снижением добычи угля и падением цен.

Для снижения дефицита бюджета Кемеровской области власти региона предпринимают следующие меры.

Оптимизируют расходную часть бюджета. На 2026 год на реализацию 25 государственных программ заложено 205,9 млрд. рублей, что на 38,1 млрд. рублей меньше, чем в текущем году.

Рассчитывают на успешное завершение переговоров с РЖД. Власти Кемеровской области хотят заключить соглашение на 2026 год по вывозу кузбасского угля на экспорт в восточном направлении в объёме 60 млн. тонн.

Планируют привлечь средства для закрытия дефицита. Для этого собираются создать 14 возобновляемых кредитных линий с лимитом по 1 млрд. рублей каждая.

Средства будут предоставлены на срок до 365 дней по ставке 24% годовых. Среди условий – отсутствие комиссий и возможность досрочного возврата без дополнительных затрат.10 декабря 2025 года парламент Кемеровской области утвердил бюджет региона на 2026 год и плановый период 2027 – 2028 года.

Министерство финансов Кемеровской области заключило контракты с ВТБ о предоставлении кредитных ресурсов на общую сумму 14 млрд. рублей для финансирования дефицита регионального бюджета и погашения долговых обязательств Кузбасса, сообщается в материалах на портале госзакупок.

Список литературы:

1. Закон Кемеровской области – Кузбасса от 14.12.2023 № 117-ОЗ "Об областном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов" [Электронный ресурс]: Доступ из официального интернет-портала правовой информации (дата обращения: 23.12.2025).

2. Закон Кемеровской области – Кузбасса от 19.12.2024 № 144-ОЗ "Об областном бюджете на 2025 год и на плановый период 2026 и 2027 годов" [Электронный ресурс]: Доступ из официального интернет-портала правовой информации (дата обращения: 23.12.2025).

3. Закон Кемеровской области – Кузбасса от 10.12.2025 № 161-ОЗ "Об областном бюджете на 2026 год и на плановый период 2027 и 2028 годов" [Электронный ресурс]: Доступ из официального интернет-портала правовой информации (дата обращения: 23.12.2025).

4. Министерство финансов Кузбасса / Официальный сайт. – URL: https://www.ofukem.ru/budget/projects2025-2027/30407/ (дата обращения: 23.12.2025)

УДК 347.77

Бычкова Н.П.,
к.ю.н., доцент
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
Дзетль Р.Р.,
обучающийся (специалист)
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
(Научный руководитель – к.ю.н., доцент Бычкова Н.П.)

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ

CIVIL LAW ISSUES OF THE INTERNET OF THINGS

Аннотация: Статья посвящена анализу гражданско-правовых проблем устройств Интернета вещей в контексте специфичной программно-аппаратной специфики. Особое внимание уделяется правовому режиму встроенного программного обеспечения ИВ-устройств, проблеме принудительных обновлений и блокировок функционала, а также ограничению прав потребителя под предлогом охраны авторских прав и безопасности программного кода. Кроме того, рассматривается вопрос квалификации данных, собираемых и генерируемых ИВ-устройствам. В статье используется сравнительно-правовой метод, выявляются узкие места правового регулирования на примере зарубежного опыта ЕС и США. Предлагаются конкретные рекомендации, включая пересмотр прав потребителя на ремонт устройств, установления специального режима для данных, обработанных устройствами Интернета вещей.

Abstract: The article analyzes civil-law issues arising in relation to Internet of Things devices in the context of their specific hardware–software architecture. Particular attention is paid to the legal regime of embedded software in IoT devices, the problem of forced updates and functional lockouts, as well as the restriction of consumer rights under the pretext of copyright protection and software security. In addition, the paper addresses the qualification of data collected and generated by IoT devices. A comparative legal method is employed to identify regulatory gaps using the experience of the EU and the United States as reference points. The article proposes specific reforms, including a revision of consumer rights to repair devices and the establishment of a special legal regime for data processed by Internet of Things devices.

Ключевые слова: интернет вещей, программное обеспечение, гражданское право, авторское право, данные, интеллектуальная собственность.

Keywords: Internet of Things, software, civil law, copyright, data, intellectual property.

В реалиях четвертой промышленной революции интернет вещей (далее – ИВ) стал одним из основных драйверов экономического роста. Согласно оценкам экспертов, к 2027 году число устройств ИВ может превысить 135 млн [1]. В основном ИВ эксплуатируется в умных домах, промышленном оборудовании, автономных транспортных системах и во множестве других технологических решений, которые образуют экосистему постоянно взаимодействующих между собой устройств. В то же время система интеллектуальной собственности и прав потребителей в гражданском праве, была сформирована в эпоху, когда разделение между аппаратом и его программной составляющей было чётким и последовательным. ИВ радикально нарушил устоявшийся порядок. В отечественной доктрине до недавнего времени понятие Интернета вещей оставалось преимущественно техническим и маркетинговым термином, что затрудняло его использование в юридическом анализе. ИВ-устройство, согласно п. 33 ГОСТ Р 71777-2024, представляет собой сущность системы ИВ, которая обеспечивает связь с материальным миром через измерение или приведение в действие [2]. Подчеркивание функциональной части ИВ-устройств верно с технологической стороны, но в юридическом контексте важно осознавать ИВ-устройства, как сложную гражданско-правовую конструкцию между производителями устройств, разработчиками программного обеспечения, операторами платформ, пользователями и третьими лицами, чьи интересы затрагиваются обработкой данных. Помимо этого, следует отметить, что программное обеспечение (далее ПО) в ИВ-устройствах настолько глубоко интегрировано в электронику, что отделить их становится либо невозможно, либо экономически нецелесообразно. Чтобы понимать проблемы интеллектуальной собственности в контексте ИВ, необходимо отчётливо представлять, что такое встроенное программное обеспечение. ПО - это программный код, который находится в постоянном запоминающем устройстве на самом низком уровне программной архитектуры. В отличие от приложений, которые работают поверх операционной системы и взаимодействуют с пользователем через интерфейсы, ПО работает непосредственно с аппаратной частью устройства: управляет датчиками, контролирует электропитание, осуществляет обмен данными с облачными сервисами.

Ключевая особенность ПО в контексте интеллектуальной собственности - это то, что оно редко обновляется пользователем самостоятельно. Обновления происходят

либо через механизм беспроводных обновлений, инициируемый производителем, либо вообще никогда не обновляется. В отличие от иных ПО, где пользователь может установить новую версию или отказаться от обновления, ПО в ИВ-устройствах часто обновляется в принудительном порядке, и пользователь не имеет возможности вернуться к предыдущей версии [3]. Согласно ст. 1259 ГК [4], программы для ЭВМ охраняются, и авторские права на них возникают с момента создания. Это распространяется и на ПО, так как оно является программой для ЭВМ в смысле ст. 1261 ГК и подлежит охране авторским правом.

Однако проблемы начинаются, когда мы пытаемся определить, кто является правообладателем и какие права принадлежат пользователю устройства. Если пользователь захочет модифицировать ПО или вернутся к старой версии - например, чтобы устройство работало с конкурирующей облачной платформой или чтобы улучшить его функциональность - он нарушит исключительное право производителя на переработку произведения, предусмотренное ст. 1270 ГК РФ. В США данная проблема привлекла большее внимание среди исследователей. Так профессор Роберт В. Гомулкевич из университета Вашингтона обращает внимание на то, что право на ремонт, давно признанное в патентном праве, почти полностью блокируется авторским правом в отношении программного обеспечения. Если владелец автомобиля может нанять механика для ремонта двигателя без нарушения патентных прав ввиду института исчерпания исключительного права на объекты интеллектуальной собственности, то владелец ИВ-устройства не может отремонтировать программное обеспечение, так как это нарушит авторские права [5]. Демонстративным примером служит политика компании Apple в отношении ремонта своих устройств (практика привязки компонентов). Когда пользователь меняет в своём устройстве комплектующее в неавторизованном сервисном центре, устройство получает оповещение о том, что деталь не оригинальная, и блокирует определённые функции или вовсе блокирует активацию устройства. Apple оправдывает такое нарушения прав потребителя и принципа исчерпания исключительного права безопасностью своего ПО [3].

Такой подход возможен благодаря тому, что ПО полностью контролируется производителем. Российское законодательство не предусматривает эффективных механизмов защиты пользователя от такой блокировки. В РФ авторское право производителя рассматривается как более сильное, чем право собственника устройства на его свободное использование. В контексте ИВ-устройств эта проблема ещё более

острая, так как ИВ-устройства часто встраиваются в большие промышленные системы. Так, право на ремонт закреплено в ст. 6 Закона РФ «О защите прав потребителей» [6], данная норма обязывает производителей обеспечить поставку запасных частей в ремонтные организации, фокусируя внимание на ремонте и обслуживании аппаратной части устройства, из-за чего возникает угроза правам потребителя, выраженная в принудительных обновлениях ПО, ухудшающих эффективность работы ИВ-устройства. Кроме того, в действующем законодательстве отсутствует обязанность производителя предоставить ремонтным организациям инструкции по устранению ошибок в программной компоненте устройства. Похожая ситуация наблюдается в федеральном законодательстве США. Зеленые лоббисты права на ремонт добились от федерального правительства ряда гарантий в параграфе 117 раздела 17 Свода законов США (17 U.S.C. § 117) и ввели механизм федеральных исключений в параграф 1201 раздела 17 Свода законов США (17 U.S.C. § 1201 (DMCA) [7] через трехгодичные акты U.S. Copyright Office, но пока данные гарантии не позволяют в полной мере защитить потребителей ИВ-устройств. В ЕС (директива ЕС 2024/1799) и ряде штатов Америки ситуация обстоит лучше, например, штате Орегон установили запреты на вышеописанную практику привязки компонентов от Apple и подобные ей, в Законе штата Орегон 2024 года, гл. 69 [8] (Oregon Laws 2024, ch. 69, SB 1596), тем самым значительно улучшив положение местных независимых ремонтных бизнесов и потребителей технически сложных устройств в т.ч. ИВ.

Вторая важная проблема связана с основными функциями ИВ-устройств, а именно сбором и генерацией данных в ходе эксплуатации. Производители ИВ-устройств в абсолютном большинстве случаев собирают эти данные, формируют из них базы данных, анализируют и продают третьим лицам [9]. Производят данные действия без согласия или на основании согласия потребителя, под угрозой полного или частичного лишения функционала ИВ-устройства. Проблема кроется в том, что данные, собираемые и генерируемые ИВ-устройствами, могут относиться к различным категориям информации, в том числе к незащищаемой законом категории, например, данные о влажности воздуха или задымленности, и в таком случае не возникает никаких проблем, но большинство ИВ-устройств используются в промышленности, сельском хозяйстве и в быту, следовательно, собираемые данные могут относится к категории персональных данных или коммерческой тайне [9]. Это приводит не только к правовым проблемам, но может поставить под угрозу личную безопасность

пользователей и экономическую безопасность предприятий.

Законодательство РФ защищает персональные данные и коммерческую тайну, но ввиду технической сущности ИВ-устройств, собираемые данные могут не относится к категориям данных в традиционном смысле. Если в отношении персональных данных ситуация достаточно очевидна, индивидуальные медицинские приборы, смарт часы и системы умных домов направляют на сервера производителя телемедицинские и локационные данные о пользователе, то в отношении коммерческой тайны ситуация кратно сложнее. ИВ-датчики обрабатывающих центров с числовым программированным управлением (ЧПУ) могут собирать и отправлять данные о вибрациях шпинделя, подводе/отводе инструмента, нагрузке на оси и температуре подшипников своим производителям. Массив разнородной телеметрической информации в результате обработки и анализа может позволить определить режимы эксплуатации оборудования, основное и дополнительное время хода, производственные процессы и возможные ноу-хау, что уже ставит под угрозу коммерческую тайну предприятия [9]. Данная возможность производителей ИВ-устройств существует ввиду вакуума правового регулирования телеметрических данных в Российской Федерации.

Третьей не менее важной проблемой является вопрос о гражданско-правовой ответственности за вред, причиненный ИВ-устройствами. Отечественное гражданское право регулирует ответственность за вред, причиненный физическими дефектами товара, но проблема кроется в случаях причинения вреда обновлением ПО. Из чего проистекает вопрос о квалификации такого рода обновления, как недостаток товара, или же это является правомерной реализацией авторского права. Аналогично остаётся неочевидным, может ли производитель нести ответственность перед третьими лицами за использование его устройств в качестве части ботнета (сети подключенных к Интернету устройств-хостов, зараженных вредоносным автономным ПО) или для несанкционированного доступа, если такая возможность обусловлена известными, но не устранёнными уязвимостями встроенного ПО.

Мы считаем, что наибольших успехов в решении вышеописанных проблем добился ЕС. Европейский союз продолжительное время демонстрирует устойчивую озабоченность проблемой данных, нашедшую отражение в регламентах 2016/679, 2018/1807, 2022/868 и 2022/1925. На наш взгляд квинтэссенцией данного регуляторного пути явился Регламент ЕС о данных 2023/2854, вступивший в силу 12.09.2025 года. Данный регламент разделил телеметрические данные на две категории, закрепил право

собственности на данные за пользователем, установил обязательное активное согласие пользователя на доступ производителя к телеметрическим данным, чем устранил дискриминационный дисбаланс между потребителем и производителем в вопросе о данных ИВ-устройств [10].

Отдельного анализа заслуживают договорные конструкции, реализуемые в экосистеме ИВ посредством смарт-контрактов и машинно-машинного взаимодействия. В отличие от классической модели, где заключение и исполнение договора предполагают последовательные волевые акты сторон, в ИВ-среде всё чаще используются механизмы автоматического исполнения договорных условий, запрограммированных в коде в виде подключения дополнительных сервисов и микроплатежей за использование ресурса устройства [11]. В результате значительная часть сделок, связанных с ИВ-устройствами, фактически осуществляется без непосредственного участия пользователя в момент заключения и исполнения, что ставит вопрос о согласовании таких практик с требованиями гражданского законодательства к форме и порядку заключения договора [9]. Законодатель частично признал механизм смарт-контрактов в ГК РФ, но ввиду технической специфики, большинство ИВ-устройств не способно исполнить требования абзаца 2 п. 1 ст. 160 ГК РФ. Из-за слишком маленького объема памяти постоянного запоминающего устройства ИВ-устройство не способно в себе хранить логику и код алгоритмов, особенно при долгом использовании, то есть не отвечает требованию по идентификации и воле стороны, а также приводит к ситуации, когда из триады правомочий права собственности исключается пользование.

Ещё одним пороком таких устройств является физическая невозможность отключения платежей при использовании устройства. Таким образом, потребитель лишается части способов самозащиты гражданских прав, например, удержания. В ст. 36 вышеупомянутого регламента ЕС 2023/2854, возлагается обязанность поставщиков приложений, использующих смарт-контракты для автоматизации соглашений, обеспечивать физическую возможность приостановления исполнения и обязанность хранения в архивированном виде на устройстве логики и кода.

Мы считаем, что для устранения описанных проблем целесообразно перенять часть лучших зарубежных практик, гармонично встроив их в отечественное гражданское право. Ввиду чего предлагаем законодателям:

1. изменить ст. 6 Закона РФ «О защите прав потребителей», дополнив его

обязанностью изготовителя обеспечивать потребителя и независимые ремонтные организации необходимой диагностической информацией и техническими инструкциями для программного обеспечения, в объёме, достаточном для его проверки, настройки, ремонта и восстановления работоспособности;

2. во избежание возможных правовых коллизий с вышеуказанной рекомендацией, дополнить статью 1270 ГК пунктом 5, содержащим ограничение исключительного права на программы для ЭВМ в виде допущения воспроизведения и изменения произведения (программного обеспечения), собственником ЭВМ, использующем данное произведение, в целях восстановления работоспособности и налаживания взаимодействия с иным технически совместимым оборудованием;

3. ввести необходимые дефиниции и специальный правовой режим для защиты телеметрических данных передаваемых с использованием технологий Интернета вещей;

4. презюмировать правообладание потребителя ИВ-устройств над созданными данными, в части пользования и доступа к ним;

5. закрепить обязанность производителя информировать пользователя о характере и последствиях обновления, с возможностью отложить или разумно отказаться от установки, если обновление не связано напрямую с устранением критических уязвимостей;

6. нормативно закрепить распределение рисков технических ошибок в виде неверно запрограммированных условий и иные дефекты кода смарт-контракта на сторону, принявшую на себя обязанность по его разработке или внедрению, с сохранением её регрессного требования к разработчику программного обеспечения;

7. актом отраслевого министерства обязать оснастить ИВ-устройства постоянным запоминающим устройством, объемом не менее необходимого для хранения в архивированном состоянии информации о логике кода и истории машинных сделок, а также предустановить функцию отказа от исполнения обязательств.

Подводя итог, следует отметить, что техническая и концептуально-правовая сложность устройств-ИВ демонстрирует недостатки современных правовых конструкций. Анализ зарубежных правопорядков показал, что развитие права на ремонт ПО, установление баланса между потребителем и производителем, а также специальные правовые режимы данных стали общемировыми трендами цивилистики. В текущих условиях предложенный комплекс реформ следует рассматривать как необходимую адаптацию гражданского права к современным технологическим

реалиям.

Список литературы:

1. Спрос на услуги по защите IoT в России может вырасти на 30% в 2026 году // SecPost: аналитическое издание по информационной безопасности. 2026. Мар. URL: https://secpost.ru/spros-na-uslugi-po-zashhite-iot-v-rossii-mozhet-vyrasti-na-30-v-2026-godu (дата обращения: 09.03.2026).

2. ГОСТ Р 71777-2024 (ИСО/МЭК 20924:2024). Информационные технологии. Интернет вещей. Термины и определения: национальный стандарт Российской Федерации : утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2024 № 1799-ст. М.: Стандартинформ, 2025.

3. Tusikov N. Regulation through «bricking»: private ordering in the «Internet of Things» // Internet Policy Review. 2019. Vol. 8, № 2. URL: https://policyreview.info/articles/analysis/regulation-through-bricking-private-ordering-internet-things (дата обращения: 09.03.2026)

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ

5. Gomulkiewicz R. W. Considering a Right to Repair Software // Berkeley Technology Law Journal. 2022. Т. 37, № 3. С. 943–1005.

6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 28.12.2025, с изм. от 17.02.2026) «О защите прав потребителей» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2026)

7. 17 U.S.C. § 1201. Circumvention of copyright protection systems.

8. Oregon Laws 2024, гл. 69, SB 1596.

9. de Beer J., Belanger J., Sethi M. Consumer Contracts, Copyright Licensing, and Control over Data on the Internet of Things // Canadian Journal of Law and Technology. 2020. Т. 18, № 2. С. 161–199. RL: https://digitalcommons.schulichlaw.dal.ca/cjlt/vol18/iss2/1/ (дата обращения: 09.03.2026).

10. Kerber W. Governance of IoT Data: Why the EU Data Act Will not Fulfill Its Objectives // GRUR International. 2023. Т. 72, № 2. С. 120–135. URL: https://doi.org/10.1093/grurint/ikac107 (дата обращения: 09.03.2026).

11. Boniface C., Urquhart L., Terras M. Towards a right to repair for the Internet of Things: A review of legal and policy aspects // Computer Law and Security Review. 2024. Т. 52. С. 1–12. URL: https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.105934 (дата обращения: 09.03.2026).

УДК 347.44:004

Бычкова Н.П.,
к.ю.н., доцент
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
Панченко А.В.,
обучающийся (специалист)
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
(Научный руководитель – к.ю.н., доцент Бычкова Н.П.)

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ КАК ОБЪЕКТ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

PERSONAL DATA AS AN OBJECT OF CIVIL LAW PROTECTION IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Аннотация. В статье исследуется трансформация правовой природы персональных данных в условиях цифровой экономики. Анализируются существующие противоречия между публично-правовым регулированием и потребностью в эффективных гражданско-правовых механизмах защиты. Автором предложены пути совершенствования гражданского законодательства в части квалификации персональных данных как самостоятельного объекта правоотношений и введения института статутарной компенсации за нарушение информационной безопасности личности.

Abstract. This article examines the transformation of the legal nature of personal data in the digital economy. It analyzes the existing contradictions between public law regulation and the need for effective civil law protection mechanisms. The author proposes ways to improve civil law in terms of classifying personal data as an independent object of legal relations and introducing the institution of statutory compensation for violations of personal information security.

Ключевые слова: персональные данные, цифровизация, гражданско-правовая защита, нематериальные блага, информация, частная жизнь, цифровая экономика, согласие субъекта данных, обработка персональных данных, ответственность оператора.

Keywords: personal data, digitalization, civil law protection, intangible assets, information, privacy, digital economy, consent of the subject, processing, operator liability.

Цифровизация общественных отношений, проходящая в текущем десятилетии, повлекла за собой фундаментальную трансформацию правового статуса персональных данных. Если на заре формирования информационного общества персональные данные

рассматривались исключительно как вспомогательный элемент делопроизводства, необходимый для идентификации субъекта в рамках административных процедур, то сегодня они трансформировались в самостоятельный объект гражданско-правовой защиты. Более того, в условиях цифровой экономики персональные данные становятся центральным ресурсом, определяющим экономическую активность субъектов гражданского оборота.

Конституция Российской Федерации, закрепляя в статье 24 основы правового статуса личности, устанавливает, что сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются [1]. Данная конституционная гарантия является отправной точкой, однако ее реализация в условиях массовой автоматизированной обработки требует глубокого осмысления. Мы наблюдаем процесс, при котором публично-правовые институты защиты частной жизни постепенно интегрируются в частноправовой сектор, так как подавляющее большинство операций по обработке данных осуществляется коммерческими структурами – владельцами цифровых платформ, социальных сетей и маркетплейсов.

В доктрине гражданского права персональные данные традиционно квалифицировались как неотчуждаемые нематериальные блага, защищаемые в порядке статьи 150 ГК РФ [3]. Согласно этой концепции, персональные данные неразрывно связаны с личностью и не могут быть предметом классического гражданского оборота. Тем не менее, стремительное развитие технологий Big Data («больших данных») и алгоритмических систем принятия решений делает такую квалификацию ограниченной. И. Л. Бачило в своих фундаментальных исследованиях подчеркивает, что «В условиях информационного общества информация становится важнейшим ресурсом, фактором производства и предметом потребления, оказывая влияние на все сферы жизнедеятельности человека и общества» [6, с. 45]. Признание информации «ресурсом» неизбежно подводит правовую науку к вопросу о возможности применения к ней норм об имущественных правах.

Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных» определяет персональные данные как любую информацию, относящуюся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу [5]. Однако, как справедливо отмечает А. И. Савельев, «действующее регулирование в большей степени ориентировано на административный контроль за операторами, а не на защиту имущественных интересов самих субъектов данных в гражданском обороте» [7, с. 88].

На текущий момент мы сталкиваемся с очевидным разрывом между жестким публично-правовым надзором, осуществляемым государственными органами, и недостаточным гражданско-правовым инструментарием защиты, закрепленным в статье 152.2 ГК РФ «Охрана частной жизни гражданина».

Данная статья ГК РФ, безусловно, является важным достижением законодателя, предоставляя субъекту право требовать удаления информации, нарушающей его частную жизнь. Тем не менее, для условий цифровизации этого недостаточно. Существующая правовая модель не учитывает специфику цифровых активов, где ценность представляют не столько разрозненные данные, сколько массивы информации, позволяющие осуществлять профилирование субъекта. Э. В. Талапина указывает: «в условиях цифровой среды персональные данные перестают быть изолированными единицами информации и приобретают статус цифрового актива, который позволяет не только идентифицировать личность, но и предсказывать ее поведение» [8, с. 139].

Данный статус актива приводит к серьезной правовой коллизии. С позиции классического гражданского права, субъект обладает абсолютным правом на неприкосновенность частной жизни. В то же время оператор цифровой платформы, инвестируя значительные средства в аналитические алгоритмы, фактически распоряжается этими данными как имущественным активом, способным приносить прямую прибыль через таргетированную рекламу или скоринговые модели.

Анализ статьи 128 ГК РФ во взаимосвязи с судебной практикой и доктриной показывает, что, несмотря на формально закрытый перечень видов объектов, содержащаяся в нем категория «иное имущество» делает систему объектов гражданских прав гибкой и способной адаптироваться к появлению новых имущественных ценностей. Отсутствие в законодательстве четкой квалификации персональных данных, как объекта собственности создает правовую неопределенность при рассмотрении судебных споров [3]. А. И. Савельев справедливо акцентирует внимание на том, что «попытки наделить субъекта персональных данных «правом собственности» на его данные игнорируют природу личных неимущественных благ, которые не могут быть объектом товарооборота в классическом понимании» [7, с. 112]. Мы согласны с этим выводом, однако полагаем, что решение проблемы лежит не в полном отказе от признания данных активом, а в создании особого «квазиимущественного» режима.

На практике это означало бы, что право на персональные данные сохраняет свою лично-неимущественную природу, но отношения по их передаче (в том числе при регистрации на Интернет-ресурсах) должны регулироваться с учетом императивных норм Закона РФ «О защите прав потребителей». Если пользователь предоставляет свои данные в обмен на доступ к «бесплатному» сервису, то это правоотношение фактически является возмездным. Следовательно, оператор должен нести повышенную ответственность за недостатки этой «услуги», в частности – за нарушение безопасности обработки данных.

Рассмотрение вопроса о правовой природе данных приводит нас к анализу пользовательских соглашений. В большинстве случаев мы сталкиваемся с моделью присоединения, где волеизъявление субъекта выражается формально. Согласно статье 9 ФЗ «О персональных данных», согласие должно быть конкретным, информированным и сознательным [5]. Однако на практике пользовательское соглашение представляет собой многостраничный документ, составленный на юридическом языке, недоступном для понимания рядовому гражданину.

В текущих условиях это делает согласие фиктивным. Субъект данных лишен возможности влиять на условия обработки, так как отказ от принятия оферты фактически блокирует доступ к цифровому сервису. Таким образом, нарушается принцип свободы договора (ст. 421 ГК РФ) [3]. Мы полагаем, что правоприменительная практика должна исходить из недопустимости включения в пользовательские соглашения условий, которые по своей сути являются «недобросовестными» (unfair contract terms) и лишают гражданина контроля над его «цифровым профилем».

Анализ гражданско-правовой ответственности за нарушение прав субъекта персональных данных в цифровой среде неизбежно приводит к вопросу об эффективности ст. 401 ГК РФ [3]. Классическая теория вины, базирующаяся на необходимости доказывания противоправного поведения, вины нарушителя и причинно-следственной связи, в условиях цифровых правоотношений зачастую демонстрирует свою несостоятельность. Как подчеркивает А. И. Савельев, применение классической конструкции гражданско-правовой вины в отношении автоматизированных систем обработки персональных данных является неэффективным, поскольку правонарушитель становится «невидимым» за технологическими процессами алгоритмизированной обработки данных [7, с. 256].

В условиях применения технологий искусственного интеллекта (ИИ), когда решение о предоставлении услуг или формировании профиля пользователя принимается «черным ящиком» (нейросетью) без прямого участия человека, классификация ответственности оператора становится крайне затруднительной. Мы полагаем, что существующая правовая конструкция требует дополнения моделью строгой ответственности (безвиновной ответственности). Владельцы цифровых платформ и разработчики алгоритмов ИИ, извлекая колоссальную прибыль от автоматизации обработки данных, должны нести риск случайного причинения вреда, независимо от наличия вины. По нашему убеждению, такую деятельность следует приравнять к деятельности, создающей повышенную опасность для окружающих, что позволит применять к ней нормы ст. 1079 ГК РФ [3].

Особую сложность представляет институт возмещения убытков (ст. 15 ГК РФ) при утечке персональных данных. В классическом понимании для взыскания убытков субъект обязан доказать их реальный размер, что для физического лица при утечке, например, истории браузера или биометрических данных, является практически невозможной задачей. Юридическая доктрина в лице Э. В. Талапиной указывает на то, что эффективность гражданско-правовой защиты во многом зависит от способности права реагировать на технологические особенности цифровой среды, где нарушения носят массовый характер [8, с. 140].

Для преодоления данного барьера мы предлагаем закрепить в гражданском законодательстве институт «статутарной компенсации» за факт утечки или неправомерного использования персональных данных. По аналогии со ст. 1301 ГК РФ, предусматривающей компенсацию за нарушение исключительных прав, такая мера позволила бы взыскивать с оператора фиксированную сумму без необходимости доказывания размера имущественных потерь [3]. Это создаст реальный экономический стимул для бизнеса инвестировать в кибербезопасность, переведя защиту данных из области декларативных требований в сферу реальных финансовых рисков.

Нельзя игнорировать и вопрос о «качестве» защиты, которую сегодня предоставляют операторы. Часто пользовательское соглашение содержит пункт об ограничении ответственности оператора за любые утечки, возникшие «вследствие обстоятельств непреодолимой силы» или «технических сбоев». С точки зрения гражданского права, такие условия являются ничтожными, так как нарушают императивные требования о защите прав потребителя (ст. 16 Закона РФ «О защите прав

потребителей»). Мы убеждены, что необходимо на законодательном уровне закрепить презумпцию вины оператора в случае любого инцидента утечки данных. Оператор должен нести бремя доказывания того, что им были приняты все исчерпывающие меры по защите информации, а не субъект – доказывать виновное бездействие компании.

Кроме того, требует пересмотра вопрос о способах защиты нематериальных благ. В настоящее время наиболее распространенным способом является компенсация морального вреда (ст. 151 ГК РФ) [3]. Однако судебная практика показывает, что размер таких компенсаций носит символический характер и не выполняет превентивной функции. Суды редко учитывают, что в условиях цифровизации вред от разглашения данных имеет долгосрочный характер – риск мошенничества сохраняется для субъекта на годы вперед. Мы предлагаем внести изменения в ГПК РФ, которые бы упростили процедуру групповых исков (class actions) по делам об утечках данных. Это позволит объединить требования тысяч пострадавших, что сделает процесс экономически целесообразным и более значимым для правосудия.

Таким образом, на основе проведенного анализа можно сделать вывод, что гражданско-правовая доктрина находится в стадии активной трансформации. Отказ от формального подхода к понятию «согласия» и внедрение механизмов, адаптированных к специфике цифровой среды (таких как статутарная компенсация и строгая ответственность), являются необходимыми шагами для обеспечения баланса интересов цифровой экономики и прав личности. На наш взгляд, именно развитие частноправовых механизмов защиты, а не только административное давление со стороны регулятора, способно вернуть доверие пользователей к цифровым сервисам и обеспечить устойчивость гражданского оборота в условиях глобальной цифровизации.

Для понимания глубины проблемы гражданско-правовой защиты персональных данных необходимо обратиться к анализу текущей судебной практики. Анализируя решения судов последних лет по делам об утечках данных (например, громкие инциденты с крупными маркетплейсами и сервисами доставки), мы приходим к неутешительному выводу: суды по-прежнему склонны применять крайне консервативные подходы. В большинстве случаев истцам-потребителям отказывают во взыскании значительных сумм морального вреда, мотивируя это тем, что «истец не доказал наступление негативных последствий, выходящих за рамки факта самой утечки».

В гражданском процессе господствует принцип состязательности (ст. 56 ГПК

РФ), который в спорах «гражданин против IT-корпорации» превращается в юридическую ловушку [3]. Оператор обладает всеми техническими логами, которые доказывают (или скрывают) объем утечки, тогда как у пользователя есть только «уведомление об инциденте». Как верно отмечает А. И. Савельев, «создается ситуация процессуального неравенства, где доказывание технической стороны нарушения лежит на слабой стороне правоотношения, не обладающей специальными познаниями в области информационной безопасности» [7, с. 312].

Мы считаем, что в подобных спорах суды должны активнее применять концепцию «риска профессиональной деятельности». Если компания зарабатывает на сборе данных миллионов людей, она обязана нести риски, связанные с их хранением, как профессиональный участник рынка. В этой связи уместно вспомнить позицию Конституционного Суда РФ, который неоднократно подчеркивал необходимость «соблюдения баланса между частными и публичными интересами» [4]. Однако на уровне районных судов эта позиция часто нивелируется стремлением ограничить сумму компенсации морального вреда «символическими» 5000 рублями.

На наш взгляд, это прямо противоречит превентивной функции гражданской ответственности. Когда сумма компенсации оказывается ниже стоимости подписки на сервис, для оператора не существует стимула улучшать защиту. Более того, существует проблема «трансграничного характера» нарушений. Данные граждан РФ зачастую обрабатываются серверами, расположенными в иностранных юрисдикциях, что создает дополнительные барьеры для исполнения судебных решений. В данном контексте положения Конвенции о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных [2] выглядят как декларативные, поскольку механизмы принудительного исполнения решений по трансграничным спорам в цифровой среде до сих пор не отработаны в полной мере.

Кроме того, требует осмысления проблема «неосновательного обогащения» оператора (ст. 1102 ГК РФ). Если компания сэкономила на средствах криптографической защиты, чтобы увеличить свою прибыль, и это привело к утечке, то с точки зрения гражданского права, все полученные от этой экономии доходы можно рассматривать как неосновательное обогащение [3]. Мы предлагаем судам при определении размера ответственности учитывать не только объем морального вреда, но и выгоду, которую извлек оператор из обработки данных, не обеспечив при этом должный уровень их безопасности.

Таким образом, мы видим, что правоприменительная практика нуждается в серьезной корректировке. Без законодательного закрепления презумпции вины оператора и упрощения порядка доказывания ущерба, права субъектов персональных данных будут оставаться защищенными лишь «на бумаге». Необходимо принятие Пленумом Верховного Суда РФ соответствующих разъяснений, которые бы ориентировали суды на применение более строгих санкций к операторам, допустившим несанкционированный доступ к персональной информации граждан.

Завершая исследование, мы можем с уверенностью сказать, что персональные данные в 2026 году перестали быть просто строчками в паспорте или анкете. Сейчас это полноценный «цифровой капитал», который вращается в огромной экономике данных. Как мы выяснили, существующее законодательство, которое создавалось еще в эпоху «бумажного» документооборота, сегодня отчаянно пытается догнать технологии, но получается это с переменным успехом.

Главный вывод нашего исследования заключается в том, что текущая гражданско-правовая модель защиты данных является избыточно «охранительной» для бизнеса и слабой для гражданина. Мы слишком привыкли полагаться на публично-правовые методы – то есть на штрафы от госорганов. Но, как показывает практика, штраф в пару миллионов рублей для IT-гиганта с оборотом в миллиарды – это не наказание, а просто «расходы на ведение бизнеса». Такой подход не защищает лиц, чьи данные утекли в сеть. Поэтому мы предлагаем сместить акцент именно на гражданско-правовые механизмы, которые заставляют компанию отвечать своим кошельком перед конкретным пострадавшим человеком.

Основываясь на анализе положений ГК РФ, мы считаем необходимым внедрение следующих изменений:

Во-первых, нужно пересмотреть юридическую силу «согласия» на обработку данных. Сейчас согласие – это формальность, которую мы подписываем, не читая, просто чтобы получить доступ к приложению. Мы предлагаем законодательно закрепить запрет на «пакетное» согласие. Это когда тебя заставляют согласиться сразу на все (на передачу данных третьим лицам, на звонки рекламщиков, на трансграничную передачу и так далее). Пользователь должен иметь право выбрать, на что он согласен, а на что – нет, не теряя при этом доступа к базовому функционалу сервиса. В противном случае, такое согласие должно признаваться ничтожным как навязанное условие договора (ст. 16 Закона о защите прав потребителей).

Во-вторых, мы настаиваем на внедрении института статутарной компенсации. Как мы уже упоминали, доказать реальные убытки от утечки паспортных данных почти невозможно – ты не можешь пойти в суд и сказать: «У меня украли 500 рублей, потому что мои данные утекли». Но риск того, что на тебя оформят кредит или воспользуются твоей личностью, огромен. Фиксированная денежная компенсация (например, 10-50 тысяч рублей за сам факт утечки по вине компании) заставит операторов данных тратить больше средств на кибербезопасность, чем на юристов, которые пытаются оправдать их бездействие.

В-третьих, вопрос ответственности за алгоритмы ИИ. Мы считаем, что принцип «черного ящика» не должен освобождать компанию от ответственности. Если нейросеть допустила дискриминацию (например, отказала в страховке, неправильно оценив данные человека) или из-за ошибки в алгоритме данные стали доступны третьим лицам, компания должна нести строгую (безвиновную) ответственность. Это единственный способ заставить разработчиков быть предельно осторожными при внедрении ИИ в гражданский оборот.

Кроме того, мы видим большой потенциал в развитии групповых исков (class actions). Один человек вряд ли пойдет в суд из-за утечки email-адреса. Но если 100 тысяч пользователей подадут коллективный иск, требуя компенсации, это станет мощным инструментом правового воздействия. На наш взгляд, нужно упростить процессуальные правила для таких споров, чтобы граждане могли объединяться для защиты своих интересов в виртуальном пространстве.

Подводя итог, хочется сказать, что мы находимся в точке, когда право должно «повзрослеть» вместе с технологиями. Мы больше не можем рассматривать данные как нечто второстепенное. Персональные данные – это продолжение нашей личности, нашей «цифровой свободы». Если мы не защитим их эффективными гражданскими способами сейчас, то рискуем потерять контроль над своей жизнью в цифровом пространстве. Право не должно быть просто «запрещающим барьером», оно должно быть гибким механизмом, который реально восстанавливает нарушенные права и заставляет тех, кто зарабатывает на наших данных, нести ответственность за их сохранность.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации // Российская газета.– 25 декабря 1993

г.– № 237.– (с учётом поправок 2020 г.).

2. Конвенция о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных (заключена в г. Страсбурге 28.01.1981) [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 12.03.2026).

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51–ФЗ (ред. действующая) // Собрание законодательства РФ.

4. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149–ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ред. действующая) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – ст. 3448.

5. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152–ФЗ «О персональных данных» (ред. действующая) // Собрание законодательства РФ.

6. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для вузов / И. Л. Бачило. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 419 с.

7. Савельев, А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных» / А. И. Савельев. – Москва : Статут, 2017. – 432 с.

8. Талапина, Э. В. Защита персональных данных в цифровую эпоху. Российское право в европейском контексте // Труды Института государства и права РАН. – 2018. – Т. 13. – № 5. – С. 137–142.

УДК 347.451:004

Бычкова Н.П.,
к.ю.н., доцент
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
Празян А.Ю.,
обучающийся (специалист)
Северо-Кавказского филиала ФГБОУВО «РГУП им. В.М. Лебедева»
(Научный руководитель – к.ю.н., доцент Бычкова Н.П.)

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФОРМЫ И ПРОЦЕДУРЫ СДЕЛКИ С НЕДВИЖИМОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

TRANSFORMATION OF THE FORM AND PROCEDURE OF REAL ESTATE TRANSACTIONS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Аннотация: Статья посвящена анализу формирования цифрового поля на рынке недвижимости России и его влиянию на процессы купли-продажи объектов. Рассматриваются правовые основы электронных сделок, включая нормы Гражданского кодекса РФ, Федеральные законы об электронной подписи и государственной регистрации недвижимости. На основе судебной практики показано, как суды оценивают юридическую силу электронных договоров и электронных доказательств. Особое внимание уделено новым возможностям, возникающим благодаря цифровизации, а также рискам, связанным с человеческим фактором и мошенничеством при использовании электронной подписи. В заключение обоснована необходимость баланса между технологическими инновациями и базовыми принципами гражданского права для обеспечения безопасности и прозрачности сделок.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the formation of the digital field in the Russian real estate market and its impact on the purchase and sale of properties. The legal bases of electronic transactions are considered, including the norms of the Civil Code of the Russian Federation, Federal laws on electronic signatures and state registration of real estate. Based on judicial practice, it is shown how courts assess the legal force of electronic contracts and electronic evidence. Special attention is paid to the new opportunities arising from digitalization, as well as the risks associated with the human factor and fraud when using an electronic signature. In conclusion, the need for a balance between technological innovations and the basic principles of civil law to ensure the security and transparency of transactions is substantiated.

Ключевые слова: цифровое поле, электронная сделка, недвижимость, электронная подпись, электронная регистрация, цифровизация, купля-продажа

недвижимости.

Keywords: digital field, electronic transaction, real estate, electronic signature, electronic registration, digitalization, purchase and sale of real estate.

За последние несколько лет рынок недвижимости в России пережил ощутимую перестройку, связанную не столько с ситуацией в экономике, сколько с быстрым распространением цифровых технологий. То, что ещё совсем недавно воспринималось как вспомогательный инструмент для рекламы и первичного контакта с покупателем, постепенно превратилось в полноценную среду для проведения всей сделки. Сегодня большую часть пути - от выбора объекта до регистрации перехода права собственности - можно завершить в электронном формате. Такой переход стал возможен благодаря обновлению нормативной базы, модернизации сервисов Росреестра и активному включению банков в развитие электронных платформ продаж. Такое преобразование рынка недвижимости носит не фрагментарный, а системный характер. Цифровые технологии постепенно охватили все ключевые стадии сделки: поиск и анализ объектов, юридическую проверку, согласование условий, заключение договора и последующую государственную регистрацию перехода прав. Если ранее электронные сервисы использовались преимущественно как маркетинговый канал, то в настоящее время они формируют самостоятельную инфраструктуру гражданского оборота, в рамках которой совершаются юридически значимые действия. Существенную роль в этом процессе сыграло развитие государственных информационных систем и цифровых платформ, обеспечивающих взаимодействие между участниками рынка. Росреестр перешёл от модели очного приёма документов к многоуровневой системе электронного взаимодействия, позволяющей подавать заявления и прилагать необходимые документы дистанционно. Одновременно банковский сектор стал активным участником цифровизации сделок с недвижимостью, интегрируя ипотечные сервисы, выпуск электронной подписи и электронную регистрацию в единый клиентский маршрут. В результате для граждан и профессиональных участников рынка была сформирована возможность сопровождения сделки без личного посещения регистрирующих органов.

Важно отметить, что цифровая трансформация не изменила правовую природу сделок с недвижимостью, а лишь повлияла на форму и способы их совершения. Электронный формат не отменяет требований гражданского законодательства к содержанию договора, объёму прав и обязанностей сторон, а также к обязательной

государственной регистрации перехода права собственности. Напротив, цифровая среда предполагает более строгую формализацию процедур, поскольку каждая операция фиксируется в информационных системах и оставляет электронный след, который в дальнейшем может быть использован в качестве доказательства.

Правовое основание для совершения электронных сделок с недвижимостью действительно заложено в нормах Гражданского кодекса Российской Федерации и не является результатом каких-либо экспериментальных или временных правовых режимов. Ключевое значение в данном контексте имеют положения статьи 160 Гражданского Кодекса РФ (далее – ГК РФ), согласно которой письменная форма сделки считается соблюдённой не только при составлении документа на бумажном носителе, но и в случае совершения лицом сделки с помощью электронных либо иных технических средств, позволяющих воспроизвести на материальном носителе в неизменном виде содержание сделки, при этом требование о наличии подписи считается выполненным, если использован любой способ, позволяющий достоверно определить лицо, выразившее волю [1]. Тем самым законодатель прямо допускает электронную форму, как равнозначную традиционной письменной форме, при условии соблюдения требований идентификации стороны.

Дальнейшее развитие данной нормы содержится в статье 434 ГК РФ, которая закрепляет, что договор может быть заключен путем составления одного документа (в том числе электронного). В совокупности эти положения формируют универсальную правовую конструкцию, позволяющую использовать электронный документооборот при заключении гражданско-правовых договоров, в том числе в сфере оборота недвижимости. При этом принципиально важно, что законодатель не связывает допустимость электронной формы с конкретной технологией, а акцентирует внимание именно на юридически значимом результате - возможности идентифицировать волеизъявление участника сделки.

На практике данное требование реализуется через использование усиленной квалифицированной электронной подписи, правовой режим которой установлен Федеральным законом «Об электронной подписи» [3]. Электронный документ, подписанный УКЭП, признаётся эквивалентным документу на бумажном носителе с собственноручной подписью, что подтверждается, как нормами законодательства, так и устойчивой судебной практикой. Исходя их этого, электронная форма договора купли-продажи недвижимости не является упрощённой или «ослабленной» моделью, а

предполагает соблюдение более строгих процедур идентификации по сравнению с обычной письменной формой.

Особенности сделок с недвижимостью дополнительно раскрываются во второй части Гражданского кодекса РФ [2]. В нормах, регулирующих договор купли-продажи недвижимости, законодатель устанавливает обязательные требования к содержанию договора, включая точное описание объекта, его индивидуальные характеристики, цену и иные существенные условия. Требования носят императивный характер и подлежат соблюдению независимо от формы заключения договора. Электронный формат, таким образом, не освобождает стороны от необходимости надлежащего оформления содержания сделки, а лишь меняет способ фиксации и передачи юридически значимой информации.

Следует подчеркнуть, что государственная регистрация перехода права собственности остаётся обязательным элементом сделки с недвижимостью. Электронная форма договора не подменяет собой регистрационную процедуру, а лишь интегрируется в неё. Документы, оформленные в электронном виде, подлежат проверке регистрирующим органом на соответствие требованиям законодательства, включая проверку полномочий сторон и юридической чистоты сделки, и подтверждая, что цифровизация в данном случае выступает не альтернативой правовому регулированию, а его технологическим развитием.

Ключевым нормативным актом, обеспечившим реальную возможность перехода от декларативного признания электронной формы к её практическому использованию, стал Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи», как уже отмечалось выше. Принятие данного закона заложило единый правовой режим электронных подписей и устранило правовую неопределённость, связанную с юридической силой электронных документов. В рамках этого закона именно усиленная квалифицированная электронная подпись получила статус универсального инструмента, приравненного к собственноручной подписи, при условии её формирования с использованием сертифицированных средств и действующего квалифицированного сертификата. Значение закона № 63-ФЗ для рынка недвижимости заключается в том, что он создал правовые гарантии достоверности волеизъявления сторон при совершении юридически значимых действий в электронной среде [3]. Использование УКЭП позволяет не только идентифицировать подписанта, но и обеспечить неизменность содержания электронного документа после его подписания,

что особенно важно для сделок с недвижимостью, где любые искажения текста договора или сомнения в подлинности подписи могут повлечь признание сделки недействительной или отказ в государственной регистрации.

Следующим этапом развития электронных сделок стало внедрение электронного документооборота в систему государственной регистрации прав на недвижимое имущество. Федеральный закон от 13.07.2015 № 218-ФЗ «О государственной регистрации недвижимости» закрепил возможность подачи заявлений и прилагаемых документов в Росреестр в электронном виде [4]. Таким образом, электронная форма была признана допустимой не только на стадии заключения договора, но и на стадии его правового оформления через государственную регистрацию перехода права собственности, позволяя сформировать сквозной цифровой процесс, охватывающий как частноправовые, так и публично-правовые элементы сделки.

Вместе с тем практика первых лет применения электронных сервисов выявила уязвимые места цифровой модели, прежде всего, связанные с незаконным использованием электронных подписей. Отдельные случаи мошенничества, в которых электронные сделки совершались без ведома собственников, показали, что формального наличия УКЭП недостаточно для обеспечения полной защиты прав участников оборота. В ответ на эти риски законодатель внёс изменения в правовое регулирование, направленные на усиление контроля и повышение уровня осознанного участия собственников в электронных сделках.

Федеральный закон от 02.08.2019 № 286-ФЗ ввёл дополнительное условие для электронной регистрации прав на недвижимость: собственник обязан заранее выразить согласие на возможность подачи документов в электронном виде [5]. При отсутствии такого согласия Росреестр отказывает в рассмотрении электронных заявлений. Данная мера носит превентивный характер и направлена на защиту прав собственников от несанкционированных действий третьих лиц, даже при наличии формально действующей электронной подписи.

Исходя из вышесказанного, развитие нормативного регулирования электронных сделок с недвижимостью демонстрирует поэтапный и взвешенный подход законодателя. Сначала обеспечивается юридическая сила электронных документов, затем - внедряется возможность их использования в регистрационных процедурах, после чего последовательно усиливаются механизмы защиты прав собственников – это подтверждает, что цифровизация в сфере сделок с недвижимостью осуществляется не

стихийно, а в рамках продуманной правовой модели, сочетающей технологические инновации и приоритет охраны гражданских прав.

Судебная практика последних лет подтверждает, что электронные сделки с недвижимостью получили нормативное закрепление, устойчиво воспринимаются судами как полноценный элемент гражданского оборота. Показательным в этом отношении является апелляционное определение Московского городского суда от 18 декабря 2024 г. № 33-55743/2024, в котором суд дал развернутую правовую оценку договору купли-продажи жилого помещения, заключённому в электронной форме и подписанному усиленной квалифицированной электронной подписью [6]. Как следует из материалов дела, спор между сторонами возник не по поводу формы сделки или порядка её регистрации, а в связи с неисполнением одним из продавцов денежного обязательства по распределению вырученных от продажи квартиры средств. При этом ответчик в апелляционной жалобе фактически пытался поставить под сомнение отдельные условия договора и порядок расчётов, ссылаясь на расписки, устные договорённости и показания свидетелей. Однако суды обеих инстанций исходили из приоритета текста заключённого договора купли-продажи, оформленного в электронной форме. Судебная коллегия прямо указала, что договор от 7 июля 2023 года был совершен в требуемой законом форме, подписан всеми сторонами посредством электронной подписи, содержал все существенные условия, предусмотренные статьями 549, 550, 554 и 555 ГК РФ, а переход права собственности был зарегистрирован в установленном порядке. Тем самым суд подтвердил принципиально важную позицию: электронная форма договора сама по себе не снижает его юридической силы и не создаёт оснований для сомнений в действительности сделки при условии соблюдения требований закона.

Особое значение данного дела заключается в том, что суд не допустил подмены условий договора последующими объяснениями сторон. Представленные ответчиком расписки и показания свидетеля были признаны не имеющими юридически значимого значения, поскольку они не подтверждали изменение условий договора и не сопровождались заключением дополнительного соглашения. Такой подход наглядно демонстрирует, что электронный договор воспринимается судом как основной и приоритетный источник прав и обязанностей сторон, аналогично договору, оформленному на бумажном носителе. Кроме того, суд дал правовую оценку обязательствам сторон по расчётам, указав, что получение ответчиком денежных

средств от покупателя подтверждено банковскими документами и не оспаривалось. Неисполнение обязанности по передаче причитающейся истцу доли денежных средств было квалифицировано как нарушение обязательства, влекущее взыскание долга и процентов за пользование чужими денежными средствами по правилам статьи 395 ГК РФ. При этом расчёт процентов был произведён с учётом разъяснений Пленума Верховного Суда РФ, что дополнительно подчёркивает устойчивость правовой позиции суда. Анализ данного судебного акта позволяет сделать вывод о сформировавшемся подходе судов общей юрисдикции к электронным сделкам с недвижимостью. Суды исходят из того, что электронный договор, подписанный усиленной квалифицированной электронной подписью и прошедший государственную регистрацию, обладает полной юридической силой, а его условия подлежат исполнению наравне с условиями традиционного письменного договора. Попытки оспорить такие сделки путём ссылок на устные договорённости, расписки или субъективные объяснения сторон, как правило, не находят поддержки в судебной практике.

Не менее показательной является позиция судов по делам, в которых оспаривается не форма электронной сделки, а само волеизъявление стороны, ссылающейся на заблуждение или обман. Так, в апелляционном определении Московского городского суда от 30 октября 2024 г. № 33-43728/2024 суд подробно рассмотрел ситуацию, в которой продавец квартиры пыталась признать договор купли-продажи недействительным, утверждая, что действовала под влиянием заблуждения и фактически стала жертвой мошенников [7]. Из обстоятельств дела следовало, что истец лично участвовала в сделке, обратилась в агентство недвижимости, присутствовала при заключении договора, подписала договор купли-продажи, получила денежные средства, снялась с регистрационного учета и подписала акт приёма-передачи квартиры. При этом договор был заключён в требуемой законом форме, подписан сторонами, в том числе с использованием электронной подписи, содержал все существенные условия и был зарегистрирован в Росреестре. Фактически все действия истца соответствовали обычному поведению собственника, добровольно распоряжающегося своим имуществом.

Судебная коллегия обратила особое внимание на правовую природу заблуждения, как основания для признания сделки недействительной. Применяя положения статьи 178 ГК РФ, суд указал, что для признания сделки недействительной

необходимо установить существенное заблуждение, касающееся природы сделки, её предмета или правовых последствий. При этом заблуждение относительно мотивов сделки - в частности, ожидание определённых последствий, не вытекающих из её содержания, - не относится к числу юридически значимых оснований для признания сделки недействительной. В данном деле суд пришёл к выводу, что истец не заблуждалась в отношении самой природы сделки, поскольку осознавала, что продаёт принадлежащую ей квартиру за денежное вознаграждение. Доводы о том, что она действовала по указаниям третьих лиц, представлявшихся сотрудниками правоохранительных органов, были признаны не влияющими на действительность договора, поскольку не свидетельствовали о наличии обмана со стороны покупателя. Суд подчеркнул, что доказательств осведомлённости покупателя о мошеннических действиях третьих лиц в материалах дела не имеется, а потому отсутствуют основания для применения положений статьи 179 ГК РФ.

Принципиально важным является и вывод суда о значении электронного оформления сделки. Несмотря на эмоционально сложный контекст дела, суд не поставил под сомнение юридическую силу договора, подписанного в электронной форме. Напротив, использование электронной подписи было расценено как дополнительное подтверждение осознанного волеизъявления истца, поскольку договор подписывался лично, при непосредственном участии сторон, с соблюдением всех требований закона. Электронная форма сделки, таким образом, не была признана фактором, повышающим риск заблуждения или снижающим уровень защиты прав участника оборота. Суд также указал, что последующее возбуждение уголовного дела по факту мошенничества само по себе не свидетельствует о недействительности гражданско-правовой сделки. Наличие уголовно-правовой оценки действий третьих лиц не освобождает сторону от последствий добровольно совершённой и исполненной сделки, если отсутствует причинно-следственная связь между обманом и волеизъявлением, направленным именно на заключение договора с конкретным контрагентом. Данное судебное дело демонстрирует устойчивый подход судов к оценке электронных сделок с недвижимостью: при соблюдении требований к форме, содержанию договора и порядку его регистрации, электронный договор воспринимается судами, как надёжное доказательство действительного волеизъявления сторон. Ссылки на субъективные мотивы, давление третьих лиц или последующее осознание неблагоприятных последствий сделки не являются достаточными

основаниями для признания такой сделки недействительной, если контрагент действовал добросовестно и с обычной степенью осмотрительности. Позиции судов сводятся к тому, что электронная переписка и скриншоты могут использоваться как доказательства, если другая сторона не заявляет о фальсификации [8], укрепляя юридический статус переписки в мессенджерах и делает цифровые коммуникации более защищёнными.

Научная литература подчёркивает, что цифровизация изменила не только формат сделок, но и саму систему управления объектами. Баланов А.Н. указывает, что цифровые инструменты позволяют оптимизировать инвестиционные решения и процессы сопровождения недвижимости [9]. Дубровский А.В. делает акцент на повышении прозрачности земельно-имущественных отношений благодаря цифровым технологиям [10]. Максимов С.Н, анализируя девелоперские проекты, отмечает, что электронные форматы существенно облегчают взаимодействие между участниками строительства и будущими собственниками [11].

При этом цифровизация приносит не только удобства, но и новые риски. В статье А. Макарова наглядно описан главный из них - человеческий фактор. Ряд случаев получения ЭЦП по поддельным документам показал, что проблема иногда кроется не в технологии, а в небрежности сотрудников удостоверяющих центров [12]. Здесь важно понимать, что альтернативные сделки тоже уязвимы: поддельные паспорта и ошибки работников МФЦ не исчезли, просто акценты сместились. Наряду с этим появляются сервисы, которые делают сделки ещё более технологичными. Росреестр сообщил о внедрении цифрового регистратора, который способен в автоматическом режиме проверять пакет документов и подготавливать формы заявлений за секунды [13]. Использование таких решений сокращает сроки регистрации и минимизирует риск ошибок. Банковские платформы, например, Домклик - довели электронный процесс до полноты: от выпуска электронной подписи до отправки зарегистрированных документов, клиент получает всё дистанционно [14].

В итоге становится очевидно, что цифровое поле перестало быть просто удобной альтернативой и стало полноценной средой, в которой совершается большая часть сделок с недвижимостью. Оно ускоряет операции, делает их прозрачнее и удобнее, снижает затраты и минимизирует бытовые риски. Но устойчивость такой системы зависит от соблюдения баланса: современные технологии должны сочетаться с фундаментальными принципами гражданского права - достоверностью

волеизъявления, защитой прав собственника и прозрачностью каждой стадии сделки.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025, с изм. от 25.11.2025) [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 29.11.2025).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 29.11.2025).

3. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 29.11.2025).

4. Федеральный закон «О государственной регистрации недвижимости» от 13.07.2015 № 218-ФЗ [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 29.11.2025).

5. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон О государственной регистрации недвижимости» от 02.08.2019 № 286-ФЗ [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 30.11.2025).

6. Апелляционное определение Московского городского суда от 18.12.2024 № 33-55743/2024 (УИД 77RS0009-02-2024-002252-40) [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 30.11.2025).

7. Апелляционное определение Московского городского суда от 30.10.2024 № 33-43728/2024 (УИД 77RS0013-02-2023-005718-84) [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 01.12.2025).

8. Позиции судов по спорным вопросам. Гражданский процесс: переписка в мессенджере и скриншот как доказательство [Электронный ресурс]: Доступ из справ.-правовой системы «Консультант плюс» (дата обращения: 29.11.2025).

9. Баланов А. Н. Цифровизация в недвижимости. Управление, инвестиции и инновации: учебное пособие для вузов. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 364 с.

10. Дубровский А. В. Основы цифровизации земельно-имущественных отношений : учебно-методическое пособие. - Новосибирск : СГУГиТ, 2024. - 78 с.

11. Максимов С. Н. Девелопмент недвижимости и комплексное развитие

территорий: учебник. - Москва: Проспект, 2024. - 328 с.

12. Макаров А. Как не потерять квартиру при цифровых сделках с недвижимостью // РБК Недвижимость. - 2023 URL: https://realty.rbc.ru/news/5ddbab509a7947aae97ced92 (дата обращения: 01.12.2025).

13. Росреестр запустит цифровой регистратор прав на жилье во всех регионах // РБК Недвижимость. - 2023 URL: https://realty.rbc.ru/news/648c22319a79471f33278927 (дата обращения: 29.11.2025).

14. Электронная регистрация права собственности: как это работает // Домклик, 2023 URL: https://blog.domclick.ru/nedvizhimost/post/elektronnaya-registraciya-prava-sobstvennosti-kak-eto-rabotaet (дата обращения: 29.11.2025).

УДК 658.89

Гарьковенко В.Э.,
к.э.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Коваленко Д.С.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Солодовникова В.С.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ НА ОСНОВЕ СТРАТЕГИИ ПОЖИЗНЕННОЙ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТА

MANAGING ADVERTISING COMMUNICATIONS BASED ON THE CUSTOMER'S LIFETIME VALUE STRATEGY

Аннотация: современный маркетинг все заметнее смещается от идеи массового охвата к стратегии осмысленного управления отношениями с клиентами. В условиях высокой конкуренции и насыщенности рынков эффективность компании определяется не количеством проданных товаров, а умением удерживать аудиторию, превращая разовых покупателей в лояльных долгосрочных клиентов. На первый план выходит понимание ценности каждого клиента как партнера, с которым компания взаимодействует не только на этапе покупки, но и на всем протяжении его жизненного цикла.

Abstract: Modern marketing is increasingly shifting from the idea of mass coverage to a strategy of meaningful customer relationship management. In a highly competitive and saturated market, a company's success is no longer determined by the number of products sold, but by its ability to retain customers and turn one-time buyers into loyal long-term clients. The focus has shifted to understanding the value of each customer as a partner, with whom the company interacts not only during the purchase process but also throughout their entire lifecycle.

Ключевые слова: рекламная коммуникация, маркетинг, пожизненная ценность клиента, удержание клиентов, сегментация аудитории, цифровая реклама.

Keywords: advertising communication, marketing, customer lifetime value, customer retention, audience segmentation, digital advertising.

Концепция пожизненной ценности клиента (Customer Lifetime Value, CLV) позволяет оценить вклад покупателя в прибыль компании за весь период отношений. Такой подход открывает совершенно другие горизонты в управлении рекламными коммуникациями. Он позволяет перестроить стратегию таким образом, чтобы коммуникации не были одинаковыми для всех, а соответствовали реальной значимости клиента для бизнеса и его индивидуальным потребностям.

Цель научного исследования – показать возможности применения CLV для оптимизации клиентских коммуникаций на примере малого кондитерского бизнеса.

Для решения поставленной цели определены следующие задачи:

– рассмотреть сущность и роль пожизненной ценности клиента в маркетинге;

– провести анализ клиентской базы и выделить сегменты с разным потенциалом лояльности;

– разработать и протестировать дифференцированные подходы к взаимодействию с различными клиентскими группами;

– оценить эффективность предложенных мер и сформулировать практические рекомендации.

Объект исследования – процесс управления рекламными коммуникациями в малом бизнесе.

Предмет исследования – применение пожизненной ценности клиента для повышения эффективности коммуникаций с клиентами.

В работе теоретическую основу составил анализ профильных материалов по теме клиентской ценности. Практическая часть базировалась на исследовании клиентской базы малого предприятия. Для выявления факторов возвращения клиентов сопоставлялись поведенческие модели, основанные на расчете показателя CLV (с учетом частоты заказов и среднего чека).

Компании малого и среднего бизнеса с помощью этих выводов получают возможность выстраивать рекламные коммуникации точнее. Анализ клиентских данных вскрывает источники привлечения наиболее ценной аудитории, определяет условия повторных заказов и выявляет элементы сервиса, формирующие лояльность. В прикладном аспекте осуществление данного подхода позволяет рационализировать бюджетные потоки: происходит вынужденный отказ от экстенсивного и, как правило, дорогостоящего привлечения клиентов в пользу интенсификации работы с уже сформированным ядром аудитории, что неизбежно влечет за собой качественную

трансформацию клиентского опыта. По сути, концепция пожизненной ценности (CLV) выступает медиатором, осуществляющим синтез сухой экономической оценки и поведенческой психологии. Если конвенциональные аналитические инструменты ограничиваются фиксацией количественного притока контрагентов, то фокус CLV смещается в плоскость прогностики будущей доходности и долгосрочного взаимодействия. Подобная переориентация знаменует собой фундаментальный сдвиг маркетинговой парадигмы - от недифференцированной массовости к строгой селективности.

В этом контексте нельзя игнорировать тот факт, что клиенты, по своей сути, неравнозначны с точки зрения генерируемой прибыли, варьирующейся от единичных заказов до регулярного потребления с высоким реферальным потенциалом Именно здесь функционал CLV становится критически важным для ранжирования управленческих усилий, диктуя необходимость отказа от общих рассылок в пользу адресной работы с теми, кто обеспечивает бизнесу «длинные деньги». В конечном счете, лояльность - это не производная от покупки как таковой, а, скорее, следствие выстроенной коммуникативной среды, где ценность для потребителя кристаллизуется через ощущение персонализированной заботы и отсутствие формализма.

Классическим примером компании, построившей свою стратегию вокруг CLV, является Amazon. Основатель компании Джефф Безос с самого начала ориентировался не на мгновенную прибыль, а на долгосрочные отношения. Это выражается в сервисе Amazon Prime: компания сознательно несет убытки на доставке и контенте для подписчиков, понимая: за время своего «жизненного цикла» такой клиент принесет значительно больше прибыли за счет частоты покупок, лояльности.

В современной маркетинговой науке происходит трансформация парадигмы взаимодействия с потребителем, ключевым элементом которой становится ориентация на пожизненную ценность клиента (Customer Lifetime Value, CLV). Данный подход смещает фокус с привлечения максимального числа разовых покупателей на выстраивание долгосрочных, взаимовыгодных отношений. Задача маркетинга в данном контексте - завладеть вниманием, спроектировать комплексный клиентский опыт, в рамках которого потребитель ощущает себя партнером или другом компании. Такая стратегическая перспектива коренным образом меняет каждый этап коммуникации: от первого информационного сообщения, процесса оформления заказа до последующих персонализированных предложений, ненавязчивых напоминаний о продуктах. В

результате товар или услуга перестают восприниматься как изолированная покупка, интегрируясь в более широкую систему взаимодействия, где клиент получает функциональный результат, положительные эмоции, связанные непосредственно с качеством сервиса, общением с брендом.

Метрика CLV функционирует как диагностический инструмент, позволяющий выявить фундаментальные причины лояльности и глубже понять логику потребительского выбора. Детальная декомпозиция данного индикатора позволяет выявить скрытые факторы сервиса и продукта, обладающие для потребителя пролонгированной ценностью. Как нередко подтверждает анализ, драйвером повторных обращений выступает отнюдь не доступная цена, а, скорее, факторы эмоционального порядка: будь то эстетическое удовольствие, получаемое клиентом от визуального исполнения продукта, или же приоритет, отдаваемый эксклюзивности предложения вкупе с качеством поддержки. В иных же сценариях, где критическим условием лояльности становится проявленное внимание, именно точечная коммуникация - например, своевременное уточнение деталей или совет, опирающийся на историю предыдущих заказов, - демонстрирует эффективность, несопоставимо превышающую отдачу от любых стандартных массовых акций. Таким образом, ценность клиента коррелирует с тем, насколько его опыт взаимодействия с брендом стимулирует к новым покупкам, а экономический эффект напрямую зависит от степени комфорта и последовательности в обслуживании.

Особый научный интерес представляет связь CLV с психологией поведения потребителей. Человеческая психика склонна к формированию привычек, особенно в тех случаях, когда взаимодействие с продуктом или услугой систематически оставляет положительные впечатления. Эти устоявшиеся паттерны поведения могут проявляться в регулярных покупках, автоматическом выборе одного и того же поставщика услуг, а также в активных рекомендациях бренда своему социальному окружению. Ключевую роль в этом процессе играет системность, проактивность компании в управлении отношениями: чем более последовательно, внимательно выстраивается коммуникация с клиентом, тем выше вероятность формирования устойчивой привычки. В этом смысле CLV выходит за рамки простого финансового прогноза прибыли, становясь индикатором качества, прочности нематериальных активов - отношений между бизнесом и клиентом. Высокий показатель CLV свидетельствует о высоком уровне доверия, а также стабильности данных отношений.

Выводя рекламные коммуникации в иную качественную плоскость, принцип индивидуализации - тот самый фундамент, на котором строится высокий CLV, - предполагает неизбежный отход от массовых рассылок к тактике предиктивной персонализации. Суть метода раскрывается в работе с данными: выявив скрытые ритмы потребления или привязку к конкретным датам, компания получает шанс сработать на опережение, подготовив предложение, которое, будучи синхронизированным с покупательским циклом, учитывает реальные вкусы клиента.

Подобное обращение, лишенное признаков навязчивого спама, считывается получателем скорее как акт заботы и полезный сервис, что, порождая эмоциональную вовлеченность, закономерно ведет не только к кратному росту повторных продаж, но и к органическому продвижению бренда через личные рекомендации. Неслучайно именно по этому пути идут лидеры ритейла - вспомнить хотя бы Starbucks, где глубокая сегментация аудитории на основе расчета CLV давно превратилась в ключевой элемент рыночной механики. Их мобильное приложение, это удобный инструмент заказа и мощный канал сбора данных о транзакционном поведении клиентов. Анализируя историю заказов, компания сегментирует пользователей, например, на тех, кому нравятся исключительно сезонные напитки, и на постоянных гостей (утренних). На основе упомянутых данных выстраивается таргетированная коммуникация: первой группе направляются купоны на сезонный латте в октябре, а второй - напоминания о возможности заказать любимый кофе утром. Именно такая стратегия позволяет целенаправленно увеличивать ключевые компоненты CLV - частоту визитов, средний чек.

Еще один аспект, по сути, делающий CLV уникальным инструментом – это возможность раннего выявления потенциально ценных клиентов. То есть даже если человек совершил один заказ, определенные признаки могут служить сигналом того, что этот клиент принесет больше прибыли в будущем, если с ним правильно работать. И к таковым признакам относятся интерес к деталям, быстрые ответы на сообщения, положительные отзывы, открытость к персональным предложениям. Осознание дифференциации диктует бизнесу вполне конкретную стратегию: вместо распыления бюджета на «случайный» трафик, приоритет отдается инвестициям в поддержание интереса именно того сегмента покупателей, который, как показывает практика, формирует основную прибыль. Меняя оптику оценки маркетинговых каналов, концепция пожизненной ценности (CLV) вскрывает недостаточность таких

традиционных метрик, как охваты или клики, которые зачастую маскируют реальное положение дел. Становится очевидно, что источник, генерирующий массовый поток разовых сделок, в долгосрочной перспективе может проигрывать каналу с более скромной, но лояльной аудиторией, - и именно этот инсайт позволяет, экономя ресурсы, выстраивать коммуникацию, опирающуюся непосредственно на глубинные мотивы целевой группы.

Более того, внедрение CLV неразрывно связано с трансформацией внутренней культуры: когда взаимодействие перестает быть сухой транзакцией и перерастает в последовательную заботу, каждое, даже точечное проявление внимания или персонализированное предложение превращается в инвестицию с кумулятивным эффектом. Именно так, через ощущение собственной исключительности, у клиента формируется та эмоциональная привязанность, которая впоследствии конвертируется в доверие и рекомендации.

В качестве эмпирического исследования был проведен анализ клиентской базы малого кондитерского бизнеса, который заключается в продаже тортов и бенто-тортов на заказ. Основные каналы привлечения клиентов – площадки «Авито» и «Flowwow», а также рекомендации. Анализ охватывает шесть месяцев и включает данные о 63 клиентах. На его основе выявлены факторы, которые привлекают клиентов, способствуют их возвращению и повышают пожизненную ценность, а также оценена эффективность рекламных коммуникаций.

Таблица 1.

Распределение клиентов по каналам привлечения и их повторным заказам

Канал привлечения	**Всего клиентов**	**Повторные заказы**	**Постоянные клиенты (3+ заказов)**
Авито	34	8	1
Flowwow	19	10	4
Рекомендации	10	9	5

Согласно таблице 1, клиенты, пришедшие с разных каналов, демонстрируют различное поведение. Разовые покупатели, чаще всего приходящие с «Авито», ориентируются на срочные заказы и минимальную цену, и они редко возвращаются. В то же время клиенты, пришедшие через «Flowwow», уже изначально более вовлечены: они выбирают подарочные и праздничные торты, ориентируются не только на цену, но и на качество, внешний вид изделия и отзывы о мастере. Наибольшую ценность для бизнеса представляют клиенты, пришедшие по рекомендациям – большинство из них

совершает повторные заказы и становится постоянными.

Практическая реализация стратегии повышения пожизненной ценности клиента была апробирована на основе имеющейся клиентской базы. Из 63 клиентов за шестимесячный период были выделены 2 группы. С первой группой поддерживалось стандартное транзакционное взаимодействие: обсуждение деталей заказа, уточнение пожеланий к торту, отправка фото готового изделия и закрытие заказа после передачи. Никаких дополнительных коммуникаций не инициировалось.

Со второй группой была реализована система поэтапного клиентоориентированного взаимодействия:

1) на этапе первого заказа: фиксация не только основных параметров заказа, но и личных предпочтений: любимые начинки, аллергии, отношение к сладости, имена детей, любимые персонажи и тому подобное. Также производился сбор обратной связи через персонализированные вопросы: «Мария, скажите, пожалуйста, что для Вас было особенно важно при заказе торта?»;

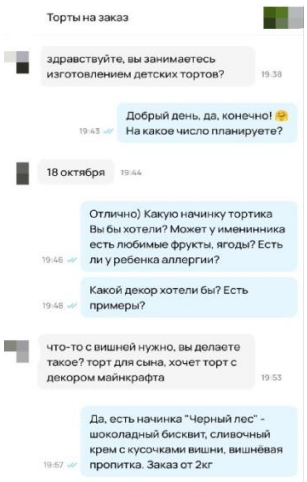


Рис. 1. Переписка с клиентом как пример первичного взаимодействия с применением стратегии CLV.

2) после завершения первого заказа: регулярные праздничные коммуникации с привязкой к календарным праздникам: «Скоро День матери, хотите порадовать маму вкусным тортиком?»; за 3-4 недели до личных праздников клиента: «Ольга, совсем скоро день рождения вашей дочки Марии, хотите заранее выбрать тортик?»;

3) в процессе последующих обращений: введение системы персональных бонусов, например, дополнительный десерт к третьему заказу, именной пряник и тому подобное.

Смещение фокуса на эмоциональный регистр, где даже такая деталь, как интеграция графических символов (эмодзи), работала на демонтаж формальных барьеров, позволило перевести переписку в плоскость доверительного диалога: клиент начинал считывать не протокольную вежливость, а живую, неподдельную заинтересованность. Этот психологический нюанс, резонируя с базовой потребностью в эмпатии, закономерно становился мощный триггером, закрепляющим лояльность. Не менее значимым инструментом пролонгации контакта выступила и трансформация упаковки, где размещенные QR-коды фактически превратили утилитарную тару в активную точку входа в цифровое пространство бренда, обеспечивая непрерывность взаимодействия даже постфактум.

Именно в социальных сетях, через демонстрацию «производственного закулисья» - от скрупулезной селекции ингредиентов до филигранной работы над декором, - формировалось то самое фундаментальное доверие к качеству, которое невозможно навязать прямой рекламой. Ведь, становясь виртуальным соучастником процесса создания продукта, покупатель начинает совершенно иначе осознавать его ценность, что, в конечном счете, стимулирует повторный спрос куда эффективнее любых маркетинговых уловок.

Особый эффект показала готовность решать непредвиденные проблемы клиентов. Ярким примером стала ситуация с клиенткой, которая при получении заказа вспомнила, что забыла купить 30 свечей для торта. Несмотря на поздний вечер, мы самостоятельно приобрели и доставили свечи. Результатом стал не только восторженный отзыв «Отличный сервис, девушка супер!», но и то, что Ирина стала постоянным клиентом, совершив еще 4 заказа и приведя 3 знакомых.

Комплексное применение описанных методов позволило достичь значительного улучшения ключевых показателей, что наглядно демонстрируют данные за 6 месяцев наблюдения:

Таблица 2.

Сравнение эффективности разных подходов к работе с клиентами

Показатель	**Первая группа клиентов (32 чел.)**	**Вторая группа клиентов (31 чел.)**
Повторные заказы	6 (19%)	21 (68%)
Среднее количество заказов	1,2	2,5
Клиенты с 3+ заказами	1 (3%)	9 (29%)
Привлечено по рекомендациям	3	11
Средний чек повторного заказа	3800 руб.	4500 руб.

Интерпретация массива данных из Таблицы 2, служащего доказательной базой эффективности клиентоориентированной парадигмы, требует важной методологической оговорки: расчет индикаторов велся изолированно, с жесткой привязкой к исходной емкости каждой конкретной когорты. Соответственно, фигурирующие 68% повторных транзакций - это не абстрактная величина, а производная от базы в 31 субъекта, что, будучи сопоставленным с 19% первой группы (при n=32), обеспечивает необходимую чистоту сравнительного анализа стратегий. Итоговая же ретроспектива недвусмысленно указывает на то, что именно внедрение персонализированных механик выступило драйвером, спровоцировавшим рост ключевых метрик лояльности. Доля клиентов, совершивших повторные заказы, во второй группе более чем в три раза превысила аналогичный показатель в первой группе. Количество постоянных клиентов (3 и более заказов) в группе с персонализированным подходом также оказалось существенно выше. Средний чек во второй группе вырос на 700 руб., что свидетельствует о готовности лояльных клиентов платить больше за персональный сервис и качество. Клиенты второй группы также привели в 3,7 раза больше новых покупателей по рекомендациям.

Показатели эффективности стратегии подкрепляются живыми отзывами клиентов.



Рис. 2. Отзывы второй группы клиентов, к которым была применена стратегия CLV.

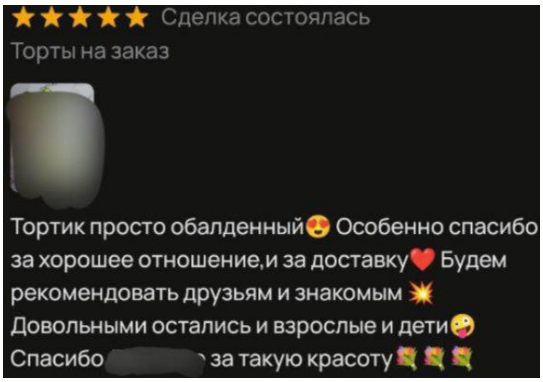


Рис. 3. Дополнительный пример отзыва от клиентов второй группы.

Согласно данным, представленным на Рисунках 2 и 3, применение стратегии пожизненной ценности клиента доказало свою эффективность на практике. Клиенты не только выражают удовлетворение качеством продукции, но и демонстрируют лояльность, напрямую указывая на готовность рекомендовать мастера знакомым. Все клиенты, чьи отзывы приведены на Рисунке 2, единогласно оценили сервис по высшему баллу, что говорит о высоком уровне клиентского опыта. Анализ отзывов демонстрирует, что стратегия успешно работает.

Однако наблюдения выявили важный нюанс: персонализированный подход демонстрирует разную эффективность в зависимости от изначальной мотивации клиента. В первой группе около 19% клиентов вернулись без дополнительных коммуникаций, ориентируясь преимущественно на качество продукта. Это свидетельствует о существовании сегмента клиентов, для которых эмоциональная составляющая и персональное внимание имеют второстепенное значение. Основными причинами могут быть:

– четкая ориентация на минимальную стоимость заказа;

– случайный характер покупок, не предполагающий долгосрочных отношений;

– предпочтение стандартизированного сервиса без дополнительных взаимодействий.

Таким образом, максимальная эффективность CLV-стратегии достигается при ее дифференцированном применении. Для клиентов, пришедших с запросом на минимальную цену, более рационально использовать транзакционную модель. В то время как для аудитории, ценящей качество, персональный подход и готовая платить за премиальный сервис, инвестиции в построение долгосрочных отношений окупаются за счет повышения лояльности и увеличения пожизненной ценности.

Эффективность примененной стратегии объясняется тем, что она меняет не только восприятие сервиса, но и способ принятия решений клиентом. Одним из ключевых факторов становится снижение когнитивной нагрузки. В условиях постоянного информационного давления человеку все труднее выбирать среди множества одинаковых предложений, и он охотно отдает предпочтение тем брендам, взаимодействие с которыми заранее понятно и не требует лишних усилий. Когда клиент получает заранее продуманное напоминание о празднике или предложение с учетом его предыдущих выборов, он освобождается от необходимости самостоятельно искать исполнителя, сравнивать цены и варианты. Именно поэтому клиенты чаще возвращаются: им проще повторить знакомое действие, чем начинать поиск заново.

Существенную роль играет механизм личного участия. В малом бизнесе покупатель зачастую воспринимает мастера не как абстрактную компанию, а как конкретного человека, и поэтому эмоциональная оценка формируется иначе. Любое действие, которое демонстрирует личное включение, воспринимается как знак реального взаимодействия между людьми. Подобный формат общения, запуская механизм взаимной симпатии - а психология утверждает, что именно этот фактор часто перевешивает рациональные доводы при выборе из альтернатив, - приводит к тому, что клиент возвращается, движимый желанием повторить опыт позитивного человеческого взаимодействия, а не просто приобрести товар. Закреплению эффекта способствуют и эмоциональные «отпечатки» - будь то нюансы упаковки, неожиданный бонус или просто тональность переписки, - которые, формально не неся прямой коммерческой ценности, имеют свойство всплывать в памяти именно в тот момент, когда вновь возникает потребность в услуге, обеспечивая узнаваемость исполнителя.

Итоговые данные исследования, наглядно подтвердив эффективность управления коммуникациями через призму жизненной ценности (CLV), позволяют рассматривать этот показатель шире: не только как финансовый инструмент, но и как индикатор «здоровья» отношений между бизнесом и аудиторией, где отчетливо прослеживается прямая зависимость - чем глубже персонализация подхода, тем выше и устойчивее итоговая лояльность.

Практическая реализация стратегии позволяет добиться значительного улучшения ключевых показателей: отмечается рост повторных заказов, увеличение среднего чека и существенное повышение количества рекомендаций. То есть данные свидетельствуют о том, что долгосрочная прибыльность бизнеса достигается

посредством персонализированной системы взаимодействия.

Психологический аспект исследования раскрывает механизмы влияния персонального подхода на потребительское поведение. Установлено: регулярная коммуникация, учитывающая индивидуальные предпочтения, формирует устойчивые поведенческие паттерны, снижает барьер принятия решений непосредственно о повторной покупке, создает эмоциональную привязанность к бренду.

Сформулированные по итогам работы практические рекомендации предполагают отказ от линейного подхода в пользу глубокой сегментации, где, опираясь на историю взаимодействий и каналы входа, бизнес переходит к разработке дифференцированных сценариев общения, адаптированных под конкретные группы потребителей. Если визуальная открытость процессов, транслируемая через контент, работает на базисное доверие, то именно способность превращать - за счет выверенных стандартов реагирования - любую нештатную ситуацию в точку роста лояльности становится тем критическим элементом, что закрепляет отношения. И здесь, ради обеспечения отраслевого превосходства и кристаллизации ядра постоянных клиентов, бизнесу приходится идти на жесткую рационализацию, сознательно снижая активность в адрес тех сегментов, чей долгосрочный потенциал, согласно анализу, попросту не оправдывает затрат.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007040001 (дата обращения 20.11.2025)

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.04.2023). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (Дата обращения 20.11.2025)

3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

4. Музыкант, В. Л. Реклама : учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. - 208 с. - (Высшее образование: Азбука рекламы). - ISBN 978-

5-369-00780-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1002350 (дата обращения: 24.11.2025). – Режим доступа: по подписке.

5. Сьюэлл, К. Клиенты на всю жизнь / К. Сьюэлл, П. Браун ; пер. с англ. М. Иванова, М. Фербера. – 7-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256 с. – ISBN 978-5-91657-072-4. – Текст : электронный. – URL: https://www.litres.ru/book/karl-suell/klienty-na-vsu-zhizn-256032/ (дата обращения: 24.11.2025). – Режим доступа: по подписке.

6. Зачем бизнесу считать CLV и LTV и в чем их ключевые отличия. - Текст : электронный // Priceva. - URL: https://priceva.ru/blog/article/zachem-biznesu-schitat-clv-i-ltv-i-v-chem-ih-klyuchevye-otlichiya (дата обращения: 24.11.2025).

7. Что такое CLV (Customer Lifetime Value) и как его увеличить. - Текст : электронный // Anketolog.ru : [веб-сайт]. - 2025. - URL: https://blog.anketolog.ru/2025/11/clv-pozhiznennaya-tsennost-kliyenta/ (дата обращения: 26.11.2025).

УДК 330.101.8

Говорова И.И.,
преподаватель отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Неживенко В.О.,
обучающийся отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(научный руководитель - преподаватель ОСПО Говорова И.И.)

ИНФЛЯЦИЯ: ПОНЯТИЯ, ТИПЫ, ВИДЫ

INFLATION: CONCEPTS, TYPES, AND FOFMS

Аннотация: в данной работе анализируются экономические понятия инфляции. Рассматриваются различные типы и виды инфляции, опасности высокой инфляции и способы борьбы с ней. Также поднимается вопрос, касающийся подсчёта уровня инфляции и формирования денежно-кредитной политики Банка России. Приводятся методы сбора данных для оценки уровня инфляции. В статье упоминается, какой государственный орган занимается сбором данных для выявления инфляционных тенденций, а также приводятся категории товаров и услуг, которые влияют на инфляцию.

Abstract: This paper analyzes the economic concepts of inflation. It examines various types and forms of inflation, the dangers of high inflation, and ways to combat it. The paper also raises the issue of calculating inflation rates and formulating monetary policy by the Bank of Russia. It provides methods for collecting data to assess inflation rates. The article mentions the government agency responsible for collecting data to identify inflation trends and lists the categories of goods and services that affect inflation.

Ключевые слова: инфляция, дефляция, теория возникновения инфляции, виды инфляции: галопирующая инфляция, гиперинфляция, инфляция издержек, импортируемая инфляция, кредитная инфляция, опасность и последствия высокой инфляции, меры снижающие инфляцию, измерение инфляции, официальная и реальная инфляция.

Keywords: inflation, deflation, theory of inflation, types of inflation: galloping inflation, hyperinflation, cost inflation, imported inflation, credit inflation, dangers and consequences of high inflation, measures to reduce inflation, measurement of inflation, official and real inflation.

Инфляция (лат. Inflatio - вздутие) - явление в результате которого один и тот же

объем товара, а также того же качества и услуг увеличивается в цене.

Противоположный процесс, при котором товар одного и тот же объёма и качества уменьшается в цене, называется *дефляция* (от лат. deflatio - выдувание, сдувание). [1]

Инфляция как экономическое явление известно, со времен греко-персидских войн. В научную теорию термин инфляция ввел американский экономист Делмар в 1964 году. Во время Гражданской войны в Америке были выпущены в большом количестве золотые монеты и казначейские банкноты, для того чтобы покрыть дефицит госбюджета. Это и послужило основанием ввода термина инфляции. В 20 веке в западной экономической литературе после Первой мировой войны это понятие получило широкое распространение. А в середине 20-х годов и в Советской экономической литературе.[2]

Теоретические обоснования возникновения инфляции

В современной экономической науке существуют следующие теории возникновения инфляции:

– Количественная теория гласит, что инфляция определяется денежной массой. Увеличение количества денег в обращении напрямую приводит к пропорциональному росту цен на товары и услуги с течением времени.

– Теория инфляции предполагает, что стоимость товаров и услуг растёт, когда спрос превышает доступное предложение. Эта модель спроса и предложения отражает одно из наиболее распространённых определений инфляции: «Слишком много денег гонится за слишком малым количеством товаров».

– Теория издержек объясняет инфляцию ростом себестоимости производства, будь то сырье или заработная плата, на фоне стабильного спроса. Увеличение этих «затрат на производство» скорее всего снизит прибыль производителя. Чтобы компенсировать это, некоторые производители могут решить переложить эти дополнительные расходы на потребителя, повысив цены на ту же единицу товара. В современной России эту теорию следовало бы переименовать в теорию «жадности монополистов».

– Структурная теория инфляции описывает тип инфляции, который часто преобладает в развивающихся странах. Плохая инфраструктура, устаревшие технологии или неэффективные цепочки поставок могут привести к снижению производительности и дисбалансу между спросом и предложением. Денежная масса,

создаваемая финансовыми организациями и многократно умноженная путем кредитования населения, не используется в производстве товаров и услуг. Инфляцию, вызванную структурными проблемами, не так просто устранить с помощью денежно-кредитной политики.

Можно сказать, что инфляция - это общий рост цен на товары и услуги, снижение покупательной способности денег**.** При инфляции не обязательно дорожают все товары: некоторые могут дешеветь (плодоовощная продукция во время сбора урожая), а другие - никак не меняться в цене (дотируемые государством социально значимые продукты питания), то общий уровень цен в стране растёт. Все четыре теории верны хотя и не лишены спорных моментов.

Виды инфляции

– галопирующая инфляция - нарастающий стремительными и скачкообразными темпами рост цен. Четких параметров галопирующей инфляции нет, так как инфляционные процессы проявляются по-разному в разных типах экономических систем.

– гиперинфляция - инфляция с очень высоким темпом роста цен. Например: Россия в 90-х годах или Германия в 20-х года прошлого века.

– инфляция издержек - рост цен на ресурсы, технически отсталое производство, неумелое руководство менеджмента, отсутствие современной логистики. Например: состояние ЖКХ, особенно в малых городах.

– импортируемая инфляция - инфляция, вызываемая воздействием внешних факторов. Например: чрезмерным притоком в страну иностранной валюты и повышением импортных цен.

– кредитная инфляция - инфляция, вызванная чрезмерной кредитной экспансией. Например, в Российской Федерации в 2024 году было зарегистрировано более 250 микрокредитных организаций.

– сбалансированная и несбалансированная инфляция - соотношения цен различных товаров остаются неизменными или изменяются по отношению друг к другу при росте общей инфляции в стране.

– стагфляция считается самой худшей ситуацией из всех возможных. Она сопровождается не просто ростом цен, но и падением производства, а также ростом безработицы.

– хроническая инфляция - со времен отказа от «золотого стандарта» это

нормальное состояние экономики. Если цены длительно и постепенно растут не более 5% в год, то бизнес знает, что нужно потребителю. А население складывает свободные средства на депозиты или инвестирует, тем самым создавая «подушку безопасности».

– административная инфляция - процесс управления инфляцией путем установления фиксированных государственных цен на определённые услуги и товары. Этот вид инфляции ещё называют скрытой инфляцией. [3]

За последние годы в термин скрытая инфляция включили еще два понятия: шринкфляцию и скимпфляцию. Шринкфляция (англ. shrinkflation) – уменьшение веса, объёма и так далее. Пример: раньше один литр молока стоил 50 рублей, то сейчас ценник будет намного выше, а объём будет меньше: 900-950 миллилитров. Скимпфляция (от англ. to skimp - экономить, скупиться) - это удешевление себестоимости товаров и услуг за счет снижения качества, например, раньше упаковка творога весом 350 грамм и жирностью 9% стоила 100 рублей сейчас эта же пачка творога весом 350 грамм также стоит 100 рублей, но будет хуже качество продукта и меньше жирность. Шринкфляция и скимпфляция существуют во всех экономиках мира. Причины возникновения шринкфляции и скимпфляции стандартные: издержки производства, снижение покупательской способности, конкуренция и нечестные методы ведения бизнеса. От шринкфляции и скимпфляции страдают наиболее уязвимые слои населения. Пенсионеры, многодетные, малоимущие вынуждены покупать более дешевые и не всегда полезные продукты питания. А люди с высокими доходами теряют доверие не только к конкретным брендам или производителям, но и к рынку в целом.

Опасность и последствия высокой инфляции

Знаменитый целитель Парацельс говорил, что любое снадобье может быть лекарством или отравой. Всё зависит от дозы: низкая инфляция помогает развиваться производству, а высокая губит его.

При умеренной инфляции до 10% в год увеличивается капитализация компаний, возрастает товарооборот. Выгодно брать кредиты как бизнесу, так и населению.

При инфляции свыше 10% в год выгоднее сразу тратить деньги, чем копить. Компании не могут прогнозировать продажи, поэтому падают объемы производства. Обесцениваются ценные бумаги и вклады в банках. От скачков цен страдают продавцы и кредиторы - они реализуют товар за сумму, не способную покрыть все затраты. Вместе с покупательской способностью падает курс рубля - иностранные валюты

становятся дороже. Избыточная инфляция увеличивает безработицу, а компании начинают оптимизировать расходы и увольнять сотрудников. Поэтому, при наступлении высокой инфляции, государство обязано её регулировать.

Меры снижающие инфляции

Классический метод снижения инфляции - это когда Банк России уменьшает количество денежной массы и повышает ключевую ставку, а коммерческие банки предлагают населению открывать депозитные счета под выгодные проценты и увеличивают ставки по кредитам. Таким образом оборот денег должен уменьшиться, а вместе с ним - спрос и цены на товары и услуги.

История знает случаи, когда некоторые латиноамериканские и африканские страны боролись с инфляцией административными методами. Государства просто замораживали цены. Результат был следующий:

1. Бизнес - из-за изменения спроса не может определиться в объёмах закупаемого сырья и в объёме производимого товара.
2. Из-за изменения спроса некоторые категории продукции станут дефицитом.
3. Чтобы удержать норму прибыли, производители будут жертвовать качеством сырья и качество товаров снизится.

Эмиссия денежной массы (просто напечатать больше денег) будет похоже на тушение пожара бензином. Это снова приведет к излишкам денежной массы и может сильнее увеличить инфляцию с просто инфляции до гиперинфляции. [4]

Дефляция

Важно упомянуть противоположность инфляции. Дефляция - это устойчивое снижение уровня цен на товары и услуги, из-за чего растёт покупательная способность денег. Это процесс, противоположный инфляции: цены на товары дешевеют, а ценность денег растёт. Возникновение дефляции может быть вызвана естественным экономическим ростом из-за многих факторов. Так в Голландии в эпоху географических открытий дефляция стала результатом колониальной политики. В современной Японии дефляция стала результатом технологического развития. Дефляция может сигнализировать как о спаде, так и о росте экономической активности.

Признаки дефляции:

– снижение цен - на одну и ту же сумму можно купить больше товаров; сокращение совокупного спроса - люди откладывают покупки в ожидании, что в дальнейшем цены станут ещё ниже;

– снижение объёмов кредитования - банки сокращают выдачи кредитов предприятиям и населению.

Некоторые причины дефляции:

– падение совокупного спроса, например, в период экономической рецессии люди сокращают расходы и увеличивают сбережения.

– увеличение совокупного предложения - это рост производства, который при неизменном спросе приводит к избытку товаров, что вынуждает производителей снижать цены.

Жёсткая денежно-кредитная политика - высокие процентные ставки делают кредиты менее выгодными, что снижает расходы в экономике. Последствия длительной дефляция чревата негативными последствиями для экономики. Сокращение ВВП - из-за падения спроса и снижения цен объём производства сокращается, а номинальный ВВП становится меньше реального.

Снижение инвестиционной активности - компании и население в период затяжной дефляции не заинтересованы в том, чтобы инвестировать средства.

Проблемы в финансовом секторе - банковская активность снижается, происходит отток средств из вкладов, а у населения из-за снижения доходов могут возникнуть проблемы с возвратом кредитных займов. Удар по бизнесу - прибыль предприятий снижается, из-за чего им приходится сокращать производство и увольнять сотрудников. Чтобы остановить дефляционную спираль, правительство и регуляторы должны принимать меры, направленные на стимулирование спроса и инвестиций.

Стимулирование спроса - государственные программы субсидий и поддержки доходов населения оживляют спрос. Снижение ключевых ставок - понижение процентных ставок делает кредиты более доступными, стимулируя потребление и инвестиции.

Инвестиции в инфраструктуру - государственные проекты создают рабочие места, увеличивая общий доход населения и повышая спрос.

Зачем нужно считать инфляцию

Инфляция важна для формирования денежно-кредитной политики. Исходя из нее Банк России принимает решения по ключевой ставке, которая определяет стоимость денег во всей экономике. Ставки по кредитам и депозитам зависят от ключевой ставки и инфляции. Инфляция позволяет понять состояние экономики и оперативно принять управленческие решения.

Официальная инфляция используется для индексации тарифов на коммунальные услуги, электроэнергию, железнодорожные перевозки и так далее. Её же берут за ориентир при индексации зарплат и социальных пособий. Инфляцию закладывают в свои прогнозные модели финансисты, оценивая доходы и расходы отдельного предприятия или целых секторов.

Как измеряют уровень инфляции

В Российской Федерации подсчетом уровня инфляции занимается Росстат. Корзина товаров и услуг, по которой ведется расчет инфляции, представляет собой усредненный набор, которым граждане России пользуются чаще всего. Для каждого человека или семьи показатель инфляции будет свой. Это зависит от состава семьи, доходов её членов, региона проживания и множества других факторов. Собранные Росстатом данные о потреблении формирует усредненную картину для населения России. В список включены:

– продовольственные товары (составляют порядка 30%);

– непродовольственные товары;

– услуги и другие расходы, например, услуги ЖКХ, расходы на связь, пользование общественным транспортом, содержанием личного транспорта и так далее.

Всего в расчет включены более 500 категорий, которые, в свою очередь, объединяют более 700 тысяч товаров и услуг. Решение о включении тех или иных товаров и услуг принимаются на основании опроса респондентов. Количество участников исследования исчисляется десятками тысяч, оно охватывает не менее 35% городского населения и проводится более чем в 280 российских городах. Данные собираются ежегодно. Список городов, в которых проводится исследование, в течение года остается неизменным. Сама же структура потребления, в которую входят:

– техника;

– расходы на отдых, культуру, продовольственные товары (более 30%);

– транспорт;

– коммунальные услуги;

– одежда и обувь;

– товары личной гигиены;

– мебель и бытовая техника;

– телекоммуникационные и информационные услуги;

- здравоохранение;
- услуги предприятий HoReCa (гостиницы, рестораны, кафе);
- финансовые услуги и страхование;
- образование;
- алкоголь и табак.

Данные о ценах собирают регистраторы, работающие в каждом из выбранных городов. Они отслеживают цены, которые устанавливают более 70 тысяч точек продаж в России. Сведения собираются еженедельно в пятницу (по 106 категориям товаров и услуг) и ежемесячно (по всем 558 категориям) в течение последних 5 дней. При фиксации цен рассматривается не отдельный товар, а несколько одного ценового диапазона и со схожими свойствами с последующим усреднением. Как правило, учитываются только те товары, которые были представлены в прошлом периоде и, с высокой долей вероятности, будут представлены в будущем. С 2022 года Росстат оценивает инфляцию с помощью больших данных, в том числе – на основе информации с касс, чеков, банковских переводов и данных по маркировкам товаров.

Темпы роста инфляции в России являются открытой информацией. Её можно узнать на сайте Росстата.

Как рассчитывается инфляция

Росстат берет цену корзины товаров за прошлый год, сравнивает с ценами в этом году и считает прирост в процентах. Если вычисленный прирост составляет 10%, то это означает, что за год цены в среднем по России выросли на 10%. Инфляция в этом году составила 10%.

Цены на различные товары и услуги растут неравномерно. Социально значимые продукты питания могут вырасти на 10%, а предметы роскоши - на 300%, а плодоовощная продукция в сезон сбора урожая, наоборот, подешеветь на 20%. Россия страна огромная и в различных регионах у каждой семьи своя корзина потребления. Поэтому инфляция у каждого домохозяйства или предприятия будет своя.

Росстат формирует базу расчета роста цен на усредненный набор товаров и услуг, которыми россияне пользуются чаще всего. В общей сложности это около 775 тыс. различных товаров и услуг.

Расходы россиян от года к году меняются. Поэтому количество товаров и услуг в корзине может измениться. Из корзины инфляции убрали комиссию за банковские переводы, покупку билетов онлайн, обслуживание банковских карт, которые с мая 2024

года стали практически бесплатными. Их доля расходов в бюджете домохозяйств значительно уменьшается.

Перечень товаров и услуг, применяемый для подсчета инфляции регулируется приказом Росстата № 657 от 19 декабря 2024 года «Об утверждении наборов потребительских товаров и услуг и перечня базовых городов Российской Федерации для наблюдения за ценами и тарифами»**.**

Существуют и негосударственные агентства подсчёта инфляции. Такие как «Ромир» и «Платформа ОФД». Эти агентства имеют свои преимущества и недостатки. Такие агентства оперируют чеками реальных покупателей. Это их большое преимущество.

Но и недостатки следующие. Во-первых, непонятно, какие именно чеки, и из каких регионов попадают в выборку. Методика сбора информации не совсем прозрачна. Во-вторых, нет данных за прошлое время, поэтому оценить динамику инфляции невозможно.

Существуют индексы подсчёта инфляции, например «индекс гамбургера» или «индекс оливье». Такие индексы больше подходят для средств массовой информации, создающих сенсационные новости для оценки общей инфляции такие индексы не подойдут. Наблюдение ведётся за очень ограниченным набором товаров и услуг. Максимум, что удаётся извлечь - тренды на узких рынках и, как правило, в периоды праздников. Например, рост «индекс шашлыка» говорит о подорожании мяса и, как правило этот индекс растёт в праздничные дни.

Как собирают данные

Перечень городов, участвующих в сборе данных, формируется в октябре-декабре текущего года и остается неизменным на протяжении следующего года. Это необходимо для сопоставимости расчета базы. Количество крупных населенных пунктах во всех регионах России должно быть не меньше 35% городского населения. Во всех городах, попавших в список Росстата, работают регистраторы. Они регулярно отслеживают цены в магазинах и иных местах оказания платных услуг. В общей сложности учитывается предложение 80 тыс. организаций. Цены отслеживаются еженедельно в конце недели и ежемесячно в последние 5 дней месяца. Регистраторы передают информацию в центральный сервер Росстата.

Цены на товары и услуги фиксируются сразу по нескольким товарам с одинаковыми свойствами. За ориентир берется средняя цена по тем наименованиям,

которые были в продаже в прошлом периоде и, скорее всего, останутся в будущем.

Официальная и реальная инфляция

Во времена 2000-х гг. когда страна переживала тяжелые реформы появился термин «реальная инфляция». У населения страны сформировалось недоверие к методологии Росстата. Граждане считали, что Федеральная служба рассчитывает заниженный показатель, а реальные темпы роста цен выше. Когда говорят о реальной инфляции - выражают свое субъективное мнение о росте цен, поскольку никакой методики её расчета не существует.

Корректнее будет использовать термин *наблюдаемая инфляция*. Банк России регулярно заказывает опросы по инфляционным ожиданиям населения и наблюдаемой инфляции. Это субъективное мнение россиян, но они очень важны для прогнозирования роста цен в будущем.

Наблюдаемая инфляция почти всегда выше официальной. Это можно объяснить особенностями восприятия - чем сильнее растут цены на отдельные товары, тем больше они бросаются в глаза. Погрешности этого метода исследования велики и определяются большим количеством факторов. Психотипом респондентов, их здоровьем, возрастом, достатком, статусностью, локацией проживания. Оценки респондентов проживающих в одном населенном пункте или работающих на одном предприятии могут сильно расходиться между собой. [5]

В последние годы экономисты стали изучать, как инфляция влияет на людей с разным доходом. Тогда появились термины «инфляция богатых» и «инфляция бедных». Действительно, у групп населения с разным достатком могут быть совершенно разные потребности. Для примера: человек с зарплатой в 300 000 рублей инфляцию по ЖКХ в 10% будет переносить менее тяжело, чем человек с зарплатой 30 000 рублей. Первый человек может создать для себя «подушку безопасности», вложив свободные средства на депозит или в акции. У второго, если и будут свободные средства, «подушку безопасности» собрать из них не получится. Некоторые люди во времена высокой инфляции могут ещё и заработать на этой самой инфляции, например, положив деньги на депозит под высокий процент. Экономисты прозвали высокую инфляцию «налогом на бедность».

В общем случае инфляция - это процесс обесценивание денег. Существует инфляция спроса и инфляция предложения. Первая возникает из-за большой массы свободных денег, а вторая возникает из-за дефицита товаров. Высокая инфляция

замедляет развитие экономики, что приводит к росту безработицы, падению потребительского спроса и ухудшению уровня жизни населения. Подсчётом инфляции в Российской Федерации занимается Росстат. Для этого он определяет набор необходимых населению товаров и услуг и анализирует рост цен в разных регионах России, озвучивая среднее значение по стране.

Список литературы:

1. Тумашев А.Р., Котенкова С.Н., Тумашева М.В. Экономическая теория в двух частях.. – Казань: Казан. Ун-т, 2011. - 204 с. ISBN 978-5-98180-911-8

2. Андрианов, В.Д. Инфляция : причины возникновения и методы регулирования : мировой опыт и российские реалии / В. Д. Андрианов. - 2-е изд.. - Москва : DeLibri, 2025. - 218 с.: ил.. - ISBN 978-5-4491-2619-1.

3. Красавина, Лидия Николаевна. Регулирование инфляции. Мировой опыт и российская практика = Мировой опыт и российская практика / Л. Н. Красавина, В. Я. Пищик ; Финансовая акад. при Правительстве Российской Федерации, Центр фундаментальных и прикладных исслед.. - Москва : Финансы и статистика, 2009. - 277, [1] с. : ил., табл. : 21 см.; ISBN 978-5-279-03315-7 (в пер.).

4. Меньшиков, С.М. Инфляция и кризис регулирования экономики / С. М. Меньшиков. - 2-е изд.. - Москва : ЛЕНАНД, 2022. - 368 с.. - (Из наследия С. М. Меньшикова). - ISBN 978-5-9710-9421-0.

5. Большая российская энциклопедия. Дефляция. URL:https://old.bigenc.ru/geography/text/1950516

УДК 330.101.8

Говорова И.И.,
преподаватель отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им Г.В. Плеханова
Ярыш А.Е.,
обучающийся отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - преподаватель ОСПО Говорова И.И.)

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

THE STATE'S ROLE IN REGULATING MARKET ECONOMY

Аннотация: В статье будет идти речь о роли государства в управлении рыночной экономикой. Разберемся в том, как государство управляет рыночной экономикой и почему его роль так важна. Рынок, предоставлен сам себе, поэтому это приводит к негативным последствиям: к монополиям, к разрыву между бедными и богатыми. Именно, чтобы решить эти проблемы, государство берется за регулирующие функции. Вмешательство государства, может, как исправить ситуацию, так и создать новые проблемы, поэтому в работе особое внимание уделено оценке эффективности и последствий такого регулирования.

Abstract: The article will focus on the role of the state in managing a market economy. We will explore how the state manages a market economy and why its role is so important. When a market is left to its own devices, it can lead to negative consequences such as monopolies and a widening gap between the rich and the poor. To address these issues, the state takes on regulatory functions. However, it is important to note that government intervention can both improve the situation and create new problems. Therefore, the article will focus on evaluating the effectiveness and consequences of such regulation.

Keywords: market economy; state functions; freedom; growth; efficiency; competition; stability; instability.

Ключевые слова: рыночная экономика; функции государства; свобода; рост; эффективность; конкуренция; стабильность; нестабильность.

Рыночная экономика - это когда все главные решения, принимаются не по приказу сверху, а самими участниками рынка. Можно представить огромный базар, где продавцы предлагают товары, а покупатели голосуют за них своим кошельком. Если что-то хорошо покупают, цены и производство растут. Не покупают - бизнес терпит

убытки или меняет ассортимент. Получается, что главный руководитель здесь, невидимая рука спроса и предложения, а главный инструмент - это свободные цены.

Что движет этой системой? Во-первых, частная собственность. Когда человек владеет бизнесом или идеей, у него появляется мощный стимул развивать это дело. Во-вторых, конкуренция. Это как соревнование бегунов: чтобы обогнать других, нужно быть быстрее, выносливее, изобретательнее. Так и компании вынуждены постоянно улучшать качество, снижать цены и придумывать новое, лишь бы потребитель выбрал именно их. Вот и выходит, что конкуренция - это главная сила в рыночной системе.

Но так ли она идеальна, как кажется на первый взгляд? К сожалению, нет. Бывают сбои, которые экономисты называют «рыночными провалами». Например: Монополии. Сильная конкуренция может сама себя уничтожить, когда один игрок становится слишком сильным и диктует всем свои условия. Социальная несправедливость. Рынок эффективно распределяет ресурсы, но совсем не заботится о справедливости. Он может порождать сильное неравенство. Общественные блага. Кто будет строить фонари, содержать парки или обеспечивать национальную оборону? Этими вещами все пользуются сообща, и бизнесу просто невыгодно их предоставлять. Экономические качели. Рынок подвержен кризисам, спадам и резкой инфляции - периоды бума сменяются болезненными депрессиями.

И вот появляется государство. Его роль можно сравнить с ролью судьи на футбольном поле. Если рынок - это двигатель, то государство - это система тормозов, рулевое управление и правила дорожного движения. Российский экономист А. Н. Пороховский в своей книге «Российская рыночная модель: путь реализации» очень точно подмечает: «Сам по себе рынок не в состоянии поддерживать конкуренцию. Поддержание и стимулирование конкуренции в экономической сфере - функция государства». По его мнению, борясь с монополией и гарантируя стабильность, государство не просто вмешивается в рынок, а сохраняет саму рыночную систему, выражая общественные интересы, которые частный бизнес игнорировать не может.

У государства есть основные инструменты. Законы и контроль: Антимонопольные законы, защита прав собственности, обеспечение честности сделок. Налоги и госрасходы: С помощью налогов государство может перераспределять доходы и финансировать то, что рынок не осилит - медицину, науку, инфраструктуру. Денежная политика: Центральный банк, как главный регулятор, может влиять на процентные ставки и количество денег в экономике, чтобы бороться с инфляцией или

безработицей.

Но тут возникает сложный вопрос: а всегда ли государственное вмешательство - это хорошо? Нет. Чрезмерная или неумелая регулировка может дать обратный эффект: подавить инициативу бизнеса, создать почву для коррупции и породить неэффективную бюрократию.

Современная экономика - это сложное взаимодействие. Идеальная модель - это не свободный рынок без правил и не тотальный контроль, а гибкое и умное партнерство. Задача государства - не заменять рынок, а мягко и точно корректировать его провалы, создавая стабильные и справедливые условия для развития. Только так можно добиться и экономического роста, и социального прогресса.

Рыночная экономика - это самый эффективный двигатель роста, который человечество придумало для себя. Вся её сила в том, что она доверяет выбор не какой-то одной группе планировщиков, а миллионам людей и компаний. Как это работает? Цена здесь работает как точный сигнал. Если что-то нужно людям, спрос и цена растут, привлекая бизнес и ресурсы. Так капитал, материалы и труд почти сами собой перетекают в самые нужные и перспективные сферы, что делает всю систему очень эффективной. А ещё эта система не даёт стоять на месте.

Жёсткая конкуренция заставляет компании постоянно придумывать что-то новое: улучшать качество, снижать издержки или создавать товары, о которых мы раньше и не мечтали. Получается, что самое обычное стремление к прибыли становится главным топливом для инноваций и прогресса. Нельзя забывать про гибкость и свободу. Рынок удивительно быстро подстраивается под новые вкусы или кризисные условия, а сама возможность открыть своё дело и получить за это вознаграждение даёт мощнейший стимул для миллионов предпринимателей.

Как у любого мощного механизма, у этого есть свои «слепые зоны» - то, что экономисты называют провалами рынка. И здесь уже становится ясно, что без помощи не обойтись. Первая и самая очевидная проблема - это растущее неравенство. Рынок вознаграждает успех, но он совершенно не думает о социальной справедливости. Со временем богатство может концентрироваться, а разрыв между разными группами населения увеличиваться. Вторая проблема - это свойственные рынку циклы подъёмов и спадов. Безработица, инфляция, кризисы перепроизводства - всё это болезненные спутники таких экономических «качелей». Ещё один провал - это игнорирование общих проблем. Например, завод может получать прибыль, но загрязнять при этом

реку. Рыночная цена товара никогда не включает этот ущерб для природы и общества, такие издержки остаются в тайне. Наконец, рынок в принципе не настроен производить то, что нужно всем, но не приносит прямой прибыли. Кто построит дорогу в отдалённый посёлок или будет содержать городской парк? Эти общественные блага остаются без внимания частного бизнеса.

Вот почему роль государства в современной смешанной экономике не просто важна, а абсолютно необходима. Оно выступает не как рынок планировщик, а как создатель правил и корректировщик его врождённых недостатков. Известный российский экономист, профессор НИУ ВШЭ Дмитрий Вадимович Львов в своей фундаментальной работе «Экономика развития» обращал особое внимание на эту мысль. Он писал: «Рынок сам по себе не содержит механизмов защиты от социальной деградации и экологической катастрофы. Задача государства - не противостоять рынку, а дополнять его в тех сферах, где он объективно несостоятелен, беря на себя ответственность за долгосрочные последствия экономического роста». Эта цитата очень точно отражает суть. Государство через законы (например, антимонопольные) поддерживает саму конкуренцию, через налоги и соцпрограммы смягчает неравенство, а через инвестиции в инфраструктуру, науку и экологию создаёт ту самую среду, в которой рыночные преимущества могут раскрыться полностью, а недостатки - быть сведены к минимуму.

Таким образом, наиболее эффективной моделью сегодня считается именно сбалансированное взаимодействие. Это сложная связь, где государство задаёт справедливые и стабильные рамки, исправляет провалы и думает о долгосрочных целях общества, а рынок внутри этих рамок обеспечивает эффективность, инновации и свободу потребительского выбора. Поиск и поддержание этого динамического баланса - это и есть главное искусство современной экономической политики, от которого зависит и благосостояние, и устойчивость развития страны.

Идея о том, что рынок способен к саморегуляции, одна из самых известных в экономике. Её автор, Адам Смит, в XVIII веке ввел знаменитое понятие «невидимой руки». Если коротко, суть в том, что каждый из нас, преследуя свою личную выгоду - производитель желая больше прибыли, а покупатель ища лучший товар за свои деньги, - в итоге невольно и как будто бы автоматически способствует общему благу и эффективности. Всё дело в том, как мы взаимодействуем через цены и конкуренцию. Цена здесь работает как универсальный сигнал. Если спрос на что-то растет, цены

поднимаются, и это как зелёный свет для бизнеса: пора производить больше. Если же товар не пользуется спросом, цена падает, сигнализируя о необходимости свернуть или изменить производство. Получается, что система, состоящая из множества независимых решений, действительно может сама себя настраивать, гибко подстраиваясь под желания людей и распределяя ресурсы туда, где они нужнее всего.

Однако такая самонастройка возможна только при соблюдении целого ряда строгих условий, которые экономисты называют «совершенной конкуренцией». Можно представить идеальный базар, где множество продавцов предлагают одинаковый товар, а покупатели просто ходят и выбирают. Никто из них в одиночку не может повлиять на общую цену. При этом все обладают полной информацией: и о качестве товара, и о ценах у соседей. В таких идеальных условиях «невидимая рука» работает отлично, минимизируя потери и стимулируя рост. Но в этом-то и загвоздка - в реальной жизни такие условия встречаются крайне редко.

На практике рынок постоянно сталкивается с препятствиями, которые экономисты называют «провалами». Во-первых, это монополии. Вместо множества мелких игроков на рынке может доминировать одна крупная компания, которая начинает диктовать свои цены и условия, сводя на нет все преимущества конкуренции. Во-вторых, это так называемые «внешние эффекты». Самый яркий пример - экологический ущерб. Завод может получать прибыль, но цена его товара не включает тот ущерб, который он наносит окружающей среде, а расплачивается за это всё общество. В-третьих, есть целый класс благ, которые нужны всем, но невыгодны частному бизнесу, - общественные блага. Кто будет строить и чинить фонари на улице или содержать парк? Рынок на такие вопросы просто не отвечает. Наконец, часто встречается проблема информации, когда одна сторона сделки знает о товаре или условиях гораздо больше другой. Яркий пример - рынок подержанных автомобилей, где продавец может скрыть реальное состояние машины.

Именно из-за этих непреодолимых для рынка проблем и возникает необходимость в роли государства. Оно выступает не как противник рынка, а скорее как помощник, который исправляет его врождённые недостатки. Государство борется с монополиями через антимонопольные законы, пытается компенсировать внешние эффекты с помощью налогов (например, на загрязнение) или субсидий (на экологические технологии), берёт на себя производство общественных благ и финансирует армию, дороги, научные исследования, а также старается защитить права

потребителей, обеспечивая прозрачность информации.

Российский экономист, академик РАН Сергей Михайлович Глазьев в своих работах не раз отмечал, что в современных условиях чисто рыночная саморегуляция - это мечта. Он подчёркивает, что «государство должно выполнять функцию стратегического планирования и создавать институты развития, которые направляют рыночную энергию в русло долгосрочных национальных приоритетов, особенно в сферах науки, технологий и социальной стабильности». Эта мысль очень точно отражает современный взгляд: рынок - это мощный двигатель, но без руля, карты и правил дорожного движения он может завести экономику в тупик или к обрыву. Поэтому наиболее эффективной моделью давно признана смешанная экономика, где между рыночной стихией и государственным регулированием существует сложный и динамичный баланс.

Рыночная экономика - отличный инструмент, чтобы эффективно распределять ресурсы и заставлять бизнес постоянно придумывать что-то новое. Но если присмотреться, становится ясно, что она сама по себе не всегда способна обеспечить нам стабильность и справедливость. Часто её механизмы, наоборот, приводят к кризисам и росту неравенства. И вот здесь вступает государство, чья основная задача - как раз исправлять эти недостатки рынка.

Начнем с конкуренции, основы всего. В учебниках часто рисуют идеальную картину, где на рынке много маленьких компаний, и ни одна не может диктовать свои условия. Но в жизни всё по-другому. Часто в целой отрасли господствует одна-две крупные компании - монополия или олигополия. Они могут искусственно завышать цены, а качество товаров при этом не улучшается, ведь потребителю просто некуда больше пойти. В результате ресурсы используются нерационально и приходиться переплачивать. Чтобы этого не происходило, государство вынуждено вмешиваться: контролировать таких гигантов, предотвращать сговоры и защищать наши права как покупателей.

Другая большая проблема - это постоянные «качели» рыночной экономики: периоды большого роста всегда сменяются спадами. Во время кризиса падает производство, люди теряют работу, а инвестиции замирают. Рынок сам не может быстро выйти из этой ямы. Поэтому государство берет на себя роль стабилизатора. Оно может, например, снизить налоги или увеличить свои расходы на инфраструктурные проекты, чтобы поддержать спрос и дать людям работу. Центральный банк, в свою

очередь, может понизить процентные ставки, чтобы кредиты для бизнеса и населения стали дешевле.

Отдельно стоит сказать про инфляцию и безработицу. Когда цены растут слишком быстро, а зарплаты за ними не успевают, наступает проблема - деньги обесцениваются, и люди беднеют. Высокая безработица - это тоже социальная беда, которая бьет по экономике, ведь безработные почти ничего не покупают. Государство борется с этим комплексно: регулируя денежную массу, создавая программы переобучения и поддерживая занятость, а также выплачивая социальные пособия тем, кто временно оказался в трудной ситуации. Это не просто помощь, а вложение в стабильность общества.

Провал рынка - это растущее неравенство. Рыночная система вознаграждает успех и капитал, но не обращает внимания на тех, кто остался позади. Богатство имеет свойство концентрироваться, что ведет к серьезному социальному расслоению. Чтобы смягчить эту несправедливость, государство использует перераспределительные механизмы. Самый известный из них - прогрессивная шкала подоходного налога, когда те, кто зарабатывает больше, платят более высокий процент. Собранные средства идут на социальные выплаты, поддержку малообеспеченных семей, бесплатное образование и медицину. Это не только вопрос справедливости, но и экономической целесообразности: когда у людей есть деньги, они больше тратят, что подстегивает внутренний спрос и рост.

Сегодня экономика стала очень сложной и взаимосвязанной, на нее влияют и скачки цен на нефть, и глобальные финансовые кризисы. Рыночные механизмы часто не готовы к таким внешним шокам самостоятельно. Поэтому государство берет на себя роль стратега и защитника, поддерживая ключевые отрасли (например, сельское хозяйство или оборонную промышленность), гарантируя стабильность финансовой системы и создавая «подушки безопасности» на черный день.

Как точно подметил известный российский экономист Евгений Григорьевич Ясин, «задача государства в рыночной экономике - не заменять рынок, а делать его более совершенным, исправляя его неизбежные сбои. Это тонкая работа по настройке механизма, где важно не сломать главный двигатель - частную инициативу и конкуренцию». В итоге, успешная экономика - это не выбор между невидимой рукой рынка и сильной рукой государства. Как будто рынок и так всё хорошо организует. Но на практике выходит, что его главная цель - эффективность, а не справедливость. Он

хорошо умеет делать богатых еще богаче, но часто бросает тех, кто в силу обстоятельств оказался слабее: пенсионеров, людей с инвалидностью, многодетные семьи или просто тех, кто потерял работу. И здесь на первый план выходит социальная роль государства. Оно становится тем самым защитником, который создает «подушку безопасности» для самых уязвимых. Через систему пенсий, пособий, больничных и детских выплат оно смягчает удары судьбы и не дает человеку оказаться в полной нищете. Это не просто трата денег - это инвестиция в спокойствие и стабильность всего общества. Ведь когда у людей есть уверенность в завтрашнем дне, они больше доверяют и государству, и экономике в целом. Но забота о людях - это только одна сторона. Чтобы рынок вообще мог работать, ему нужны четкие и понятные правила. Можно представить футбольный матч без судьи и правил - это будет хаос. Так и в экономике: государство выступает главным посредником. Оно создает законы, которые защищают частную собственность (чтобы то, что вы заработали, у вас не отняли), обеспечивает выполнение контрактов и борется с нечестной игрой - например, с монополиями. Только в такой предсказуемой и безопасной среде люди решаются открывать свой бизнес, а компании - вкладывать деньги в долгосрочные проекты.

Как же государство управляет всем этим сложным хозяйством? У него есть целый набор инструментов, которые можно разделить на прямые и косвенные. Прямые методы - это когда государство действует напрямую. Например - это государственные заказы и собственные предприятия. Когда государство заказывает строительство дороги, школы или покупает технику для армии, оно не просто получает нужный товар. Оно поддерживает целые отрасли промышленности, создает рабочие места и может направлять развитие в стратегически важные стороны. Иногда государство напрямую управляет компаниями в ключевых секторах, таких как энергетика или железные дороги, чтобы обеспечить надежность и доступность этих услуг для всех.

Но постоянно всё контролировать напрямую - невозможно и неэффективно. Поэтому чаще используются косвенные, или экономические, методы. Сюда относится вся бюджетно-налоговая политика. Например, в кризис государство может снизить налоги для бизнеса и граждан (чтобы у них осталось больше денег) и само начать больше тратить на инфраструктуру, чтобы поддержать спрос и занятость. А Центральный банк с помощью процентной ставки управляет стоимостью кредитов. Отдельный инструмент - это целенаправленная поддержка малого и среднего бизнеса через льготные кредиты, налоговые и образовательные программы. Именно этот

сектор создает большую часть новых рабочих мест и инноваций.

Важно, что сегодня в задачи государства входит не только экономический рост, но и устойчивое развитие. Это значить, что заботу об экологии, поддержку науки и образования. Рынок сам по себе редко думает о долгосрочных последствиях, таких как загрязнение окружающей среды. Поэтому государство устанавливает экологические стандарты, вводит штрафы. Инвестиции в университеты, исследовательские центры и здравоохранение - это тоже вклад в будущее, в капитал страны.

Государство управляет экономикой, у него есть два основных набора: одни работают напрямую, по принципу «я так сказал», а другие - через влияние на условия, в которых работают все. И самые интересные результаты получаются, когда эти методы действуют вместе. Прямые методы - это когда государство действует как главный начальник на рынке. Оно указывает или делает само. Представьте, что это похоже на правила дорожного движения - их нельзя обсуждать, их нужно выполнять, иначе будет штраф.

Сюда относится: государственный заказ: вместо того чтобы ждать, пока бизнес сам что-то сделает, государство само выступает в роли крупнейшего покупателя. Оно заказывает строительство дорог и школ, закупает технику для армии и медикаменты для больниц. Это сразу даёт работу целым отраслям и помогает развивать именно то, что нужно стране здесь и сейчас. Разрешения и запреты: чтобы открыть аптеку или перевозить грузы, нужна лицензия - специальное разрешение от государства. А чтобы защитить своих производителей или природу, могут ввести квоты - например, ограничить, сколько иностранного мяса можно ввезти в страну. Это прямые административные рычаги. Государственное предпринимательство: в самых важных и часто не очень выгодных для частников сферах (как железные дороги или энергетика) государство может вести бизнес само через свои компании. Это гарантирует, что услуги будут доступны всем, даже если это дорого.

Косвенные методы хитрее. Государство здесь не командует, а меняет «погоду» в экономике - условия, в которых мы все принимаем решения. Самые лучшие инструменты тут: налоговая политика: подняв или снизив налоги, государство может охладить или, наоборот, разогреть экономику. Налоговые льготы для малого бизнеса или IT-сферы - это сигнал: «Идите сюда, здесь выгодно!». Денежно-кредитная политика: этим занимается центральный банк. Меняя ключевую ставку, он делает кредиты для бизнеса и людей дешевле или дороже. Дешёвые кредиты стимулируют

инвестиции и покупки, а дорогие - сдерживают инфляцию. Субсидии и дотации: это прямая финансовая помощь от государства тем, кого оно хочет поддержать: фермерам, учёным, молодым семьям на ипотеку. Это способ направить деньги в приоритетные сферы.

Все это нужно для решения очень конкретных и важных задач, с которыми один рынок не справляется: Сглаживать «качели» экономики - бороться с кризисами, безработицей и инфляцией. Поддерживать справедливость через прогрессивные налоги и социальные выплаты. Инвестировать в будущее, вкладываясь в науку, инфраструктуру и экологию. Защищать общие интересы, обеспечивая оборону, правопорядок и честную конкуренцию.

В современном мире нельзя выбирать между невидимой рукой рынка и сильной рукой государства. Нужен умный баланс. Как точно подметил известный российский экономист, академик РАН Сергей Юрьевич Глазьев, «создание благоприятных условий нельзя формулировать в качестве конечной цели социально-экономической политики, это лишь промежуточная, инструментальная задача». То есть, просто установить правила и надеяться, что рынок сам всё отрегулирует, недостаточно. Государство должно активно и осознанно использовать весь набор инструментов и прямых, и косвенных для достижения стратегических целей развития. В итоге, когда и прямые, и косвенные инструменты работают слаженно, дополняя друг друга, экономика может достигать и роста, и стабильности, и справедливости.

Когда начинаешь разбираться в экономике, кажется, что у государства есть волшебная палочка: захотело - подправило рынок, увидело проблему, помогло. И в теории это выглядит красиво. Но жизнь, как всегда, вносит свои коррективы. Получается, что слишком активное или просто неумелое вмешательство может не решить старые проблемы, а создать новые, иногда даже более серьёзные. Представьте себе такую картину. Государство решает взять что-то под свой полный контроль: начинает диктовать цены, распределять ресурсы или брать в свои руки ключевые предприятия. В какой-то момент рыночный механизм просто перестаёт работать. Цены больше не сообщают о том, чего хотят люди, а говорят лишь о том, что решил чиновник. Возникают дефициты, а предприятия, зная, что их спасёт государственная поддержка, перестают стараться быть эффективными. Конкуренция, этот главный двигатель прогресса, затухает. Новым игрокам почти невозможно пробиться на рынок, потому что всё уже поделено или опутано такими правилами, что проще просто ничего

не начинать.

Есть излишние регулирование - бюрократия. Каждая новая попытка что-то упорядочить создает виды документов, справок, разрешений и отчётов. Бизнес тратит силы и деньги не на развитие, а на то, чтобы соответствовать всем этим формальностям. Экономика теряет гибкость и скорость. Пока компания собирает все бумаги, чтобы запустить новый продукт, рыночная возможность уже упущена. Хуже того, сложные правила - это идеальная почва для коррупции. Когда решение чиновника может принести бизнесу миллионы, всегда найдётся тот, кто захочет это решение «ускорить» или «облегчить» за определённое вознаграждение. В итоге ресурсы достаются не самым эффективным, а самым договороспособным, что в долгосрочной перспективе только ослабляет экономику.

Возьмём примеры из нашей недавней истории. Национальные проекты, например, по строительству дорог - это успешное вмешательство. Оно дало работу, развило инфраструктуру и улучшило условия для того же бизнеса. Или поддержка малого и среднего бизнеса (МСБ) через центры «Мой бизнес» - это попытка помочь там, где рынок сам не справляется из-за высоких рисков. В пандемию господдержка в виде льготных кредитов и субсидий буквально спасла сотни тысяч компаний и рабочих мест.

Государство - не мощный менеджер, а скорее создатель институтов, правил, которые работают на долгосрочную перспективу. Известный экономист Евгений Григорьевич Ясин в своей книге «Российская экономика. Истоки и панорама рыночных реформ» писал: «Задача государства - не подменять рынок, а делать его более эффективным, создавая условия для честной конкуренции, защищая права собственности и минимизируя свои издержки как регулятора». Эта мысль кажется абсолютно верной.

Вмешательство должно быть подобно хирургической операции - точечным, обоснованным и минимально травматичным. Его цель - не заменить собой экономическую жизнь, а лечить её провалы: спасать в кризис, поддерживать там, где частному капиталу невыгодно, но обществу необходимо и следить, чтобы правила были одинаковы для всех. Тогда можно будет говорить не просто о росте, а об устойчивом развитии, где экономическая эффективность не противоречит социальной справедливости, а дополняет её.

Список литературы:

1. Полтерович В.М. Элементы теории реформ /- 3-е изд. - Москва: Издательство Московского университета, 2026. – 475с. ISBN 978-5-19-012361-6

2. Афанасьев М.П., Шаш Н.Н. Ясин Е. Г. Российская экономика: курс лекций. Кн. 1: Истоки и панорама рыночных реформ. 2-е изд., перераб. Вопросы экономики. 2020.-437 с. https://doi.org/10.32609/0042-8736-2020-1-157-159

3. Стиглиц Дж.Ю. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему. - М.: Эксмо, 2015. - 512 с.

4. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. - М.: Экономика, 2010.- 287 с.

5. Львов, Д. С. Экономика развития [Текст] : монография / Д. С. Львов. - Москва : Экзамен, 2002. - 511с. - ISBN 5-8212-0396-1 : Б. ц.

6. Глазьев С.Ю. Новый курс: стратегия прорыва. - М., 2020.- 254 с.

7. Глазьев С.Ю. О стратегии развития российской экономики // Вольного экономического общества России. - 2019. - Т. 214. - С. 69-87.

8. Государственное регулирование экономики // Большая российская энциклопедия. (Электронный ресурс) - 2022.

УДК 341

Голотова М.А.,
к.и.н., доцент
КубИСЭП (филиал) ОУП ВО «АТиСО»
Кузнецова И.А.,
обучающийся (бакалавр)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЕЖИМОВ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ БАЗ ДАННЫХ ПОД ВЛИЯНИЕМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ

TRANSFORMATION OF DATABASE LEGAL PROTECTION REGIMES UNDER THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: AN INTERNATIONAL LEGAL ANALYSIS

Аннотация: В современной научной парадигме искусственный интеллект утвердился в качестве конституирующего элемента множества антропоцентрических сфер, пронизывая разнообразные области знания. Его имманентная способность к обработке и анализу экстраординарных объемов информации прокладывает путь к формированию новых парадигм в области генерации и утилизации баз данных. Однако экспоненциальный рост технологических возможностей сопровождается возникновением комплексных вызовов, особенно в дискурсе правового регулирования и охраны баз данных в условиях цифровой трансформации. Традиционные модели правовой охраны баз данных были фундированы на нормах действующего авторского права и института интеллектуальной собственности.

Проблемы установления легитимного правообладателя базы данных, сгенерированной при посредничестве алгоритмов искусственного интеллекта, а также обеспечения гарантий соблюдения прав вовлеченных сторон приобрели беспрецедентную актуальность.

Настоящее исследование имеет своей целью комплексный анализ детерминирующего влияния технологий искусственного интеллекта на эволюцию правовых режимов охраны баз данных, с фокусировкой на специфике автоматизированной креации данных и сопряженных с ней новых юридических коллизиях. Работа посвящена не только теоретическим аспектам правовой охраны баз данных в условиях применения различных нейросетей, но также практическим рекомендациям для решения возникших проблем.

Abstract: In the modern scientific paradigm, artificial intelligence has established itself as a fundamental element of many anthropocentric fields, permeating diverse areas of knowledge. Its inherent ability to process and analyze extraordinary volumes of information paves the way for the development of new paradigms in the generation and utilization of databases. However, the exponential growth of technological capabilities is accompanied by the emergence of complex challenges, particularly in the discourse of legal regulation and protection of databases in the context of digital transformation. Traditional models of legal protection of databases were founded on the norms of existing copyright law and intellectual property.

The problems of establishing the legitimate copyright holder of a database generated by artificial intelligence algorithms, as well as ensuring the rights of the parties involved, have acquired unprecedented relevance.

This study aims to comprehensively analyze the decisive influence of artificial intelligence technologies on the evolution of legal regimes for the protection of databases, focusing on the specifics of automated data creation and the new legal conflicts associated with it. The work is devoted not only to the theoretical aspects of legal protection of databases in the context of the use of various neural networks, but also to practical recommendations for solving the problems that arise.

Ключевые слова: искусственный интеллект, базы данных, правовая охрана, информация, Россия, Европейский Союз, Китай, Италия, Индия.

Keywords: artificial intelligence, databases, legal protection, information, Russia, European Union, China, Italy, India.

Прежде всего, необходимо рассмотреть, что представляет собой искусственный интеллект и каковы базовые принципы его работы, так как в настоящее время не существует универсального и общепринятого определения. Это связано с тем, что понятие искусственного интеллекта постоянно развивается, что делает его терминологически сложным для точного определения [8].

О понимании, использовании и изучении искусственного интеллекта в отечественной юридической науке писал профессор П.М. Морхат. Он отмечал, что «искусственный интеллект - это полностью или частично автономная самоорганизующая (и самоорганизующаяся) компьютерно-аппаратно-программная виртуальная (virtual) или киберфизическая (cyber physical), в том числе биокибернетическая (bio cybernetic), система, наделенная рядом программно-

синтезированных способностей и возможностей» [10].

По мнению J. McCarthy, M. L. Minsky, N. Rochester, C. E. Shannon, «искусственный интеллект - это область компьютерных наук, которая занимается созданием компьютерных систем и программ, способных выполнять задачи, требующие интеллектуальных способностей, которые обычно связываются с человеческим интеллектом» [15].

Достаточно полное понятие приводит С. О. Крамаров и его коллеги. По их мнению, искусственный интеллект представляет собой область компьютерной науки, направленную на создание систем и приложений, способных выполнять задачи, решение которых обычно требует человеческого мышления. К таким задачам относятся понимание естественного языка, распознавание образов, принятие решений для устранения проблем в различных сферах жизнедеятельности. Искусственный интеллект стремится имитировать когнитивные функции человека, включая обучение, мышление, восприятие окружающей среды и взаимодействие с ней [7].

Н. Бостром, напротив, считает, что «искусственный интеллект не подобен человеческому разуму, когнитивная структура искусственного интеллекта кардинально отличается от когнитивной структуры человеческого» [14].

В научной среде имеются различные определения искусственного интеллекта, зависящие от контекста и целей исследования. Вопреки тому, что в современных источниках можно встретить множество определений, общего понимания этого термина среди ученых и специалистов не существует, что связано с широкими применениями соответствующих технологий в самых различных областях.

По мнению Н.И. Новиковой, его основным признаком является «способность анализировать информацию, находить закономерности и тем самым решать определенные задачи, которые определяют поведение человека» [12].

Мир, созданный в виде машинного кода, не способен отойти ни на шаг от вписанной программы. Следовательно, «машина» никогда не сможет быть «нечестной», мыслить нестандартно и нелогично. Она будет исполнителем тех функций, которые ей поручили, и знания, которые выдает компьютер, являются знаниями, интерпретированными человеком [3].

А.И. Буравлев и В.М. Ветошкин выделяют целеполагание как отличительное свойство человеческого интеллекта, позволяющее формулировать цели и выбирать критерии для их достижения с учетом моральных норм [2]. В свою очередь, Уэйн

Холмс и его коллеги пишут, что принятие решений на основе абстрактных ценностей - это область, где человек превосходит компьютер [13].

Поскольку искусственный интеллект является сложной информационной технологией, для лучшего восприятия и понимания читателя автор раскрывает механизмы работы нейросетей.

К примеру, одним из главных способов, которыми искусственный интеллект трансформирует информационные системы, является анализ больших данных. Благодаря алгоритмам машинного обучения и глубокого обучения, искусственный интеллект способен обрабатывать и анализировать огромные объемы данных, выявляя в них закономерности и тенденции, которые человек может упустить [1].

Суть работы искусственного интеллекта сводится к постоянному обучению на большом количестве данных. Прежде чем система начнет помогать человеку, ее саму необходимо долго и старательно обучать. Чем больше данных и чем дольше длится обучение системы, тем она становится умнее и совершеннее.

Рассмотрев понятие искусственного интеллекта и основные принципы его работы, можно заключить, что технологии, которые на сегодняшний день сложно представить без его участия, неразрывно связаны с базами данных.

Применение искусственного интеллекта возможно только в условиях формирования больших баз данных [11]. Современный этап развития человеческого общества связан с постоянным увеличением объемов циркулирующей информации, которую необходимо хранить, передавать и обрабатывать. Технологии не стоят на месте, что также отражается на способах обработки информации. Важнейшей составляющей современных информационных технологий являются базы данных.

Базы данных находят широкое применение в самых разных сферах, таких как бизнес, медицина, образование, государственное управление и многие другие. Эффективное функционирование данных систем выступает критически важным фактором для социально-экономического развития, поскольку качество процессов хранения и обработки информации детерминирует обоснованность ключевых управленческих решений и эффективность конечных результатов в разнообразных секторах деятельности. Базы данных обеспечивают консолидацию и персистентное хранение гетерогенных информационных массивов - начиная от персональных данных пользователей и параметров товарных номенклатур до сведений о предоставленных услугах и записей финансово-хозяйственных операций.

Они представляют собой мощные хранилища больших объемов данных, организованных в связанном виде для удобства совместного использования.

Кроме того, современные базы данных поддерживают сложные запросы и аналитические операции, что открывает новые возможности для извлечения полезной информации и принятия обоснованных решений на основе анализа данных.

Характерные признаки баз данных:

– базы данных хранятся и обрабатываются в компьютерной системе, и любые некомпьютерные хранилища информации базами данных не являются;

– данные в базе данных логически связаны и структурированы с целью обеспечения возможности их эффективного поиска и обработки в системе;

– база данных включает схему описания логической структуры в формальном виде [5].

Как уже упоминалось, базы данных служат фундаментом для создания информационных систем. Информационные системы представляют собой комплекс, объединяющий базы данных и аппаратно-программные средства, предназначенные для хранения, модификации и поиска информации.

Указанные системы опосредуют интеракцию пользователя с интерфейсом, что создаёт условия для эффективной манипуляции данными и экстракции из них релевантной информации.

Динамичное развитие технологий искусственного интеллекта в последнее десятилетие оказывает трансформирующее воздействие на многочисленные области, включая сферу креации результатов интеллектуальной деятельности. В текущий момент наблюдается экспоненциальный рост распространённости продуктов, сгенерированных при посредничестве искусственного интеллекта: от визуальных и текстовых артефактов до комплексных систем организации и хранения данных. Современные сервисы, основанные на алгоритмах искусственного интеллекта, предоставляют пользователям инструментарий для генерации результатов интеллектуальной деятельности на основе заданных входных параметров и промптов.

Спектр подобных результатов чрезвычайно широк и охватывает как структурированные информационные массивы (базы данных), так и объекты авторского права - визуальные, аудиовизуальные и музыкальные произведения, архитектурные проекты и иные формы креативного контента.

Данная тенденция закономерно актуализирует комплекс вопросов, связанных с

определением правового режима и обеспечением охраны результатов, созданных с применением технологий искусственного интеллекта.

В настоящее время из-за отсутствия четкого юридического определения искусственного интеллекта создаются трудности в решении правовых вопросов, связанных с его использованием [9]. Важно отметить, что учитывать интересы общества необходимо в двух ключевых направлениях.

За последние годы в стране пройдены важные этапы в развитии искусственного интеллекта. Летом 2019 года было подписано соглашение между Правительством Российской Федерации и ПАО «Сбербанк» о развитии высокотехнологичного направления «Искусственный интеллект». Позже была принята Национальная стратегия развития искусственного интеллекта до 2030 года. Реализация этой стратегии осуществляется через федеральный проект «Искусственный интеллект» [19].

Также следует отметить работу по выработке правил регулирования в сфере искусственного интеллекта. В июле 2024 года были приняты поправки к закону «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации», которые включают положения об ответственности за ущерб, причиненный использованием технологий искусственного интеллекта. В дополнение к этому разрабатываются подходы к обезличиванию персональных данных для систем и сервисов искусственного интеллекта.

Несмотря на нововведения, на сегодняшний день вопросы правового регулирования баз данных и других материалов, полученных в результате взаимодействия человека с нейросетями, не имеют четкого отражения в действующем законодательстве. Однако при анализе норм гражданского законодательства можно обнаружить ответы на некоторые вопросы.

Согласно статье 1228 Гражданского кодекса Российской Федерации, автором результата интеллектуальной деятельности признается гражданин, чьи творческие усилия привели к созданию такого результата.

Таким образом, автором может быть признан отдельный гражданин или группа граждан (в случае соавторства), которые разработали программу для электронно-вычислительной машины, выполняющую функции искусственного интеллекта.

Данное ограничение порождает зону правовой неопределённости в отношении правомерного использования сгенерированного контента и актуализирует потребность в углублённой научной проработке и последующей модернизации законодательных

положений в указанной сфере.

Учитывая ускоряющиеся темпы развития технологий искусственного интеллекта и их повсеместную имплементацию в различные аспекты жизнедеятельности, формирование адаптивной правовой модели становится императивом.

Так, например, в Великобритании автором результата интеллектуальной деятельности, созданного искусственным интеллектом, признается автор программы для электронно-вычислительной машины (искусственного интеллекта). В праве Индии, для возникновения и признания интеллектуальных прав на результат интеллектуальной деятельности, обязательный критерий творческого труда автора не предусмотрен, автором признается лицо, которому принадлежит исключительное право на искусственный интеллект[18].

В Австралии искусственный интеллект может признаваться изобретателем, но не автором результата интеллектуальной деятельности [6].

В марте 2024 года Европейский Союз принял первый закон, касающийся регулирования систем искусственного интеллекта. В Соединенных Штатах был издан указ, обязывающий разработчиков уведомлять государственные органы о результатах тестирования безопасности своих решений на основе искусственного интеллекта, в то время как в Китае уже действуют правила, регулирующие контент, созданный с помощью генеративного искусственного интеллекта. Эти документы стремятся найти баланс между развитием технологий, защитой данных пользователей и предотвращением негативного влияния искусственного интеллекта на экономику и общество.

Скорейшее урегулирование нейросетей является необходимым. Уже произошли инциденты, которые вызывают опасения. Примером может послужить ситуация в конце марта 2023 года. Италия первой в мире запретила доступ к ChatGPT, которая представляет собой модель искусственного интеллекта, обученную на огромном количестве данных, в результате чего получается модель, которую можно адаптировать к решению широчайшего круга самых разнообразных задач [4]. Официальной причиной введения ограничений послужил инцидент, связанный с компрометацией конфиденциальных данных пользователей. В результате технического сбоя часть пользователей получила несанкционированный доступ к чужим диалогам в чат-боте, а также к платежным реквизитам абонентов платной версии сервиса.

В компании-разработчике ChatGPT, OpenAI, инцидент был признан, однако его масштабы были охарактеризованы как минимальные - по заявлению представителей, доступ к данным был возможен лишь для 1.2% пользователей подписки ChatGPT Plus.

Несмотря на это, итальянский регулятор в сфере защиты данных (Garante per la protezione dei dati personali) принял беспрецедентную меру, введя временный запрет на обработку персональных данных граждан Италии компанией OpenAI. На сегодняшний день не имеется решения случившегося инцидента. Это еще раз подтверждает необходимость установления определения искусственного интеллекта для установления автора, который будет нести ответственность за действия, совершенные с помощью алгоритмов искусственного интеллекта, и как обеспечить соблюдение прав участников в подобных ситуациях.

Национальная стратегия России в области цифровизации претерпела институциональную эволюцию с запуском в 2030-м горизонте планирования нового комплексного проекта - «Экономика данных и цифровая трансформация государства». Данная инициатива призвана сменить завершившую цикл в 2024 году национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации», ознаменовав тем самым переход к более специализированному и сфокусированному этапу регулирования.

Одной из ключевых целей проекта является осуществление целенаправленной «тонкой настройки» правового поля в сфере искусственного интеллекта.

Подобная регуляторная калибровка нацелена на стимулирование развития отечественной научно-технологической базы и укрепление технологического суверенитета.

Российская Федерация входит в ограниченную группу государств, обладающих собственными фундаментальными заделами и полным циклом разработок в области искусственного интеллекта, включая создание масштабных языковых и мультимодальных моделей (мегамоделей). К наиболее известным и общедоступным примерам относятся такие продукты, как GigaChat и Kandinsky (ПАО «Сбербанк»), а также YaLM (компания «Яндекс»). Помимо этих флагманских решений, существует значительный ряд перспективных разработок, ведущихся в научных лабораториях ведущих университетов и исследовательских центрах частных компаний, что формирует разнообразную и конкурентную экосистему отечественного искусственного интеллекта.

Таким образом, страны проявляют активную позицию в создании правовой

среды для искусственного интеллекта, стремясь выстроить конкурентоспособную научно-технологическую базу, которая будет способствовать интеграции искусственного интеллекта в различные сферы общества. Важно отметить, что успешное развитие технологий искусственного интеллекта требует не только правового регулирования, но и многогранного сотрудничества, так как нейросети затрагивают огромную область применения [17].

Современные технологии развиваются с поразительной скоростью, но при анализе законодательства и основных понятий можно сказать, что в настоящее время все еще не существует универсального и общепринятого определения искусственного интеллекта, а вместе с тем и отсутствует правовое регулирование отношений, связанных с его применением. Этот пробел в законодательстве, а также неопределенность основных понятий порождают множество споров и правовых конфликтов между различными участниками, взаимодействующими в области искусственного интеллекта.

Чрезмерно строгая регламентация со стороны законодателей, направленная только на защиту интересов создателей интеллектуальных продуктов или пользователей нейросетей, может оказать негативное влияние на развитие технологий. Такая политика может привести к снижению интереса и спроса на инновационные решения, тем самым затормаживая прогресс в этой важной области.

Таким образом, можно сказать, что эффективное законодательное регулирование станет возможным лишь после того, как будет официально установлено понятие искусственного интеллекта. В рамках данной работы рассмотрена ситуация, произошедшая в конце марта 2023 года, когда Италия первой в мире приняла решение о запрете доступа к ChatGPT.

Таким образом, имплементация в правовое поле чётких критериев и разграничений ответственности направлена на минимизацию потенциальных рисков и превенцию конфликтов. Данный подход создаст предпосылки для устойчивого и сбалансированного развития соответствующих технологий и их гармоничной интеграции в социально-экономические процессы.

Список литературы:

1. Буравлев А.И., Ветошкин В.М. Искусственный интеллект: сущность, принципы работы, области применения // Вооружение и экономика. 2024. № 2 (68). С.

33-42.

2. Горлова Е.А., Карпусенко А.А. Актуальные вопросы цифровизации в органах государственного управления//В сборнике: Актуальные вопросы экономических наук. Материалы III международной научно-практической конференции. 2020. С. 567-572.

3. Гербут, Е. А. Перспективы мироустройства и роль информационных технологий в будущем человечества (сценарий российской политической элиты) / Е. А. Гербут // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Сборник научных статей VI Международного научного форума. В 2-х томах, Москва, 21 марта 2024 года. -- Москва: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 2024. -С.100-105.

4. Дудченко, А. В. Трансформация форм собственности / А. В. Дудченко, Д. Д. Васильева // Сфера услуг: инновации и качество. - 2021. - № 54. - С. 116-123. - EDN MKDAQO.

5. Исаева Татьяна Международная безопасность: вызовы и угрозы технологий искусственного интеллекта // Международная жизнь. 2023. № 8. С. 94-107.

6. Колкарева, И. Н. Искусственный интеллект и право: этические и юридические вызовы / И. Н. Колкарева, А. Ю. Гайдук, К. Э. Раевский // Аграрное и земельное право. - 2025. - № 3. - С. 96-99. – DOI 10.47643/1815-1329_2025_3_96. -- EDN QKNOJQ.

7. Кончаков А. Б., Матвеева И. А. Правовой режим баз данных, созданных с использованием искусственного интеллекта // Право и практика. 2023. № 4. С. 188-192.

8. Колкарева, И. Н. Институт социального партнёрства: опыт западных стран для России / И. Н. Колкарева, Э. Н. Колкарева // Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и студентов Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова и других научно-образовательных учреждений: Май 2018 года. - Берлин: West-Ost-Development. Publishing series „Initiative», 2018. - С. 7-19. - EDN XOKMCT.

9. Ларчев Д. В. Искусственный интеллект: понятие, признаки, классификация // Правовой альманах. 2024. № 1 (32). С. 29-34.

10. Микулич Д. И. Место искусственного интеллекта (ИИ) в уголовном праве РФ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2024. № 5. С. 90-94

11. Пшихачева А. А. Возможности использования искусственного интеллекта в практике высшего образования // Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 4. С. 137-141.

12. Романовский В. Г. Правовое обеспечение безопасности данных (опыт Китая) // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2024. Т. 12, № 1. С. 32–41.

13. Соломонов Е. В. Понятие и признаки искусственного интеллекта // Вестник Омского университета. Серия «Право». 2023. Т. 20, № 4. С. 57-65.

14. Холмс, Уэйн. Искусственный интеллект в образовании: перспективы и проблемы для преподавания и обучения / Уэйн Холмс, Майя Бялик, Чарльз Фейдел; пер. с англ. Москва: Альпина ПРО, 2022. 301 с.

15. Шарапова Е. В. К вопросу об определении понятия искусственного интеллекта в научных источниках // Трибуна ученого. 2023. № 3. С. 1-5.

16. Karpunina E.K., Agabekyan R.L., Petrov I.V., Gorlova E.A., Sobolevskaya T.G. Brics countries as new growth poles of the global digital economy//International Journal of Economic Policy in Emerging Economies. 2021. С. 1-11.

17. Фролов, Р. Н. Роль и место сетевых технологий в построении модели новой цифровой экономики / Р. Н. Фролов // Сфера услуг: инновации и качество. – 2019. – № 42. – С. 105-112.

18. Фролов, Р. Н. Повышение эффективности продвижения новых товаров и услуг в сети Internet / Р. Н. Фролов // Сфера услуг: инновации и качество. – 2017. – № 31. – С. 10.

19. Electronic commerce in the modern economy: Legal aspect / V. P. Kamyshansky, E. Y. Rudenko, A. M. Solovyev [et al.] // Perspectives on the Use of New Information and Communication Technology (ICT) in the Modern Economy, Pyatigorsk, Russia, 01 февраля 2018 года. Vol. 726. – Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2019. – P. 904-910. – DOI 10.1007/978-3-319-90835-9_101. – EDN VBVKBW.

УДК 33.339.9

Горецкая Е.О.,
д.э.н., профессор
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Аношина К.С.,
обучающийся (магистрант)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА И ОГРАНИЧЕНИЙ ВЫХОДА РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИЕ РЫНКИ

ANALYSIS OF THE POTENTIAL AND LIMITATIONS OF A RUSSIAN ENTERPRISE ENTERING FOREIGN MARKETS

Аннотация: Целью данной статьи является комплексный анализ потенциала и ограничений выхода промышленного предприятия на внешние рынки на примере ООО «УКС». В работе проведена диагностика внутренней среды организации через оценку её финансово-хозяйственного состояния, а также исследован конкурентный ландшафт целевых сегментов мирового рынка инжиниринговых услуг. В рамках исследования выявлены ключевые противоречия между наличием у компании уникальных технологических компетенций и наличием острых финансовых дисбалансов, формирующих существенные барьеры для экспансии. Для реализации задач использованы методы сравнительного, финансового и SWOT-анализа, а также метод статистического обзора отчетности и рыночных данных.

Abstract: The purpose of this article is to conduct a comprehensive analysis of the potential and constraints for the industrial enterprise's entry into foreign markets using the example of UralControlService LLC. The work diagnoses the internal environment of the organization through an assessment of its financial and economic condition, and also examines the competitive landscape of target segments of the global market for engineering services. The research reveals key contradictions between the company's unique technological competencies and the presence of acute financial imbalances, which form significant barriers to expansion. To achieve the objectives, methods of comparative, financial and SWOT analysis, as well as the method of statistical review of reporting and market data, were used.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, выход на внешние рынки, финансовый анализ, конкурентный анализ, потенциал организации, ограничения развития, SWOT-анализ, ликвидность, финансовая устойчивость.

Keywords: foreign economic activity, entry into foreign markets, financial analysis, competitive analysis, organizational potential, development constraints, SWOT-analysis, liquidity, financial stability.

В условиях трансформации мирохозяйственных связей и переориентации внешнеэкономических векторов для российских промышленных предприятий актуализируется задача диверсификации рынков сбыта через развитие внешнеэкономической деятельности (ВЭД). [1] Предприятия, обладающие специализированными компетенциями, вынуждены оценивать свои возможности для выхода на международную арену, сопоставляя внутренний потенциал с вызовами глобальной конкурентной среды. [8,9] В статье представлены результаты комплексного анализа деятельности Общества с ограниченной ответственностью «УралКонтрольСервис» (ООО «УКС») с целью диагностики её готовности к интернационализации. Исследование фокусируется на трёх взаимосвязанных аспектах: оценке финансово-хозяйственного состояния компании, анализе её конкурентных позиций на внутреннем рынке и изучении конъюнктуры и условий целевых внешних рынков. [2]

ООО «УКС» представляет собой развивающуюся инжиниринговую компанию, специализирующуюся на услугах независимого технического контроля, надзора и строительного консалтинга, прежде всего для объектов топливно-энергетического комплекса. Ключевыми референциями компании являются участие в масштабных проектах, таких как «Ямал СПГ» и Амурский ГПЗ, что свидетельствует о наличии у организации уникального опыта работы в сложных климатических и технологических условиях, в частности, в арктической зоне. Этот «арктический компетенс» является потенциально ключевым конкурентным преимуществом на международном рынке, где аналогичный опыт высоко ценится.

Однако углубленный финансовый анализ деятельности ООО «УКС» за период 2020–2024 годов выявляет ряд системных внутренних ограничений, которые формируют значительные барьеры для немедленной и масштабной внешней экспансии. Динамика ключевых показателей демонстрирует нестабильность. Несмотря на рост выручки с 719 млн руб. в 2020 году до 1 млрд руб. в 2023 году, в 2024 году последовало её снижение до 931 млн руб. Более тревожной является динамика прибыли: прибыль от продаж, достигнув пика в 109 млн руб. в 2023 году, обрушилась до 35 млн руб. в 2024 году. Чистая прибыль сократилась с 82 млн руб. в 2020 году до 30 млн руб. в 2024 году.

Такая волатильность указывает на чувствительность бизнес-модели к конъюнктурным изменениям и потенциальные проблемы в области управления затратами и ценообразованием.

Структурный анализ баланса компании подтверждает нарастание финансовых дисбалансов. Наблюдается резкое сокращение собственного капитала с 68 млн руб. до 41 млн руб., что привело к падению коэффициента автономии с 0,27 до 0,13. Одновременно выросла доля заемных средств, а коэффициент финансового левериджа увеличился с 2,71 до 5,88. Катастрофически низкой является абсолютная ликвидность (коэффициент снизился до 0,07), что свидетельствует о дефиците денежных средств для покрытия срочных обязательств. Критически отрицательные значения коэффициента маневренности собственного капитала (до -1,04) и коэффициента обеспеченности запасов собственными средствами (до -18,36) указывают на то, что компания не только утратила возможность финансировать оборотные активы за счет собственных источников, но и использует краткосрочные обязательства для финансирования внеоборотных активов. Таким образом, текущее финансовое состояние ООО «УКС» характеризуется низкой ликвидностью, высокой долговой нагрузкой и снижающейся финансовой независимостью, что объективно ограничивает возможности для рискованных и капиталоемких стратегических шагов, каким является выход на новые, неизведанные рынки.

Сравнительный анализ ООО «УКС» с ключевыми российскими конкурентами – ООО «ТЕХРЕСУРС» и ООО «БИЗНЕС ТРЕНД» – позволил дифференцировать их позиции и потенциал для ВЭД. ООО «БИЗНЕС ТРЕНД» демонстрирует наиболее устойчивое финансовое положение (коэффициент автономии 0,59-0,73), обладает международными сертификатами (ISO, аккредитация по ISO/IEC 17020) и имеет опыт работы на зарубежных проектах, что формирует у компании готовую модель для ВЭД. ООО «ТЕХРЕСУРС», напротив, находится в наименее благополучном состоянии с критически низкой автономией (0,11-0,21) и высокими финансовыми рисками. ООО «УКС» занимает промежуточное положение: при стабильной, но невысокой автономии (около 0,38) и проблемах с ликвидностью компания обладает сильным рыночным брендом в РФ и уникальным опытом. Ключевым институциональным недостатком для международной деятельности является отсутствие у ООО «УКС» признанных на внешних рынках сертификатов системы менеджмента качества и международной сертификации ключевого персонала, что является базовым требованием для допуска к

тендерам многих зарубежных заказчиков. [6,7]

Анализ внешнего рынка инжиниринговых услуг технического контроля указывает на наличие стратегических возможностей. Ключевыми драйверами спроса выступают инфраструктурные мегапроекты в Азии и на Ближнем Востоке, энергетический транзит и ужесточение глобальных стандартов безопасности. [3] Конкурентная среда сегментирована: транснациональные гиганты доминируют в сегменте комплексных EPC-контрактов, локальные игроки – на своих домашних рынках, что создает нишу для специализированных компаний с уникальными технологическими компетенциями. [4] Именно в эту нишу может позиционироваться ООО «УКС», предлагая экспертизу в области контроля на объектах в экстремальных условиях.

SWOT-анализ, синтезирующий все аспекты исследования, наглядно демонстрирует диспропорцию между силами и слабостями компании. К сильным сторонам (S) относятся уникальный опыт работы на объектах арктического шельфа, квалифицированный персонал и признание на внутреннем рынке. Возможности (O) формируются растущим спросом в Азии, упрощенным режимом работы в рамках ЕАЭС и возможностью следования за российскими EPC-компаниями на их зарубежные проекты. Однако эти возможности блокируются критически слабыми сторонами (W): низкой ликвидностью, высокой долговой нагрузкой, отсутствием международных сертификатов и опыта ВЭД. Угрозы (T) представлены жесткой международной конкуренцией, политическими и санкционными рисками, валютной нестабильностью и ценовым давлением. [5]

Таким образом, диагностический анализ позволяет сделать фундаментальный вывод: ООО «УКС» обладает значительным стратегическим потенциалом для выхода на внешние рынки, сконцентрированным в её уникальных технологических компетенциях и человеческом капитале. Однако реализация этого потенциала в настоящее время невозможна в силу острых внутренних финансовых дисбалансов и институциональных пробелов. Текущее состояние компании не позволяет рассматривать агрессивные или даже умеренно-рискованные сценарии интернационализации, связанные с прямыми крупными инвестициями в создание зарубежных представительств или активное самостоятельное продвижение. Финансовые показатели диктуют необходимость крайне осторожного, поэтапного и минимально рискованного подхода, при котором развитие ВЭД должно быть

синхронизировано с программой внутреннего финансового оздоровления. Последующая разработка стратегии должна исходить не из абстрактных амбиций, а из конкретных возможностей по мобилизации ограниченных ресурсов для получения первого контролируемого опыта работы за рубежом. Следующим логическим шагом является переход от диагностики к проектированию такой адаптированной стратегии и системы управления, что составляет предмет отдельного рассмотрения.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164-ФЗ (в ред. от 31.07.2025 № 312-ФЗ). Принят Государственной Думой 21.11.2003. Одобрен Советом Федерации 26.11.2003 // Справочная правовая система в КонсультантПлюс

2. Алтухов, А. О. Внешняя торговля России в условиях санкций : монография / А.О. Алтухов, Н.А. Бутенко, Ю.В. Гаврилова [и др.] ; под ред. А.О. Рудневой. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 238 с.

3. Баринов В.А., Синельников А.В. Маркетинговые исследования международных рынков: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2024.

4. Внешнеэкономическая деятельность в условиях санкционных ограничений: новые вызовы и возможности: Коллективная монография / Под ред. С.В. Ляпиной. – М.: Экономика, 2025.

5. Градов А.П., Кузин Б.И. Стратегия и тактика выхода компании на внешний рынок: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2024.

6. Корольков В.Ф., Брежнев О.С. Управление внешнеэкономическим комплексом предприятия: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2024.

7. Попова Г.В. Конкурентный анализ в международном бизнесе: методы и практика: Монография. – М.: Русайнс, 2023.

8. Meyer, K.E., & Peng, M.W. International Business (2nd ed.). – Cengage Learning, 2022.

9. Peng, M.W. Global Business (5th ed.). – Cengage Learning, 2023.

УДК 339.9:658.1

Горецкая Е.О.,
д.э.н., профессор
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Аношина К.С.,
обучающийся (магистрант)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

РАЗРАБОТКА ПРАКТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

DEVELOPMENT OF A PRACTICAL MODEL FOR THE INTERNATIONALIZATION OF A RUSSIAN ENTERPRISE

Аннотация: Целью данной статьи является разработка и обоснование практической модели интернационализации для промышленного предприятия с ограниченными ресурсами на примере ООО «УКС». В работе представлена поэтапная стратегия выхода на внешние рынки, адаптированная организационная структура и система управления процессами внешнеэкономической деятельности, а также выполнена многовариантная оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий. В рамках исследования обоснован выбор оптимального сценария развития, основанного на принципах минимального риска и поэтапной реализации. Для реализации задач использованы методы сценарного прогнозирования, финансового моделирования, дисконтирования денежных потоков и анализа чувствительности.

Abstract: The purpose of this article is to develop and justify a practical model of internationalization for an industrial enterprise with limited resources using the example of UralControlService LLC. The work presents a phased strategy for entering foreign markets, an adapted organizational structure and a management system for foreign economic activity processes, as well as a multi-variant assessment of the economic efficiency of the proposed measures. The research substantiates the choice of the optimal development scenario based on the principles of minimum risk and phased implementation. To achieve the objectives, methods of scenario forecasting, financial modeling, discounted cash flow analysis and sensitivity analysis were used.

Ключевые слова: стратегия интернационализации, поэтапный выход на рынок, организация ВЭД, управление рисками, финансовое моделирование, чистый дисконтированный доход (NPV), сценарное прогнозирование, экономическая

эффективность.

Keywords: internationalization strategy, phased market entry, organization of foreign economic activity, risk management, financial modeling, net present value (NPV), scenario forecasting, economic efficiency.

Выводы комплексного анализа потенциала ООО «УКС» для выхода на внешние рынки однозначно указывают на то, что реализация амбиций в сфере внешнеэкономической деятельности (ВЭД) возможна лишь при условии разработки и внедрения специализированной, осторожной и финансово сбалансированной управленческой модели. Данная модель должна трансформировать имеющиеся конкурентные преимущества компании в серию управляемых и воспроизводимых бизнес-процессов, минимизирующих риски и согласованных с ресурсными ограничениями. [8] В статье представлен практический план внедрения и развития ВЭД, включающий три ключевых блока: поэтапную стратегию выхода на рынки, адаптированную организационную структуру и систему процессов, а также многовариантный прогноз и оценку экономической эффективности.

Основополагающим принципом разработанной стратегии является принцип стратегического соответствия и поэтапной интернационализации. [2] Отвергая как инерционный сценарий, так и агрессивную прямую экспансию (неприемлемую из-за финансовых рисков), стратегия базируется на нишевой фокусировке и минимальных стартовых инвестициях. Её суть заключается не в конкуренции с глобальными игроками, а в продвижении уникальных высокотехнологичных услуг, где компетенции ООО «УКС» являются наиболее востребованными, а ценовое давление – минимальным. [3]

Выбор целевых рынков осуществляется на основе кластеризации по критериям потенциала роста и сложности входа. Первостепенным кластером (Кластер 1) определены страны ЕАЭС и СНГ (Казахстан, Беларусь), где обеспечивается максимальная стратегическая совместимость благодаря гармонизированным стандартам, упрощенным процедурам и культурной близости. Данный регион должен стать плацдармом для отработки всех процессов ВЭД. Страны Азии с развивающейся инфраструктурой (Вьетнам, Индия – Кластер 2) рассматриваются как стратегический резерв роста на среднесрочную перспективу, но вход на эти рынки предполагается только через партнерство с локальными агентами. Иные регионы (Кластер 3) отнесены к отдаленной перспективе. [1]

Стратегия реализуется в три четко определенных этапа. Подготовительный этап (2026 год) не предполагает коммерческой деятельности и направлен на создание внутреннего задела: назначение руководителя направления, получение международных сертификатов (ISO 9001, ISO 45001), разработку регламентов и англоязычных маркетинговых материалов, проведение глубинных исследований рынков Кластера 1. Пилотно-партнерский этап (2027–2028 годы) имеет целью получение первого опыта с минимальными рисками. Основная модель – работа в качестве субподрядчика для российских генподрядчиков, уже имеющих проекты в Казахстане или Беларуси. Фокус делается на узких технологических услугах с высокой экспертизой (например, контроль критических сварных швов). Плановый совокупный объем контрактов – 100–150 млн. рублей за два года, ключевым условием является обеспечение положительного операционного денежного потока. Этап консолидации и прямого присутствия (с 2029 года) предполагает переход к самостоятельному продвижению, участию в тендерах как основному исполнителю и репликацию успешной модели на рынок из Кластера 2.

Успешная реализация стратегии невозможна без адекватного организационного обеспечения. Для ООО «УКС» рекомендована эволюционная модель от гибкой матричной структуры к выделенному подразделению. [4,5] На пилотном этапе назначается Руководитель направления ВЭД, который для реализации проектов формирует временные команды из сотрудников производственных департаментов при поддержке кураторов от финансовой, юридической и логистической служб. По мере роста объемов (при выручке ВЭД > 80–100 млн. руб.) формируется Отдел внешнеэкономической деятельности с штатными позициями менеджера по развитию рынков, менеджера по контрактам и специалиста по логистике. [6,7]

Критическое значение имеет формализация сквозных бизнес-процессов ВЭД в виде внутренних регламентов. Выделено пять ключевых процессов: 1) Оценка проекта и контрагента с коллегиальным принятием решения; 2) Структурирование и заключение контракта с акцентом на базис поставки (Incoterms), валютные оговорки, график платежей с авансом и юрисдикцию; 3) Исполнение контракта, включая логистику, таможенное оформление и документооборот; 4) Финансовое сопровождение и валютный контроль; 5) Учет, отчетность и постпроектный анализ. Ядром системы управления должна стать проактивная система риск-менеджмента, фокусирующаяся на валютных (хеджирование, валютные оговорки), кредитных (аккредитивы, страхование в «ЭКСАР»), страновых (диверсификация, мониторинг) и операционных рисках.

Экономическое обоснование организационных мероприятий показывает, что общие первоначальные инвестиции в создание системы ВЭД (кадры, сертификация, маркетинг, ПО) составят 1,86 – 2,83 млн. рублей. Данные затраты носят умеренный характер и могут быть профинансированы за счет прибыли компании. Финансовое моделирование пилотного этапа демонстрирует его рентабельность: при объеме контрактов 100 млн. рублей ожидается чистая прибыль в 12 млн. рублей (рентабельность продаж по ВЭД – 12%), что более чем в три раза превышает текущую среднюю рентабельность компании. Совокупный денежный поток этапа (7 млн. руб.) позволяет окупить первоначальные инвестиции.

Для принятия стратегического решения проведено сценарное прогнозирование на период 2026–2028 годов. Анализ четырех сценариев (Инерционный, Консервативный, Базовый, Агрессивный) подтвердил оптимальность Базового сценария, соответствующего предложенной стратегии с расширенной до 300 млн. рублей выручкой от ВЭД за три года. Его ключевые финансовые результаты к 2028 году: доля ВЭД в общей выручке – 14,2%, общая рентабельность продаж компании – 5,55%. Интегральные показатели эффективности всего проекта развития ВЭД на пятилетнем горизонте (2026–2030 гг.) подтверждают его высокую инвестиционную привлекательность: чистый дисконтированный доход (NPV) составляет +18 500 тыс. руб. при ставке 15%, индекс доходности (PI) – 4,56, внутренняя норма доходности (IRR) – 48%, а дисконтированный срок окупаемости – 1,2 года.

Таким образом, разработанная практическая модель представляет собой целостный и адаптированный к реалиям ООО «УКС» управленческий комплекс. Она трансформирует стратегическое намерение по интернационализации в последовательность конкретных, финансово обоснованных и минимально рискованных действий. Модель носит эволюционный характер, позволяя компании начать освоение внешних рынков с небольших, но управляемых шагов, параллельно укрепляя внутреннее финансовое состояние. Положительные значения интегральных показателей эффективности (NPV, PI, IRR) являются прямым доказательством того, что развитие ВЭД – это не центр затрат, а инвестиционный проект, способный создать существенную добавочную стоимость, обеспечить диверсификацию доходов и заложить основу для долгосрочной устойчивости бизнеса в условиях глобальной экономической нестабильности.

Список литературы:

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164-ФЗ (в ред. от 31.07.2025 № 312-ФЗ). Принят Государственной Думой 21.11.2003. Одобрен Советом Федерации 26.11.2003 // Справочная правовая система в КонсультантПлюс.

2. Алтухов, А. О. Внешняя торговля России в условиях санкций : монография / А.О. Алтухов, Н.А. Бутенко, Ю.В. Гаврилова [и др.] ; под ред. А.О. Рудневой. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 238 с.

3. Баринов В.А., Синельников А.В. Маркетинговые исследования международных рынков: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2024.

4. Внешнеэкономическая деятельность в условиях санкционных ограничений: новые вызовы и возможности: Коллективная монография / Под ред. С.В. Ляпиной. – М.: Экономика, 2025.

5. Градов А.П., Кузин Б.И. Стратегия и тактика выхода компании на внешний рынок: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2024.

6. Корольков В.Ф., Брежнев О.С. Управление внешнеэкономическим комплексом предприятия: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2024.

7. Попова Г.В. Конкурентный анализ в международном бизнесе: методы и практика: Монография. – М.: Русайнс, 2023.

8. Meyer, K.E., & Peng, M.W. International Business (2nd ed.). – Cengage Learning, 2022.

УДК 339.138

Дубинина М.А.,
к.э.н., доцент
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Кириченко А.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Дубинина М.А.)

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ ГЕЙМИФИКАЦИИ

BUILDING LOYALTY WITH GAMIFICATION TECHNOLOGIES

Аннотация: технология геймификации рассматривается в качестве стратегического инструмента формирования потребительской лояльности, позволяющего трансформировать активность покупателей в устойчивую поведенческую привычку и эмоциональное вовлечение. Интеграция игровых механик – систем прогресса, виртуальных валют, рейтинговых таблиц, элементов кастомизации и определенного сценария – создает дополнительную ценность, выходящую за пределы непосредственного товарного предложения.

Abstract: gamification technology is considered as a strategic tool for forming consumer loyalty, allowing the transformation of customer activity into a stable behavioral habit and emotional engagement. The integration of game mechanics – progress systems, virtual currencies, leaderboards, customization elements, and a certain scenario – creates additional value that goes beyond the immediate product offering.

Ключевые слова: геймификация, проект, игровые механики, мини-игры, ритейл, мобильные игры.

Key words: gamification, project, game mechanics, mini-games, retail, mobile games.

В условиях переосмысления привычных и традиционных программ лояльности торговых предприятий для повышения их экономической эффективности назревает необходимость во внедрении некоторых современных элементов для полного соответствия потребительским предпочтениям. Общепринятая система накопительных бонусных карт, длительное время выступавшая базовым инструментом удержания потребителей, в настоящее время не дает необходимого вовлечения потребителя и не реализует уникальную ценность, формирующую эмоциональную привязанность

потребителя к бренду.

Современный этап развития розничной торговли характеризуется характерной трансформацией моделей потребительского поведения в виду глобальной цифровизации экономических отношений и, в частности, изменением структуры потребительских интересов и желаний. В условиях высокой конкурентной борьбы, перенасыщения рынка идентичными товарными предложениями общепринятые инструменты маркетингового воздействия больше не несут в себе ту эффективность, что была раньше. Связано это также с высокими потребительскими требованиями ввиду перенасыщения информационного поля существующими промо-акциями, рекламными коммуникациями и другими мероприятиями по продвижению. Одним из наиболее перспективных направлений совершенствования программ лояльности выступает геймификация – интеграция игровых механик и элементов игр в неигровые процессы с главной целью модификации поведенческих паттернов потребителей. Потребитель вовлекается не столько в процесс приобретения товара, сколько в процесс достижения игровых целей, что формирует иной уровень лояльности.

Целью данного исследования выступает теоретическое обоснование и анализ механизма геймификации как инструмента формирования потребительской лояльности в сфере розничной торговли на примере известных российских предприятий торговли и сферы услуг.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

– систематизировать теоретические подходы к определению геймификации в маркетинговой сфере;

– проанализировать процесс адаптации принципов игровой индустрии к задачам ритейла;

– исследовать российские кейсы геймифицированных проектов;

– оценить влияние геймификации на поведенческие паттерны потребителей.

В академической литературе выделяют инструментальный и процессный подходы к определению геймификации.

Геймификация как инструмент представляет собой применение игровых элементов в неигровом контексте для изменения поведения пользователя.

Геймификация как процесс - изучение психологических механизмов, за счёт которых игровые элементы влияют на мотивацию и вовлечённость.

Суть инструментального подхода состоит в том, что геймификация - это набор

конкретных игровых механик, которые внедряются в маркетинговые коммуникации для достижения измеримых результатов. Фокус - на элементах и их эффективности. В рамках данного подхода можно говорить о таких игровых механиках, как

- баллы (начисление за действия);
- бейджи/значки (визуальное подтверждение достижений);
- рейтинговые доски (публичное сравнение результатов);
- уровни (прогрессия сложности/статуса);
- миссии и квесты (структурированные задачи);
- виртуальные валюты и награды;
- прогресс-бары (визуализация продвижения) [3].

Геймификация как инструмент решает такие маркетинговые задачи, как повышение вовлечённости в брендовых онлайн-сообществах, увеличение времени взаимодействия с сайтом/приложением, стимулирование целевых действий (опросы, хештеги, покупки), рост лояльности и устойчивости к переключению на конкурентов, а также сбор данных о поведении пользователей.

В основе процессного подхода лежит следующее определение геймификации: это системный процесс проектирования опыта, воздействующий на мотивационные и эмоциональные механизмы пользователя, где внимание акцентируется на психологических основах вовлеченности.

Геймификации как процессу свойственно использование психологических механизмов воздействия:

- внутренняя мотивация (интерес, удовольствие от процесса);
- внешняя мотивация (награды, признание);
- эффект достижения (удовлетворение от прогресса);
- соперничество (здоровая конкуренция через рейтинги);
- сотрудничество (совместные миссии);
- исследование (открытие нового контента/уровней);
- идентичность (присвоение роли/статуса в системе).

Процессный подход обеспечивает формирование эмоциональной привязанности к бренду, долгосрочное удержание клиентов через «привыкание» к процессу, вирусный эффект (пользователи делятся достижениями в соцсетях), а также персонализацию опыта на основе данных о поведении.

Адаптация принципов игровой индустрии к задачам ритейла - это процесс внедрения игровых механик в процессы взаимодействия с клиентами с целью повышения вовлеченности, лояльности, увеличения продаж и решения конкретных бизнес-задач. Российский рынок представляет особый интерес для исследования, поскольку демонстрирует существенное развитие игровых элементов в ритейле. Самыми известными широкой потребительской аудитории выступают проекты «Плюс Сити» от экосистемы «Яндекса», «Бьюти-Тамагочи» торговой сети «Золотое Яблоко», а также проект «Морковск» от маркетплейса Ozon. Данные практические примеры представляют собой внедрение комплексных игровых механик в привычные бизнес-модели.

Рассмотрим практические примеры геймифицированных проектов подробнее.

«Бьюти-тамагочи» – геймификационный проект сети «Золотое Яблоко», запущенный в августе 2024 года внутри мобильного приложения магазина и на официальном сайте. В основе механики лежит общеизвестная модель тамагочи – уход за внутриигровым персонажем, переодевание и выполнение бьюти-процедур, а также возможность обустраивания интерьера комнаты Эльфа. Игровая валюта выстроена вокруг бьюти-коинов (базовая валюта, зарабатывается через мини-игры и ежедневные активности) и гифтов (редкая валюта, открывающая доступ к премиальным бьюти-боксам с реальными сгораемыми баллами на покупки). В проекте реализованы четыре мини-игры «Найди пару», «Три в ряд», «Бьюти-корзина», «Прыжки». Также имеется система прогрессии через рейтинговые таблицы и еженедельные задания на знание брендов.

Следующий крупный проект – это «Плюс Сити» от Яндекса. Данный проект представляет собой градостроительный симулятор, интегрированный в экосистему подписки «Яндекс Плюс». Проект функционировал как самостоятельное мобильное приложение, в котором главная задача пользователя – развивать виртуальный город, выполняя квесты, играя в мини-игру внутри приложения «match-3», «merge-механики», а также взаимодействуя с сервисами Яндекса. Особенность проекта состоит в кросс-функциональной интеграции технологии геймификации с сервисами экосистемы. Внутриигровая валюта «птички» начисляется за использование различных сервисов экосистемы: Яндекс.Маркета, Яндекс.Еды, Яндекс.Лавки, Яндекс Go и др. А вторая валюта «рыбки» за использование Кинопоиска, Яндекс.Музыки и Яндекс.Книг. Данная механика стимулирует расширение спектра потребляемых сервисов в рамках единой

подписки.

Не менее известным является проект «Морковск» от маркетплейса Ozon, реализованный в формате игры-лотереи внутри основного приложения. В игре отсутствует возможность индивидуализации. Главным персонажем является заяц Захар. Основной механикой игры является накопление игровой валюты – «морковок» с последующим обменом на билеты для участия в розыгрышах призов, главным из которых заявлена квартира в Москве. Способы получения морковок включают: ежедневный вход в приложение, выполнение заданий – добавление товаров в избранное, написание отзывов, посещение разделов, а также самого главного – совершения покупок. В игре присутствуют мини игры «Словечкино», «Лукошко». Из-за изначально поставленной награды, проект имеет временный формат.

Данные проекты реализуют принципиально различные модели, отличающиеся по игровой архитектуре, целевому функционалу и механизму конвертации вовлеченности потребителей в материальные показатели. Из всех проектов именно «Плюс Сити» - единственное полноценное самостоятельное приложение. «Бьюти-тамагочи» занимает промежуточную позицию, поскольку является встроенным модулем внутри основного приложения ритейлера, однако обладает развитой игровой экономикой, системой прогрессии, кастомизацией персонажа и еженедельными обновлениями контента, что внушает больше доверия и интереса среди покупателей, в частности молодой аудитории. Появление данного проекта у «Золотого Яблока» можно также охарактеризовать как метод «взращивания» нового поколения верных потребителей. Дети и подростки играют в игры, а через 10 лет становятся полноценными потребителями магазина. «Морковск» в свою очередь, реализован как акционная механика внутри приложения маркетплейса. Его задачи локализованы именно на взаимодействии с маркетплейсом, то есть на просматривании разделов, написании отзывов и оформлении заказов, что в несколько раз эффективнее повышает прибыльность маркетплейса, но лишает торговую площадку возможности индивидуализации потребителя через игру, а значит и шанса формирования вовлеченности и лояльности к бренду. «Морковск» - это игровая оболочка лотерейного розыгрыша, где игровые элементы выполняют лишь вспомогательную функцию оформления маркетинговой акции.

Успех внедрения игровых механик в ритейл как метод повышения вовлеченности и лояльности потребителей связан с тем, что элемент развлечения и

соревнования, на чем основано большинство современных игр, значительно влияет на потребительскую активность и импульсивные покупки.

В поисках высокоэффективных методов повышения лояльности среди потребителей многие компании берут опыт из других сфер. По наблюдениям автора наибольшим интересом у широкой потребительской аудитории пользуется глобальная индустрия видеоигр, поскольку именно она за несколько десятков лет выработала наиболее эффективные из известных на сегодняшний день алгоритмов удержания человеческого внимания и формирования устойчивых поведенческих привычек. В то время как классические рекламные коммуникации борются за секунды контакта с потребителем, современные игры демонстрируют способность удерживать пользователя в состоянии глубокой вовлеченности на протяжении долгого времени. Особого внимания заслуживают полноценные турниры по таким играм как Dota 2 и CS GO. Данные турниры собирают в себе и возможность интегрированной рекламы продукции. Феномен игровых турниров набирает существенную популярность среди нескольких поколений: как зумеров, так и миллениалов. Это доказывает, что современные игровые турниры являются полноценным полем для внедрения рекламы и спонсорства.

Методологически важным представляется выделения тех элементов игровой индустрии, которые продемонстрировали наибольшую эффективность при внедрении в сферу ритейла. К ним относится:

1. Система прогрессии и уровней. Заимствованные из ролевых игр (RPG) механики накопления опыта и повышения статуса пользователя создают ощущение достижения определенных целей потребителем, что формирует устойчивую привычку возвращаться в мобильное приложение. В ритейле данная механика реализуется через программы лояльности с грейдированием статусов (например, у сети магазинов «Л’Этуаль» и «Рив Гош» карты лояльности золотая, платиновая и т.д.), однако данная система в виду цифровизации претерпела существенное упрощение у многих крупных ритейлеров.

2. Ежедневные награды за вход. Данная механика, широко распространенная в мобильных free-to-play играх, эксплуатирует психологический феномен «страха упущенной выгоды». Каждодневное посещения приложения поощряется начислением внутриигровой валюты или бонусов, что формирует стабильную привычку заходить в приложение и подогревает интерес потребителя к бренду, и в некоторых случаях, дает

возможность стать частью определенного круга интересов.

3. Кастомизация аватара и виртуального пространства. Возможность персонализации игрового персонажа и окружения является мощным стимулом к эмоциональной привязанности, поскольку для каждого человека появляется не только возможность индивидуализации своего персонажа, но и выражения своих интересов, выбора и оформления своего виртуального пространства, чего порой человек не может добиться в реальной жизни в виду каких-либо обстоятельств, и что так легко дает виртуальная игра. Сюда также можно отнести выбор своего окружения - людей с похожими интересами и целями.

4. Формирование коммьюнити и социальное взаимодействие. Многопользовательские игры демонстрируют, что устойчивая аудитория формируется не столько вокруг самой игровой механики, сколько вокруг коммуникации и общения участников в игре. Рейтинговые таблицы для демонстрации достижений, а также обмен ресурсами между игроками, коллективные события (ивенты и челленджи) создают эффект принадлежности к сообществу, что является одним из наиболее сильных элементов долгосрочной лояльности.

Маркетологи, анализируя данные механики, конвертируют их из развлекательного контекста в маркетинговые инструменты. Технология геймификации использует психологические механизмы человека, ответственные за формирование привычки через ежедневные награды за вход и системы прогрессии.

Однако геймификация имеет существенные минусы: высокая стоимость разработки и поддержки качественного игрового продукта, необходимость формирования команд с компетенциями на стыке геймдизайна и маркетинга (синергия отдела маркетинга и игрового), а также преимущественная ориентация существующих проектов на молодую аудиторию при недостаточном охвате старший категорий потребителей [1].

Перспективными направлениями модернизации геймификации представляются: интеграция геймифицированных модулей с офлайн-активностью пользователей (шагомеры, геолокационные механики), развитие систем персонализации игрового опыта на основе анализа накопленных данных о потребительском поведении, а также а также адаптация уже существующих решений и игровых механик под когнитивные особенности старшей возрастной аудитории.

Таким образом, при внешнем сходстве – использовании виртуальных валют,

мини-игры, рейтинги, три проекта демонстрируют три различные парадигмы геймификации: экосистему как «Плюс Сити» у «Яндекса», индивидуализацию питомца «Бьюти-тамагочи» у «Золотого Яблока» и лотерейный розыгрыш через проект «Морковск» у Ozon. Различие обусловлено спецификой бизнес-моделей компаний и позволяет рассматривать геймификацию как гибкий маркетинговый инструмент, архитектура которого имеет возможность проектироваться под определенные стратегические задачи ритейлера. В современном ритейле геймификация претерпевает изменения: из эксперимента в стратегический инструмент формирования потребительской лояльности, способный конвертировать человеческое внимание в повышение показателей продаж.

Геймификация как маркетинговая технология способна повысить воспринимаемую ценность бренда потребителями и как следствие сформировать покупательскую лояльность. Чем выше доля потребителей, которые сформировали долгосрочное благожелательное отношение к конкретному бренду, тем выше ценность и стоимость бренда [2, с. 114], а также финансовые результаты и экономические показатели предприятия.

Список литературы:

1. Геймификация. URL: https://www.mango-office.ru/journal/glossary/geymifikatsiya-v-marketinge/ (дата обращения 12.04.2026).

2. Дубинина М.А., Жатикова М.Н. Бренд как основной фактор управления активами предприятия // Социально-экономические и культурные проблемы и перспективы России в начале XXI века. Сборник научных статей. - Новосибирск, 2010. С. 102-118.

3. Сухостав Е. В. Повышение вовлеченности потребителей через элементы геймификации / Е. В. Сухостав // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 11. – С. 7421-7434.

УДК 342.7

Дудченко А.В.,
к.ю.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Адрианова А.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

КОНЦЕПЦИЯ «СУВЕРЕНИТЕТА НАД ТЕЛОМ» И БИОАКУСТИЧЕСКОЕ ВМЕШАТЕЛЬСТВО: НОВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПРАВА НА ФИЗИЧЕСКУЮ И ПСИХИЧЕСКУЮ НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ

THE CONCEPT OF «SOVEREIGNTY OVER THE BODY» AND BIOACOUSTIC INTERVENTION: A NEW DIMENSION OF THE RIGHT TO PHYSICAL AND MENTAL INTEGRITY

Аннотация: В статье исследуется проблема свободы от пыток и жестокого обращения через призму психоакустики - научной дисциплины, изучающей влияние звука на человека. Рассматриваются физиологические основы восприятия звука, анализируются формы акустических пыток и их разрушительное влияние на нервную, сердечно-сосудистую и эндокринную системы. Обосновывается необходимость правовой квалификации звукового насилия как формы пытки в контексте международного права.

Abstract: The article examines the problem of freedom from torture and ill-treatment through the prism of psychoacoustics, a scientific discipline that studies the effect of sound on humans. The physiological basis of sound perception is considered, the forms of acoustic torture and their destructive effect on the nervous, cardiovascular and endocrine systems are analyzed. The necessity of legal qualification of sound violence as a form of torture in the context of international law is substantiated.

Ключевые слова: пытки, права человека, психоакустика, звуковое воздействие, шум, физиологический стресс, международное право, Конвенция против пыток.

Keywords: torture, human rights, psychoacoustics, sound effects, noise, physiological stress, international law, Convention against Torture.

Свобода от пыток и жестокого обращения представляет собой одно из фундаментальных прав человека, закрепленное в ключевых международных документах. Всеобщая декларация прав человека 1948 года в статье 5 провозглашает[1]: «Никто не должен подвергаться пыткам или жестоким, бесчеловечным или унижающим

его достоинство обращению и наказанию». Это положение получило дальнейшее развитие в Международном пакте о гражданских и политических правах 1966 года и Конвенции ООН против пыток 1984 года [2].

Однако современная практика нарушений прав человека демонстрирует эволюцию методов насилия. Если традиционные формы пыток оставляют явные физические следы, то новые технологии психофизиологического воздействия действуют скрыто. Особую тревогу вызывает использование звуковых раздражителей как инструмента подавления личности.

Звук является одним из воздействий окружающей среды на организм человека. Здоровье человека во многом зависит от состояния звуковой среды. Психоакустика - научная дисциплина, которая изучает психологические и физиологические особенности восприятия звука человеком [10]. Определенные звуки влияют на организм благоприятно, другие - разрушительно. Даже самые спокойные и слабые звуки могут нести в себе вред, в зависимости от индивидуальных особенностей человека. Однако без звуковой среды человек жить не может - человеку всегда нужны звуки, и их влияние ему необходимо.

Абсолютный запрет пыток в современном международном праве - результат многовековой эволюции моральных, правовых и научных представлений. Однако понимание того, почему и когда пытки были официально запрещены, критически важно для осознания их недопустимости в любой форме, включая акустические.

На протяжении XIX века запрет пыток постепенно закреплялся в конституциях и уголовных кодексах европейских государств. Это было обусловлено развитием научной криминалистики, которая показала, что физические доказательства, следственные методы и логический анализ гораздо более надежны для установления истины, чем признания под пыткой [3].

Однако в колониальных владениях европейских держав пытки продолжали применяться. Это создало расхождение между провозглашаемыми принципами в метрополии и реальной практикой на периферии империй.

Подлинный импульс к абсолютному и универсальному запрету пыток дал XX век. Система концентрационных лагерей нацистской Германии, японские медицинские эксперименты над пленными, применение пыток советской НКВД и другие массовые нарушения показали, что пытки способны превратиться в государственную политику и инструмент геноцида [4].

После Второй мировой войны свидетельства о применении пыток привели к осознанию необходимости международных гарантий. По итогам Нюрнбергского процесса стало неоспоримым: пытки выходят за рамки индивидуальных преступлений, являясь преступлением против всего человечества, поскольку они подрывают базовые принципы гуманности и разрушают основы цивилизованного общества

Параллельно в 1950-е годы документировалось применение пыток французами в Алжире, что создало острый скандал в международном сообществе. Медицинские наблюдения французского психиатра Франца Фанона показали долгосрочный физический и психический вред пыток - возникло понимание, что пытки оставляют неизгладимые рубцы в психике жертвы.

Важную роль сыграло развитие правозащитного движения. Организации Amnesty International (основана в 1961), Human Rights Watch и другие начали систематически документировать случаи пыток, проводить кампании в прессе, давать голос жертвам. Свидетельства жертв, впервые ставшие доступны широкой публике, изменили общественное мнение. Пытки перестали быть абстрактной проблемой - они стали человеческими историями [5].

Феминистское движение привлекло внимание к гендерному аспекту пыток и сексуального насилия. Эксперты в области психического здоровья впервые дали научную характеристику посттравматическому стрессовому расстройству, показав закономерность психических нарушений у жертв.

К 1980-м годам сложился беспрецедентный консенсус: пытки неприемлемы ни при каких обстоятельствах. Это отразилось в принятии Конвенции ООН против пыток в 1984 году - первого специального международного договора, полностью посвященного запрету пыток. Важность этого момента заключалась не только в правовом закреплении, но и в признании пыток как отдельного, отличного от других, вида преступления - достаточно серьезного, чтобы требовать специального международного регулирования.

Однако принятие Конвенции не положило конец применению пыток. Вместо этого произошла их эволюция. Пытки становились менее заметными, чтобы избежать разоблачения. Применялись методы, которые причиняют сильное страдание, но оставляют минимальные физические следы. Именно в этот контекст вписывается появление акустических пыток - звукового воздействия как формы, которая кажется менее жестокой, чем физическое насилие, но не менее разрушительна [6].

Таким образом, полное понимание необходимости защиты от акустических пыток требует осознания того, что этот запрет является не просто юридической формальностью, а результатом столетий борьбы за человеческое достоинство.

Принцип абсолютного запрета пыток и жестокого обращения является универсальным и неделимым правом человека, закрепленным в основополагающих международных документах. Этот принцип не допускает никаких исключений, даже в чрезвычайных обстоятельствах.

Всеобщая декларация прав человека 1948 года устанавливает в статье 5: «Никто не должен подвергаться пыткам или жестоким, бесчеловечным или унижающим его достоинство обращению и наказанию». Это положение получило развитие в Международном пакте о гражданских и политических правах 1966 года (статья 7), где указано: «Никто не должен подвергаться пыткам или жестоким, бесчеловечным или унижающим его достоинство обращению или наказанию».

Наиболее специализированным документом является Конвенция ООН против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания от 1984 года. В статье 1 Конвенция дает определение пытки: это «любое умышленное причинение сильной боли или страдания, физического или психического, государственным должностным лицом или по их подстрекательству с целью получить от него или третьего лица информацию или признание, наказать его за деяние, которое он совершил, или в совершении которого он подозревается, а также запугать его или третьего лица».

Критически важно, что определение включает психическое страдание. Это означает, что методы, воздействующие на психику человека без явных физических повреждений, включая звуковое насилие, могут квалифицироваться как пытка.

Статья 2 Конвенции устанавливает абсолютный запрет: «Никакие исключительные обстоятельства, какими бы они ни были, не могут служить оправданием пыткам». Это означает, что даже в условиях войны, террористической угрозы или иного чрезвычайного положения пытки остаются преступлением [7].

Региональные человеческие права документы дублируют это положение. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (1950) в статье 3 запрещает пытки и бесчеловечное обращение. Американская конвенция о правах человека (1969) в статье 5 установила запрет на пытки.

Комитет против пыток ООН, учрежденный в соответствии с Конвенцией,

неоднократно подчеркивал, что определение пытки охватывает различные формы психологического воздействия, включая изоляцию, сенсорную депривацию и, потенциально, применение звуковых раздражителей.

Сопоставление Всеобщей декларации прав человека 1948 года, Международного пакта о гражданских и политических правах 1966 года и Конвенции против пыток 1984 года показывает, что к концу XX века в международном праве сложился целостный режим борьбы с пытками: запрет пыток перестал быть только моральным принципом и превратился в юридически обязательную норму, дополненную обязанностью государств криминализировать пытки, проводить эффективные расследования, обеспечивать жертвам доступ к правосудию и не выдавать лиц туда, где им грозит пытка [8].

С точки зрения общей теории международного права такой режим позволяет говорить о запрете пыток как о норме jus cogens: от неё нельзя отступить ни в мирное время, ни в условиях войны, чрезвычайного положения или борьбы с терроризмом, а любые договорные обязательства, противоречащие этому запрету, считаются недействительными. Именно поэтому международные суды и договорные органы рассматривают пытку как одно из наиболее тяжких международных преступлений, влекущих ответственность не только государств, но и конкретных должностных лиц, включая возможность универсальной юрисдикции.

Исследования показали, что шум наносит ощутимый вред здоровью человека. Он может вызвать комплекс физиологических реакций, затрагивающих нервную, эндокринную, сердечно-сосудистую и иммунную системы, но важно понимать, что каждый человек воспринимает шум по-разному: многое зависит от возраста, темперамента, состояния здоровья, окружающих условий.

Когда человек сталкивается с интенсивным или психологически угрожающим звуком, его организм включает систему, которая существует для того, чтобы помочь ему справиться с потенциальной опасностью. Эта система включает две противоположные ветви нервной системы: одна отвечает за мобилизацию ресурсов, другая за расслабление и восстановление. Мощные или вызывающие отрицательные эмоции звуковые раздражители активируют мобилизующую ветвь, что инициирует классическую цепь реакций, известную как «атаковать или спасаться» [9].

Длительный шум неблагоприятно влияет на слуховой аппарат, понижая чувствительность к звуку и приводя к нарушениям в деятельности таких органов, как сердце и печень. Звук интенсивностью свыше 85 дБ вызывает повышение частоты

дыхания и снижение дыхательной синусовой аритмии - важнейшего компонента вариабельности сердечного ритма. Снижение этого показателя является фактором риска возникновения сердечно-сосудистых заболеваний.

Шум особенно вредно влияет на нервно-психическую деятельность организма, вызывая функциональные расстройства нервной системы. При высоком уровне шума происходит:

- повышение расхода энергии;
- увеличение напряжения мышц;
- ускорение утомляемости;
- усиление тревожности;
- раздражительность.

Таблица 1.

Физиологические эффекты звука различной интенсивности

Уровень звука (дб)	**Характеристика**	**Физиологические эффекты**
0-30	Тишина - тихие звуки	Норма; комфорт
30-50	Умеренные звуки	Комфортное восприятие
50-70	Громкие звуки	Снижение внимания; лекций стресс
70-85	Очень громкие звуки	Нарушение сна; повышение давления
85-110	Травмирующие звуки	Временная потеря слуха; тахикардии
110-130	Болевой порог	Боль в ушах; паника; головокружение
>130	Острая травма	Повреждения слуха; риск внутренних повреждений

Анализ данных, представленных в таблице 1, показывает, что эффект звука на организм носит пороговый и нелинейный характер: при уровнях до 50–70 дБ звук воспринимается как относительно безопасный фон, однако уже в диапазоне 70–85 дБ начинают появляться устойчивые физиологические реакции в виде нарушения сна и повышения артериального давления. При уровне 85–110 дБ фиксируются признаки прямого повреждающего воздействия (временная потеря слуха, тахикардия), а при приближении к болевому порогу 110–130 дБ и выше звук переходит в категорию травмирующего фактора, вызывающего боль, панические реакции и риск необратимых внутренних повреждений. Такое распределение порогов демонстрирует, что между «обычным шумом» и звуковым воздействием, потенциально квалифицируемым как пытка, лежит не плавный переход, а качественный скачок: превышение определённого

уровня громкости и длительности превращает звук в инструмент систематического причинения страданий, что имеет принципиальное значение для его правовой оценки.

Важным фактором является индивидуальная шумовая чувствительность. Люди с высокой шумовой чувствительностью более склонны к повышенному раздражению при воздействии шума, частым и более выраженным нарушениям сна. На частоту возникновения симптомов заболеваний сердечно-сосудистой системы влияет не столько уровень шума, сколько уровень чувствительности к шуму. Даже слабые звуки могут оказывать на человека разрушительное воздействие - всё зависит от организма человека и частоты звука.

Концепция «суверенитета над телом» (bodily sovereignty) развивается как философско-правовая парадигма, утверждающая исключительное право индивида на контроль над собственным телом, его функциями и состояниями. Исторически это право было связано преимущественно с защитой от физического насилия, медицинским самоопределением и сексуальной автономией. Однако развитие нейротехнологий и биоакустических методов вмешательства создает новые вызовы, требующие переосмысления содержания и границ права на физическую и психическую неприкосновенность.

Биоакустическое вмешательство (БАВ) - это воздействие акустическими сигналами (в том числе вне слышимого диапазона) на биологические системы человека, способное модулировать нейронную активность, влиять на психоэмоциональное состояние и физиологические параметры [2]. Бесконтактный и потенциально скрытый характер такого воздействия ставит под угрозу базовые принципы автономии личности и телесной целостности.

Жертвы акустической пытки часто страдают от длительных последствий:

- хроническая бессонница и кошмары;
- постоянная тревожность и панические атаки;
- фонофобия (боязнь звуков);
- постоянный шум в ушах (тиннитус);
- нарушения слуха, вплоть до глухоты;
- депрессия и суицидальные мысли;
- нарушения социализации и изоляция.

Таблица 2.

Спектр психологических нарушений у лиц, подвергшихся акустическому воздействия

Расстройство	**Распространённые среди жертв**	**Основные проявления**
ПТСР	60-80%	Флешбэки, кошмары, избегание, гипервозбудимость
Депрессия	50-70%	Ангедония, суицидальные мысли, апатия
Тревожное расстройство	40-60%	Генерализованная тревога, панические атаки, фобии
Когнитивные нарушения	30-50%	Проблемы с памятью, вниманием, принятием решений
Нарушение сна	70-90%	Бессонница, кошмары, фрагментированный сон
Фонофобия	20-40%	Страх перед звуками, избегание шумных мест
Психические эпизоды	5-15%	Галлюцинации, бред

Представленные в таблице данные о том, насколько часто у жертв акустической пытки встречаются различные психические нарушения, позволяют сделать несколько важных выводов. Во-первых, чаще всего люди страдают от нарушений сна (70–90%) и посттравматического стрессового расстройства (60–80%), что фактически означает: длительное звуковое воздействие почти неизбежно ведёт к состоянию хронического стресса и постоянной перегрузки нервной системы. Во-вторых, высокая распространённость депрессивных состояний (50–70%) и тревожных расстройств (40–60%) в сочетании с когнитивными нарушениями (30–50%) показывает, что акустическая пытка бьёт не только по эмоциям, но и по базовым когнитивным функциям - способности учиться, работать и выстраивать отношения с людьми. В-третьих, хотя тяжёлые психотические эпизоды фиксируются реже (5–15%), сам факт их появления демонстрирует, что в ряде случаев звуковое насилие приводит к глубокому разрушению психики, выходящему далеко за рамки «обычного» стрессового ответа. В совокупности такое распределение показателей показывает: акустическая пытка оказывает системное, многоуровневое влияние на психику и тело человека и, следовательно, должна рассматриваться как одна из наиболее опасных форм психологического и физического насилия.

Исследования, проведённые среди выживших жертв пыток в Гуантанамо, Абу-Грейбе и других центрах содержания, показывают, что повреждения психики, вызванные акустическими методами, часто по тяжести не уступают последствиям классических физических пыток.

Обобщение этих данных позволяет увидеть, что акустическая пытка запускает сложный патологический процесс: от непосредственного повреждения слуховой системы и вестибулярного аппарата до хронической активации стресс-реакций, нарушений работы сердечно-сосудистой и эндокринной систем и формирования посттравматических и депрессивных расстройств. Широкое распространение ПТСР, тревожных и аффективных нарушений, когнитивного дефицита и расстройств сна у людей, переживших длительное звуковое воздействие, показывает, что в условиях намеренного применения звук превращается из нейтрального физического фактора в мощный инструмент разрушения психического и соматического здоровья человека.

Статья 1 Конвенции ООН против пыток определяет пытку как умышленное причинение сильной боли или страдания (физического или психического) с определенной целью. Применяя этот критерий к акустической пытке:

1. **Умышленность** - звуковое воздействие применяется систематически, с целью вызвать страдание. Это явно умышленное действие.

2. **Боль или страдание** - акустическая пытка вызывает как физическое страдание (боль в ушах, головокружение, нарушение равновесия), так и психическое (паника, тревога, разрушение психики).

3. **Цель** - обычно целями акустической пытки являются получение информации, признания или запугивание задержанного.

4. **Государственное участие** - задокументированные случаи акустической пытки имели место в государственных учреждениях (военные базы, тюрьмы, центры содержания).

Таким образом, акустическая пытка полностью соответствует определению пытки согласно международному праву.

Комитет ООН против пыток неоднократно выражал озабоченность по поводу использования звукового воздействия. В своих заключениях по странам Комитет указывал на необходимость запрещения и расследования применения звуковых пыток.

Европейский суд по правам человека в своей практике рассматривал случаи применения экстремального звукового воздействия как нарушение статьи 3 Европейской конвенции (запрет пыток и бесчеловечного обращения).

В условиях вооружённых конфликтов и локальных боевых столкновений абсолютный характер запрета пыток никуда не исчезает: международное гуманитарное право прямо запрещает пытки, а также жестокое и унижающее достоинство обращение

в отношении раненых, больных, военнопленных и гражданских лиц, оказавшихся под контролем противной стороны. Этот запрет закреплён как в Женевских конвенциях 1949 года и их последующих протоколах, так и в нормах обычного международного гуманитарного права (включая, например, Правило 90 Свода обычного гуманитарного права МККК) и действует как в международных, так и в немеждународных конфликтах.

Римский статут Международного уголовного суда относит пытку к числу тяжких нарушений гуманитарного права и квалифицирует её как военное преступление, если она совершается в отношении защищённых лиц в ходе вооружённого конфликта, а при определённых условиях - и как преступление против человечности, если используется в рамках широкомасштабных или систематических нападений на гражданское население. Это означает, что даже «локальные» эпизоды - единичные случаи издевательств над задержанными, военнопленными или гражданскими лицами - попадают в сферу международной уголовной ответственности и не могут быть оправданы ни ссылками на особые обстоятельства, ни приказом начальника.

Проведённый анализ показывает, что свобода от пыток и жестокого обращения стала результатом долгой эволюции правосознания: человечество прошло путь от признанной законной практики пыток в средневековом уголовном процессе до их абсолютного и универсального запрета в системе международного права прав человека. После Второй мировой войны этот запрет был закреплён в ключевых документах - Всеобщей декларации прав человека, Международном пакте о гражданских и политических правах и Конвенции против пыток, а современная доктрина и практика рассматривают его как императивную норму jus cogens, отступление от которой недопустимо даже в условиях войны или чрезвычайного положения.

Результаты психоакустических и клинических исследований показывают, что акустическая пытка запускает целый каскад биологических последствий: мощный и продолжительный стресс соответствует при повышении уровня кортизола, нарушением работы оси гипоталамус–гипофиз–надпочечники, повреждением слухового анализатора и вестибулярного аппарата, развитием сердечно-сосудистых и неврологических нарушений. У значительной части людей, переживших звуковое насилие, фиксируются посттравматическое стрессовое расстройство, депрессивные и тревожные расстройства, когнитивные нарушения, хроническая бессонница и фонофобия, причём эти последствия нередко сохраняются многие годы.

Таким образом, даже внешне «бескровные» методы воздействия, основанные на

использовании звука, фактически соответствуют критериям причинения сильной физической и психической боли или страданий, что позволяет квалифицировать акустическую пытку именно как пытку в смысле Конвенции ООН. То, что звук не всегда оставляет видимые следы, не делает его менее опасным: напротив, это усложняет фиксацию нарушений, повышает риск безнаказанности и требует усиленного внимания со стороны правоприменительных органов и международных механизмов мониторинга.

С социальной точки зрения любые формы пыток, в том числе акустические, подрывают доверие к государству и правовой системе: вместо ассоциации с защитой и справедливостью государственные институты начинают восприниматься как источник угрозы. Социологические и правозащитные исследования отмечают, что практика пыток нормализует насилие, укрепляет культуру безнаказанности в силовых структурах, способствует радикализации и желанию мести, а в условиях вооружённых конфликтов становится фактором, подпитывающим дальнейшую эскалацию и поддержку экстремистских групп.

В войне и других формах организованного насилия пытка часто используется как средство допроса, запугивания населения или «наказания» противника, однако современное международное гуманитарное и уголовное право однозначно квалифицирует такие действия как военные преступления, а при определённых условиях - как преступления против человечности. При этом эмпирические данные показывают, что информация, полученная под пыткой, отличается низкой достоверностью, а сама практика пыток подрывает долгосрочную безопасность, порождая новые циклы насилия.

В совокупности биологический, социальный и правовой анализ приводит к ясному выводу: акустическая пытка не только несовместима с фундаментальным правом человека на свободу от пыток и жестокого обращения, но и неэффективна с точки зрения декларируемых целей. Она уничтожает здоровье конкретных людей, подрывает легитимность государственных институтов и мешает устойчивому мирному развитию общества, а потому дальнейшее развитие международного и национального права должно быть направлено на более чёткое закрепление запрета акустических методов воздействия, улучшение механизмов выявления и документирования таких практик и обеспечение комплексной реабилитации жертв.

Концепция телесного суверенитета выходит на новый уровень актуальности в

контексте развития технологий, способных нарушать физическую и психическую неприкосновенность дистанционно, незаметно и с высокой избирательностью. Биоакустическое вмешательство представляет собой лишь один из классов таких технологий, обозначая общую тенденцию к эрозии границ личной автономии.

Список литературы:

1. Всеобщая декларация прав человека. Принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 г.// [Электронный ресурс] режим доступа: https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=(дата обращения: 14.01.2026).

2. Конвенция ООН против пыток и других жестоких, бесчеловечных или унижающих достоинство видов обращения и наказания от 10 декабря 1984 г.// [Электронный ресурс] режим доступа: https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=503181#G0DZGiUShTrgZop01 (дата обращения: 14.01.2026).

3. История государства и права зарубежных стран: Учебник для обучающихся по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция / В. Л. Рассказов, Л. П. Рассказов, А. В. Дашин [и др.]. - Краснодар: КубГАУ, 2023. - 214 с.

4. Фанон Ф. О национальной культуре / Ф. Фанон. – М.: Издательство имени Сабашниковых, 2007. – 320 с.

5. Henley J. The Acoustic Science Behind the Influence of Sound on Human Well-being // Journal of Psychoacoustics. 2019. Vol. 27, № 3. – P. 45–67.

6. Petty F. Long-term Effects of Acoustic Torture: A Clinical Review // American Journal of Psychiatry. 2016. Vol. 173, № 8. – P. 712–724.

7. Колкарева И.Н. Современные угрозы национальной безопасности // В сборнике: Национальная безопасность: проблемы теории и практики. материалы заседания дискуссионного клуба «Человек. Труд. Общество». 2019. С. 62-65

8. Епифанова Е.В., Недилько Ю.В. Понятие преступления через призму толкования уголовно-правовой нормы//Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2015. № 1. С. 10-14.

9. Гербут Е.А. Перспективы мироустройства и роль информационных технологий в будущем человечества (сценарий российской политической элиты) //В сборнике: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Сборник

научных статей VI Международного научного форума. В 2-х томах. Москва, 2024. С. 100-105.

10. Сармабехьян, Б.С., Алексеенко О.И., Колкарева И.Н., Мартиросов Р.Г., Кирий Е.В., Батуркина Е.И., Даниленко Т.В. Терминологический словарь по гуманитарным дисциплинам: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед., изуч. гуманит. дисциплины. - Краснодар: КФ РГТЭУ, 2004. - 225 с.

УДК 347.962

Дудченко А.В.,
к.ю.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Крикунов А.В.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Шарафудинова В.О.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

СУДЕБНАЯ СИСТЕМА И ПРОКУРОРСКИЙ НАДЗОР В МЕХАНИЗМЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

JUDICIAL SYSTEM AND PROSECUTORIAL SUPERVISION IN THE MECHANISM OF HUMAN RIGHTS PROTECTION: ANALYSIS OF CONTEMPORARY TRANSFORMATIONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Аннотация: В статье рассматриваются ключевые изменения последних лет в судебной системе Российской Федерации и их влияние на реализацию правозащитной функции правосудия. Анализируются конституционные поправки 2020 года, реформа кассационных судов общей юрисдикции, а также изменения в регулировании деятельности Конституционного Суда РФ. Особое внимание уделяется прокурорскому надзору как универсальному средству обеспечения законности в деятельности правоохранительных органов. Автор приходит к выводу о том, что оптимизация судебной системы и повышение эффективности прокурорского надзора представляют собой взаимосвязанные процессы, направленные на формирование целостного механизма защиты прав и свобод человека и гражданина в современной России.

Abstract: This article examines key changes in recent years in the Russian judicial system and their impact on the implementation of the justice system's human rights protection function. It analyzes the 2020 constitutional amendments, the reform of cassation courts of general jurisdiction, and changes in the regulation of the Constitutional Court of the Russian Federation. Particular attention is paid to prosecutorial oversight as a universal means of ensuring the rule of law in the activities of law enforcement agencies. The author concludes that the optimization of the judicial system and the improvement of the effectiveness of prosecutorial oversight are interrelated processes aimed at developing a comprehensive

mechanism for protecting human and civil rights and freedoms in modern Russia.

Ключевые слова: судебная система, правозащитная функция, прокурорский надзор, законность, судебная реформа, конституционные поправки, кассационное производство, правоохранительные органы.

Key words: judicial system, human rights function, prosecutorial supervision, legality, judicial reform, constitutional amendments, cassation proceedings, law enforcement agencies.

В современном правовом государстве защита прав и свобод человека и гражданина обеспечивается слаженным функционированием всех ветвей власти, но ключевая роль в этом механизме традиционно отводится судебной системе и органам прокуратуры. Статья 18 Конституции Российской Федерации провозглашает, что права и свободы человека и гражданина определяют смысл, содержание и применение законов, деятельность законодательной и исполнительной власти, местного самоуправления и обеспечиваются правосудием [1]. Таким образом, правосудие выступает важнейшей гарантией реализации конституционных прав.

Однако эффективность судебной защиты напрямую зависит от законности действий всех участников правоотношений, и в первую очередь - самих правоохранительных органов. Здесь на первый план выходит прокурорский надзор как особый вид государственной деятельности, призванный обеспечить верховенство закона, единство и укрепление законности [10]. Последние годы ознаменовались масштабными преобразованиями как в судебной системе (реформа кассационного производства, конституционные поправки), так и в организации прокурорского надзора, что требует комплексного осмысления их влияния на правозащитную функцию государства.

Конституционные поправки, принятые в 2020 году, затронули основы функционирования судебной власти в России. Одним из важнейших изменений стало включение в текст Конституции упоминаний об основных стадиях пересмотра судебных решений - апелляционной, кассационной и надзорной инстанциях. Как справедливо отмечается в юридической литературе, кассация по уголовным делам после реформы 2018 года и конституционных поправок 2020 года приобрела значение «сквозного правового института», включающего нормы конституционного права и обеспечивающего реальные гарантии законности приговоров на основе принципов справедливости и правовой определенности [1].

Конституционный Суд РФ в своих решениях неоднократно подчеркивал, что отсутствие возможности пересмотреть ошибочный судебный акт не согласуется с требованием скорейшего восстановления прав посредством правосудия и умаляет право на судебную защиту [7]. Институциональные условия такого пересмотра должны отвечать требованиям процессуальной эффективности, экономии и прозрачности, исключать необоснованное затягивание судебного разбирательства, обеспечивая баланс публичных и частных интересов.

Вместе с тем, как отмечают некоторые исследователи, вовлечение Конституционного Суда РФ в конституционную реформу породило определенные риски: интеграция конституционного правосудия в систему принятия государственных решений может привести к тому, что собственно «правосудная» составляющая отойдет на второй план [3]. Это ставит перед наукой задачу поиска баланса между защитой прав человека и соображениями государственной целесообразности.

Ключевым событием последних лет стала судебная реформа 2018 года, в результате которой были созданы самостоятельные кассационные суды общей юрисдикции, действующие по экстерриториальному принципу. Данное нововведение преследовало цель обеспечить подлинную независимость судей кассационных инстанций от влияния региональных элит и нижестоящих судов.

Реформа 2018 года была направлена на реализацию конституционных гарантий самостоятельности судов и независимости судей [1]. Создание девяти кассационных судов общей юрисдикции, каждый из которых работает на территории нескольких регионов, позволило сформировать устойчивую судебную практику и повысить качество проверки судебных актов.

Правозащитный потенциал этой реформы заключается в том, что у граждан и организаций появилась реальная возможность отстаивать свои права в инстанции, не связанной с местными административными и судейскими структурами. Экстерриториальность кассационного производства стала важной гарантией объективности и беспристрастности при пересмотре дел.

Значительные изменения произошли в регулировании деятельности Конституционного Суда РФ. В 2020 году в Федеральный конституционный закон «О Конституционном Суде Российской Федерации» были внесены новеллы, которые отдельные исследователи оценивают как инструменты ограничения права на конституционно-судебную защиту [5]. Ужесточение требований к допустимости жалоб,

расширение дискреционных полномочий Суда в вопросах отказа в принятии обращений к рассмотрению - эти меры требуют пристального научного внимания.

В условиях выхода России из юрисдикции Европейского суда по правам человека (2022 год) значение конституционной жалобы как внутригосударственного средства защиты прав многократно возросло. Как отмечается в исследованиях, именно конституционная жалоба призвана заместить утраченный механизм обращения в межгосударственные органы [9]. Это требует от законодателя и судебной практики такого подхода к регулированию конституционного правосудия, который не оставлял бы граждан без эффективной защиты их фундаментальных прав.

Важным направлением оптимизации судебной системы последних лет стала ее цифровизация. Внедрение систем видео-конференц-связи, электронной подачи документов через портал ГАС «Правосудие», формирование электронных дел - все эти меры направлены на повышение доступности правосудия для граждан, независимо от места их проживания.

Цифровизация способствует реализации правозащитной функции судов, поскольку сокращает временные и финансовые издержки на судебную защиту, делает правосудие более оперативным и прозрачным. Однако цифровая трансформация ставит и новые вопросы: обеспечение безопасности персональных данных, сохранение принципа непосредственности судебного разбирательства, преодоление цифрового неравенства среди населения.

Подводя итог анализу судебных преобразований, можно выделить следующие перспективы развития правозащитной функции российского правосудия:

1. Укрепление инстанционности как гарантии исправления судебных ошибок. Создание самостоятельных кассационных и апелляционных округов должно получить свое развитие в совершенствовании процедурных механизмов, обеспечивающих право на справедливое судебное разбирательство.

2. Развитие механизмов судебного контроля. Судебный контроль за действиями и решениями органов публичной власти, включая правоохранительные органы, должен оставаться эффективным средством защиты прав граждан. При этом важно сохранять баланс между судебным и прокурорским надзором, не допуская подмены одного другим [6].

3. Обеспечение правовой определенности. Важнейшей задачей остается достижение баланса между стабильностью судебных актов (принцип res judicata) и

возможностью их пересмотра в случае фундаментальных нарушений прав человека [7].

4. Развитие примирительных процедур. Альтернативные способы урегулирования споров (медиация, судебное примирение) должны стать полноценной частью правозащитного механизма, позволяя сторонам достигать взаимоприемлемых решений без длительных судебных тяжб.

Прокурорский надзор представляет собой осуществляемую от имени государства деятельность Генерального прокурора РФ и подчиненных ему прокуроров, призванную обеспечить точное и единообразное исполнение всех законов на территории страны путем выявления, своевременного устранения нарушений и привлечения виновных к ответственности [2]. В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации», прокуратура является единой федеральной централизованной системой органов, осуществляющих надзор за соблюдением Конституции РФ и исполнением законов, надзор за соблюдением прав и свобод человека и гражданина, а также уголовное преследование [10].

Особое значение прокурорский надзор приобретает в сфере правоохранительной деятельности, поскольку именно здесь наиболее остро сталкиваются интересы государства по обеспечению правопорядка и права конкретных граждан, чреватые рисками их необоснованного ограничения. Статья 52 Закона «О полиции» прямо делегирует прокурору право осуществлять надзор за законностью деятельности полиции [2].

Предмет надзора четко определен статьей 21 Федерального закона «О прокуратуре РФ»: это соблюдение Конституции РФ и исполнение законов федеральными органами исполнительной власти (включая органы внутренних дел), Следственным комитетом, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, органами военного управления, их должностными лицами, а также соответствие законам издаваемых ими правовых актов [4; 8].

Законодатель особо подчеркивает принципиальное требование: при осуществлении надзора органы прокуратуры не подменяют иные государственные органы [4; 6]. Это положение имеет важнейшее значение для понимания роли прокуратуры в системе правоохраны. Как неоднократно указывал Конституционный Суд РФ, данное требование подчеркивает вневедомственный, межотраслевой и координирующий характер прокурорского надзора как института, предназначенного для универсальной и эффективной защиты конституционно значимых ценностей [6].

Прокурорский надзор распространяется на те сферы, где действует специальный (ведомственный) контроль, но при этом не подменяет его, а занимает координирующее положение.

Закон предоставляет прокурору широкий круг полномочий, позволяющих оперативно реагировать на нарушения законности в деятельности органов внутренних дел. В соответствии со статьями 22, 23 Федерального закона «О прокуратуре РФ», прокурор вправе:

– посещать в любое время суток органы внутренних дел и их учреждения;

– знакомиться с документами, на основании которых граждане подвергнуты административному задержанию или заключению под стражу;

– проводить опрос задержанных и заключенных под стражу лиц, принимать и рассматривать их жалобы;

– освобождать своим постановлением лиц, незаконно подвергнутых административному задержанию на основании решений несудебных органов;

– опротестовывать противоречащие закону акты руководителей органов внутренних дел;

– вносить представления об устранении нарушений закона;

– объявлять должностным лицам предостережение о недопустимости нарушения закона;

– выносить мотивированные постановления о возбуждении производства об административных правонарушениях [2].

Особо значимым правозащитным полномочием является право прокурора освобождать лиц, незаконно подвергнутых административному задержанию. Учитывая, что полиция наделена правом административного задержания, прокурорский надзор выступает здесь оперативным механизмом восстановления прав граждан [2].

Основными формами реагирования прокурора на выявленные нарушения законности выступают протест, представление, постановление и предостережение.

Протест приносится на противоречащий закону правовой акт в орган или должностному лицу, которые его издали, и подлежит обязательному рассмотрению в десятидневный срок [2]. Прокурор также вправе обратиться в суд с требованием о признании такого акта недействительным.

Представление об устранении нарушений закона вносится в орган или должностному лицу, которые полномочны устранить допущенные нарушения. В

судебной практике сложился подход, согласно которому представление прокурора является обязательным к рассмотрению, а уклонение от его рассмотрения может быть обжаловано в судебном порядке [8].

Важной гарантией законности выступает также право граждан на обжалование действий (бездействия) сотрудников полиции прокурору. Статья 53 Закона «О полиции» закрепляет право гражданина, считающего, что действие либо бездействие сотрудника полиции привело к ущемлению его прав, обжаловать это действие вышестоящим органам, прокурору или в суд [2]. Институт обжалования выступает важным способом самозащиты гражданами своих прав и одновременно эффективным средством укрепления законности в деятельности полиции.

Анализ современной практики позволяет выделить ряд проблем в осуществлении прокурорского надзора за правоохранительной деятельностью.

Во-первых, сохраняется проблема «палочной» системы показателей, которая побуждает прокуроров подменять контролирующие органы, проводя проверки там, где следовало бы ограничиться координацией их деятельности [6]. Теория компенсаторной деятельности прокуратуры предполагает, что прокурор вправе проводить проверку лишь в случае неисполнения контролирующими органами своих обязанностей, однако на практике грань нередко стирается.

Во-вторых, требует совершенствования процедура прокурорской проверки. Федеральным законом «О прокуратуре РФ» детально регламентированы сроки проведения проверок (до 30 дней с возможностью продления до 60 дней), порядок их приостановления, расширения предмета и другие процедурные аспекты [4; 8]. Однако применение этих норм на практике порождает вопросы, требующие разъяснений и единообразного толкования.

В-третьих, актуальной остается проблема разграничения компетенции прокуратуры и иных контролирующих органов. Постановление Конституционного Суда РФ от 18.07.2024 № 39-П подчеркивает, что прокурорский надзор распространяется на те сферы, где действует специальный контроль, но без автоматического применения к нему подходов, разработанных для ведомственного контроля [6].

Перспективы развития прокурорского надзора как средства обеспечения законности правоохранительной деятельности связаны с:

– усилением координационной функции прокуратуры в системе

правоохранительных органов;

– цифровизацией надзорной деятельности, внедрением автоматизированных систем выявления нарушений;

– развитием механизмов взаимодействия с институтами гражданского общества и уполномоченными по правам человека;

– совершенствованием правового регулирования процедур прокурорского реагирования с учетом правовых позиций Конституционного Суда РФ.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что оптимизация судебной системы и развитие прокурорского надзора представляют собой две стороны единого процесса формирования эффективного механизма защиты прав человека в Российской Федерации.

Судебная реформа последних лет, включая создание самостоятельных кассационных округов и конституционное закрепление инстанционности правосудия, создала институциональные предпосылки для повышения качества судебной защиты. Правосудие все в большей степени приобретает свойства доступности, прозрачности и справедливости, что соответствует конституционному предназначению судебной власти.

В свою очередь, прокурорский надзор выступает необходимым дополнением судебной защиты, обеспечивая законность на стадии досудебного производства и в деятельности правоохранительных органов. Полномочия прокурора по надзору за исполнением законов, соответствием правовых актов требованиям законодательства, защите прав граждан в административном процессе создают систему сдержек, предотвращающих и оперативно устраняющих нарушения законности.

Важно подчеркнуть, что судебный контроль и прокурорский надзор не подменяют, а взаимодополняют друг друга. Как справедливо отмечается в литературе, прокурор не встает на место судьи, не подменяет собой судебный контроль, но при этом обеспечивает вневедомственный, межотраслевой надзор за законностью [6]. Граждане сохраняют право выбора способа защиты: обращение в суд, к прокурору или в вышестоящий орган.

Перспективы развития правозащитной функции государства в рассматриваемой сфере связаны с дальнейшим совершенствованием процессуального законодательства, укреплением гарантий независимости судей, развитием цифровых технологий в судопроизводстве и надзорной деятельности, а также с повышением координации

между различными элементами правоохранительной системы. Важнейшей задачей остается обеспечение такого баланса, при котором оптимизация и повышение эффективности работы государственных органов не приводили бы к ограничению прав граждан, а напротив, создавали бы надежные гарантии их реализации.

Список литературы:

1. Курпас М.В. Право на обжалование судебных решений - составной элемент конституционного права на судебную защиту (проблемы реализации, перспективы развития) // Конституционное и муниципальное право. 2020. № 12. С. 16–22.

2. Григорьева Н.В. Прокурорский надзор. М., 2005. С. 82. // Цит. по: Контроль за административной деятельностью органов внутренних дел (полиции) [Электронный ресурс].

3. Джагарян А.А. Исправленному верить? Субъективные заметки в связи с Заключением Конституционного Суда РФ от 16 марта 2020 г. № 1–3 // Конституционное и муниципальное право. 2020. № 8. С. 9–17.

4. Федеральный закон от 17.01.1992 № 2202-1 «О прокуратуре Российской Федерации» (ред. от 29.12.2025)

5. Малютин Н.С. Ограничение права на конституционно-судебную защиту в российской практике // Журнал Белорусского государственного университета. Право. 2023. № 3. С. 22–31.

6. Ергашев Е.Р., Сагаева А.К. Прокурорская проверка как средство выявления нарушения закона: проблемы теории и практики // Российский юридический журнал. 2025. № 2.

7. Недилько, Ю. В. Телеологический и смысловой аспекты толкования намерений законодателя / Ю. В. Недилько // Юридическая наука. – 2016. – № 1. – С. 23-28.

8. Недилько, Ю. В. Толкование правовых норм и его значение / Ю. В. Недилько // История государства и права. – 2011. – № 1. – С. 30-32.

9. Алимпеев Д.Р. Конституционная жалоба как средство защиты прав человека: анализ российского опыта: Выпускная квалификационная работа. НИУ ВШЭ, 2023.

10. Федеральный закон от 17.01.1992 № 2202-1 «О прокуратуре Российской Федерации» (ред. от 01.07.2020) // Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ.

УДК 347.61

Дудченко А.В.,
к.ю.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Гетьман М.С.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Тритчикова К.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

БРАЧНЫЙ ДОГОВОР КАК ИНСТРУМЕНТ ЗАЩИТЫ ПРАВ И ПОВЫШЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ В СЕМЕЙНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

A MARRIAGE CONTRACT AS A TOOL FOR PROTECTING RIGHTS AND INCREASING LEGAL STABILITY IN FAMILY RELATIONS

Аннотация: Брачный договор - это договор, составленный между супругами о том, как будет делиться совместно нажитое имущество, не только в случае развода, но и во время брака. Он применяется в случае: раздельного режима собственности, а также когда возникают споры.

Не тайна, что направленность в социальной сфере России берет за основу поддержание ячейки общества, то есть семьи. В настоящее время появляется все больше и больше программ направленных на поддержание семей и развитие браков, надеясь, что общество укрепиться.

Появление такого правого института, как брачный договор, имеет направленность на поддержание семейных отношений. В России существует явная и всем известная предвзятость по отношению к брачному договору. Значительная часть семейных пар не хочет воспользоваться возможностью официально пересмотреть юридический статус имущества, приобретаемого ими в браке. Большая поддержка государства не дает возможности абсолютно не задумываться об экономической составляющей своего будущего.

Брачные договоры приобретают все большую популярность в условиях современной экономической ситуации и изменения семейных ценностей. Поправки в законодательстве и защита финансового состояния членов семьи государством делают данную тему важной для обсуждения, поскольку брачные договоры оставляют

отпечаток на семейных отношениях и демографической ситуации в стране.

Abstract: A prenuptial agreement is a contract between spouses that outlines how their jointly acquired property will be divided, not only in the event of divorce, but also during their marriage. It is applicable in cases of separate property regimes and disputes.

It is no secret that Russia's social policy focuses on supporting the family unit. Currently, there are more and more programs aimed at promoting families and strengthening marriages, with the hope of strengthening society as a whole.

The emergence of such a legal institution as a prenuptial agreement is aimed at maintaining family relations. In Russia, there is a clear and well-known prejudice against prenuptial agreements. A significant number of married couples do not want to take advantage of the opportunity to officially review the legal status of the property they acquire during their marriage. The strong support of the government does not allow them to ignore the economic aspects of their future.

Prenuptial agreements are becoming increasingly popular in the current economic climate and changing family values. Amendments to the law and the government's protection of family finances make this topic important for discussion, as prenuptial agreements have a significant impact on family relationships and the country's demographic situation.

Ключевые слова: брачный договор, брак, семья, супруги, доверие, имущество, конфликты.

Keywords: prenuptial agreement, marriage, family, spouses, trust, property, conflicts.

Институт брачного договора, закрепленный в главе 8 Семейного кодекса Российской Федерации (далее – СК РФ), является относительно новым для российской правовой системы. Его введение в 1996 году ознаменовало переход от императивного регулирования имущественных отношений супругов к диспозитивному, основанному на принципе свободы договора, что соответствует общим тенденциям развития частного права. Как справедливо отмечает А.М. Нечаева, брачный договор воплощает в себе «частноправовые начала в семейном праве», позволяя супругам самостоятельно определять свои имущественные права и обязанности [1, с. 89].

Негатив, вызываемый брачным договором, подразумевает, что в будущей перспективе партнеры разойдутся, а также данный документ говорит, что в данном браке нет любви доверительных отношений. Хотя юридический смысл данного договора говорит совершенно об обратном.

По данным ФПН в 2023 году в России было оформлено 119,4 тыс. брачных

договоров, что на 11% больше, чем в 2022 году. С каждым годом эта тенденция набирает обороты.

Брачный договор может регулировать разные моменты, возьмем за пример ответственность по долгам. Допустим, один из супругов взял кредит, но он его перестал выплачивать, поэтому кредиторы имеют полное право забрать, допустим, машину одного из супругов.

Чтобы исключить такую проблему, как раз и был создан брачный договор, в котором можно прописать все необходимые пункты. При ситуации с заемщиком, если существует брачный договор, то он должен обязательно уведомить об этом кредитора.

По умолчанию, в соответствии со ст. 33 СК РФ, на имущество супругов распространяется режим совместной собственности (законный режим). Он предполагает равенство долей супругов независимо от уровня их доходов (ст. 34, 39 СК РФ). Однако данный режим может оказаться негибким и не учитывающим реальный вклад или особенности положения каждого из супругов (например, ведение домашнего хозяйства и воспитание детей).

Брачный договор (ст. 40 СК РФ) позволяет установить договорный режим собственности, отступив от начала равенства долей. В соответствии со ст. 42 СК РФ, супруги вправе изменить режим совместной собственности, установить режим долевой или раздельной собственности, как на все имущество, так и на отдельные его виды, определить порядок несения семейных расходов и т.д.

Как подчеркивает Л.М. Пчелинцева, именно в возможности индивидуализации регулирования в соответствии с потребностями конкретной семьи заключается основное преимущество и ценность брачного договора [2, с. 145].

Брачный договор, как институт частного (семейного) права, не существует в правовом вакууме. Его реализация, содержание и пределы действия напрямую обусловлены и ограничены системой конституционных гарантий, которые задают рамки для любого гражданского оборота и семейных отношений. Соотношение этих двух элементов - конституционных основ и договорной свободы супругов - образует центральную правовую коллизию, требующую анализа [3, с. 44].

Данные статистики говорят о том, что россияне стали более ответственно подходить к вопросам создания семьи, помня не только об эмоциональной составляющей, но и о законных правах и обязанностях супругов. Если раньше брачный договор воспринимался как верный признак брака по расчету, то сегодня все большее

число граждан видят в нем эффективный инструмент, способный помочь в решении имущественных вопросов в семье и предотвратить многие споры».

При регистрации брака брачный договор вступает в силу сразу, а если люди уже состоят в браке, то документ начинает действовать с момента удостоверения его у нотариуса. Составление документа у нотариуса предоставляет законность и гарантию в случае разрыва брака, также проконтролирует соблюдение всех пунктов, прописанных в договоре.

Не редкость, когда бывший из супругов пытается оспорить пункты брачного договора. Но это не просто, так как документ имеет нотариальную силу, поэтому наделен высшей доказательной силой. Госдума запланировала проект, который не позволяет аргументу «условия контракта поставили супруга в районе неблагоприятное положение» позволить оспорить брачный договор.

Восприятие брачных договоров в России неоднозначно, оно формируется под влиянием социальных и культурных факторов. Издавна брак считается чем-то священным и вовсе не сопоставимым с финансами и юридическим аспектом, а заключение брачного договора вызывало сомнения в доверии между супругами. Но в последние несколько лет отношение постепенно меняется. Финансовая грамотность населения, а также осведомленность в правовом аспекте способствуют тому, что все большее количество пар задумываются над заключением брачного договора. В их глазах он выступает защитой интересов супругов [4, с. 145].

Социологические опросы показывают, что молодежь более лояльно относится к данной практике, считая, что такие соглашения способны предотвратить конфликты и быть всегда уверенным в возможных последствиях.

Не смотря на это, значительная часть российского общества всё ещё считает брачные договоры показателем недоверия или предвестником развода. Сохранение консервативных ценностей и отрицание новшеств замедляют распространение практики заключения данных договоров.

Таблица 1.

Причины заключения брачного договора

Причина заключения брачного договора	**% от всех опрошенных**
1	2
Защита личных и финансовых интересов / Гарантия безопасности / обезопасить себя, детей, свое имущество / страховка / защита	22
Для честного и справедливого раздела имущества	10

Продолжение таблицы 1.

1	2
Дефицит доверия / неуверенность в партнере / Недоверие / не верят друг другу	10
Упрощение процедуры раздела имущества / Избежание споров при разделе имущества / развестись без ругани и судов	10
Боязнь потерять свое имущество, финансы / чтобы не остаться ни с чем после развода	8
Извлечение выгоды / Из-за выгоды / алчность / корыстные цели	5
Для сохранения имущества, которое было до брака	4
Нет уверенности в человеке, в отношениях / думают о разводе в будущем / не любят друг друга	4
Удобно / заранее известны все условия	4
Укрепление отношений / Для надежности / долгой счастливой жизни / хороших отношений / доверия	3
Избежать мошенничества / обмана	3
Другое / Заключают те, у кого есть что делить / богатые	3
Другое	3
Защита имущественных прав	2
Чтобы не делить имущество при разводе	2
Испорчены семейные ценности / материальные блага выше / отношения стали меркантильными	2
Брак по расчету	2
Для стабильности / уверенности в завтрашнем дне	2
Затрудняюсь ответить	-

Таблица 2.

Опрос на базе статистических данных Росстата за 2024 год: «стали бы вы заключать брачный договор или нет?»

	Все опрошенные	**Мужской**	**Женский**	**18-24 года**	**25-34 года**	**35-44 года**	**45-59 лет**	**60 лет и старше**
Скорее да	34	26	40	52	33	29	34	32
Скорее нет	58	66	52	42	62	63	58	57
Затрудняюсь ответить	8	8	8	8	6	5	8	8

Судя по проведенным опросам, 34% россиян считают нужным заключение брачного договора, при этом более половины опрошенных (58%) ответили отказом, а еще 8% затруднились с ответом. Удивительно, но возрастной группой, наиболее интересующейся практикой заключения брачного договора, явилась молодежь в возрасте 18-24 лет. Также, интересным фактом оказалось то, что женщины проявляют большее желание закрепить договоренность о разделении имущества после заключения брака. Имеет значение и семейное положение в данном вопросе, поскольку граждане, находящиеся в браке, чувствуют надобность в брачном договоре намного меньше, чем лица, не состоящие в отношениях, и разведенные. И наконец, фактором, влияющим на решение по данному вопросу, является восприятие его эффективности, так как среди тех, кто уверен в результативности брачного договора, желающих его заключить –

51%, а среди представителей противоположного мнения – 8%.

Таким образом, отношение российского общества к брачным договорам находится в стадии перехода от скептицизма к лояльному восприятию, что показывает изменения социального климата [5, с. 78].

Что касается западных стран, в США, Великобритании, Германии, Канаде и в других странах брачные договоры являются распространенной стандартной практикой. В частности это касается состоятельных граждан, которые четко регулируют свои имущественные права и обязательства в браке, так как заключение брачного договора позволяет заранее определить порядок раздела имущества при разводе, а также денежные обязательства друг перед другом.

В большинстве западных стран брачные договоры признаются и защищаются, поскольку благодаря ним возможно не только защитить имущество, но и урегулировать вопрос алиментов, долгов и так далее. Судя по статистическим данным, наличие договора существенно снижает риск возникновения конфликта на почве имущественных разногласий супругов.

На Западе брачные договоры показывают зрелость и рациональность подхода к семейной жизни. Считается, что это не признак недоверия, а средство финансовой безопасности и способ избежать сложностей в будущем. Общество на Западе воспринимает данный договор как стандартную юридическую процедуру. Часто обсуждение заключения брачного договора является частью подготовки к браку, особенно если предвещаются крупные имущественные вопросы [6, с. 33].

Таким образом, отношение к брачному договору в России и западных странах имеет различия, так как российское общество придерживается радикального уклада, в котором подобная практика является отступлением от традиционных норм, а на Западе это считается абсолютно обычной, разумной и полезной мерой защиты интересов обеих сторон в браке.

Ключевым фактором дезинтеграции семей являются экономические факторы, так как в нынешнем капиталистическом обществе очень важны благосостояние и стабильность. Одной из наиболее явных причин распада семей является экономическая нестабильность, которая приводит к постоянному стрессу, который вынуждает супругов искать пути к улучшению собственного материального положения. Также это вызывает конфликты и напряженные отношения внутри семьи, что способствует ее ослаблению, а в итоге- распаду.

Большим вызовом также стали ипотечные обязательства. Молодые семьи берут кредиты и ипотеки для приобретения собственного жилья, что накладывает на них тяжелое бремя финансовых обязательств. Рост долговых обязательств отрицательно влияет на молодую российскую семью.

Из этого вытекает и проблема рождаемости в Российской Федерации. Молодежь отказывается от ценностей их родителей, связанных с их семьей и детьми, отдавая предпочтения карьере и личным достижениям. Существуют прогнозы, сделанные экономистами, которые сводятся к тому, что кредитная зависимость россиян будет увеличиваться, а сумма просроченной за должности увеличиваться.

Остро эта проблема ощущается в случае разведенных женщин, которые постоянно сталкиваются с низкой оплатой труда в России. Помимо себя им нужно обеспечить ребенка/детей, что накладывает еще большие финансовые заботы. Из-за нехватки времени женщины не могут позволить себе повышение квалификации или получение дополнительного образования, что приводит к зависимости от государства или бывших супругов. Это вызывает разочарование в ценности семейных отношений, что приводит к отказу от создания семьи [7, с. 14].

Получается, экономическая нестабильность, низкая оплата труда и ипотечное рабство являются взаимосвязанными и дезинтегрируют семейный институт. Понимание этих проблем позволяет проанализировать сложившиеся ситуации и дать толчок для разработки программ, направленных на поддержку семейного института.

В процессе обсуждения финансовых вопросов брачного договора, будущие супруги должны честно их обсудить. Это обсуждение помогает укрепить доверие. Присутствие договоренности снижает тревожность, помогает развеять неопределенность при разводе, это способствует ощущению у партнёров защищенности и спокойствия.

Договор помогает поддерживать гармонию отношений - наличие договоренности по разделу имущества, которое обеспечивает экономность эмоциональных ресурсов. Брачный контракт отстаивает личные границы супругов, что способствует их уважению, поэтому это хорошо сказывается на эмоциональной близости.

Однако брачный договор может и отрицательно сказаться на будущих супругов, так как некоторые люди считают брачный договор сигналом недоверия. В обсуждении условий брачного договора задействуется холодный расчет и прагматичность, которые

могут снизить романтическую близость. Если брачный договор считается негативным не только у пары, но и их семей, то может усилиться отрицательное давление.

Брачный договор способен оказать как положительное, так и отрицательное влияние на стабильность семейных отношений. Многие пары заключают договор из тех соображений, что благодаря ему можно сгладить или избежать конфликтов при разводе, создав оговоренные заранее условия для обеих сторон и понимание того, как будут регулироваться семейные отношения. Это позволяет супругам быть максимально уверенными и спокойными в браке, особенно для тех, кто владеет крупным капиталом.

Помимо юридических аспектов необходимо отметить и социальные. Брачный договор способен укрепить семейные отношения благодаря равному распределению ответственности в семье, при условии учета интересов обоих. Также, брачный договор заранее определяет распределение имущества, что важно для защиты интересов детей от предыдущего брака.

Отрицательное влияние так же имеет место быть. Брачный договор может поспособствовать снижению эмоциональной близости партнеров, поскольку чрезмерный фокус на финансовых и юридических аспектах приводит к охлаждению чувств супругов. Создается почва недоверия в глазах партнеров, отказ от детей (например, если один из супругов теряет возможность получать значительный доход после рождения ребенка). К тому же споры в момент бракоразводного процесса могут не быть предотвращены на 100% благодаря брачному договору, следовательно, они могут продолжаться и далее. А если вдруг договор будет составлен несправедливо по отношению к одному из сторон, то это может вызвать чувство дискриминации и негативно сказаться на стабильности морального состояния [8, с. 145].

Говоря о влиянии популярности практики заключения брачных договоров на демографию нашей страны, необходимо отметить, что скорее оно отрицательно, чем положительно. Самое очевидное последствие заключения брачного договора – это увеличение вероятности развода. Если договор составлен так, что развод становится «выгодным» и «неизбежным» для супругов, то обычно брак расторгается. Это приводит к увеличению числа неполных семей, что в свою очередь влияет на демографию. Брачный договор способен стать причиной снижения среднего числа детей в семье или к откладыванию их рождения. Такое может произойти, если он рассматривается как способ минимизировать финансовые риски, связанные с детьми (например, расходы на их содержание).

При этом положительные стороны брачного договора по отношению к демографии так же имеют место быть, но только при условии, что он отвечает требованиям обоих супругов и не ущемляет никого в правах, а также, корректно юридически оформлен.

Таким образом, брачный договор, будучи правильно составленным и соответствующим требованиям закона, способствует не «охлаждению» семейных отношений, а, напротив, созданию прочной, защищенной и прогнозируемой правовой основы для развития семьи, что в конечном итоге соответствует целям и принципам, заложенным в ст. 1 и 7 СК РФ – укреплению семьи, построению семейных отношений на чувствах взаимной любви и уважения, а также на приоритете защиты прав и интересов несовершеннолетних и нетрудоспособных членов семьи.

Список литературы:

1. Нечаева, А.М. Семейное право: актуальные проблемы теории и практики / А.М. Нечаева. - М.: Юрайт, 2022. - 337 с. - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/487689

2. Пчелинцева, Л.М. Семейное право России: Учебник для вузов / Л.М. Пчелинцева. - 9-е изд., перераб. и доп. - М.: Норма, 2023. - 288 с. - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/538527

3. Колкарева И.Н. Конституционные гарантии института семьи //В сборнике: Российская Федерация: на пути к социальному государству. Сборник материалов заседания «Круглого стола». 2014. С. 44-49.

4. Антокольская, М.В. Семейное право: Учебник / М.В. Антокольская. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Норма, 2021. - 432 с. - Режим доступа: https://urait.ru/bcode/469988

5. Залесский, В.В. Брачный договор (контракт): теория и практика / В.В. Залесский // Закон. - 2022. - № 5. - С. 78–85. - Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/brachnyy-dogovor-kontrakt-teoriya-i-praktika

6. Константинова, Н. А. Сравнительный анализ брачного договора в Российской Федерации и в зарубежный странах / Н. А. Константинова, А. А. Молчанова // СОВРЕМЕННАЯ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ и ИННОВАЦИИ : сборник статей XVIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 марта 2019 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 33-35. – EDN VXGIUQ.

7. Васюков, С. Н. Капитализм и разрушение семейных традиций в России XXI века / С. Н. Васюков, В. С. Васюкова, А. А. Васюкова // Гуманитарные исследования в цифровую эпоху: вызовы и трансформации : Сборник научных статей. – Москва : ООО «СТК-Пресс», 2025. – С. 12-17. – EDN PKWWEP.

8. Максимович, Л.Б. Брачный договор в российском праве / Л.Б. Максимович. - М.: Ось-89, 2021. - 192 с. - Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44667789

УДК 659.148

Козловская С.А.,
д.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Лопатина И.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ СТРИМИНГА: РОССИЯ И КИТАЙ

CURRENT TRENDS IN STREAMING COMMERCIALIZATION: RUSSIA AND CHINA

Аннотация: В современных условиях развития цифровых технологий и роста онлайн-торговли появляются новые форматы онлайн-продаж, такие как стриминг (live-commerce). Цель исследования заключается в анализе и выявлении актуальных тенденций в области коммерциализации прямых трансляций.

Abstract: In the current context of digital technology development and the growth of online commerce, new formats of online sales, such as streaming (live-commerce), are emerging. The purpose of this study is to analyze and identify current trends in the commercialization of live streaming.

Ключевые слова: Онлайн-торговля, коммерческий стриминг, live-commerce, цифровизация, Китай, Россия.

Keywords: Online shopping, commercial streaming, live-commerce, digitalization, China, Russia.

В современных условиях наблюдается резкое развитие электронной коммерции (eCommerce), которая включает в себя различные способы и метода продаж товаров и услуг через сеть Интернет, различные маркетплейсы, сайты и другие онлайн платформы.

ECommerce представляет собой интернет-торговлю, в рамках которой происходит процесс приобретения товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователей вне зависимости от способа оплаты и получения заказа.

В Российской Федерации за 2024 год было оформлено 6,8 млрд заказов, что составило на 45% больше, чем за предыдущий год, а средний чек составил 1650 рублей, что на 4% ниже, чем в 2023 году. Так общий объём рынка составил 11,2 трлн рублей,

что на 39% выше по сравнению с 2023 годом. По прогнозам на 2025-2026 гг. ожидается увеличение количества заказов на 25% до 8,5 млрд рублей. А средний чек сохранится на уровне 2024 года, за счёт тенденции в сторону мелких, но частых покупок.

Проанализируем структуру населения и интернет-пользователей по возрастному диапазону за 2024 год (рис.1).

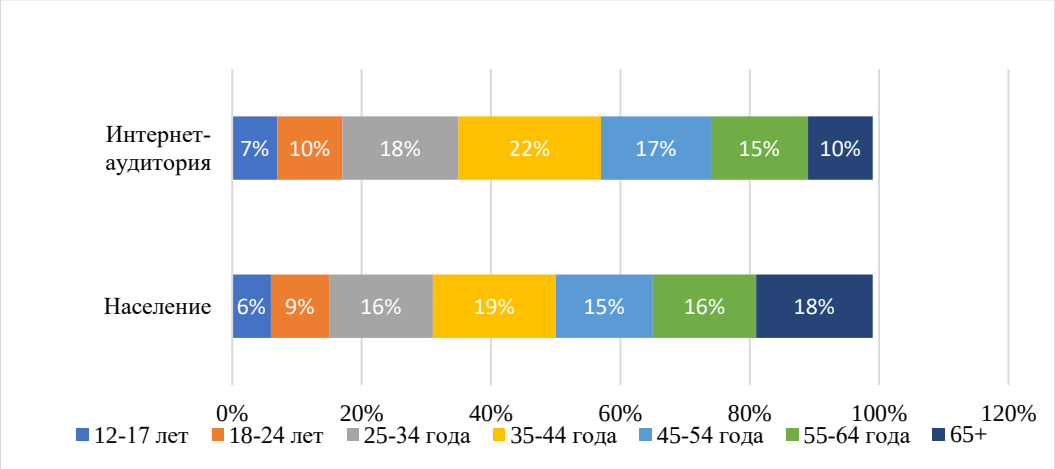


Рис 1. Структура населения и интернет-аудитории по возрастной характеристике в России за 2024 г.

Таким образом, основу интернет-пользователей составляют люди в возрасте 35-44 года (22%) и 25-34 года (18%), а также увеличивается количество людей возраста 45-54 года (17%), которые активно осваивают функции интернет-сети для покупки товаров. Люди в возрасте от 18 до 24 лет составляют лишь 10% всех интернет-аудитории в России.

По данным экспертов, ежемесячная аудитория интернета в России в 2024 году составила 103 млн человек, старше 12 лет, или 85% всего населения.

За 2024 год можно выделить топ категорий среди онлайн-активностей. На рисунке 2 представлены данные долей категорий в процентах от суммарного времени, проведённого в интернете в России за 2024 г.

Данные позволяют сделать вывод, что соцсети являются самыми активно и часто используемыми в качестве онлайн-активности по сравнению с другими. Они объединяют 21% всех интернет-пользователей в России. Вторыми по значимости идут видео и мессенджеры по 19% и 18% соответственно. А сфера eCommerce концентрирует всего лишь 5% всех интернет-пользователей.

Среднее время на пользователя eCommerce в день составило 25 минут. По

данным экспертов, около 80% россиян старше 12 лет посещают eCommerce ресурсы хотя бы раз в месяц.

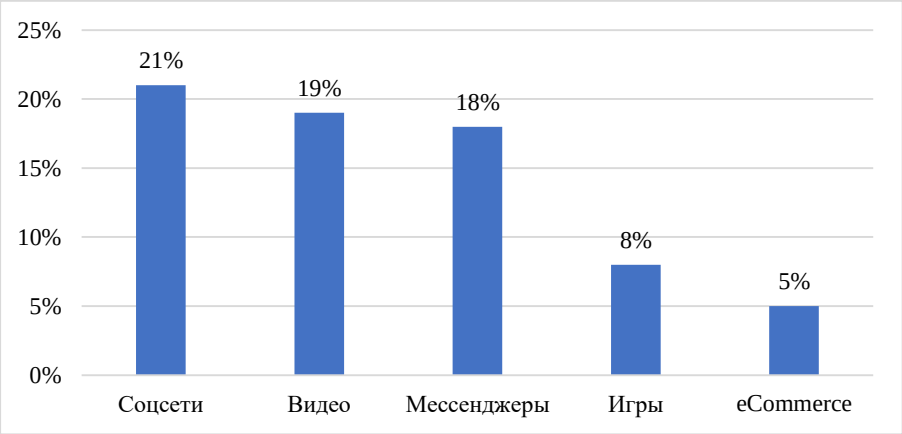


Рис 2. Топ категорий среди онлайн-активностей в России за 2024 год (%)

На рисунке 3 представлены данные об общем времени на eCommerce в день по возрастной характеристике (в минутах) за 2024 год.

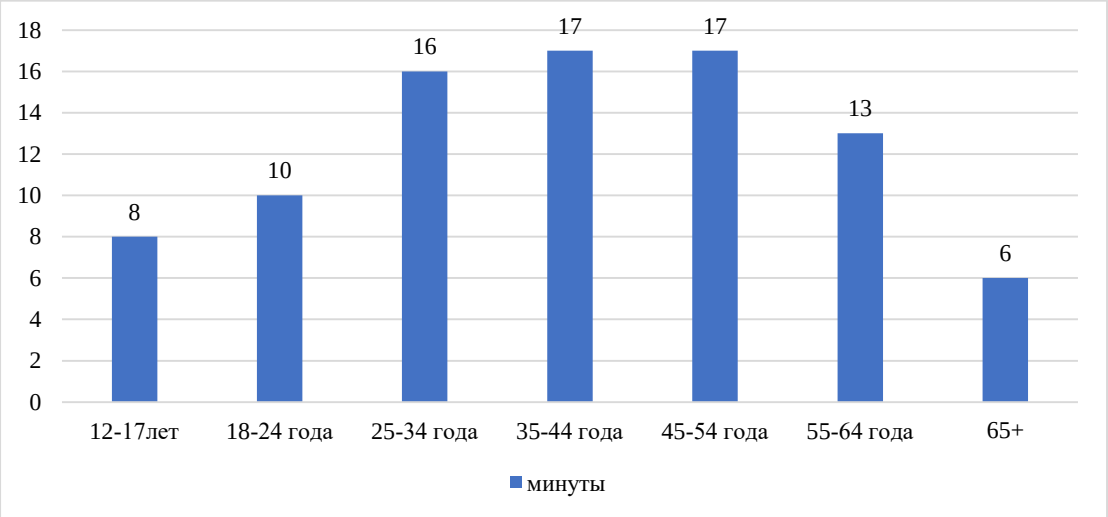


Рис 3. Среднестатистическое время на пользователя eCommerce в день в России, минут

Исходя из данных, представленных на рисунке 3, можно сделать вывод, что наиболее активными и вовлечёнными покупателями являются люди в возрасте от 25 до 34 лет (16 мин./день) и от 35 до 44 лет (17 мин./день). Чуть менее вовлечёнными, но также активными пользователями являются люди от 45 до 54 лет, в среднем затрачивая по 17 минут в день на покупку товаров и услуг через eCommerce.

На рисунке 4 представлена динамика рынка eCommerce в России за 2024 год.

За рассматриваемый период наблюдались небольшие колебания на рынке eCommerce. С января по март был зафиксирован уверенный рост, однако, достигнув значения 900 млрд рублей, до июня значение чуть снизилось и держалось на уровне 950 млрд рублей. С августа 2024 года наблюдается стремительный рост значения и уже к концу 2024 года он достиг уровня в 1200 млрд рублей.

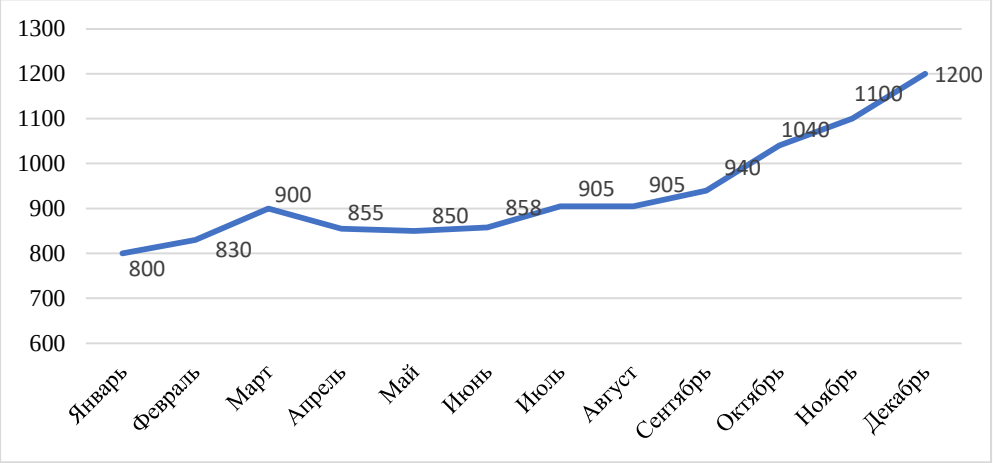


Рис 4. Динамика рынка eCommerce по месяцам в России за 2024 год, млрд руб.

Проанализируем основные товарные категории в объёме рынка eCommerce за 2024 год.

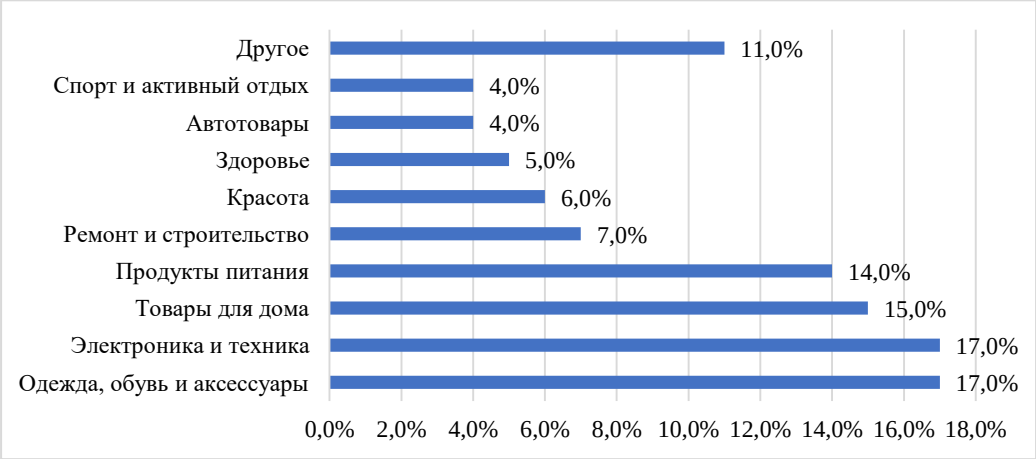


Рис 5. Товарные категории в годовом объёме рынка eCommerce в России за 2024 год, %.

За 2024 год самыми популярными категориями стали «Одежда, обувь и аксессуары» и «Электроника и техника», доли которых составив по 17% в общем объёме. Следующими по частоте покупки стали товары для дома и продукты питания,

составив 15% и 14% соответственно.

Стоит отметить, что основу eCommerce составляют маркетплейсы. Данные платформы получили такую распространённость за счёт своей удобной модели предложения товаров и услуг, а также доступности, быстроте обработки заказов и обратной связи.

На рисунках 6 и 7 представлены данные о структуре рынка по количеству заказов и объёму продаж в сфере eCommerce на начало 2025 г. соответственно.



Рис 6. Структура рынка по количеству заказов в России на начало 2025 г., %.

Стоит отметить, что в другие универсальные маркетплейсы входят Яндекс Маркет, Мегамаркет, Магнит Маркет и т.д.

Таким образом, анализ структуры рынка eCommerce показывает, что лидирующие положения и по количеству заказов, и по объёму продаж на рынке занимают Wildberries и Ozon, а также другие маркетплейсы в совокупности.

В современном мире большую популярность набирают продажи в режиме live-трансляций.

E-commerce зачастую сталкивается с ключевой проблемой низкой конверсией аудитории интернет-магазинов, т.е. низким показателем, отражающего процент посетителей сайта, совершивших по итогу целевое действие, например, покупку, подписку, регистрацию и другое.

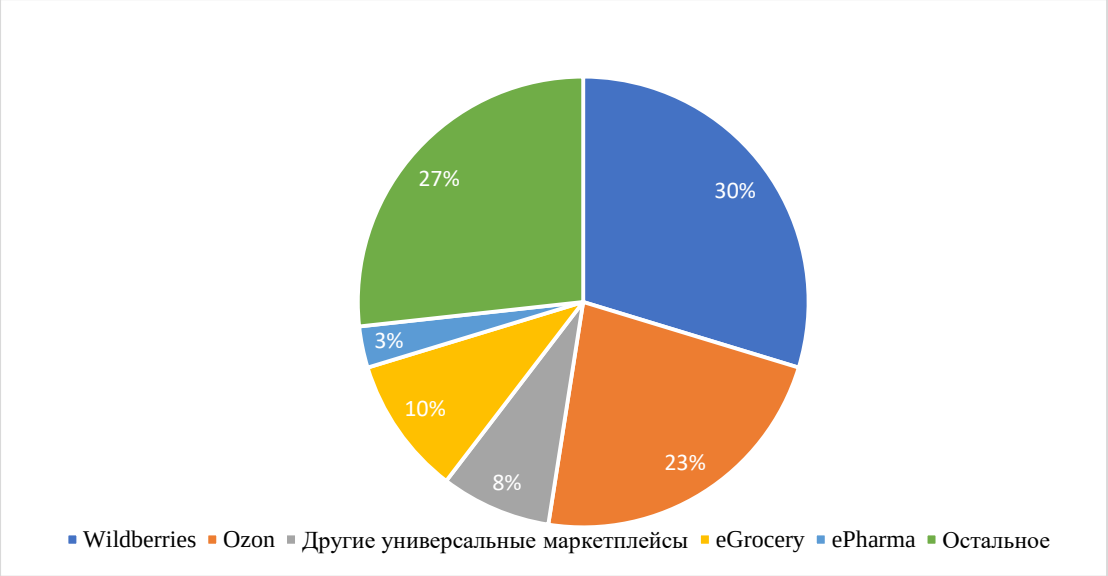


Рис 7. Структура рынка по объёму продаж в России на начало 2025 г., млрд. руб.

В среднем интернет-магазины конвертируют в покупателей всего лишь 2% всех посетителей сайтов. Однако благодаря новому формату продаж как Live commerce значительно увеличивается вовлечённость посетителей сайта к демонстрируемому товару, что повышает показатель конверсии аудитории. Этот показатель в процессе стрима может быть на 20-30% выше, чем при обычном посещении сайта.

Live-commerce представляет собой интерактивный формат торговли в Интернете, где определённый блогер, селебрити или представитель конкретного бренда выступает как ведущий и в режиме реального времени представляет товары, демонстрирует их функционал, взаимодействует со зрителями, отвечая на их вопросы. В процессе стрима зрители в один клик оформляют заказ товара, не покидая при этом трансляцию. В результате таких live-трансляций осуществляется мгновенная покупка рекламируемого товара.

В российской практике уже есть опыт стриминга крупных ритейлеров России, которые достигли успеха в сфере live-commerce:

1. «Спортмастер». Компания начала создавать видеоконтент ещё в 2011 году, однако значительный результат появился лишь к 2020 году. Бренд запустил серию тренировок на YouTube, созданных совместно с его партнёрами. Он провёл пробную прямую трансляцию в сентябре 2021 года. За последние 2 года компания организовала около 106 онлайн-трансляций, где испытывала игровые механики и рандомайзеры. Суммарно эти трансляции привлекли 4,5 млн зрителей. На сегодняшний день бренд перенёс стримы на собственную платформу. Благодаря выходу в прямые эфиры

компания смогла увеличить свои продажи на 30%. А средний чек во время live-commerce в 2 раза превышает показатель онлайн-трансляций с геймификацией и в 3 раза выше, чем на прямых эфирах с мерчантами. Анализ показал, что зрители трансляций в 2 раза чаще покупают товары.

2. «М.Видео-Эльдорадо». В 2023 году компания провела 55 стримов с 20 блогерами и собрала свыше 100 млн просмотров. Прямые эфиры были посвящены обзорам различных товаров, презентаций новых брендов. Ярким примером успешного проведения стрима может послужить онлайн-трансляция спецпроекта «Тайный техноклуб», ведущим которого был известный блогер Wylsacom. Во время эфира он рассказывал о частоте обновления экрана и собрал на стриме 5,6 млн зрителей. Продемонстрированные товары на стриме выросли в продаже более чем на 160%. Количество продаж телевизоров выросло на 40%, а также привлекло новых покупателей и подписчиках в соцсетях.

3. «Золотое яблоко». Компания организует интерактивные прямые трансляции, предварительно публикуя расписание в своих соцсетях. В ходе стрима ведущие презентуют товары, которые зрители могут просмотреть, добавить в корзину и сразу оформить заказ. На платформе «ЗЯ» можно просматривать записи со стримов, что увеличивает привлекаемую аудиторию. Стоит отметить, что около 80% всей выручки бренда приносит именно мобильный трафик, он в три раза превышает количество посетителей сайта.

4. Lamoda. Бренд внедрил стримы в свою платформу-LamodaTV, где приглашённые инфлюенсеры и блогеры делятся своими лайфхаками и историями, проводят розыгрыши, вещают о трендах и новых направлениях моды. В среднем компания собирает аудиторию в 1 млн зрителей. Процент выкупа товаров вырос на 1,2%.

К основным преимуществам продаж life-commerce относят:

1. Непосредственное взаимодействие с потребителем. В отличие от продаж через сайты или приложения, life-commerce позволяет установить стримеру контакт с аудиторией, отвечая на возникшие вопросы, имея возможность более подробно рассказать о рекламируемом продукте, тем самым повышая лояльность покупателей.

2. life-commerce способствует увеличению продаж. За счёт ограниченных акций, скидок и промокодов на предлагаемые товары у зрителей формируется привычка «импульсивных покупок». Зрители зачастую добавляют товары в корзину, не покидая

саму трансляцию.

3. life-commerce выступает как самый эффективный и современный способ продвижения и реализации товаров и услуг.

4. life-commerce способствует не только продвижению отдельного продукта, но и повышению доверия и лояльности к бренду в общем. Это достигается за счёт личного контакта аудитории с ведущим (стримером, блогером и т.д.), что создаёт эмоциональную связь между ними.

Проанализируем индустрию eCommerce в Китае. Важное значение имеет анализ динамики онлайн продаж в целом.

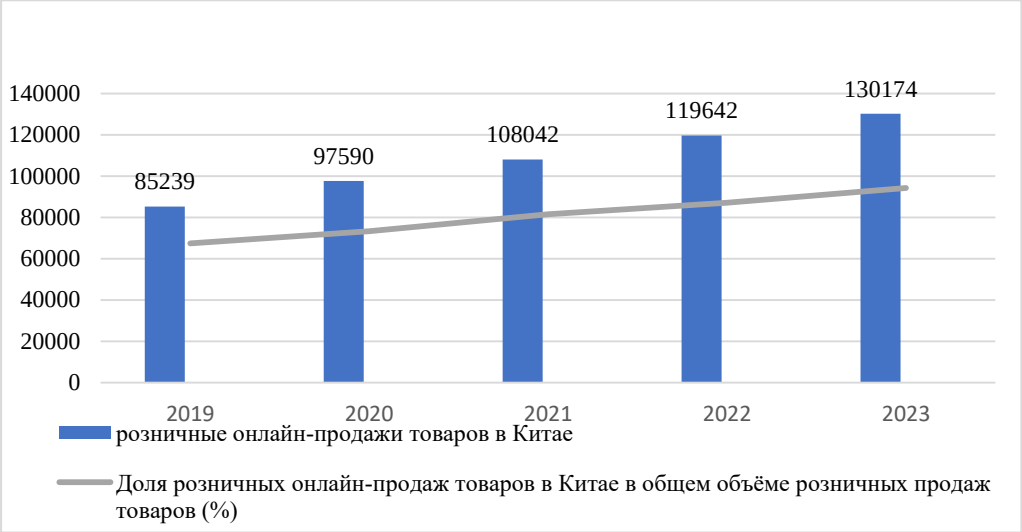


Рис 8. Динамика розничных онлайн-продаж в Китае и их доля в совокупном объёме розничных продаж товаров за 2019-2023 гг., млн. юаней.

Из представленных данных следует, что за исследуемый период 2019-2023 гг. розничные онлайн-продажи выросли более чем в 1,5 раза, при этом доля онлайн-сегмента в розничных продажах выросла с 20,9% до 27,6%, что указывает на положительную динамику развития eCommerce.

За последние 5 лет онлайн торговля набирает свои обороты в основном благодаря поведению китайских потребителей, которые стали более внимательны в вопросе потребления и всё больше отдают предпочтение в сторону онлайн-каналов покупки товаров и услуг. Это в свою очередь способствует активному развитию электронной коммерции и появлению новых способов реализации продукции.

В 2024 году, по данным маркетингового агентства ChoZan, объём продаж через интернет превысили свыше 5 триллионов долларов. А продажи во время прямых

эфиров составили около 242 миллиардов долларов. При просмотре life-commerce покупки совершает каждый четвёртый зритель.

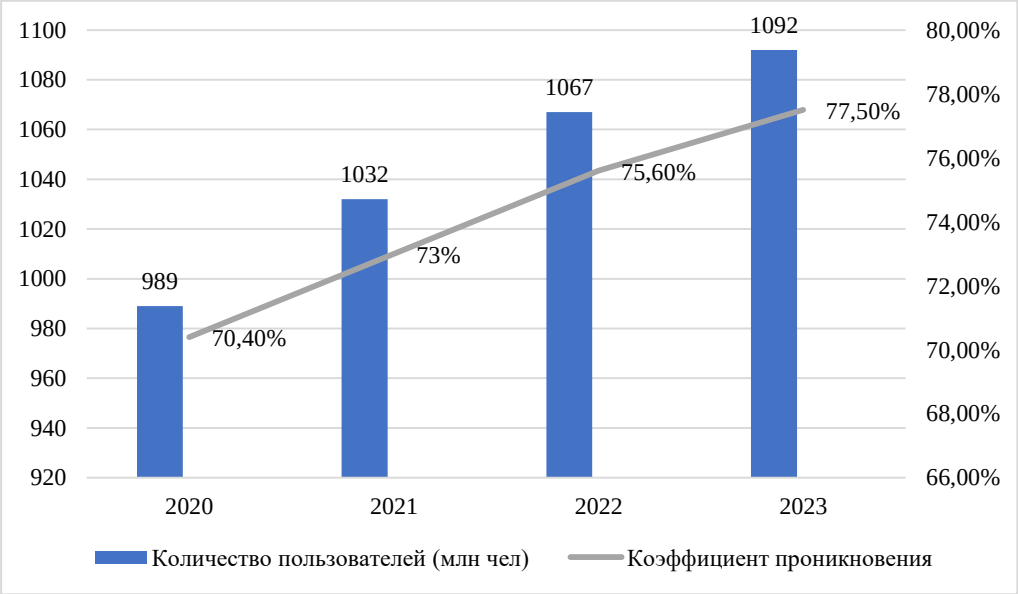


Рис 9. Динамика роста числа интернет-пользователей в Китае за 2020-2023 гг.

Согласно статистическим данным, в 2020 году насчитывалось 989 млн пользователей, что составляло лишь 70,4% китайцев, которые постоянно пользовались Интернетом, а уже к концу 2023 года было зафиксировано 1092 млн человек, являющихся постоянными пользователями сети Интернет, что составило около 77,5% от общего населения страны.

Такие впечатляющие цифры оборота в сфере eCommerce были достигнуты за счёт большого онлайн-трафика, который связан с протекающими процессами цифровизации китайской экономики и постоянным увеличением количества интернет-пользователей в Китае.

Стоит и проанализировать динамику количества человек в Китае, которые не просто пользовались ресурсами Интернет, но и совершали покупки и приобретали услуги с помощью электронной коммерции.

Анализ динамики количества онлайн-покупателей в Китае позволяет выявить тенденцию активного роста числа покупателей в Интернете. С 2019 по 2023 год их количество выросло практически в 1,5 раза, достигнув 915 млн человек, что составило 83,8% от общего числа интернет-пользователей в Китае.

Развитие eCommerce в Китае в основном протекает на таких китайских площадках как TaoBao (Tmall), Pinduoduo, JD, WeChat, Douyin и Kuaishou.

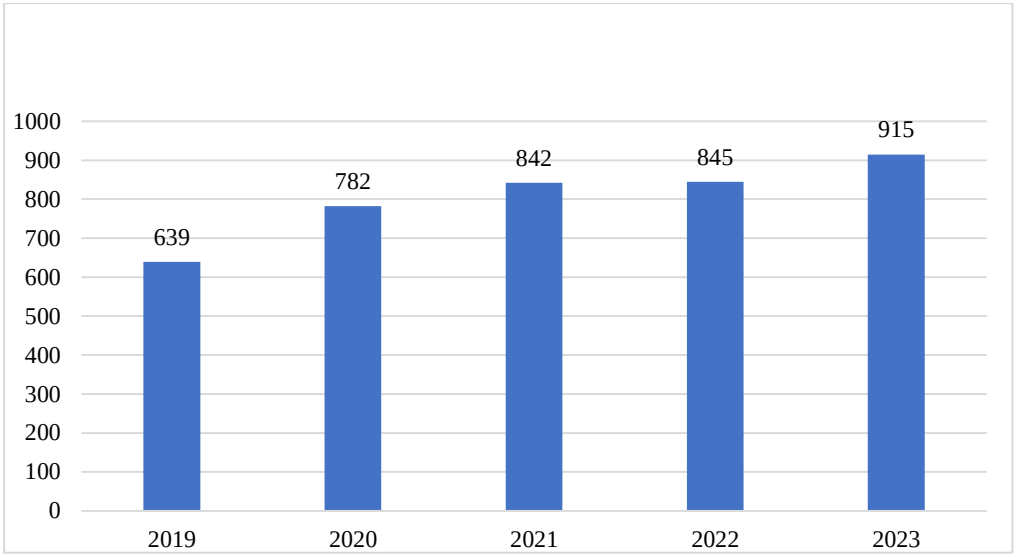


Рис 10. Динамика количества онлайн-покупателей в Китае за 2019-2023 гг., млн. чел.

На рисунке представлены данные площадки по числу ежемесячных активных пользователей.

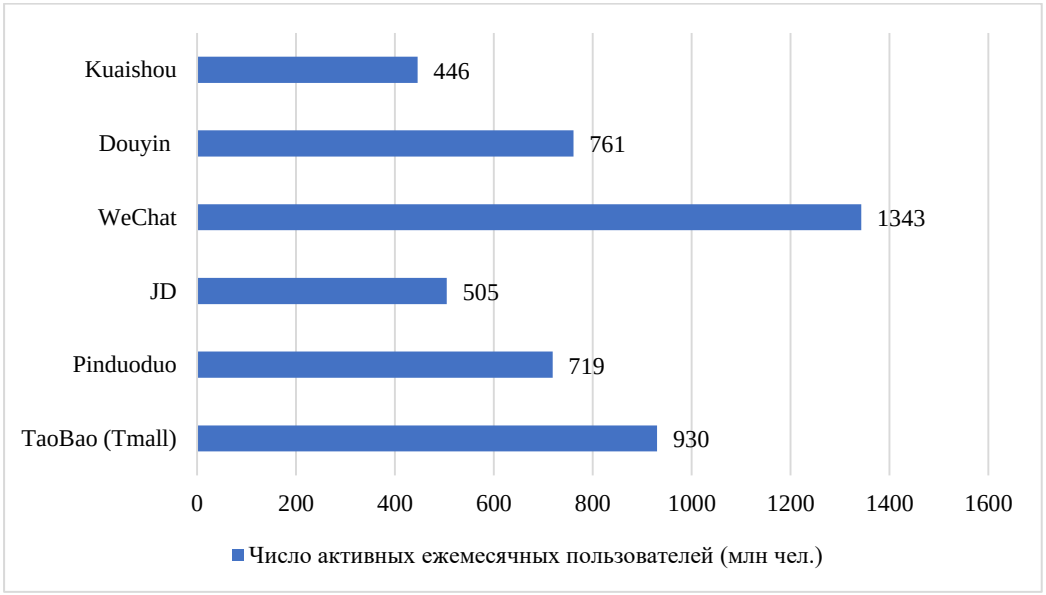


Рис 11. Число активных ежемесячных пользователей крупнейших площадок в Китае за 2023 г., млн чел.

Основные результаты анализа числа пользователей, отражённые в диаграмме, сводятся к выводу, что лидирующую позицию на рынке занимает WeChat, собравший на своей платформе около 1343 млн пользователей. Также наиболее популярными площадками являются TaoBao (Tmall) и Douyin, которые развивают собственные стратегии для улучшения электронной коммерции. Pinduoduo постепенно набирает

популярность благодаря уникальному механизму крупных скидок для пользователей при участии в групповых покупках.

Лидером по привлечению аудитории остаётся интернет-магазин TaoBao - практически 80% всех стримов Китая. Также была разработана целая торговая площадка для розничной продажи товаров TaoBao Live для онлайн-стриминга и обработки заказов, интегрированная непосредственно в TaoBao.

Хорошим драйвером для развития eCommerce в Китае стали live-commerce. В Китае life-commerce, как новый способ рекламирования и мгновенной продажи различных товаров, начал набирать популярность ещё во времена пандемии COVID-19. Именно необходимость социального дистанцирования и ограничения на офлайн-шоппинг послужили причинами развития life-commerce.

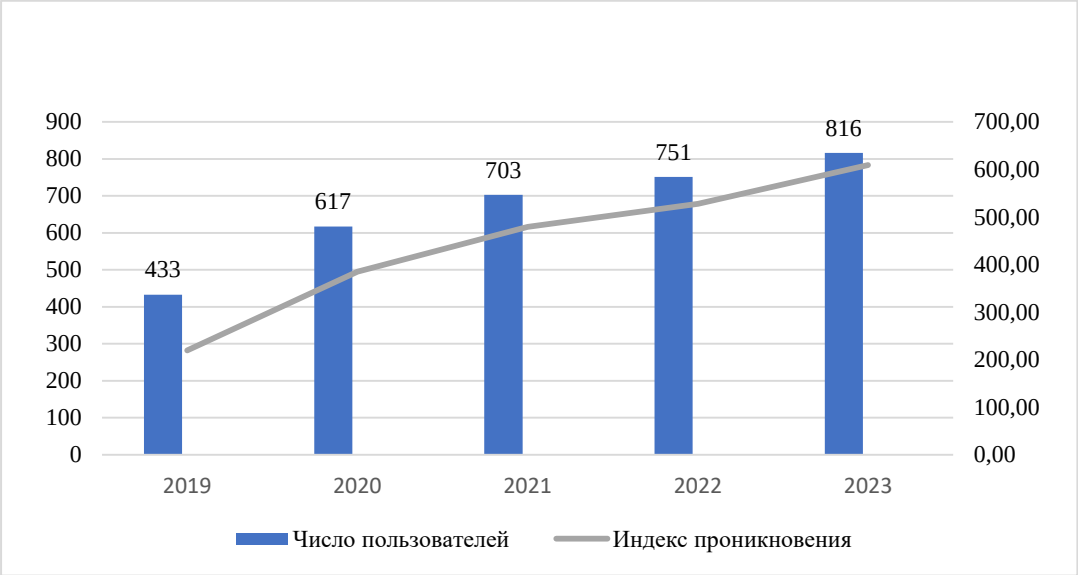


Рис 12. Динамика пользователей live-commerce в Китае за 2019-2023 гг., млн чел.

Из данных, представленных на рисунке 12, можно сделать вывод об устойчивом росте числа пользователей live-commerce. Если в 2019 году всего 433 млн. человек делали покупки в процессе просмотра онлайн-трансляции, то к 2023 году этот показатель увеличился в 1,8 раза– 816 млн. пользователей. Что свидетельствует об активном развитии онлайн-продаж через прямые трансляции.

В Китае ввели даже отдельный термин для блогеров-инфлюенсеров, которые демонстрируют разные товары и продают их с помощью стримов – «ванхун». Как правило, они осуществляют продажу либо с собственных аккаунтов в соцсетях, работая

непосредственно со своей целевой аудиторией, либо на специальных платформах.

Принцип продаж товаров через стримы заключается в том, что стримеры рассказывают о каком-то конкретном товаре, как они пользовались им, выделяют характерные преимущества и недостатки этого товара. Зачастую сами бренды и рекламодатели обращаются к известным блогерам, звёздам и стримерам для продвижения своего продукта на рынке и быстрой его реализации за счёт популярности и личного авторитета блогера у его аудитории.

В Китае были зафиксированы рекордные значения по продажам товаров и услуг через life-commerce.

В 2018 году Остин Ли Цзяци продал 15000 помад за 5 минут, победив в соревновании с основателем Alibaba. А в 2021 году Остин Ли Цзяци за 12-часовой стрим на платформе Taobao продал товаров на 1,7 млрд долларов. Прямая трансляция набрала около 250 млн просмотров и даже привела к сбоям в работе самой платформы.

Следующим примером может послужить Viya. В 2019 году во время прямой трансляции она рекламировала продукты новозеландских брендов. В итоге её аудитория скупила 120 тысяч банок мёда на сумму 3,4 миллиона долларов, 125 тысяч банок сухого молока на сумму 2,5 млн долларов и одеяло из шерсти альпака на сумму 1 млн долларов.

Также она продала 15 тысяч флаконов духов Ким Кардашьян в течение нескольких минут после прямой трансляции. В среднем она проводит 4-часовой стрим, на котором тестирует около 30-40 продуктов. В мае 2023 года китайский блогер ДаньДань провела революционный стрим на Красной площади

К основным причинам такой популярности продаж через стримы в Китае можно отнести:

Во-первых, Китай является крупнейшим информационным центром с развитой сетью. Развитая цифровая среда во всех секторах экономики способствует повышению использования различных маркетплейсов и покупок в интернете всеми слоями населения, даже людьми в пенсионном возрасте.

Во-вторых, формат прямых трансляций очень интересен для зрителей, ведь там помимо рекламирования какого-либо продукта, стример может рассказать что-то из личной жизни, поделится советами и лайфхаками, которыми он лично пользуется и многое другое. Блогеры на прямых трансляциях не стремятся активно навязать покупку определённого товара зрителям, а, наоборот, они пытаются сделать рекламу

определённого продукта «незаметной». Так у зрителей возникает доверие к блогеру, и они не считывают рассказ о продукте как рекламу. Благодаря таким новых подходам и способам предоставления информации прямые эфиры привлекают внимание огромного количества зрителей.

Стоит отметить, что блогеры ответственно готовятся к стримам. Они дорожат доверием своей аудитории и именно поэтому внимательно изучают продукт, который будут рекламировать, заранее лично пользуются им и зачастую отказываются предлагать откровенно некачественный товар. Следовательно, зрители не сомневаются, что их любимые блогеры, звёзды или инфлюенсеры действительно сами являются активными пользователями рекламируемого продукта.

В-третьих, во многом такой ажиотаж продаж через стримы обусловлен менталитетом населения Китая. Возможность общаться в чатах онлайн-трансляций среди огромного количества комментариев с людьми из разных точек планеты создаёт атмосферу постоянного движения и активной жизни, что там нравится китайскому народу.

Итак, к основным драйверам и точкам развития life-commerce можно отнести:

1. Достаточный уровень технического оснащения. Прямые трансляции должны быть детально проработаны, начиная от профессиональной команды и заканчивая хорошим освещением, стабильным подключением во время стрима.

2. Правильны подбор («выращивание») собственного инфлюенсеров. Важно, чтобы выбранный стример умел работать с аудиторией, грамотно преподносить информацию о продукте. Репутация стримера также является важным критерием, ведь зачастую у покупателей рекламируемый продукт ассоциируется с определённым инфлюенсерм.

3. Развитие взаимоотношений с отечественными и иностранными брендами. Благодаря тесной коммуникации с известными брендами продавцы привлекают широкую аудиторию к своему продукту, что увеличивает его узнаваемость, повышая продажи.

За счёт развития life-commerce начинается процесс формирования новых привычек у покупателей. Происходит постепенный уход от прямых и активных продаж до доверительного просмотра и близкого и честного контакта с инфлюенсером, ведущего стрим.

Таким образом, исследование наглядно демонстрирует значительную разницу в

уровне развития и коммерциализации стриминга между Россией и Китаем. Live-commerce в Китае выделяется массовостью и зрелостью, она занимает около четверти рынка от всего eCommerce. Отличается своей высокой интеграцией услуг, огромным трафиком аудитории и рекордными значениями онлайн-продаж. Во многом это связано с высоким уровнем цифровизации секторов экономики в Китае в целом, а также культурными особенностями данной страны.

В России live-commerce находится лишь на стадии развития, ведь его доля на рынке составляет менее 1%, а интеграция услуг только формируется. Однако крупные российские ритейлеры проявляют активный интерес к развитию и внедрению онлайн-продаж через прямые эфиры, что способствует развитию eCommerce в России.

Так live-commerce является перспективным направлением для дальнейшего развития электронной коммерции как в России, так и в Китае.

Список литературы:

1. Елеева И.З., Прохода М.И. Ключевые факторы успеха бизнес-проекта. В сборнике: Развитие финансового рынка и предпринимательских структур в современных условиях. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, проводимой в рамках Всемирной недели предпринимательства. Волгоград, 2022. С. 162-166.

2. Козловская С.А., Магомедмирзоев И.А. Управление жизненным циклом информации (ILM). В сборнике: VI Международная межвузовская научно-практическая конференция преподавателей и студентов «Современные тенденции и проблемы науки в развитии цифровых и инновационных технологий». Сборник научных трудов преподавателей. 2022. С. 266-272.

3. Козловская С.А. Влияние конкуренции на эффективность экономики. В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов. сборник статей X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 113-116.

4. Live-commerce: как продажи через стримы меняют диджитал-маркетинг в России – Режим доступа: https://www.sostav.ru/publication/live-commerce-77812.html

5. Специфика прямых трансляций на Taobao и Douyin – Режим доступа: https://mates-china.com/blog/tabao-i-douin-prodaji/

6. Стрим в Китае и России – режим доступа: https://www.probeautyspace.com/post/_EKNzUj8

7. Тенденции развития e-commerce в Китае – Режим доступа: https://www.sostav.ru/blogs/276002/48734?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru

8. Цифровая торговля России – Режим доступа: https://wtcmoscow.ru/company/news/7133/

УДК 338.46

Козловская С.А.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Раевский К.Э.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

СОВРЕМЕННЫЕ ИНДИКАТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕАТРОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

CONTEMPORARY INDICATORS OF THEATRE COMPETITIVENESS IN THE DIGITAL ECONOMY: A COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

Аннотация: Развитие цифровой экономики приводит к изменению механизмов функционирования театров и трансформации факторов их конкурентоспособности, смещая акцент с традиционных показателей деятельности на цифровые каналы взаимодействия со зрителем. В работе анализируются современные индикаторы конкурентоспособности театров в цифровой среде, включая онлайн-билетирование, платформизацию спроса, цифровую репутацию и цифровую дистрибуцию культурного продукта, на основе сопоставления российского и зарубежного опыта. Показано, что цифровая трансформация театров проявляется прежде всего в институционализации цифровых каналов продаж и коммуникаций, а также во включении цифровых показателей в систему управленческих и экономических решений. Сделан вывод о возрастании роли цифровых индикаторов как ключевого инструмента оценки конкурентоспособности театров в условиях современной экономики.

Abstract: The development of the digital economy is changing the way theaters operate and transforming their competitiveness factors, shifting the emphasis from traditional performance indicators to digital channels of interaction with audiences. This paper analyzes modern indicators of theater competitiveness in the digital environment, including online ticketing, demand platformization, digital reputation, and digital distribution of cultural products, based on a comparison of Russian and international experience. It is shown that the digital transformation of theaters is primarily manifested in the institutionalization of digital sales and communications channels, as well as the incorporation of digital indicators into management and economic decision-making. It is concluded that digital indicators are

increasingly playing a key role in assessing theater competitiveness in the modern economy.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровая репутация, цифровая трансформация культуры, конкурентоспособность театров, онлайн-билетирование, российская практика.

Keywords: digital economy, digital reputation, digital transformation of culture, online ticketing, Russian practice, theater competitiveness.

В последнее время цифровизация оказывает значительное воздействие на различные аспекты социокультурной жизни, включая сферу театра, что в свою очередь требует пересмотра существующих подходов к оценке конкурентоспособности театральных учреждений. Цифровые технологий меняют каналы взаимодействия с аудиторией, способы распространения культурных продуктов и методы формирования зрительского опыта.

Согласно современным исследованиям, экономика, основанная на цифровых вычислительных технологиях, цифровых платформах и информационных системах, обеспечивающих новые формы взаимодействия между организациями и потребителями, называется цифровой. Театры, действующие в условиях цифровой экономики, сталкиваются с необходимостью включения цифровых индикаторов в систему оценки своей конкурентоспособности, выходя за пределы традиционных показателей, таких как посещаемость и выручка от билетов.

Конкурентоспособность театров сегодня определяется не только их традиционным художественным потенциалом и финансовыми результатами, но и умением использовать цифровые каналы для расширения доступа к своему продукту и увеличения вовлечения аудитории. В отличие от прежних подходов, которые опирались преимущественно на количественные показатели работы в зале, современные индикаторы значительно шире и включают активацию цифровых платформ, рост онлайн-продаж билетов, репутацию в интернете, цифровой опыт пользователей, а также способность театров создавать гибридные форматы взаимодействия со зрителями. Европейские исследования показывают, что в эпоху цифровизации продажи билетов через цифровые каналы театров выросли многократно: в некоторых европейских театрах цифровые продажи увеличились на 772 % в период 2019–2021 гг., при этом спектр задач, решаемых цифровыми ролями, вырос более чем на 286 %. Это свидетельствует о переходе театральных организаций от чисто стационарных моделей функционирования к гибридным моделям, в которых цифровой компонент становится

значимым элементом конкурентной стратегии.

Формирование системы современных индикаторов конкурентоспособности театров в контексте цифровой экономики предполагает включение нескольких измерений.

Первым из таких измерений является цифровая доступность продукта и удобство цифровых каналов взаимодействия со зрителем: например, наличие мобильных приложений, онлайн-платформ для покупки билетов и доступ к цифровым архивам.

Второй важный измеритель – репутация в цифровом пространстве: рейтинги, отзывы в социальных сетях и агрегаторах, аналитика пользовательских оценок.

Третий – цифровые продукты театра, такие как стриминги, записи спектаклей, виртуальные экскурсии, участие в фестивалях цифрового театра, что расширяет традиционные границы зрительского пространства и создает дополнительные источники дохода.

Эти измерения дополняют друг друга, формируя комплексную систему конкурентоспособности в условиях цифровых трансформаций.

Цифровая трансформация театров в России и за рубежом проявляется не столько в динамике общей посещаемости, сколько в изменении механизмов формирования спроса, продажи и потребления культурного продукта: зритель все чаще входит в театр через цифровую витрину, а конкурентоспособность организаций культуры начинает зависеть от качества цифровых каналов, данных об аудитории и способности театра управлять цифровой репутацией.

В российском контексте прямым индикатором платформизации культурного потребления выступает рост онлайн-билетирования и концентрация транзакций на крупных цифровых сервисах.

Таблица 1.

Динамика платформизации билетных продаж в России на примере «Яндекс Афиши», 2022-2024гг.

Показатель	2022г.	2023г.	2024г.	Темп прироста, %	
				2023г. к 2022г.	2024г. к 2022г.
Реализовано билетов, млн. шт.	10,29	17,60	21,40	71,04	107,97
Прямые продажи, млрд. руб.	8,37	18,50	28,70	121,03	242,89
Продажи у партнеров, млрд. руб.	3,96	6,70	9,00	69,19	127,27
Средний чек (прямые), руб.	813,00	1 051,00	1 341,00	29,27	64,94
Средний чек (партнеры), руб.	385,00	381,00	421,00	-1,04	9,35

Источник: *ТАСС, InterMedia, расчеты автора.*

Данные таблицы 1 фиксируют ускоренную платформизацию билетного рынка в России в 2022-2024 гг. Количество реализованных билетов через «Яндекс Афишу» увеличилось с 10,29 до 21,40 млн. шт. Денежные показатели растут опережающими темпами, так прямые продажи за период увеличились с 8,37 до 28,70 млрд. руб., при темпе прироста 242,89 %, а продажи у партнеров с 3,96 до 9,00 млрд. руб. Одновременно усиливается монетизация прямого канала, поскольку средний чек по прямым продажам вырос с 813 до 1 341 руб., а прирост 2024 г. к 2022 г. достиг 64,94%. В результате цифровые витрины и платформенная инфраструктура начинают выступать не только каналом дистрибуции, но и самостоятельным фактором конкурентоспособности, влияющим на формирование спроса через алгоритмическую видимость, скорость и удобство покупки, а также качество сервиса.

Так, по данным «Яндекс Афиши», за первое полугодие 2025 года сервис реализовал 13 млн. билетов (+37% к аналогичному периоду 2024 года), а прямые продажи достигли 20 млрд. руб. (+86% год к году), при этом продажи на партнерских площадках выросли до 5,6 млрд. руб. Эти показатели важны методологически: они фиксируют не «интерес к театру» в целом, а именно перенос конкурентной борьбы в цифровую среду, где решающими становятся видимость события в рекомендациях, скорость покупки, надежность сервиса, работа поддержки и прозрачность правил.

Еще один измеримый признак цифровой трансформации в России связан с институциональным закреплением цифровых контуров продаж и контроля доступа: в Москве с 1 декабря 2024 года запущен пилотный проект, в рамках которого билеты на часть культурных мероприятий приобретаются по новым правилам через mos.ru и официальные сайты учреждений-участников с использованием идентификации покупателя.

В терминах конкурентоспособности это означает, что «доступность продукта» начинает зависеть от цифровых процедур, а театр вынужден конкурировать не только репертуаром и ценой, но и удобством цифрового сценария покупки, скоростью подтверждения, понятностью возвратов и качеством коммуникации. Дополнительно новые правила ограничивают спекулятивную перепродажу и усиливают роль официальных цифровых каналов, что делает контроль билетного потока и управление цифровой воронкой продаж частью конкурентной стратегии учреждений культуры.

Зарубежный опыт показывает более высокую степень управленческой «оцифрованности» конкурентоспособности: цифровые продукты и цифровая

дистрибуция фиксируются в отчетности как самостоятельные направления, позволяя измерять вклад цифрового компонента в экономику театра. Количественные параметры цифровой трансформации особенно наглядно проявляются в практике зарубежных театров, где цифровые каналы не только институционализированы, но и системно измеряются.

Так, согласно годовому отчету National Theatre в Великобритании за 2023/2024 финансовый год, совокупный охват цифровых продуктов театра (NT Live, NT at Home и онлайн-архивы) превысил 12 млн. просмотров, тогда как физическая посещаемость театра за тот же период составила около 1,1 млн. зрителей, что указывает на более чем десятикратное превышение цифрового охвата над офлайн-аудиторией. При этом доходы направления NT Live & Digital составили 10,5 млн. фунтов Стерлинга, формируя около 16–18 % собственных коммерческих доходов театра, что позволяет рассматривать цифровую дистрибуцию как устойчивый элемент конкурентной модели, а не вспомогательный канал.

Таблица 2.

Динамика цифровых доходов крупнейших театров Великобритании и США, 2022-2024гг.

Показатель	2022г.	2023г.	2024г.	Темп прироста, %	
				2023г. к 2022г.	2024г. к 2022г.
National Theatre (Великобритания)					
Операционная выручка, млн. долл. США	23,18	50,87	86,72	119,46	274,12
Цифровая выручка, млн. долл. США	8,51	11,57	13,41	35,96	57,58
Доля цифровой выручки, %	36,71	22,74	15,46	-38,05	-57,88
Metropolitan Opera (США)					
Операционная выручка, млн. долл. США	314,68	332,81	332,35	5,76	5,62
Цифровая выручка, млн. долл. США	15,93	16,86	17,03	5,84	6,91
Доля цифровой выручки, %	5,06	5,07	5,12	0,07	1,22

Источник: *National Theatre Annual Report 2023–24, Metropolitan Opera Consolidated Financial Statement 2023–2024, расчеты автора.*

Данные таблицы 2 отражают различия в структурной роли цифровых доходов в 2022-2024 гг. Для National Theatre характерен опережающий рост операционной выручки (2024 г. к 2022 г. +274,12%) при более умеренной динамике цифровой выручки (+57,58%), что приводит к снижению доли цифрового направления с 36,71% до 15,46% и указывает на расширение общей доходной базы при сохранении положительной, но менее интенсивной цифровой монетизации. Для Metropolitan Opera динамика более стабильна: операционная выручка за период выросла на 5,62%, цифровая на 6,91%, а

доля цифровой выручки удерживается около 5%, что позволяет трактовать digital как устойчивый, но сопутствующий элемент финансовой модели конкурентоспособности.

Аналогичные тенденции фиксируются в США: в отчетности Metropolitan Opera за 2024 финансовый год указано, что трансляции в кинотеатрах в рамках проекта The Met: Live in HD проводились более чем на 2 000 площадках в 70+ странах, а совокупная аудитория цифровых и кинотрансляций превысила 3 млн. зрителей в год, при медиа-доходах свыше 17 млн долл. США. Эти данные принципиально важны для анализа конкурентоспособности, поскольку показывают, что цифровые форматы позволяют театрам масштабировать спрос вне физической инфраструктуры и конкурировать на глобальном рынке культурных продуктов, где ключевыми факторами становятся цифровая дистрибуция, данные о зрительском поведении и способность монетизировать нематериальный культурный контент.

Сопоставление российской и зарубежной практики позволяет выделить принципиальное различие в механизмах доказательства цифровой трансформации. В России наиболее очевидные и доступные для анализа индикаторы связаны с рынком онлайн-билетирования и платформенной инфраструктурой (рост цифровых продаж, транзакционная концентрация на крупных сервисах, институционализация цифровой идентификации билета), то есть с переносом части конкурентного взаимодействия в цифровую воронку продажи. В зарубежных кейсах цифровая трансформация, как правило, дополнительно проявляется через финансовую структуризацию digital-направлений в отчетности театра и через устойчивые метрики цифровой дистрибуции, позволяющие сопоставлять театры по степени монетизации цифрового охвата, а не только по кассовым показателям сценического репертуара. Таким образом, для корректной оценки конкурентоспособности театра в цифровой экономике центральными становятся показатели, фиксирующие цифровую инфраструктуру спроса: доля и динамика онлайн-продаж, зависимость от платформенных витрин, качество цифрового клиентского опыта, а также наличие у театра цифровых продуктов и практик их экономической интеграции.

Несмотря на очевидные преимущества цифровизации, оценка конкурентоспособности театров в цифровой экономике сталкивается с рядом методологических и институциональных ограничений. Одной из ключевых проблем является фрагментарность и неоднородность данных: в российской практике цифровые показатели деятельности театров, такие как доля онлайн-продаж, конверсия цифровых

каналов, показатели пользовательского пути или метрики цифровой репутации, как правило, не раскрываются в публичной отчетности и используются преимущественно для внутреннего управления. Это существенно ограничивает возможности сопоставительного анализа между организациями и снижает прозрачность конкурентной среды. Дополнительным ограничением выступает зависимость театров от внешних цифровых платформ и агрегаторов билетов, которые фактически контролируют доступ к аудитории и алгоритмы рекомендаций. В условиях платформизации культурного потребления конкурентоспособность театра определяется не только качеством художественного продукта, но и его позицией в цифровой экосистеме, правила которой задаются технологическими посредниками. Это создает риск смещения конкурентной борьбы из сферы художественного и управленческого качества в сферу алгоритмической видимости и маркетинговых бюджетов.

В зарубежной практике к этим ограничениям добавляются вопросы экономической устойчивости цифровых форматов. Хотя цифровая дистрибуция позволяет существенно расширить охват аудитории, финансовые отчеты крупнейших театров показывают, что цифровые направления требуют значительных первоначальных и текущих инвестиций. Например, в отчетности Metropolitan Opera за 2024 финансовый год медиа-расходы превышали 24 млн. долл. США, что сопоставимо с доходами от цифровых продуктов, а в отдельных периодах превосходило их. Это указывает на то, что цифровая конкурентоспособность не всегда тождественна краткосрочной прибыльности и должна рассматриваться в более широкой логике стратегического развития, репутационного капитала и долгосрочного удержания аудитории. Аналогичные выводы содержатся в аналитических материалах European Theatre Convention, где подчеркивается, что цифровые проекты в театральной сфере чаще выполняют функцию расширения культурного охвата и сбора данных о зрителях, чем немедленного роста финансовых показателей.

Перспективы развития конкурентоспособности театров в условиях цифровой экономики связаны с дальнейшей институционализацией цифровых индикаторов и их интеграцией в систему стратегического управления. В ближайшие годы можно ожидать значительного увеличения роли аналитики данных, включая исследование цифровых траекторий потребления, сегментацию целевой аудитории и создание персональных предложений. Для российских театров особенно важным станет развитие собственных цифровых каналов и повышение прозрачности процессов, что поможет снизить

зависимость от сторонних агрегаторов и укрепить контроль над взаимоотношениями с зрителями. В то же время растёт роль гибридных форматов, которые объединяют традиционные офлайн-мероприятия с цифровыми платформами, расширяя возможности театрального рынка.

Таким образом, конкурентоспособность театров в условиях цифровой экономики определяется сочетанием художественного мастерства, эффективного управления и развитой цифровой инфраструктуры. Опыт многих театров показывает, что цифровая трансформация затрагивает не только каналы продажи билетов и коммуникации с аудиторией, но и саму логику конкуренции в культурной сфере. Театры, способные эффективно использовать цифровые показатели, такие как спрос, репутация и дистрибуция, получают явные конкурентные преимущества. В этом ключе цифровые индикаторы становятся не дополнительным, а основным инструментом для оценки конкурентоспособности театральных организаций в современных экономических условиях.

Список литературы:

1. Козловская С.А. ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОНОМИКИ. В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов. сборник статей X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 113-116.

2. Максимова Э.С., Марташевский Д.Д. ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ. В сборнике: Наука, технологии и инновации: стратегии развития в современном мире. сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, 2024. С. 180-185.

3. Марьина Л. П., Кочергина Е. С. Новые горизонты цифрового театрального дискурса: журналистика о театре в пространстве инновационных технологий // Managing of Culture. – 2025. – № 01. – С. 29–36. – URL: https://managing-culture.eaca.ru/files/203/de7c602dc625082b719b624f2462e484/Managing_of_Culture_2025_01_04_Maryina_L_P_Kochergina_E_S_29_36.pdf (дата обращения: 03.12.2025).

4. Османов А.М., Трубникова Л.В. ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КОММУНИКАЦИЙ И СОТРУДНИЧЕСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ. В сборнике: Перспективы формирования конкурентоспособной научной модели

Российской Федерации. сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Уфа, 2024. С. 27-33.

5. Падалко П. Цифровизация культуры: что изменилось на рынке билетов // РБК. – 28.08.2025. – URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/674737869a79470d4f38d7c6 (дата обращения: 10.12.2025).

6. Ушкарев А. А. Цифровизация театра: осмысление феномена // Художественная культура. – 2023. – № 2 (45). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-teatra-osmyslenie-fenomena (дата обращения: 01.12.2025).

7. Яндекс Афиша: прямые продажи билетов выросли на 86 % // CNews. – 06.08.2025. – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2025-08-06_yandeks_afisha_pryamye_prodazhi (дата обращения: 06.12.2025).

8. Яндекс подвел финансовые итоги года [Электронный ресурс] // InterMedia. 20.02.2025. URL: https://www.intermedia.ru/news/393320 (дата обращения: 14.12.2025).

9. Яндекс удвоил выручку сегмента «Плюс и развлекательные сервисы» в 2023 году [Электронный ресурс] // ТАСС. 15.02.2024. URL: https://tass.ru/ekonomika/19996773 (дата обращения: 18.12.2025).

10. Digital Theatre – Casebook and Resources // European Theatre Convention. – 2025. – URL: https://www.europeantheatre.eu/page/activities/theatre-advocacy/casebooks/digital-theatre (дата обращения: 09.12.2025).

11. Digital Theatre Had 800 % Boom During the Pandemic – New Study Reveals // European Theatre Convention. – 2025. – URL: https://www.europeantheatre.eu/news/digital-theatre-had-800-boom-during-the-pandemic-new-study-reveals (дата обращения: 04.12.2025).

12. National Theatre Annual Report 2023–24. – London, 2025. – URL: https://images.nationaltheatre.org.uk/uploads/2025/11/National-Theatre-Annual-Report-2023-24.pdf (дата обращения: 12.12.2025).

13. Metropolitan Opera Association, Inc. Consolidated financial statements for the years ended July 31, 2024 and 2023 (with independent auditors' report thereon) [Электронный ресурс]. 36 p. URL: https://www.metopera.org/globalassets/about/annual-reports/fy24-metropolitan-opera-audited-financial-statements.pdf (дата обращения: 15.12.2025).

УДК 659.44

Козловская С.А.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Тилинина С.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ИНТЕРНЕТ-СТРИМЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ СТАРТАПА

INTERNET STREAMS AS AN EFFECTIVE TOOL FOR STARTUP PROMOTION

Аннотация: Санкционные условия развития Российской экономики повлияли на рост образования новых стартапов**.** Их инновационный характер диктует необходимость реализации креативных мер по их популяризации, установление доверительного ареола и подтверждения эффективности продукта. В статье рассматривается явления интернет-стрима как нового инструмента продвижения стартапа, первостепенно рассматривается пример Китайского рынка как основоположника явления стримов. В заключении приводятся преимущества стрима как эффективно инструмента продвижения стартапа.

Abstract: The sanctions conditions of the Russian economy development have influenced the growth of new startups. Their innovative nature dictates the need to implement creative measures to popularize them, establish a trustworthy aura and confirm the effectiveness of the product. The article examines the phenomenon of Internet streaming as a new tool for promoting a startup, primarily considering the example of the Chinese market as the founder of the phenomenon of streaming. In conclusion, the advantages of streaming as an effective tool for promoting a startup are presented.

Ключевые слова: интернет-стрим, инструменты продвижения, стартап, санкционные условия, бизнес, инновации, креативная экономика Китая, экономика создателей.

Keywords: Internet stream, promotion tools, startup, sanctions conditions, business, innovation, creative economy of China, economy of creators.

Современный сектор цифровой экономики включает в себя множество отраслей, с каждым днём появляется всё больше креативных каналов продвижения. Заметными

участниками интернет сообщества являются блогеры, создающие контент и занимающиеся разнообразной деятельностью в интернете, в том числе связанной и с рекламой.

По определению блогер – это специалист, занимающийся ведением блога и публикацией контента в интернете с целью привлечения внимания аудитории. По сути блогеры – это креаторы (создатели), деятельность которых основана на коммуникации с аудиторией посредством трансляции части своей жизни в социальных сетях. Часто такая деятельность связна с мотивацией получить материальное вознаграждение за демонстрацию различных продуктов и осуществление прямой или нативной рекламы. Блогер сильно зависит от лояльности аудитории и пытается любыми способами удержать её внимание.

По данным оценки «Goldman Sachs» на 2025 год, в мире насчитывается более 600 млн. блогов и около 68 млн. блогеров. Следует отметить, что точное количество блогеров определить невозможно в силу динамичности и децентрализованности цифровой среды.

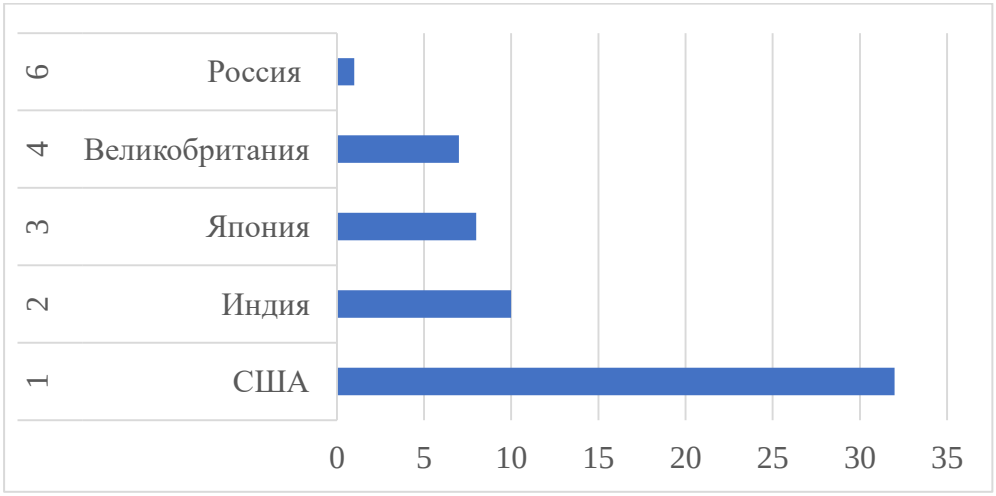


Рис.1. Примерный рейтинг стран по количеству блогеров в 2026 году, млн.
Источник: blogging «Топ стран с наибольшим количеством блогеров в 2026 году (с учётом глобальной статистики)».

Китай не представлен в данном рейтинге, так как его блогосфера является обособленной экосистемой. Блогеры страны работают преимущественно на внутренних платформах, а их деятельность строго регулируется. Масштабы явления тем не менее колоссальны: еще в 2010 году китайское правительство сообщило о более чем 220 млн. человек, ведущих блоги. Этот огромный массив контента остается мало доступным для

мировой аудитории из-за языковых и технологических барьеров.

Экономика Китая на сегодняшний день имеет самые высокие темпы роста и быстро генерирует креативные идеи и бизнес-решения. В том числе такая тенденция связана и с её креативным сектором, который неразрывно связан с понятием «экономика создателей» и имеет передовое развитие на данном рынке. Экономика создателей – это термин, подразумевающий отрасль экономики, которая включает в себя креаторов, развивающих в интернете собственное дело. Чаще всего понятие «создатели» заключает в себе музыканта, художника, актёра, бизнесмена и другого лица, занимающегося творческой деятельностью в интернете и желающего получить доход с производимого контента.

Блогерство в Китае является популярным направлением развития экономики создателей. В социальных сетях большое количество производимо контента принадлежит креаторам данного направления. Китайские платформы развивается посредством распространения данного явления, а количество активных пользователей возрастает. Всего создателями цифрового контента в Китае обеспечивается 4,2% ВВП страны и данный показатель имеет весьма перспективный рост.

Стабильная положительная динамика этого рынка прогнозируется и на ближайшие годы, что видно на рисунке 2.

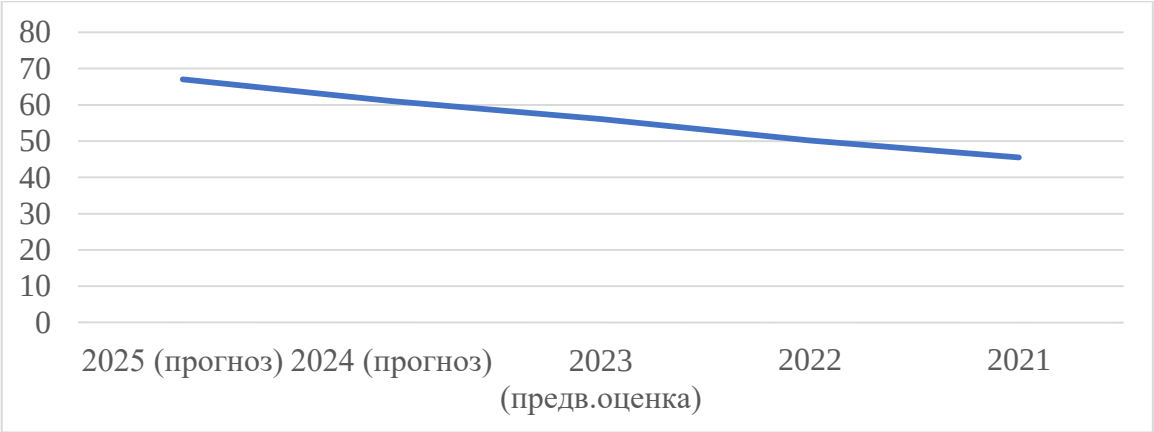


Рис. 2. Объем цифрового сектора Китая с 2021-2025 (трлн. юаней)
Источник: CAICT.

Устойчивый рост рынка, показанный на рисунке 2, создал технологическую и аудиторную базу для взлета креативных форматов. Ключевым толчком для этого стали стратегические инвестиции в цифровые платформы.

Ещё в 2014 г. китайский технологический инвестиционный фонд «DCM» сделал

крупное денежное вложение в виде 60 млн. долларов в мобильное приложение «Kuaishou» тем самым открыв новые возможности в развитии креативного сектора экономики Китая.

Изначально данное приложение было создано для просмотра коротких вертикальных видео, обмена контентом и воспроизведения собственных роликов, однако чуть позже главная идея была модернизирована, в приложении появилась функция транслирования, теперь пользователи смогли делиться деталями своей жизни в прямом эфире. Спустя некоторое время в приложении появилась возможность монетизировать контент благодаря системе чаевых (tips), что в дальнейшем позволило развить платформу до колоссального масштаба – его рыночная капитализация в 2021 г. оценивалась в сумму до 170 млрд. долларов.

Таким образом, стримы стали одним из самых перспективных направлений развития креативной экономики Китая. Блогеры развивают систему стримов и посредством рекламы помогают продвижению различных продуктов. Часто ведение трансляций осуществляется в форме общения с аудиторией и демонстрации определённого товара, стример презентует его преимущества, и зрители в реальном времени могут пополнить свою покупательскую корзину.

Компания, желающая вложить средства в рекламу блогера, придерживается особой системы, достижение наилучших результатов обеспечивается выбором авторов контента, тематика которого перекликается с тематикой продукта. Обычно выборка сходится на нескольких авторах контента с релевантным количеством активной аудитории (подписками) около 10 млн. человек.

Креаторы позволяют получить обратную связь о бренде и установить в сознании покупателя впечатление о том, что продукт пользуется спросом и популярен среди множества пользователей. Таким образом, можно отметить, что стримы – весьма эффективный инструмент воздействия на покупателя с помощью установления коммуникации через блогера. Появляется возможность оценить лояльность, восприимчивость и сознательность потенциального покупателя, а также определить сильные и слабые стороны производимой продукции, посредством статистических данных о продажах после проведения разных рекламных компаний.

Китайский рынок богат разнообразными производителями и предпринимателями – конкуренция среди продавцов имеет колоссальный уровень. Популярность стримов в Китае обусловлена тем, что потребители в стране имеют

широкий выбор продуктов и склонны с недоверием относится к продукции за счёт того, что большинство из них просто не известно покупателю. Большое количество новых и ранее неизвестных брендов создаёт условие, когда возрастает потребность в тестировании изделия, необходимости удостовериться в его эффективности.

В таблице 1 отражены показатели объема китайского рынка и доля в ней отраслей за 2020-2024 гг.

Таблица 1.

Объем китайского рынка и доля в ней отраслей

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
ВВП, трлн. юаней	101,6	114,9	121,02	131,1	157,2
Агарный сектор, %	7,0	7,4	7,1	7,3	6,78
Промышленный сектор, %	2,8	6,3	3,8	3,7	3,6
Сфера услуг, %	5	16,1	12,9	9	10

Источник: Рувики «Экономика КНР».

На основе анализа определяется, что объем китайского рынка в большой доле зависим от сферы услуг, где качество товара является ключевым показателем объемов производства. Здесь стримы стали своеобразным инструментом, позволяющим быстро и без особых усилий на практике оценить качество товара и его общие характеристики.

Феномен популярности стримов в Китае исходит из необходимости узнать как можно больше о новом и непроверенном продукте, похожая потребность возникает и в случае появлении на рынке инновационных продуктов в том числе стартапов. Инновационный характер стартапа обладает потребностью в подтверждении его эффективности.

Потребители зачастую игнорируют инновационные проекты из-за недоверия или даже опасения в их безопасности или пользе. Страх нового является обычной реакцией во взаимодействии с внешним миром, однако, когда это касается стартапа, такое опасение может грозить его закрытием. Таким образом, основополагающим решением в реализации нового, ранее не известного покупателям продукта, является создание ареола безопасности и эффективности, выстраивания такой маркетинговой стратегии, которая позволит изучить производителя и соотнести достоверность заявленных характеристик с реальными.

Направление стартапов в России имеет перспективное развитие, с наступлением санкционных условий количество инновационных проектов увеличилось на 20% и превысило 4,2 тыс.

Таким образом, наблюдается постепенное увеличение количества стартапов и объема публичных сделок – это свидетельствует о том, что в последние годы структура российской экономики непрерывно изменятся.

В таблице 2 отражено увеличение количества стартапов в России с 2020 по 2024 год.

Таблица 2.

Количество стартапов в России

Наименование показателей	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Количество стартапов	2800	2900	6157	7714	7102
Объем публичных сделок стартапов, млрд. рублей	21,9	23,3	16	16,3	8

Источник: ИНКЛИЕНТ

В связи с этим увеличивается потребность в новых технологиях, позволяющих самостоятельно производить товары-заменители. Этот тренд обусловил большой спрос на инфраструктурные решения в нефтегазовой отрасли, кибербезопасности, микроэлектронике и программном обеспечении.

Из этого следует вывод о том, что рано или поздно возникнет необходимость в появлении новейших инструментов по осуществлению рекламы и популяризации продуктов стартапов. Становление стартапов в регионах даёт новые возможности развития экономики, но также и создаёт новые препятствия для вхождения на рынок. Большая конкуренция и относительная сложность привлечения инвесторов является барьером для экономического роста инновационного проекта. Развитие данного сектора обладает высокой перспективностью и быстрыми темпами развития. Для эффективного участия в конкурентной борьбе и поиска потенциальных покупателей предлагается использовать стримы как инструмент продвижения.

На сегодняшний день интернет-стримы не являются популярным явлением в осуществлении продвижения различной продукции в России. Это обуславливается тем, что российский потребитель склонен доверять брендам, представленным в магазине в виду их относительно ограниченности по сравнению с Китайским рынком. Данная тенденция развивается в России постепенно.

В 2020-2021 гг. прямые эфиры на своих площадках запустили несколько крупных российских маркетплейсов - «AliExpress Live», «Ozon Live», трансляции «Яндекс Маркет». Популярный интернет-магазин «Lamoda» с мая 2020 года ввёл

формат видео для взаимодействия со своей аудиторией, где стилист подбирает одежду и делает дополнительные тематические подборки в прямом эфире, что подтверждает актуальность направления. Существует перспектива создания пространства коммуникации производителя и потребителя в рамках интернет-трансляций, российские пользователи постепенно привыкают к новому формату.

Однако онлайн демонстрация инновационных продуктов вроде тех, что обычно представлены стартапами может значительно увеличить лояльность аудитории и взрастить интерес к ранее неизвестным брендам, ведение трансляций с поможет установить эффективную коммуникацию бренда и потребителя и показать наглядные преимущества использования, подтвердить эффективность и развеять недоверие перед покупкой. Таким образом можно определить характерные преимущества интернет-стримов в системе продвижения стартапов.

1. Выстраивание коммуникации между производителем и потенциальным покупателем. Стримы могут помочь выстроить систему коммуникации посредством взаимодействия блогера, стример является лицом, которое представляет продукт и проецирует главные ценности бренда

2. Возможность получения обратной связи о продукте. С помощью системы стримов предлагается воссоздать условия, когда покупатели смогут дать обратную связь об ожидаемом эффекте и результатах использования. Блогер посредством ведения интернет-трансляции устанавливает связь и может реагировать на комментарии зрителей.

3. Возможность презентовать продукт и заслужить доверие. В процессе ведения трансляции блогер тестирует продукцию на себе и доказывает её эффективность. Комплиментарный характер может помочь заслужить доверие покупателей и создать ареол доверия и эффективности продукта.

4. Осуществление рекламной стратегии, популяризация. Благодаря стриму популярный блогер информирует аудиторию о появлении нового инновационного продукта на рынке, привлекает внимание и ем самым подталкивает к совершению покупки.

Список литературы:

1. Козловская С.А., Магомедмирзоев И.А. УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ИНФОРМАЦИИ (ILM). В сборнике: VI Международная межвузовская

научно-практическая конференция преподавателей и студентов «Современные тенденции и проблемы науки в развитии цифровых и инновационных технологий». Сборник научных трудов преподавателей. 2022. С. 266-272.

2. Козловская С.А. ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКОНОМИКИ. В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов. сборник статей X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 113-116.

3. Пехтерева Елена Александровна. ВИРТУАЛЬНЫЙ СЕКТОР КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ (ЭКОНОМИКА КРИЭЙТОРОВ) // ЭСПР. 2022. №4 (52). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnyy-sektor-kreativnoy-ekonomiki-kitaya-ekonomika-krieytorov (дата обращения: 18.10.2024).

4. Тюрчев Кирилл Сергеевич, Милова Каролина Евгеньевна. Что нужно стартапу? Региональные факторы развития малого технологического бизнеса в России // Государственное управление. Электронный вестник. 2024. №105. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chto-nuzhno-startapu-regionalnye-faktory-razvitiya-malogo-tehnologicheskogo-biznesa-v-rossii (дата обращения: 18.10.2024).

5. Сайт Wikipedia [Электронный ресурс]. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.639ce8d6-6712860c-1221731a-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Creator_economy (дата обращения: 18.10.2024).

6. Сайт РБК Плюс [Электронный ресурс]. URL: https://chr.plus.rbc.ru/news/666ad3c47a8aa98ced1f3851 (дата обращения: 18.12.2024).

7. Сайт Sostav.ru [Электронный ресурс]. URL: https://www.sostav.ru/publication/sekret-populyarnosti-strimov-v-kitae-54600.html (дата обращения: 18.12.2024).

8. L., Ben. Top 15 Countries with the Most Bloggers in 2026 (With Global Statistics). Blogging.co.uk. 2025. URL: https://blogging.co.uk/top-15-countries-with-the-most-bloggers/ (дата обращения: 18.10.2024).

9. China Academy of Information and Communications Technology (CAICT). China Digital Economy Development White Paper (2024). Beijing, 2024. URL:https://www.caict.ac.cn/english/research/whitepapers/202411/t20241129_645879.html (дата обращения 18.12.2024)

УДК 343.9.01

Колкарева И.Н.,
к.ю.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Баранова А.С.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

РОЛЬ ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА СКУЛШУТЕРА И РАСПРОСТРАНЕНИИ «ЭФФЕКТА ПОДРАЖАНИЯ»

THE ROLE OF DIGITAL SPACE IN FORMING THE IMAGE OF A SCHOOL SHOOTER AND THE SPREAD OF THE «ROBIAL EFFECT»

Аннотация: Исследования института скулшутинга стали более распространенными в начале XXI века, но изначальные прецедентные случаи были зарегистрированы с конца XVI века. В статье рассматриваются причины и объяснение механизма подражания, основного мотиватора скулшутинга. Особое внимание уделяется трансформационной роли цифрового пространства, которое действует как катализатор, медиатор и архиватор «скрипта» скулшутинга. В исследовании показано, что не только интернет-среда освещает трагедии, но и активно участвует в создании мифологизированного образа скулшутера, превращая его в «темного инфлюенсера» и создавая условия для вирусного распространения «эффекта подражания» (Эффект Вертера).

Abstract: Research into the institution of school shooting has become more widespread in the early 21st century, but the original precedent cases date back to the late 16th century. This article examines the causes and explanations of the mechanism of imitation, the primary motivator of school shooting. Particular attention is paid to the transformative role of the digital space, which acts as a catalyst, mediator, and archiver of the school shooting «script». The study demonstrates that not only does the internet publicize tragedies but also actively contributes to the creation of a mythologized image of the school shooter, transforming them into «dark influencers» and creating the conditions for the viral spread of the «imitation effect» (the Werther Effect).

Ключевые слова: кибербуллинг, медиатизация насилия, перформативный протест, подростковое насилие, поиск признания, темный инфлюенсер, эффект подражания, скулшутинг, эффект Вертера, цифровое пространство.

Keywords: cyberbullying, mediatization of violence, performative protest, teenage violence, search for recognition, dark influencer, role model effect, school shooting, Werther effect, digital space.

Скулшутинг - вооруженное нападение учащегося или иного лица на студентов и сотрудников учебного заведения уже не является исключительным явлением только в Соединенных Штатах и других регионах западного мира.

Социодинамическая значимость феномена вооруженных нападений в образовательной среде детерминирована его комплексной деструктивной направленностью от прямой угрозы физической целостности субъектов образовательного процесса до масштабной эрозии климата психологической безопасности. Подобные акты насилия провоцируют системную дестабилизацию школы как фундаментального института социализации, подрывая базовое чувство защищенности и замещая его атмосферой перманентной тревожности среди всех участников коммуникации. Каждый прецедент выступает фактором национальной травматизации, инициируя глубокий общественный резонанс и артикулируя запрос на радикальную ревизию стратегий обеспечения комплексной безопасности.

В мировой исследовательской парадигме гносеологический подход к изучению этиологии скулшутинга трансформировался от узкоклинических концепций индивидуальной психопатологии к признанию доминирующей роли социокультурных переменных. Современная наука акцентирует внимание на миметических механизмах (эффекте подражания), катализируемых медийной репрезентацией, и процессах цифровой радикализации внутри деструктивных сетевых сообществ. В рамках данных контркультур происходит семиотическая романтизация образа «мстителя» и институционализация «культа Колумбайна». Подобная динамика диктует необходимость критического анализа механизмов тиражирования «культурных сценариев» насилия, интегрированных в современный медиаландшафт и транслирующих деструктивные модели поведения в качестве легитимных способов разрешения личностных кризисов.

Отечественная академическая рефлексия феномена вооруженного насилия в образовательных учреждениях вступила в фазу активной институционализации лишь на рубеже 2020-х годов, что стало прямой реакцией на интенсификацию трагических инцидентов в период 2018–2021 годов. Несмотря на сохраняющийся дефицит фундаментальных трудов, в современной российской науке сформировалось несколько

ключевых векторов исследования.

В работах П. К. Карасева скулшутинг интерпретируется как дериват социоструктурных дисфункций, где глобальные прецеденты и сетевая субкультура «Колумбайн» вступают в симбиоз с локальными детерминантами, такими как кризис системы воспитательного воздействия, эрозия доступности психологической помощи и лакуны в нормативном регулировании. Эмпирико-аналитическое направление, представленное изысканиями Н. Г. Максимовой, а также М. Ю. и А. В. Пучниных, сосредоточено на мониторинге деструктивных цифровых сообществ и методологии формирования аналитических баз данных.

Значимый вклад в эмпирическую верификацию проблемы внес междисциплинарный коллектив Национального исследовательского Томского политехнического университета, чьи разработки в области картографирования инцидентов позволили деконструировать гипотезу об унифицированном профиле агрессора, подчеркнув ситуативную вариативность и нетипичность условий совершения нападений. Вектор прикладных стратегий, развиваемый в трудах А. Ю. Карповой, А. И. Кирпичева и Т. М. Тхазеплова, акцентирует внимание на архитектонике межведомственной синергии и оптимизации функционала антитеррористических комиссий. Данные авторы обосновывают необходимость перехода от разрозненных мер к системному междисциплинарному комплаенсу, объединяющему превентивные педагогические тактики и оперативные протоколы правоохранительных органов.

В последние десять лет он приобрел характер культурной травмы, которая часто потрясает общество в разных странах. Оказывается, что традиционные методы криминологии и психиатрии, которые фокусируются на личности преступника, таких как психическое расстройство или неблагополучная семья, недостаточно эффективны для объяснения его повторяемости. Скулшутинг демонстрирует черты социально обусловленного поведенческого «скрипта», который распространяется и меняется в цифровой среде.

Очевидно, что современный скулшутинг является особым видом перформативного протеста и искаженного поиска признания, и что его смысл и способы распространения можно найти в цифровом пространстве. Современный скулшутинг перестал быть изолированным актом девиантного поведения и трансформировался в глобальный социокультурный феномен, обладающий

собственной эстетикой и символическим капиталом.

Цифровое пространство играет ключевую роль в формировании мифологии скулшутинга. Социальные сети и тематические форумы создают условия для эстетизации насилия, где образы предыдущих преступников наделяются чертами романтических героев или трагических мучеников. Возникает специфическая субкультурная среда, внутри которой транслируется «колумбайн-скрипт» - устойчивый набор визуальных и поведенческих паттернов, ставших эталоном для подражания.

Медиатизация образа стрелка в цифровой среде позволяет потенциальным последователям идентифицировать себя с агрессором. Алгоритмические системы рекомендаций невольно способствуют радикализации, замыкая индивида в информационном коконе, где насилие преподносится как логичный и эстетически завершенный ответ на жизненные трудности. Информационное бессмертие, которое обещает цифровая среда, становится мощнейшим стимулом для совершения преступления, гарантируя преступнику вечное присутствие в сетевой памяти.

В этом контексте скулшутинг - это не просто месть, это акт демонстрации протеста против системы, школы как микрокосма общества, которая игнорирует его боль. Несмотря на отсутствие какой-либо идеологической или политической программы, этот протест вызван личным отчаянием. Подростку кажется, что насилие является единственным языком, на котором он может говорить.

Согласно теории признания Акселя Хоннета, человек нуждается в трех видах признания: любви, правовой защиты и социальной солидарности. Их недостаток приводит к «моральным травмам». Не получив признания в позитивных формах, скулшутер ищет его в самой радикальной негативной форме - через публичный акт абсолютного отрицания. Он утверждает свое субъектное существование, уничтожая тех, кто его не признавал.

Это парадоксальное признание, которое истекает из ужаса. Цель состоит не только в том, чтобы причинить боль, но и стать Историей, превратившись из «никого» в «Кого-то», чье имя останется в истории. По словам одного из скулшутеров: «Менять буду не себя, а мир вокруг меня». Я стану Богом. Я войду в историю».

Школа идеально подходит для победного возвращения в новом, ужасающем амплуа, поскольку она символизирует место поражения, где его унизили.

Событие в Колумбии (20.04.1999) было прототипом масштабной и беспрецедентной медиатизации событий. Эрик Харрис и Дилан Клиболд сами сняли

видео, в котором подробно описывались их планы. С помощью этих средств массовой информации был создан устойчивый архетип «скульшутера» в цифровой культуре: человек, одетый в черное, чужой, интеллектуально претенциозный и мстящий за унижения «гений-изгой».

Этот образ систематизируется, анализируется и мифологизируется в сети «Интернет», включая тематические форумы, паблики, видео на YouTube, TikTok и Telegram-каналы.

Создаются:

– галереи «святых», то есть сборники фотографий, цитат, анализ мотивов скулшутеров, где они предстают не как жалкие убийцы, а как трагические, сложные фигуры.

– аналитика «скрипта», то есть продуманный анализ их действий, оружия, тактики и стратегий, чтобы превратить беспорядочный акт насилия в организованный, повторяющийся ритуал.

Таким образом, скулшутер в цифровой среде превращается из преступника в личность с харизмой, внешностью и «учением».

Многие считают именно этот случай в Колумбии «точкой отсчета», но это ошибочная версия, так как инциденты появились в США значительно раньше. До «Колумбайн», научные исследования велись, но это были единичные исследования и направленные на случаи инцидентов, совершенных одиночками.

Путь будущего скулшутера часто лежит через углубление в специфические онлайн-субкультуры (инцелы, скулшутинг-форумы, радикальные сообщества). Он находит здесь не только информацию, но и эмоциональное сообщество, которое понимает его боль и позволяет ему ненавидеть. Вместо социализации происходит «цифровая аутистизация» - цифровое эхо заменяет реальный мир, где его нарратив о несправедливости получает поддержку и одобрение.

В этом «резонансном пузыре» гнев не рассеивается, а, наоборот - обрастает деталями, оправданиями, эстетикой. В закрытом чате или в планах власти обсуждаются технические проблемы, которые обесчеловечивают и оправдывают будущие преступники, даже если это может показаться бредом в оффлайне.

Когда широкое распространение самоубийства приводит к волне подражающих самоубийств, это называется «эффектом подражания», также известным как «эффект Вертера». Этот эффект скулшутинга достигает невероятных масштабов и скорости в

цифровой среде.

Механизмы распространения:

– Вирусный алгоритмический amplification (усиления) - новости о скулшутинге становятся ведущим трендом. Алгоритмы соцсетей, ориентированные на вовлечение, активно рекомендуют шокирующий контент, гарантируя, что о нападавшем узнают миллионы.

– Игровая продажа и детализация - в сети «Интернет» созданы не только новости, но и разборы тактик, оружия и психологических портретов. Скулшутинг выглядит как своего рода «хоррор-квест», в котором есть четкие правила, которые уменьшают психологический барьер для повторения.

– Меметическая трансляция - образ скулшутера приближается к набору мемов, которые включают в себя позы, фразы и музыку. Это делает его легко усваиваемым в молодежной среде, даже среди тех, кто не очень хорошо разбирается в теме. Насилие превращается в шутки в Интернете, теряя связь с очевидной катастрофой.

Цифровая среда окружена «соревновационным динамиком». Последующие скульшутеры изучают своих предшественников, чтобы не только повторить, но и превзойти их по числу жертв, театральности или медийной подготовке. Они отправляют электронные сообщения своим «фанатам» и потенциальным последователям. Создается пугающая историческая традиция в результате «темной преемственности», в которой каждый новый акт отсылает к предыдущему.

На основе проведенного анализа можно предложить модель для описания возникновения акта скулшутинга в цифровой среде:

1. Фаза недостатка. Подросток не получает должного признания в семье или в школе, а также страдает от социальных проблем и буллинга.

2. Цифровая фаза преобразования. Погружается в цифровые ниши, чтобы компенсировать дефицит, ищет аффективные сообщества, которые поймут его боль. начал потреблять контент с доходами и таким образом «изгоя-мстителя».

3. Фаза идентификации и кристаллизации. Определяет свой архетип скулшутера. Культурные коды и сценарии, которые он нашел в Интернете, обрастают вокруг его личной ярости.

4. Фаза церемониального акта. Совершается нападение как детально разработанный перформанс, предназначенный для дальнейшей медиатизации. Это кульминация поиска признания - это акт разрушения для полного самоутверждения.

5. Фаза цифрового бессмертия (после преступлений). Преступник превращается в медиафантом. Его образ подвергается анализу, эстетизации и образной меметизации. Он считает, что достижение желаемого «бессмертия» в цифровой культуре обретено. Для возможных последователей это служит подтверждением действенности его метода и новым источником для самоидентификации. Цепь замыкается.

Распространение скулшутинга подчиняется логике культурного сценария, где каждое последующее нападение опирается на опыт предыдущих. Цифровое пространство выступает здесь как архив и транслятор этих сценариев. Эффект подражания или так называемый эффект Вертера в данном случае приобретает специфические черты. Потенциальный стрелок не просто имитирует действие, а стремится «превзойти» предшественников по количеству жертв или уровню медийного резонанса для получения большего объема деструктивного признания.

Скулшутинг в XXI веке функционирует как вирусный контент. Информация о преступнике, его манифесты и видеообращения мгновенно тиражируются, создавая иллюзию значимости и масштаба личности. Правовые и этические попытки ограничить распространение подобных материалов часто сталкиваются с технической невозможностью полной деактивации контента, что поддерживает цикл воспроизводства насилия через механизм подражательного поведения.

Ужесточение мер безопасности и работы психологов являются не единственным средством борьбы со скулшутингом. Это также требует медиагигиены, то есть пересмотр стандартов освещения таких событий, деструктурирование опасных онлайн-сообществ и создание благоприятных альтернативных каналов для признания и самореализации подростков. Необходимо разорвать цифровую цепочку, лишить потенциального скулшутера его основной цели - гарантии того, что его изображение обрете «бессмертие» в виде мрачной интернет-легенды.

В отличие от классических форм политического или экономического протеста (демонстрации, забастовки, гражданское неповиновение), скулшутинг демонстрирует негативную идентичность и субъект не требует институциональных изменений, а выражает тотальное неприятие самой среды, в которой его существование обесценено. Протест здесь приобретает форму деструктивной аутоаффирмации - самоутверждения через уничтожение символических референтов отвержения. Школа выступает не просто местом преступления, но главным семиотическим противником: как институт, легитимирующий социальное ранжирование, буллинг и нормативное насилие. Атака на

школу становится метафорическим и буквальным уничтожением «инстанции признания», отказавшей субъекту в достоинстве.

Интерпретация скулшутинга как формы протеста и поиска признания не означает его нормализации или оправдания. Напротив, такая аналитическая рамка позволяет сместить фокус профилактики с сугубо технических мер (металлодетекторы, охрана) на восстановление институтов признания в образовательной среде. Пока школа остаётся пространством, где субъектность ученика редуцируется к успеваемости и конформизму, а унижение не имеет релевантных каналов обжалования, риск деструктивного самоутверждения через насилие будет сохраняться. Ключевая превентивная стратегия - не подавление протеста, а создание легитимных механизмов признания, при которых быть услышанным можно без оружия.

Список литературы:

1. Березнев А.В. Институциональные и социокультурные детерминанты скулшутинга. / А.В. Березнев // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – №7 – С. 43-46. – DOI 10.34823/SGZ.2023.7.62018.

2. Березнев А.В. Социокультурные основания скулшутинга. / А.В. Березнев // Caucasian Science Bridge. – 2023. – Том 6 № 3 – С. 127-136. – DOI: 10.18522/2658 5820.2023.3.10.

3. Карпова А.Ю. Проактивная система предотвращения инцидентов скулшутинга: что имеет значение? // Наука. Культура. Общество. – 2024. – Т.30, №2. – С.83–98.

4. Карпова А.Ю., Максимова Н.Г. «Скулшутинг в России: что имеет значение?». // Журнал «Власть», том 29, №1, -С. 93-108.

5. Кирпичев А. И. Деятельность Антитеррористической комиссии в субъекте Российской Федерации // Обозреватель - Observer. 2018. №2 (337). – С. 17-27.

6. Тхазеплов Т. М., Пахомов А. Н. Направления деятельности правоохранительных органов по выявлению экстремистского контента в социальных сетях // Журнал прикладных исследований. 2022. № 10. – С. 73-77.

УДК 338.1

Кухаренко Л.В.,
к.культ.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Раевский К.Э.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

РОЛЬ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМОЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

THE ROLE OF MACHINE LEARNING IN DIGITAL ADVERTISING MANAGEMENT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Аннотация: Статья посвящена анализу роли технологий машинного обучения (далее – МО) в повышении эффективности цифровой рекламы предприятий малого и среднего бизнеса. Рассматриваются способы оптимизации рекламных кампаний, влияние на ключевые показатели и сравнительные особенности экосистем Google, Meta и Яндекса (признана экстремистской организацией в РФ; приводится как объект научного анализа). Доказано, что применение алгоритмов МО снижает затраты на привлечение клиентов и повышает рентабельность рекламы, что делает эти технологии значимыми для развития бизнеса.

Abstract: This article analyzes the role of machine learning (ML) technologies in improving the effectiveness of digital advertising for small and medium-sized businesses. It examines methods for optimizing advertising campaigns, their impact on key metrics, and comparative analysis of the Google, Meta, and Yandex (recognized as an extremist organization in the Russian Federation; used for scientific analysis) ecosystems. It has been proven that the use of ML algorithms reduces customer acquisition costs and increases advertising profitability, making these technologies valuable for business development.

Ключевые слова: автоматизация, малый и средний бизнес, машинное обучение, рекламные кампании, цифровая реклама, эффективность.

Keywords: automation, small and medium-sized businesses, machine learning, advertising campaigns, digital advertising, effectiveness.

В последние годы цифровая реклама становится неотъемлемой составляющей маркетинговых стратегий малых и средних предприятий. В условиях стремительного роста конкуренции и увеличения стоимости контакта с аудиторией рекламодатели все

чаще обращаются к технологиям, базирующимся на машинном обучении, для повышения эффективности рекламных кампаний. Машинное обучение как технология представляет собой класс методов искусственного интеллекта, направленных на автоматизацию принятия решений на основе анализа больших объемов данных, включая прогнозирование поведения аудитории, оптимизацию ставок и подбор наиболее релевантных рекламных сообщений, что становится критически важным в условиях ограниченных ресурсов малого и среднего бизнеса.

В последние годы рынок цифровой рекламы демонстрирует устойчивый и значительный рост как на глобальном уровне, так и в России. Согласно последним данным аналитических агентств, в 2024 году объем мирового рынка интернет-рекламы превысил 680 млрд. долл. США, что на 12,4 % выше показателей 2023 года, к концу 2025 года прогнозируется достижение уровня в 780-820 млрд. долл. США, с ежегодным темпом роста порядка 10-15 % [5]. В нашей стране сохраняется аналогичная тенденция: по оценке экспертов, объем рекламных инвестиций в интернет-каналы в 2024 году превысил 470 млрд. руб., что на 18 % больше, чем в 2023 году, а в 2025 году ожидается рост до 550-600 млрд. руб. при увеличении доли digital-форматов до 63-67 % от всех медиарасходов. При этом именно рост конкуренции за внимание пользователей и увеличивающиеся затраты на контакт с аудиторией стимулируют компании, особенно малого и среднего бизнеса, обращаться к более продвинутым инструментам управления рекламой.

В основе таких инструментов лежат методы машинного обучения как технологии, обеспечивающие анализ больших массивов данных и принятие оптимальных решений в реальном времени. Так, например, по данным исследовательских компаний, на платформе Google Ads более 70 % всех активных рекламных кампаний уже используют автоматизированные стратегии управления ставками, основанные на машинном обучении, включая стратегии типа Target CPA (нацеленная стоимость привлечения клиента) и Maximize Conversions (максимизация конверсий). Сопоставимые показатели наблюдаются и на платформах Meta Ads (деятельность Meta запрещена на территории РФ), где автоматические стратегии оптимизации бюджета и подбора аудитории используются в более чем 60 % случаев, особенно среди рекламодателей с бюджетом менее 300 тыс. руб. в месяц, что типично для малого и среднего бизнеса.

Машинное обучение в цифровой рекламе выполняет комплекс функций, ранее

решавшихся вручную: от прогнозирования вероятности клика и конверсии для каждого отдельного пользователя до автоматического участия в аукционах рекламных мест на основе анализа истории взаимодействия с рекламой. По оценкам экспертов, автоматизированные стратегии способны уменьшать среднюю цену за конверсию на 15-40 % по сравнению с традиционными ручными методами управления, при этом увеличивая возврат инвестиций (Return on Ad Spend, ROAS) в диапазоне 1,4-2,3 раза, что подтверждается рядом независимых исследований эффективности digital-кампаний за 2023–2025 годы. В российской практике аналогичные улучшения фиксируются в ходе внутренних отчетов рекламных агентств: при переходе от ручного управления ставками к стратегиям с машинным обучением средний показатель CTR (Click-Through Rate, кликабельность) увеличивается в среднем на 0,8–1,5 п.п., а доля достигнутых целевых действий возрастает на 22–38 % на аудиторию малого бизнеса, работающего в сегменте электронной коммерции и услугах [2].

Подобные результаты объясняются тем, что алгоритмы машинного обучения используют многомерные данные: историю взаимодействия пользователей с объявлениями, временные паттерны активности, источники трафика, демографические характеристики и другие метрики, что позволяет более точно прогнозировать, кому и когда показывать рекламное сообщение. Это особенно важно для малого и среднего бизнеса, где бюджеты на маркетинг ограничены, а эффективность каждого расходуемого рубля рекламного бюджета имеет непосредственное влияние на финансовые результаты деятельности.

Применение технологий машинного обучения в рекламных экосистемах крупнейших цифровых платформ привело к преобразованию самого принципа работы механизмов онлайн-рекламы. Наиболее существенные изменения коснулись процессов автоматического выбора аудитории и оптимизации ставок за рекламные показы. Системы, используемые Google, Meta и Яндекс, анализируют поведенческие и контекстные данные пользователей, позволяя прогнозировать вероятность кликов и целевых действий с точностью, недоступной при традиционных ручных настройках. Например, в линейке решений Meta Ads система Advantage+ в 2024–2025 годах закрепилась в качестве базового инструмента для малого и среднего бизнеса: по данным платформы, среднее повышение отдачи от рекламных инвестиций у компаний, перешедших на автоматизированные форматы, достигает +20–32 % ROAS, а снижение стоимости целевого действия может составлять до 25 % относительно кампаний с

ручным таргетингом. Аналогичные результаты фиксируются и в Яндекс Рекламе: применение автотаргетинга и алгоритмов оптимизации конверсий увеличивает вероятность достижения целевого события в диапазоне 15–40 %, особенно в сегментах локальных услуг и розничной торговли [1].

Помимо выбора аудитории, существенное влияние машинного обучения прослеживается в автоматическом подборе креативов. Форматы динамических объявлений, такие как Dynamic Ads Meta или адаптивные поисковые объявления Google, позволяют системам комбинировать текстовые и графические элементы, повышая кликабельность за счет оптимального соответствия содержимого ожиданиям пользователей. По данным Google, внедрение адаптивных объявлений приводит к среднему росту CTR на 5–10 %, а в отдельных сферах электронной коммерции – до 15 %. В российских условиях подобные механизмы активно используются малым бизнесом, где время на создание большого количества креативов ограничено, а алгоритмы помогают поддерживать релевантность сообщении в режиме реального времени [3].

Для малого и среднего бизнеса эти технологические сдвиги имеют стратегическое значение, поскольку позволяют компенсировать ограниченность бюджетов и кадровых ресурсов. В условиях, когда конкуренция за рекламные аукционы усиливается, а стоимость привлечения клиентов в большинстве отраслей растет ежегодно на 12–18 %, автоматизированные инструменты становятся одним из немногих способов сохранить рентабельность рекламных активностей. Согласно исследованиям международных и российских аналитических агентств, компании малого и среднего бизнеса, использующие автоматизированные стратегии управления ставками, получают увеличение доли конверсий в среднем на 22–38 %, а средняя стоимость лида может снижаться на 15–30 %, особенно в секторах e-commerce, образовательных услуг, бьюти-индустрии и HoReCa. В ряде кейсов российских интернет-магазинов 2024–2025 годов переход на автоматические стратегии типа Target ROAS позволил поддерживать стабильный уровень прибыли даже при повышении стоимости клика в отдельных рекламных сегментах до 20–25 % год к году [6].

При всех преимуществах широкое внедрение машинного обучения сопровождается рядом ограничений, значимых именно для малого и среднего бизнеса. Наиболее частой проблемой выступает недостаток собственных данных, необходимых для обучения алгоритмов. Компании с небольшим объемом трафика предоставляют

платформам ограниченные наборы наблюдений, что может приводить к скачкообразным изменениям в эффективности кампаний на ранних этапах. Чтобы компенсировать этот эффект, российские и зарубежные платформы используют механизмы расширенного охвата аудитории, такие как interest expansion у Meta или автотаргетинг в Яндексе, однако эти механизмы могут увеличивать неопределенность результатов в коротких временных интервалах. Вторая значимая проблема – непрозрачность («black box») функционирования алгоритмов: рекламодатели не имеют возможности просматривать детализированное распределение бюджета внутри кампании, что затрудняет аудит эффективности и планирование стратегии. Особенно это заметно в кампаниях Performance Max Google, где система перераспределяет бюджет между форматами, не раскрывая структуру внутренних решений [6].

Дополнительные риски возникают из-за возможной переоптимизации алгоритмов, когда система стремится минимизировать стоимость целевого действия, но фактически начинает ориентироваться на низкокачественные сегменты аудитории, склонные к высокой конверсии, но не создающие реальной ценности для бизнеса. Отчеты рекламных агентств за 2024–2025 годы фиксируют случаи, когда автоматизированные кампании демонстрировали формальный рост конверсий на 30–50 %, однако последующий анализ выявлял низкую монетизацию этих действий. Ситуация осложняется ужесточением регуляторных требований к обработке пользовательских данных. Европейские нормы GDPR и ограничения на использование cookies стимулируют переход к моделям рекламной оптимизации без индивидуальных идентификаторов, что усиливает зависимость алгоритмов от агрегированных данных и повышает риски для компаний, работающих в трансграничных сегментах [4].

Сравнение рекламных экосистем Google, Meta и Яндекса показывает, что, несмотря на общие принципы использования алгоритмов машинного обучения, каждая платформа реализует собственные подходы к оптимизации рекламной активности малого и среднего бизнеса. В системе Google Ads ключевое значение имеют комплексные кампании типа Performance Max, которые интегрируют поисковую, медийную, видеорекламу и размещение в контент-сетях. По данным аналитиков Google, в 2024–2025 годах кампании данного типа обеспечивали среднее увеличение количества конверсий на 18-27 % при сопоставимом бюджете и росте рентабельности вложений на 13-22 % по сравнению с традиционными типами кампаний. Это становится особенно значимым для компаний, не имеющих специалистов по ручной

оптимизации множества форматов одновременно. Одновременно Google активно развивает модели атрибуции, основанные на данных, что улучшает качество прогнозов вероятности конверсий и позволяет алгоритмам точнее распределять бюджет внутри рекламных циклов.

На платформах Meta основную роль играют автоматизированные решения группы Advantage+, которые перераспределяют бюджет и выбирают креативы без участия пользователя. Согласно официальной статистике Meta, переход малых и средних предприятий на Advantage+ Shopping Campaigns приводит к снижению стоимости покупки в пределах 17–32 % и росту конверсий в диапазоне 15–28 %, что особенно выражено в сегментах розничной торговли и товаров повседневного спроса. При этом характерной особенностью экосистемы Meta является высокое качество данных о поведении пользователей внутри социальной сети, что обеспечивает алгоритмам широкое пространство для предсказаний и точного формирования аудиторий [3].

Отечественная экосистема Яндекса в свою очередь демонстрирует успешное адаптирование подходов машинного обучения к локальным рынкам. По данным отраслевых исследований, алгоритмы Яндекс Рекламы обеспечивают рост целевых действий в среднем на 15–40 % для бизнеса небольших масштабов, особенно в сегментах локальных услуг, медицины, недвижимости и доставки товаров. Существенную роль играет автотаргетинг, который анализирует поисковую активность, краткосрочные интересы и локальное поведение пользователей, что обеспечивает высокую релевантность объявлений в российских условиях. Отличительной особенностью Яндекса является также более выраженная ориентация на геоконтекстные данные, что делает платформу удобной для регионального малого и среднего бизнеса [1].

Практика применения технологий машинного обучения в сегменте малых и средних предприятий позволяет сформировать ряд рекомендаций, способствующих повышению эффективности рекламных активностей. Наиболее значимой является необходимость корректного накопления данных для обучения алгоритмов: даже ограниченный по объему, но структурированный поток конверсий позволяет системам рекламных платформ эффективно адаптировать ставки и аудитории. Для старта кампаний рекомендуется использовать более широкие параметры таргетинга, позволяющие алгоритмам исследовать пространство возможных пользователей, после

чего происходит постепенная оптимизация на основе накопленной статистики. Важным элементом является формирование корректных сигнальных событий, чем точнее определено целевое действие, тем быстрее алгоритм достигает устойчивой эффективности. Ряд исследований показывает, что корректный выбор конверсионных событий способен повысить итоговый ROAS на 15–25 %, даже без изменения бюджета кампании.

В условиях ограниченных ресурсов предприятиям малого и среднего бизнеса также целесообразно внедрять процедуры регулярного тестирования рекламных гипотез: креативов, целевых страниц, сегментов аудитории. При этом важно учитывать, что чрезмерное вмешательство в настройки кампаний нарушает процесс обучения алгоритмов. Российские агентства, работающие с малым бизнесом, отмечают, что кампании, в которые вносились изменения реже, чем один раз в 5–7 дней, демонстрируют более стабильные показатели стоимости конверсии и прирост эффективности до 12–18 % относительно кампаний, где изменения происходили ежедневно. Существенное значение имеет и техническое качество сайтов: согласно исследованиям 2025 года, сокращение времени загрузки посадочной страницы всего на одну секунду повышает вероятность конверсии на 7 %, что повышает потенциал алгоритмов оптимизации.

Ожидается, что в ближайшие годы влияние технологий машинного обучения на цифровую рекламу малого и среднего бизнеса будет только усиливаться. Развитие генеративных моделей для создания рекламных креативов, усиливающаяся интеграция поведенческих сигналов и отказ от файлов cookie третьих сторон формируют новый этап автоматизации маркетинговых процессов. Международные прогнозы указывают на то, что к 2030 году доля полностью автономных рекламных кампаний, то есть кампаний, работающих без ручного управления таргетингом и ставками, превысит 80 %, а объем рынка решений на основе искусственного интеллекта в маркетинге достигнет 110–130 млрд. долл. США. Для российского бизнеса эта тенденция будет выражена через дальнейшее развитие внутренней инфраструктуры рекламных платформ и появление механизмов обучения алгоритмов на локальных данных при сохранении требований к приватности.

Завершая изложение, следует подчеркнуть, что интеграция алгоритмов машинного обучения в цифровую рекламу стала ключевым фактором повышения эффективности маркетинговых коммуникаций малого и среднего бизнеса.

Использование этих технологий позволяет компенсировать ресурсные ограничения, усиливает конкурентоспособность и обеспечивает рост отдачи от вложенных средств. Несмотря на существующие ограничения и риски, связанные с прозрачностью алгоритмов и качеством данных, потенциал автоматизированных инструментов в ближайшие годы будет только увеличиваться, а их роль в формировании стратегий цифровой рекламы станет определяющей для большинства компаний данного сегмента.

Список литературы:

1. AdIndex. Персонализация в реальном времени: как ИИ меняет digital-маркетинг. AdIndex, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://adindex.ru/publication/opinion/digital/2025/08/11/336159.phtml (дата обращения: 01.12.2025).

2. Click.ru. Рынок интернет-рекламы в России: аналитический обзор 2024–2025. Click.ru, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://blog.click.ru/analytics/rynok-internet-reklamy-v-rossii/ (дата обращения: 07.12.2025).

3. Digital Marketing Institute. Global Digital Advertising Trends 2025. DMI, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://digitalmarketinginstitute.com/ (дата обращения: 05.12.2025).

4. MarketingLTB. Google Ads Statistics: 2024–2025 Performance Overview. Marketing LTB, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://marketingltb.com/blog/statistics/google-ads-statistics/ (дата обращения: 04.12.2025).

5. SEO.com. AI Marketing Statistics and Market Growth Report 2024–2025. SEO.com, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://www.seo.com/ai/marketing-statistics/ (дата обращения: 10.12.2025).

6. Statista. Digital Advertising Worldwide. Statista, 2025. [Электронный ресурс]. - URL: https://www.statista.com/topics/7666/internet-advertising-worldwide/#topicOverview (дата обращения: 11.12.2025).

УДК 336.6

Куцегреева Л.В.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Гусева Е.С.,
обучающийся (магистрант)
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - к.э.н., доцент Куцегреева Л.В.)

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ, ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

FINANCIAL PERFORMANCE INDICATORS OF THE COMPANY, THEIR CLASSIFICATION AND VALUATION METHODS

Аннотация: Статья посвящена сравнительному анализу методик оценки финансовых показателей деятельности компании. В практике анализа финансового положения организации используются как законодательно утвержденные методики адресного характера, так и методики, предложенные различными авторами, изучающими проблематику финансового анализа. В статье предложена авторская методика, которая представляет собой комбинированную методику нескольких авторов, состоящую из величин, не имеющих серьезного разночтения финансовых показателей.

Abstract: The article is devoted to a comparative analysis of methods for assessing the financial performance of a company. In the practice of analyzing the financial situation of an organization, both legally approved targeted methods and methods proposed by various authors studying the problems of financial analysis are used. The article proposes the author's methodology, which is a combined methodology of several authors, consisting of values that do not have a serious discrepancy in financial indicators.

Ключевые слова: анализ, оценка, финансовые показатели, методики оценки, ликвидность, платёжеспособность, оборачиваемость, финансовая устойчивость, рентабельность.

Keywords: analysis, evaluation, financial indicators, assessment methods, liquidity, solvency, turnover, financial stability, profitability.

Финансовые показатели организации представляют собой числовые и стоимостные величины, которые в своей совокупности характеризуют финансовое

состояние хозяйствующего субъекта, его устойчивость, платежеспособность и прочее. В соответствии с результатами рассчитанных и проанализированных финансовых показателей потенциальные контрагенты составляют комплексную оценку компании, исходя из которой, принимают решение о сотрудничестве.

Таким образом, финансовые показатели деятельности компании представляют собой показатели, характеризующие эффективность ведения бизнес-процессов хозяйствующего субъекта.

На рисунке 1 отразим некоторые финансовые показатели деятельности компании.

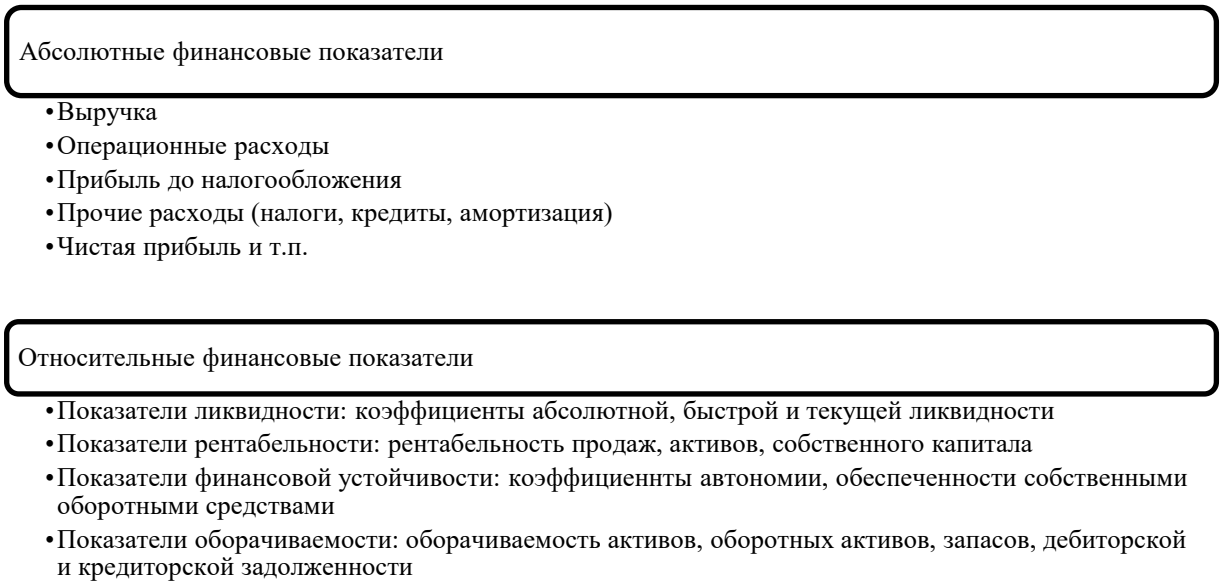


Рис. 1. Финансовые показатели деятельности компании

Составим небольшую характеристику финансовых показателей.

Выручка характеризуется объемом денежных средств, поступающих в компанию от контрагентов за реализованные товары, работы, услуги.

На рисунке 2 отразим классификацию выручки организации в зависимости от источника ее получения.

В целом большинство компаний в своей деятельности признают первые 3 категории выручки из рисунка 2. Остальные показатели выявляются по мере необходимости.

Операционные расходы включают в себя расходы постоянные и переменные.



Рис. 2. Классификация выручки компании

Постоянные расходы – это те расходы, которые компания выплачивает независимо от каких-либо причин.

К таким расходам, как правило, относят аренду, оплату лицензий, программного обеспечения и т.д.

Переменные расходы, в свою очередь, представляют собой те расходы, которые компания выплачивает в зависимости от объема полученной выручки. К таким расходам относят налоги, отчисления за кассовые операции, расходы на сырье и материалы и т.д.

Данные виды расходов необходимо учитывать руководству в целях планирования деятельности и возможности прогнозирования точки безубыточности.

Точка безубыточности рассчитывается внутри организации для определения периода и объема денежных средств, необходимых для достижения нулевого значения между доходами и расходами ежемесячно, и определения превышающей ее суммы.

Финансовую статью «Прочие расходы» следует строго отслеживать и контролировать. Данный вид расходов классифицируется его как «внезапные», незапланированные расходы. Прочие расходы необходимо выделять из общей массы расходов, включая их долю, как правило, небольшую, для дальнейшего планирования.

В целом учет расходов важная составляющая оценки эффективности ведения деятельности. Это помогает определить, какие финансовые статьи отчетности являются более важными, а какие являются менее приоритетными и которые можно сократить при возникновении в этом необходимости.

Хозяйствующим субъектом также рассчитывается показатель прибыли без учета налогов, кредитов и амортизации с целью определения наличия дохода от ведения бизнеса в целом и определить степень необходимости вмешательства в управленческие структуры компании для улучшения показателей.

В целом показатели прибыли имеют большое значение для хозяйствующего субъекта. На рисунке 3 отразим классификацию прибыли компании в соответствии с различными признаками ее отражения.

Прибыль – это основной показатель, характеризующий эффективность любого бизнеса. Данную эффективность отражают через ряд функций:

– является абсолютным показателем;

– гарантирует своевременность расчетов с контрагентами;

– является источником развития компании, пополнения капитала, будущих инвестиционных вложений.

Однако многие аналитики особое внимание уделяют чистой прибыли, как конечному финансовому результату деятельности организации.

Чистая прибыль включает в себя прибыль, которую получает учредитель или главный директор (дивиденды), и прибыль, остающейся на реинвестирование компании, которая может быть направлена на наем новых сотрудников, расширение офиса и прочее, что будет влиять на рост бизнеса. Оставшаяся часть чистой прибыли, используемой как финансовый резерв, отслеживается по строке «Нераспределенная прибыль» в бухгалтерском балансе.

Одним из финансовых показателей является денежный поток компании. Данный показатель спорный и не все аналитики используют его в процессе проведения оценки компании.

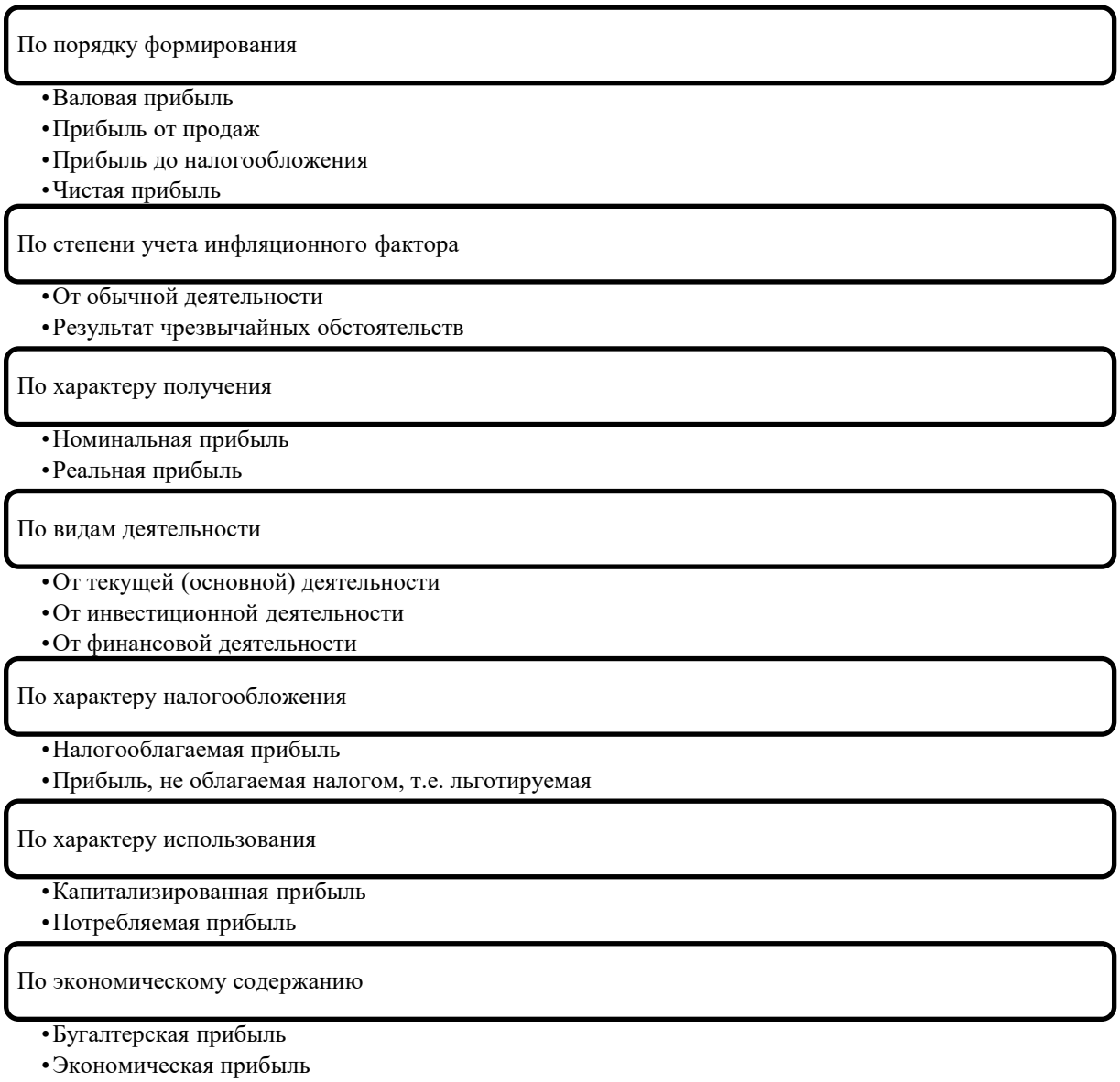


Рис. 3. Классификация прибыли компании

Денежный поток, как правило, замеряется ежемесячно или ежеквартально, а объем поступивших денежных средств отслеживается на сезонность и прочие скачки спроса для того, чтобы иметь возможность строить прогнозы на будущее и строить план продаж. План продаж строится на ретроспективе, соответственно, учитывая динамику по предыдущему периоду, возникает возможность построения следующего периода.

Некоторые организации для оценки своей деятельности рассчитывают средний чек, который отслеживают по компании в целом, а также по каждому менеджеру отдельно (для определения эффективности работы сотрудника), и в динамике за

определенный период.

Также в качестве финансового показателя может использоваться объем маржинальной прибыли в целом, например, для сравнения с другими компаниями со схожей отраслью, или процент маржи по каждому товару или услуге с целью выявления высокомаржинальных продуктов и, соответственно, работать над увеличением продаж данных товаров и снижением объемов продаж низкомаржинальных продуктов.

Показатели ликвидности характеризуют способность хозяйствующего субъекта быстро преобразовывать имеющееся имущество в денежные средства для погашения обязательств в срок. Данные величины имеют зависимость от структуры бухгалтерского баланса организации, в частности величины быстрореализуемых активов.

Показатели рентабельности характеризуют способность компании эффективно использовать имеющиеся ресурсы и отражается в процентах. Низкие значения данных показателей, как правило, сигнализируют о возможных проблемах в управлении ресурсами и неоптимальной структуре затрат. Высокие значения, наоборот, положительно отражают эффективность ведения деятельности организации.

Показатели финансовой устойчивости, рассчитанные с помощью коэффициентов, характеризуют степень зависимости хозяйствующего субъекта от внешних источников финансирования. Данные показатели представляют собой соотношение статей бухгалтерского баланса и выражаются в процентах или единицах.

Показатели оборачиваемости характеризуют эффективность использования имеющихся ресурсов компании и показывают скорость возвращения вложенных средств в виде выручки. Высокие значения данных показателей являются положительным фактором, свидетельствующим о более эффективной деятельности хозяйствующего субъекта. Однако если показатели имеют слишком высокие значения, то это, напротив, свидетельствует о нехватке оборачиваемого имущества, чрезмерно агрессивной политике продаж и т.п. негативных факторах деятельности компании.

Информационной базой для проведения оценки финансовых показателей являются следующие формы бухгалтерской отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и приложения к бухгалтерскому балансу.

В целом оценка финансовых показателей деятельности компании может проводиться в формате экспресс-анализа или углубленного анализа, что зависит от

предоставленных данных компанией анализирующей стороне.

Рассчитав ключевые показатели в отношении друг друга, а также рассмотрев их динамику во времени, возникает возможность оценки текущего состояния хозяйствующего субъекта и прогнозирования его успешности в будущем.

Следует отметить, что в практике анализа финансового положения организации используются как законодательно утвержденные методики адресного характера, так и методики, предложенные различными авторами, изучающими проблематику финансового анализа.

Большинство авторов ссылаются в своих работах на официальные методики, используя их как основу для формирования собственных алгоритмов оценки финансового положения компании, что снижает риск разночтения показателей.

На рисунке 4 представим несколько методик анализа финансового положения коммерческой организации следующих авторов: Шеремета А.Д. (А1), Ковалева В.В. (А2), Савицкой Г.В. (А3), Ефимовой О.В. (А4), Гиляровской Л.Т. (А5).

Данные методики направлены преимущественно на внутреннюю оценку финансового положения хозяйствующего субъекта, а также предоставляют возможность внешним пользователям провести общий анализ на основании бухгалтерской отчетности фирмы.

В таблице 1 отразим основные показатели-коэффициенты, которые используются в данных методиках. В отличие от всех рассматриваемых авторских методик в методике А2 наблюдается разночтение коэффициента абсолютной устойчивости. В первом случае, в числителе используется сумма денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, а во втором, только денежные средства, что занижает результаты анализа.

Существенное разночтение наблюдается при разборе коэффициента быстрой ликвидности по методике А5. В отличие от остальных авторов в числителе отсутствует кредиторская задолженность. Она используется в знаменателе показателя в сумме с краткосрочными кредитами компании.

В целом, все рассматриваемые методики включают в себя коэффициенты абсолютной, быстрой и текущей ликвидности. Среди показателей финансовой устойчивости наиболее часто используемыми являются коэффициенты автономии, обеспеченности собственными оборотными средствами, маневренности собственных оборотных средств, соотношения заемных и собственных средств.

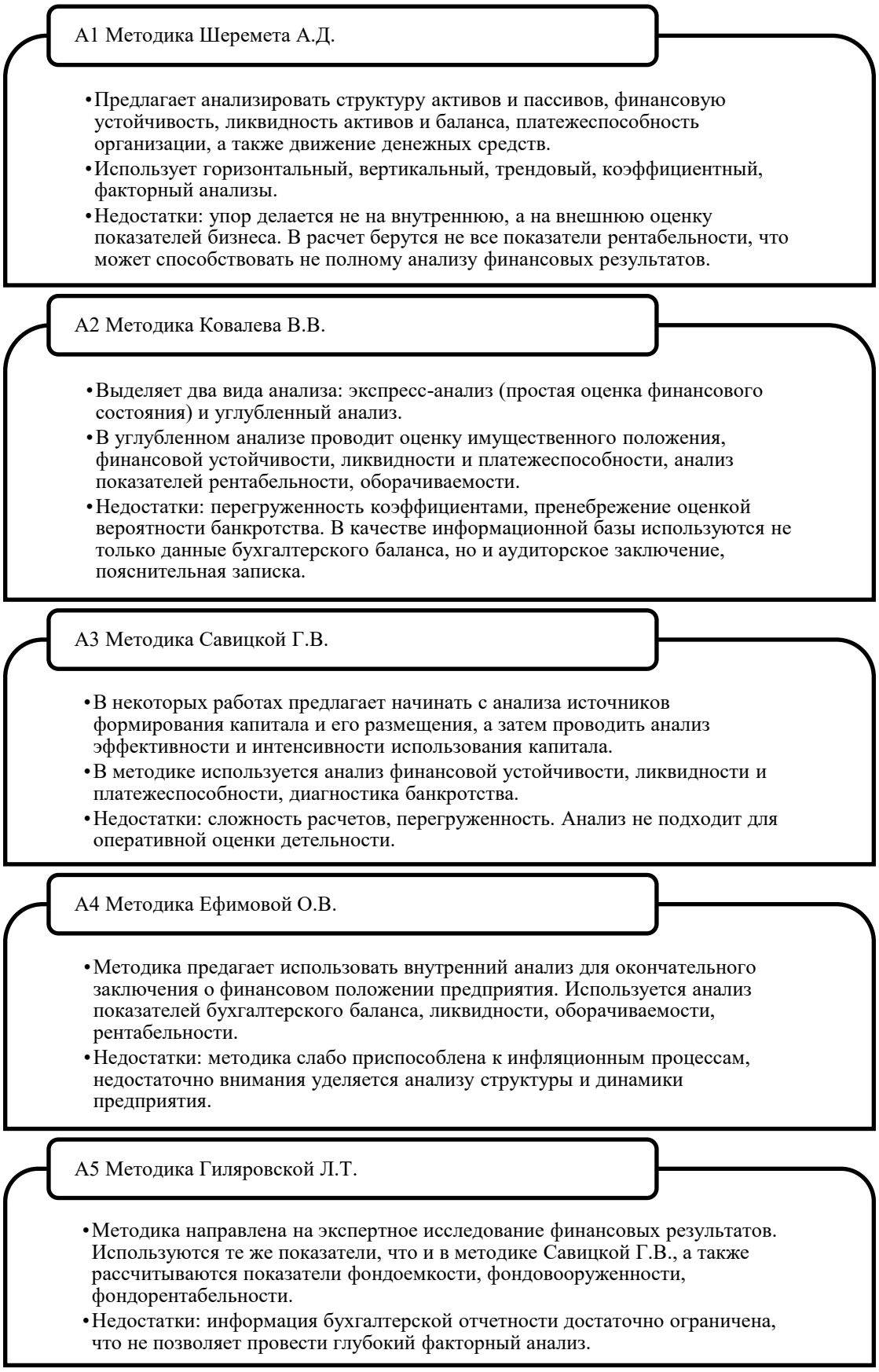


Рис. 4. Авторские методики анализа финансового положения организации

Таблица 1.

Показатели, представленные в российских авторских методиках анализа финансового положения организации

Показатель	A1	A2	A3	A4	A5
Показатели ликвидности и платежеспособности					
Коэффициент абсолютной ликвидности	+	+	+	+	+
Коэффициент срочной ликвидности (ликвидности, критической оценки)	+	+	+	+	+
Коэффициент текущей ликвидности (общий коэффициент покрытия)	+	+	+	+	+
Степень платежеспособности по текущим обязательствам	+				
Коэффициент задолженности по кредитам банков и займам	+				
Показатели финансовой устойчивости					
Коэффициент автономии (финансовой независимости)	+	+	+		+
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	+		+	+	+
Доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах	+				
Коэффициент финансовой стабильности		+			
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	+	+			+
Коэффициент обеспеченности собственными материальными оборотными активами			+		
Коэффициент финансовой устойчивости					+
Коэффициент концентрации собственного капитала		+			
Коэффициент финансовой зависимости		+			+
Коэффициент инвестирования					+
Коэффициент финансирования					+
Коэффициент покрытия чистыми активами всех обязательств					+
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств		+			+
Коэффициент покрытия оборотными активами кредиторской задолженности					+
Доля дебиторской задолженности в чистых активах					+
Показатели рентабельности и деловой активности					
Рентабельность активов	+			+	+
Норма чистой прибыли	+				
Чистые активы					+
Рентабельность продаж				+	+
Рентабельность инвестиций					+
Рентабельность собственного капитала			+	+	+
Рентабельность чистых активов по чистой прибыли					+
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств		+		+	+
Длительность оборота запасов		+			
Средний срок погашения краткосрочной дебиторской задолженности		+			
Средний срок погашения краткосрочной кредиторской задолженности		+			
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала			+		+

Разночтений алгоритмов расчета показателей финансовой устойчивости обнаружено не было. Однако большинство методик не оснащено нормативными значениями по данным показателям, в отличие от методик А1 и А3.

При расчете показателей рентабельности в числителе может использоваться прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль. Наиболее часто используемыми показателями является рентабельность продаж, активов и собственного

капитала.

Также в отличие от большинства других методик в методике А4 и А5 прописывается, что в расчетах используются среднегодовые величины баланса компании.

Методика-А4 подразумевает использование разных показателей рентабельности продаж, где в числителе может использоваться прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистая прибыль.

В методике-А5 рентабельность продаж исчисляется по чистой прибыли.

Также в отличие от большинства других методик в методике А4 и А5 прописывается, что в расчетах используются среднегодовые величины баланса компании.

Расчет чистых активов предполагает собой разницу между активами и обязательствами в связи, с чем большинство авторов не отражают данный показатель отдельно, а рассчитывают при необходимости. В методике-А5 состав данного показателя был подробно раскрыт.

Среди абсолютных финансовых показателей деятельности компании существенную часть составляют показатели, отраженные в отчете о финансовых результатах хозяйствующего субъекта.

Финансовый результат – это важнейший из показателей деятельности любого бизнеса. В связи с этим оценка финансовых показателей компании будет схожа с оценкой эффективности деятельности организации.

Рассмотрим также эффективное управление экономической деятельностью. Оно имеет жизненно важное значение для компаний, поскольку влияет на их финансовую стабильность, конкурентоспособность и достижение стратегических целей. Следует отметить, что термин «эффективность» трактуется в научной литературе не однозначно. В различных источниках данный термин трактуют как категорию, выражающую практическую реализацию таких понятий как прибыльность, рентабельность, окупаемость инвестиций, результативность и оптимальность (рис. 5).

В наиболее общем смысле под эффективностью понимается относительный эффект, результативность операции (процесса, проекта) определяемый как соотношение эффекта (результата) и ресурсов (капитала, издержек, затрат, расходов и т.д.) обусловивших его получение.

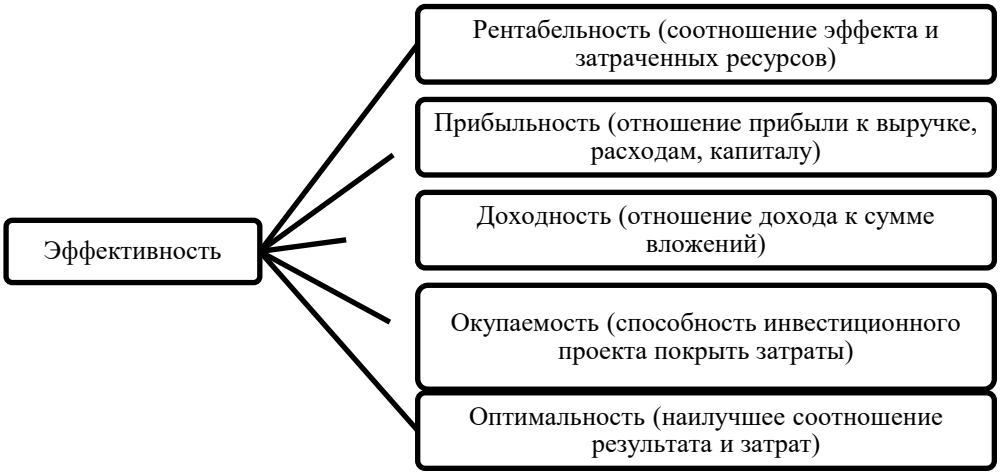


Рис. 5. Содержание понятия «эффективность»

Экономическая эффективность находит свое выражение в системе показателей, характеризующих эффективность использования основных экономических ресурсов (рис. 6).

Система показателей эффективности деятельности компании представляет собой комплексную и структурированную модель. Она включает в себя ключевые аспекты деятельности компании (финансы, персонал, операционные показатели, обобщающие показатели), что позволяет дать объективную оценку эффективности деятельности.

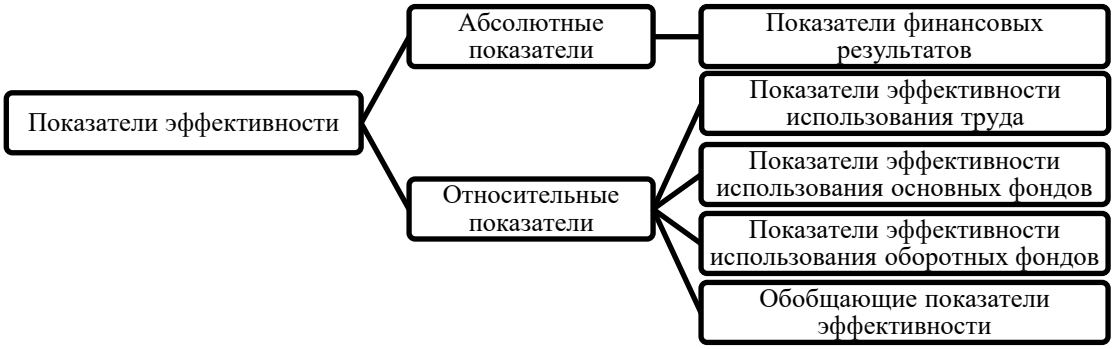


Рис. 6. Система показателей эффективности деятельности компании

В таблице 2 сгруппируем ранее рассмотренные методики оценки финансовых показателей хозяйствующего субъекта и отразим ключевые показатели, характерные для определенной группы.

Таблица 2.

Методика расчета показателей эффективности деятельности компании

Группа	Показатель	Методика	Аналитическое значение
Финансовые результаты	Прибыль	Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах.	Характеризует величину и динамику финансового результата
Использование труда	Производительность труда	Отношение объема производства к средней численности персонала	Характеризует объем продукции в расчете на одного работника
	Трудоемкость продукции	Отношение затраченного времени к объему произведенной продукции	Характеризует количество рабочего времени, затрачиваемого на производство единицы продукции
Использование труда	Зарплатоемкость продукции	Отношение затрат на оплату труда к объему производства	Характеризует величина расходов на заработную плату, приходящаяся на единицу продукции
	Зарплатоотдача	Отношение объема производства к затратам на оплату труда.	Характеризует объем продукции, приходящийся на 1 руб. фонда оплаты труда
Использование основных фондов	Фондоотдача	Отношение выручки к средней стоимости основных фондов.	Характеризует объем продукции на 1 рубль основных фондов
	Фондоемкость	Показатель, обратный фондоотдаче	Характеризует стоимость основных фондов, приходящуюся на единицу произведенной продукции
	Фондовооруженность	Отношение средней стоимости основных фондов к средней численности персонала	Характеризует обеспеченность работников основными средствами
Использование оборотных активов	Коэффициент оборачиваемости	Отношение выручки к средней величине оборотных активов	Характеризует размер выручки, приходящейся на 1 рубль оборотных активов.
	Продолжительность оборота	Средняя величина оборотных активов к среднедневной выручке	Характеризует период обращения текущих активов.
Рентабельность	Рентабельность продукции	Отношение прибыли от продаж к себестоимости продукции	Характеризует окупаемость издержек производства
	Рентабельность продаж	Отношение прибыли от реализации к выручке	Характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности.
	Рентабельность капитала	Отношение чистой прибыли к инвестированному капиталу (отдельным элементам капитала)	Характеризует эффективность использования капитала предприятия и его отдельных элементов.

Учитывая многоаспектность данной экономической категории, эффективность анализируется и оценивается с помощью системы аналитических показателей: рентабельности, доходности, прибыльности, оборачиваемости, затратоемкости и т.д. Использование приведенной выше системы аналитических и оценочных показателей дает возможность выявить резервы для роста эффективности производства

хозяйствующего субъекта.

В работе преимущественно будем рассматривать следующие показатели из отраженных в таблице 2: прибыль, производительность труда, фондоотдача, коэффициент оборачиваемости активов и их продолжительность оборота, рентабельность активов, продаж и капитала.

В рамках оценки финансовых показателей деятельности компании может использоваться следующее:

1. Определение состава и структуры показателей, участвующих в формировании финансовых результатов хозяйствующего субъекта в стоимостном выражении по данным отчета о финансовых результатах.

2. Составление динамического ряда финансовых показателей компании базисным и цепным методом.

Базисное абсолютное изменение:

$$\triangle Y = Yi - Y0, \quad (1)$$

где Yi – отчетный уровень ряда динамики;

Y0 – начальный уровень ряда динамики.

Цепное абсолютное изменение (метод цепных подстановок):

$$\triangle Y = Yi - Yi\text{-}1, \quad (2)$$

где Yi-1 – предыдущий уровень.

3. Проведение оценки имущественного состояния компании.

4. Расчет показателей ликвидности и платежеспособности организации.

Для облегчения проведения оценки ликвидности компании целесообразным считается предварительное группирование имущества и источников их формирования.

На рисунке 7 отобразим схему ликвидных активов (и что к ним относится) для дальнейших расчетов. На рисунке 8 отобразим схему пассивов по степени погашения обязательств (и что к ним относится) для дальнейших расчетов.

На основании сопоставления сгруппированных величин имущества и источников их формирования составляется вывод о ликвидности баланса компании.

5. Расчет показателей рентабельности хозяйствующего субъекта за определенный период.

6. Расчет показателей деловой активности компании, т.е. оборачиваемости.

7. Расчет показателей финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта.

8. Проведение факторного анализа ликвидности, финансовой устойчивости,

оборачиваемости и прибыли.



Рис. 7. Ликвидные активы компании

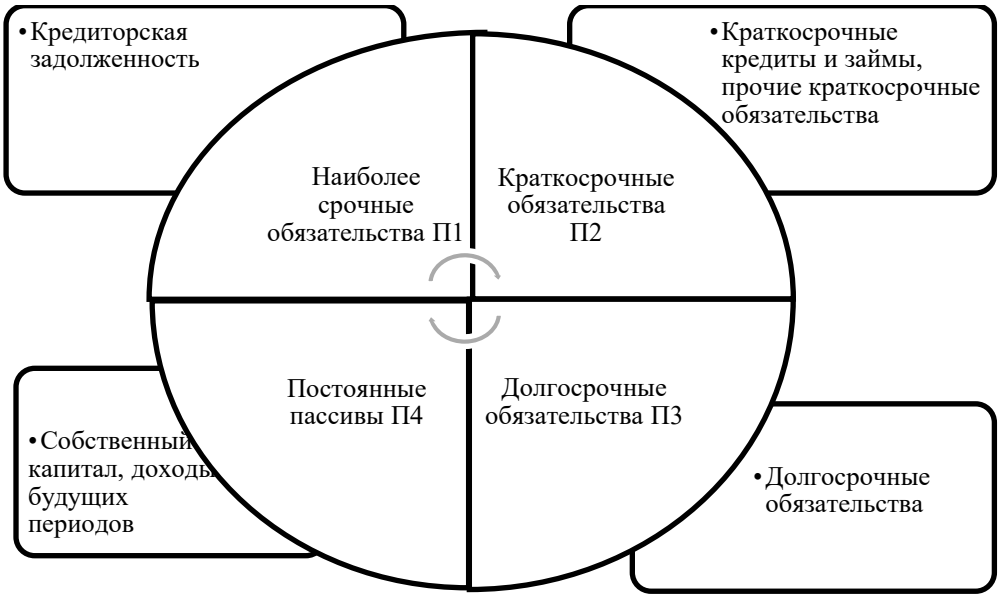


Рис. 8. Пассивы по степени погашения обязательств организации

Методологической основой анализа выступает метод цепных подстановок, позволяющий количественно измерить влияние каждого фактора на результирующие показатели.

В таблице 3 отразим необходимые формулы, в соответствии с которыми будет

осуществляться оценка финансовых показателей хозяйствующего субъекта.

Таблица 3.

Показатели для проведения оценки финансовых показателей организации

Показатель	Формула
Коэффициент абсолютной ликвидности	А1/(П1 + П2)
Коэффициент быстрой ликвидности	(А1 + А2)/(П1 + П2)
Коэффициент текущей ликвидности	(А1 + А2 + А3)/(П1 + П2)
Рентабельность продаж, %	Прибыль / Выручка * 100
Рентабельность собственного капитала, %	Чистая прибыль / Среднее значение показателя * 100%
Рентабельность активов, %	Прибыль / Активы * 100
Коэффициент автономии	Собственный капитал / Активы
Коэффициент финансовой зависимости	Заемные средства / Активы
Коэффициент финансовой устойчивости	(Собственный капитал + Долгосрочные обязательства) / Пассивы
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	Собственные оборотные средства/ Оборотные активы
Коэффициент маневренности собственного капитала	Собственные оборотные средства / Собственный капитал
Коэффициент финансового левериджа	Заемные средства / Собственный капитал
Коэффициент концентрации заемного капитала	Заемные средства / Пассивы
Фондоотдача, руб./руб.	Выручка / Среднее значение основных средств
Оборачиваемость активов, запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, собственного капитала, количество оборотов	Выручка / Среднее значение показателя
Продолжительность оборота активов, запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, собственного капитала, дни	Среднее значение показателя / Выручка

По своей сути данные в таблице 3 отражают собой комбинированную методику нескольких авторов, состоящую из величин, не имеющих серьезного разночтения финансовых показателей.

Список литературы:

1. Абдукаримов, И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 214 с. – Режим доступа: https://znanium.com/read?id=422477

2. Анализ финансовой отчетности: учебник / Е.В. Никифорова, М.В. Боровицкая, Л.М. Куприянова, О.В. Шнайдер; под общ. ред. Е.В. Никифоровой. – Москва: ИНФРА-М, 2026. – 211 с.

3. Илышева, Н.Н. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации: монография / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. – 2-е изд., сизм.

– Москва: Финансы и Статистика, 2021. – 244 с. – Режим доступа: https://znanium.com/read?id=376697

4. Мельник, М.В. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Лихтарова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 316 с.

5. Негашев, Е.В. Аналитическое моделирование финансового состояния компании: монография / Е.В. Негашев. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 186 с. – Режим доступа: https://znanium.com/read?id=391158

6. Пласкова, Н.С. Экономический анализ: учебник / Н.С. Пласкова, Н.А. Проданова. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 324 с.

7. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2025. – 608 с. – Режим доступа: https://znanium.ru/read?id=458261

8. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. – 15-еизд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 587 с. – Режим доступа: https://znanium.com/read?id=426204

9. Шарудина, З.А. Макеты аналитических таблиц для использования в экономических исследованиях, проводимых в рамках выпускных квалификационных, магистерских, проектных и аналогичного вида работ. Методическое пособие для обучающихся всех направлений подготовки уровней бакалавриата и магистратуры / З.А. Шарудина – Краснодар: Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2023. – 51 с.

10. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.Д. Шеремет. – 2-е изд., доп. – Москва: ИНФРА-М, 2025. – 374 с. – Режим доступа: https://znanium.ru/read?id=461627

УДК 005.521

Куцегреева Л.В.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Гусева Е.С.,
обучающийся (магистрант)
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - к.э.н., доцент Куцегреева Л.В.)

СРАВНЕНИЕ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

COMPARISON OF METHODS FOR FORECASTING FINANCIAL PERFORMANCE OF A COMPANY

Аннотация: Статья посвящена сравнительному анализу методик прогнозирования финансовых показателей деятельности компании. В современных условиях высокой нестабильности экономики и конкуренции способность предприятия своевременно прогнозировать финансовые результаты становится критическим фактором эффективного управления. Цель исследования заключается в выявлении сильных и слабых сторон различных методов прогнозирования, а также определении условий, при которых каждый из подходов проявляет наибольшую эффективность.

Abstract: The article is devoted to a comparative analysis of methods for forecasting the financial performance of a company. In modern conditions of high economic instability and competition, the ability of an enterprise to predict financial results in a timely manner is becoming a critical factor in effective management. The purpose of the study is to identify the strengths and weaknesses of various forecasting methods, as well as to determine the conditions under which each approach is most effective.

Ключевые слова: прогнозирование, финансовые показатели, методики прогнозирования, экспертные оценки, сценарное прогнозирование, управление компанией.

Keywords: forecasting, financial indicators, forecasting methods, expert assessments, scenario forecasting, company management.

В условиях высокой турбулентности экономической среды прогнозирование финансовых показателей деятельности компании становится неотъемлемой частью стратегического управления. Современные предприятия функционируют в условиях

постоянно меняющихся рыночных факторов, влияния глобализационных процессов, технологических инноваций и институциональных преобразований. Для сохранения устойчивости и повышения конкурентоспособности организациям необходимо разрабатывать и внедрять эффективные методы предсказания будущих финансовых результатов, что позволяет минимизировать риски, оптимизировать затраты и рационально распределять ресурсы.

Прогнозирование представляет собой процесс систематического анализа информации о прошлом и настоящем состоянии предприятия с целью формирования представления о его будущем развитии. Основное назначение прогнозирования заключается в определении вероятных значений ключевых финансовых индикаторов – прибыли, выручки, рентабельности, себестоимости, ликвидности и других показателей, обеспечивающих устойчивость бизнеса. Результаты прогнозирования находят практическое применение в разработке бизнес-планов, инвестиционных проектов, программ финансового оздоровления и антикризисного управления.

На современном этапе экономической науки и практики существует значительное количество методик прогнозирования финансовых показателей, которые различаются по исходным предпосылкам, используемым инструментам и степени точности результатов. Традиционно прогнозирование базировалось на методах статистического анализа и экстраполяции временных рядов, что позволяло выявлять тенденции и закономерности развития компании. Однако в последние годы значительно возрос интерес к использованию математического моделирования, методов машинного обучения и интеллектуального анализа данных, обеспечивающих более гибкое и адаптивное предсказание.

Выбор конкретной методики прогнозирования напрямую зависит от множества факторов: отраслевой специфики компании, качества и объема исходных данных, горизонта планирования, уровня цифровизации предприятия и компетентности специалистов. При этом каждая методика имеет как свои преимущества, так и ограничения, что создает необходимость их сопоставления и критической оценки. Вопрос о выборе оптимального инструмента прогнозирования является не только теоретическим, но и прикладным, поскольку от него зависит обоснованность управленческих решений и эффективность деятельности организации в долгосрочной перспективе.

Любое прогнозирование финансовых показателей начинается с четкой

постановки задачи. Прежде чем переходить к выбору математической модели, необходимо определить, какие именно показатели интересуют компанию, какой горизонт прогноза требуется и с какой целью будет использоваться результат. В зависимости от этого формируется методологическая база исследования. Если целью является оценка краткосрочной ликвидности, акцент делается на анализе денежных потоков с ежедневной или недельной детализацией. Когда задача связана с оценкой инвестиционной привлекательности, то внимание смещается к моделированию прибыли, рентабельности или показателей рентабельности собственного капитала на длительном горизонте [1].

После формулирования цели следует уточнение горизонта прогнозирования. От него напрямую зависит выбор методики. Краткосрочные прогнозы чаще строятся на базе статистических моделей, учитывающих сезонность и циклы, поскольку их природа лучше поддается формализации. Среднесрочные и долгосрочные горизонты требуют привлечения методов машинного обучения и нейросетевых моделей, которые способны учитывать множество экзогенных факторов.

Второй аспект – корректное определение входных данных. Источниками финансовой информации являются бухгалтерская отчетность, управленческие базы данных, данные о сделках, банковские выписки и внешние макроэкономические индикаторы. Данные должны быть приведены к единой временной шкале, очищены от выбросов и пропусков, нормализованы по единицам измерения. Проблемы качества данных могут существенно исказить итоговые прогнозы, что делает этап их подготовки не менее значимым, чем выбор алгоритма.

Важным шагом становится обеспечение полноты данных. Для этого используются как внутренние источники, так и внешние – статистика по рынку, сведения о конкурентах, динамика валютных курсов и процентных ставок. Введение экзогенных переменных позволяет модели лучше учитывать влияние факторов, находящихся за пределами деятельности компании. Однако интеграция таких данных требует внимательного анализа корреляций и проверки на отсутствие мультиколлинеарности.

Подготовка данных включает и этап так называемой инженерии признаков. Финансовые ряды редко используются в «сыром» виде. В процессе решения практических задач создаются дополнительные показатели: переменные с временным лагом, усредненные значения за период, коэффициенты, отражающие сезонные

колебания, составляющие общей динамики развития, а также индикаторы в бинарном формате для фиксации особых событий. Включение таких признаков дает алгоритмам возможность выявлять неочевидные взаимосвязи, что в конечном итоге улучшает точность будущих расчетов.

Отдельное внимание уделяется анализу временных рядов на предмет стационарности. При обнаружении в данных ярко выраженных трендов или цикличности исследователи прибегают к таким инструментам, как взятие разностей (дифференцирование), разложение ряда на составляющие или применение сглаживающих фильтров. Подобная обработка приводит структуру информации в соответствие с условиями применимости целого ряда методов прогнозирования, особенно тех, что относятся к классу статистических.

Следовательно, начальный этап разработки прогноза подразумевает проведение целого спектра подготовительных мероприятий: четкое формулирование цели и временных границ предсказания, проверку достоверности исходных материалов, а также формирование набора характеристик, способных адекватно описать специфику изучаемого бизнес-процесса.

Качество проделанной работы на данном этапе во многом предопределяет успех последующих шагов, поскольку даже самая современная модель не сможет компенсировать искажений, возникающих при использовании некорректных исходных данных.

Прогнозирование финансовых показателей занимает центральное место в системе управления предприятием, так как именно оно позволяет определить вероятные перспективы развития компании, выявить скрытые риски и сформировать устойчивую стратегию деятельности. Его сущность заключается в создании представления о будущем состоянии организации на основании анализа информации о ее прошлом и настоящем. При этом финансовое прогнозирование всегда носит вероятностный характер: каким бы совершенным ни был метод, он не способен исключить влияние случайных факторов и неожиданных изменений внешней среды [4].

В основе прогнозирования лежит необходимость уменьшить уровень неопределенности, сопровождающий деятельность любой компании. Результаты прогноза позволяют не только сформировать сценарии развития и оценить возможные финансовые результаты, но и определить потребность в ресурсах, выявить факторы, оказывающие критическое влияние на прибыльность, а также подготовить

управленческие решения, направленные на стабилизацию и рост.

Существующие методики прогнозирования можно рассматривать как результат длительной эволюции экономической науки. Первоначально основу составляли классические статистические подходы, ориентированные на выявление тенденций в динамике показателей. Методы скользящей средней или экспоненциального сглаживания позволяли достаточно точно описывать долгосрочные тренды и сезонные колебания. Однако они имели ограниченную применимость в условиях резких колебаний рыночной конъюнктуры, поскольку такие методы плохо адаптировались к неожиданным изменениям.

Следующим этапом развития стали модели экономико-математического прогнозирования. Они строились на выявлении зависимости между финансовыми результатами и факторами внешней или внутренней среды.

Наиболее распространенным инструментом стал регрессионный анализ. В отличие от методов, опирающихся только на исторические значения самого показателя, регрессия позволяет выявлять и количественно описывать зависимость между переменными, что делает ее особенно ценной для управленческого анализа и принятия решений. Суть метода заключается в установлении связи между зависимой переменной (например, прибылью, затратами, выручкой) и одной или несколькими независимыми переменными – факторами, влияющими на ее динамику. Эта связь формализуется в виде уравнения регрессии, которое может принимать как линейную, так и нелинейную форму. Наиболее часто в практике используется простая или множественная линейная регрессия.

Таким образом, подобные методы давали возможность учитывать сложные взаимосвязи и предлагали более глубокий уровень анализа, но их точность зависела от качества исходных данных и корректности выбора факторов [2].

В ситуациях, когда статистической информации о деятельности организации было недостаточно, аналитики обращались к методам экспертных оценок. Одним из популярных методик является метод «Дельфи», сущность которого заключается в многоступенчатом взаимодействии специалистов и формировании согласованного мнения.

Таким образом, данные методы прогнозирования ценны тем, что позволяют учесть опыт и интуицию профессионалов.

В настоящее время большую популярность получили интеллектуальные методы

прогнозирования (например, нейронные сети и алгоритмы машинного обучения), способные обрабатывать большие массивы данных и выявлять нелинейные зависимости. К числу достоинств рассматриваемых моделей можно отнести их гибкость и возможность одновременного анализа большого количества влияющих факторов.

Вместе с тем их применение сопряжено с определенными трудностями: необходимо наличие значительных вычислительных мощностей, а также высокая квалификация специалиста, который не только должен уметь обучать модель, но и корректно трактовать выданные ею результаты.

В современных условиях, характеризующихся нарастающей нестабильностью внешней среды, особую актуальность приобретает использование сценарного подхода. Его суть заключается в рассмотрении целого веера потенциальных траекторий развития событий, что позволяет организации быть готовой к различным вариантам будущего. Эта методология базируется на синтезе количественных расчетов и экспертных оценок, итогом чего становится формирование нескольких альтернативных сценариев эволюции компании.

Сценарный метод следует рассматривать не просто как технику предвидения, а как особую управленческую парадигму. Она подразумевает осознанное взаимодействие с фактором неопределенности, признание вариативности грядущих изменений и необходимость выработки у предприятия способности к быстрой перестройке стратегии. В отличие от методов, выдающих одну «наилучшую» траекторию, сценарный подход формирует несколько обоснованных альтернативных вариантов развития ситуации, каждый из которых имеет свою вероятность и управленческие последствия.

Все рассмотренные методики имеют преимущества и недостатки. Их применение зависит от множества условий: наличия и качества исходных данных, уровня развития компании, цифровизации процессов, горизонта планирования и степени нестабильности внешней среды. Универсального метода, подходящего для всех случаев, не существует, поэтому наиболее результативным оказывается комбинирование различных методик, что позволяет компенсировать слабые стороны одного подхода за счет сильных сторон другого.

Промежуточный вывод по теоретическому этапу исследования заключается в том, что прогнозирование финансовых показателей представляет собой комплексную

задачу, требующую системного подхода и гибкости в выборе инструментов. Каждая методика имеет собственную область наибольшей эффективности, а итоговый результат зависит не только от выбранной модели, но и от правильной организации процесса анализа.

Классические статистические методы традиционно воспринимаются как наиболее простые и доступные для практического применения. Они опираются на исторические данные и предполагают, что выявленные тенденции сохранятся в будущем. Данные методы применимы при стабильной динамике, позволяют быстро получить прогноз с минимальными затратами. Главное ограничение метода – его инерционность. Он не способен «увидеть» поворот тренда, структурные разрывы, нестандартные события или смену бизнес-модели.

Экономико-математическое моделирование представляет собой более продвинутый подход, позволяющий учесть влияние различных факторов на деятельность хозяйствующего субъекта. Благодаря построению регрессионных зависимостей и применению корреляционного анализа исследователям удается не просто зафиксировать направление развития (тренд), но и обосновать его через выявление конкретных причинно-следственных механизмов. Благодаря этому модели обретают большую адаптивность и аналитическую глубину.

Тем не менее, данный подход не лишен недостатков. Существует риск сильной чувствительности результатов к тому, какие именно параметры были заложены в прогноз; некорректные настройки способны существенно исказить итоговые выводы. Кроме того, метод ограничен рамками самого временного ряда и игнорирует воздействие внешней среды. Это приводит к тому, что резкие флуктуации, не вписывающиеся в сложившуюся тенденцию, обрабатываются моделью недостаточно эффективно.

В тех случаях, когда ряд важных переменных оказывается за пределами аналитического поля, надежность построенной модели снижается, а результаты могут потерять объективность.

Особую роль в таких условиях играют методы, опирающиеся на экспертные суждения. Они задействуют профессиональную интуицию и компетенции специалистов, позволяя формировать прогноз даже в условиях дефицита статистических данных. Ключевое преимущество этого подхода - возможность включить в анализ качественные, трудно формализуемые аспекты исследуемого

явления.

Например, репутацию компании, ожидания рынка или изменения в поведении потребителей. Вместе с тем субъективность этого подхода остается его главным недостатком, так как окончательный прогноз во многом зависит от компетентности и согласованности мнений экспертов.

Наиболее современным направлением стали интеллектуальные технологии прогнозирования, основанные на использовании машинного обучения и искусственного интеллекта. Данные технологии позволяют строить прогнозы с учетом сложных нелинейных зависимостей, которые невозможно уловить традиционными методами. Высокая точность и способность к самообучению делают эти модели привлекательными для компаний, работающих в быстро меняющейся среде. Однако их внедрение требует значительных ресурсов, а интерпретация результатов зачастую оказывается затруднительной, что снижает доверие со стороны управляющих компанией лиц, привыкших к прозрачности традиционных методов.

Сценарное прогнозирование можно рассматривать, как попытку объединения нескольких типов методик – количественных и качественных. Однако методика требует высокой квалификации аналитиков и не гарантирует точности в числовом выражении.

Таким образом, вопрос выбора методики прогнозирования финансовых показателей имеет прикладное значение, поскольку именно от корректности этого выбора зависит степень достоверности полученных результатов и, следовательно, обоснованность управленческих решений. Эффективность применения конкретного метода определяется не только его внутренними возможностями, но и целым комплексом факторов, связанных с особенностями деятельности компании, состоянием внешней среды и уровнем развития аналитической инфраструктуры.

Наибольшее значение имеет характер исходных данных, на основе которых строится прогноз. Если компания располагает длинными и стабильными временными рядами, отражающими динамику ключевых показателей, то оправдано использование классических статистических методов. Они позволяют уловить тенденции, выявить сезонные колебания и на этой основе экстраполировать будущее развитие. Однако при неполных данных, наличии резких скачков и отсутствии регулярности применение подобных методов теряет эффективность.

Следующим условием является степень предсказуемости внешней среды. В

условиях устойчивого макроэкономического фона и умеренной конкуренции достаточно надежными оказываются экономико-математические модели, ориентированные на выявление взаимосвязей между факторами. Они позволяют объяснить изменения в финансовых результатах через внешние и внутренние причины, что делает прогноз более обоснованным. Но при высокой нестабильности экономики и наличии большого числа неконтролируемых переменных такие модели не дают точных прогнозов. В таком случае аналитиками используется метод экспертных оценок.

Метод экспертных оценок особенно востребован в новых или быстро развивающихся отраслях, где отсутствует достаточный статистический материал, а решения нужно принимать в кратчайшие сроки. Однако эффективность методики напрямую связана с качеством отбора специалистов и корректностью процедуры получения согласованных суждений.

Интеллектуальные методы прогнозирования наиболее эффективны в компаниях, которые обладают цифровизированными процессами и большими массивами информации о своей деятельности и рынке. Здесь особое значение приобретает способность алгоритмов выявлять сложные нелинейные зависимости, недоступные для традиционных моделей. Негативным фактором, как правило, выступает высокая стоимость внедрения таких решений и потребность в квалифицированных кадрах, способных интерпретировать результаты работы систем машинного обучения.

Отдельного внимания заслуживает сценарное прогнозирование.

Ключевые преимущества сценарного метода: учет неопределенности и многовариантности будущего, вовлечение экспертов и управленцев в процесс моделирования, высокая адаптивность при резких изменениях среды, возможность объединения с количественными моделями (регрессии, машинное обучение).

К основным ограничениям относятся: субъективность сценариев и оценок вероятностей, высокая трудоемкость и потребность в межфункциональном взаимодействии, отсутствие четкого прогноза в числовом выражении (часто воспринимается как недостаток управленцами, ориентированными на KPI).

Важно подчеркнуть, что сценарный подход не отменяет необходимость использования количественных расчетов, а работает с ними в связке. Такое сочетание позволяет расширить аналитический кругозор и дает возможность предприятию заранее проработать варианты реагирования на разные траектории развития событий.

Наибольшая отдача от применения данного метода достигается в ряде

конкретных ситуаций: когда внешняя среда отличается крайней нестабильностью, стоит задача формирования стратегии на длительную перспективу, качество или доступность статистической информации оставляют желать лучшего, а также в тех случаях, когда к процессу прогнозирования необходимо подключить представителей различных управленческих звеньев. Особую ценность подход представляет при проработке сценариев, направленных на обеспечение устойчивости бизнеса и выход из кризисных ситуаций.

Отдельного внимания заслуживает корректный выбор временного горизонта прогнозирования. Если речь идет о коротких промежутках времени (до одного года), то наиболее релевантными оказываются статистические методы, ориентированные на анализ временных рядов. Они хорошо улавливают текущие флуктуации и обеспечивают высокую точность на ограниченном интервале. Когда же период прогнозирования расширяется до двух-трех лет, в приоритет выходят регрессионные модели и факторный анализ, позволяющие учесть динамику внешних условий. Долгосрочные прогнозы, выходящие за пределы 3-5 лет, практически невозможно строить только на основе количественных данных, поэтому здесь предпочтение отдается сценарию или комбинированному подходу, сочетающему количественные расчеты и экспертные оценки.

Обобщая изложенное, можно сказать, что выбор методики прогнозирования неразрывно связан с особенностями конкретной компании и ее стратегическими задачами. Для эффективного применения того или иного метода требуется учитывать отраслевую специфику, масштаб бизнеса, качество исходной информации, уровень цифровизации и кадровый потенциал. Оптимальным подходом является использование несколько методов одновременно, адаптируя их к текущим условиям и задачам управления.

Таким образом, исследование методик прогнозирования финансовых показателей показало, что данное направление остается одним из наиболее значимых элементов стратегического управления предприятием.

Перспективы дальнейших исследований связаны с развитием комбинированных методик, основанных на интеграции статистического анализа, экономико-математического моделирования и технологий искусственного интеллекта. Именно синергия традиционных и инновационных подходов может обеспечить наиболее высокий уровень достоверности прогнозов и расширить возможности стратегического

управления в будущем.

Список литературы:

1. Иванов, П.И. Теория и практика прогнозирования / П.И. Иванов. – М.: КНОРУС, 2023. – 330 с.

2. Михайлова, Н.В. Экономико-математические методы в прогнозировании / Н.В. Михайлова. – М.: Юнити-Дана, 2023. – 320 с.

3. Николаева, Л.И. Прогнозирование финансовых потоков / Л.И. Николаева. – СПб.: БХВ-Петербург, 2024. – 280 с.

4. Рябова, Е.А. Прогнозирование в условиях экономической нестабильности / Е.А. Рябова. – М.: КНОРУС, 2023. – 300 с.

5. Смирнов, И.И. Методы прогнозирования в экономике / И.И. Смирнов. – М.: Юрайт, 2024. – 310 с.

6. Федоров, А.А. Методы прогнозирования в экономике / А.А. Федоров. – М.: Инфра-М, 2023. – 310 с.

7. Харитонов, В.И. Прогнозирование финансовых показателей / В.И. Харитонов. – М.: Дело, 2024. – 280 с.

8. Яковлева, Н.В. Прогнозирование финансовых потоков / Н.В. Яковлева. – СПб.: БХВ-Петербург, 2023. – 280 с.

УДК 005.521

Куцегреева Л.В.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Дадашян К.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - к.э.н., доцент Куцегреева Л.В.)

АНАЛИЗ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФАСТ-ФУД ПРОДУКЦИИ И РЫНКА ЗАВЕДЕНИЙ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ

ANALYSIS OF THE CONSUMER MARKET OF FAST FOOD PRODUCTS AND THE MARKET OF HEALTHY FOOD ESTABLISHMENTS

Аннотация: В настоящей статье представлены результаты анализа двух сегментов рынка общественного питания: индустрии быстрого обслуживания и заведений, позиционирующих себя в нише здорового питания. Актуальность исследования обусловлена трансформацией потребительского поведения под влиянием макроэкономических факторов и сдвига в системе ценностных координат современных посетителей. На основе данных отраслевой аналитики рассматриваются ключевые параметры спроса: динамика среднего чека, частота посещений, а также критерии выбора заведения различными возрастными когортами. Особое внимание уделяется феномену «новой рациональности», при которой решение о покупке принимается на основе соотношения цены, питательной ценности и эмоционального опыта.

Abstract: This article presents the results of an analysis of two segments of the catering market: the fast food industry and establishments that position themselves in the niche of healthy nutrition. The relevance of the study is due to the transformation of consumer behavior under the influence of macroeconomic factors and a shift in the system of value coordinates of modern visitors. Based on industry analytics data, key demand parameters are considered: the dynamics of the average receipt, the frequency of visits, as well as the criteria for choosing an institution by different age cohorts. Special attention is paid to the phenomenon of «new rationality», in which the purchase decision is made based on the ratio of price, nutritional value and emotional experience.

Ключевые слова: рынок общественного питания, фаст-фуд индустрия, заведения здорового питания, потребительское поведение, сравнительный анализ,

рыночные тренды, потребительская рациональность, ценность продукта, лояльность потребителей.

Keywords: catering market, fast food industry, healthy food establishments, consumer behavior, comparative analysis, market trends, consumer rationality, product value, consumer loyalty.

Сегодня фаст-фуд является самым крупным сегментом рынка общественного питания в России, что является неудивительным, поскольку постоянно ускоряющийся темп жизни предъявляет свои требования к сфере общественного питания – люди хотят поесть дешево, быстро и вкусно.

Согласно данным ВЦИОМ России, более 78% россиян периодически посещают рестораны фаст-фуда, при этом, 50% из указанных, говорят, что часто посещают указанные заведения [2].

Можно выделить три основных сегмента потребителей ресторанов быстрого питания (рис. 1).

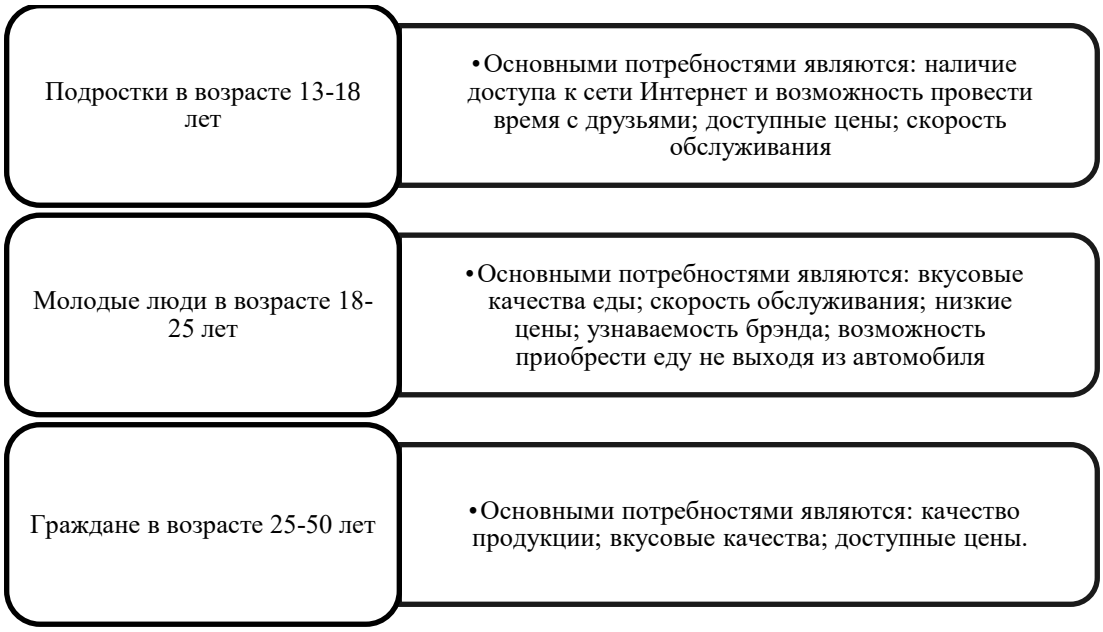


Рис. 1. Основные сегменты потребителей ресторанов быстрого питания и их потребности

Следует отметить, что в течение последних лет численность потребителей ресторанов быстрого питания в России значительно возросла (рис. 2) [1].

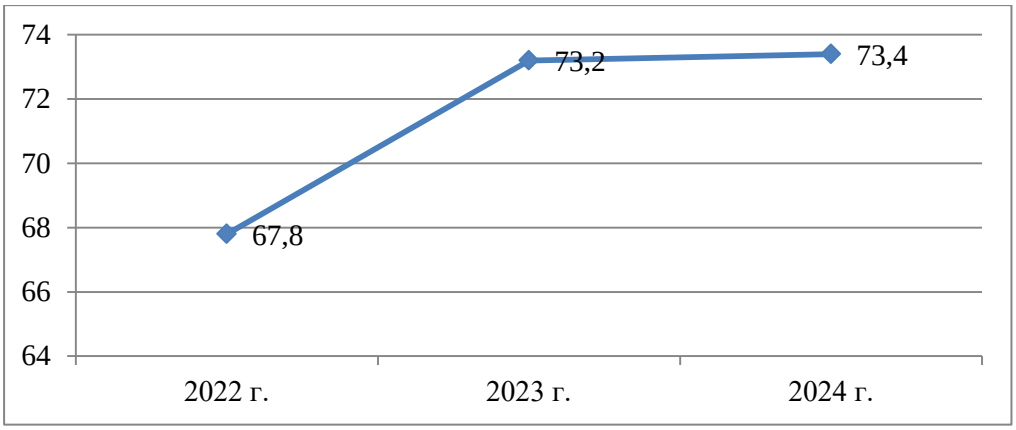


Рис. 2. Численность потребителей ресторанов быстрого питания в России в 2022-2024 гг., млн. чел.

В течение всего анализируемого периода наблюдается положительная динамика численности потребителей фаст-фуда, при этом, в 2022-2023 гг. наблюдается переориентация потребительского потока из других секторов сферы общественного питания.

В течение 2022-2024 гг. рынок общественного питания показывает положительную динамику (рис. 3).

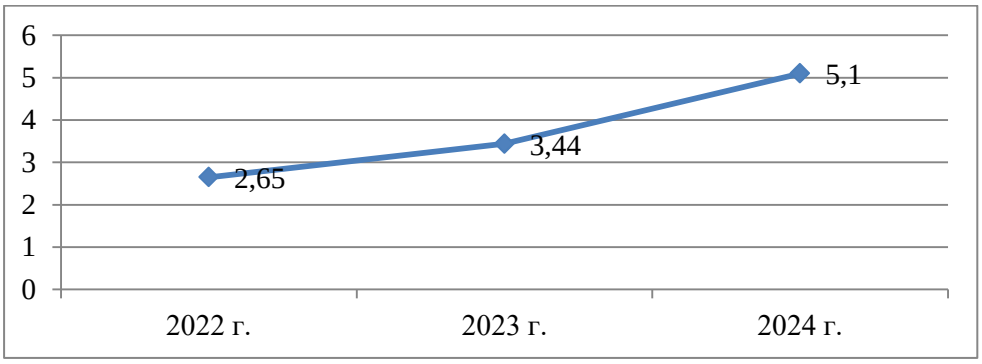


Рис. 3. Динамика рынка общепита в России в 2022-2024 гг., трлн. руб.

В 2022 г. российский рынок общепита вернулся к показателям допандемийного уровня, что произошло за счет перетока клиентов в заведения быстрого питания и развитием сферы доставки готовой еды.

В 2023 г. оборот рынка общепита продолжил расти, как и в 2024 г. Рост отрасли непосредственно связан с изменениями пищевых привычек населения и ускорению ритма жизни, что повлекло за собой постепенный отказ от домашнего приготовления пищи в пользу заведений быстрого питания [3].

Анализируя структуру рынка общественного питания можно увидеть, что

наибольшая доля в ней приходится на рестораны быстрого питания (рис. 4).

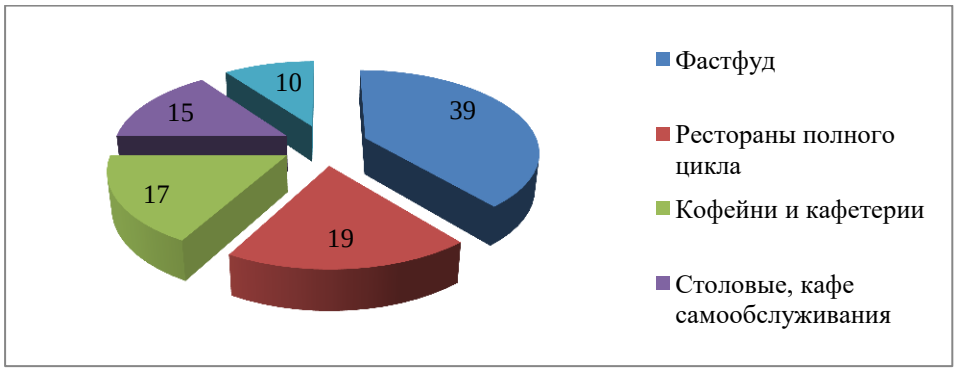


Рис. 4. Структура рынка общественного питания в России в 2024 г., %

Наиболее крупным и быстрорастущим сегментом рынка общественного питания является фаст-фуд, на долю которого приходится 39% от общего объема рынка.

При этом, на рынке доминирует сетевой сегмент, на долю которых приходится основной объем выручки, что обеспечивается узнаваемостью бренда и стандартизированными предложениями.

На российском рынке в тройку лидеров фаст-фуда входят: Rostic's, «Вкусно – и точка», «Додо Пицца» (рис. 5) [4].

Не смотря на то, что первое место по количеству точек и доле рынка принадлежит сети ресторанов Rostic's, абсолютным лидером по выручке является сеть ресторанов «Вкусно – и точка», что подтверждает ее высокую популярность и эффективность бизнес-модели.

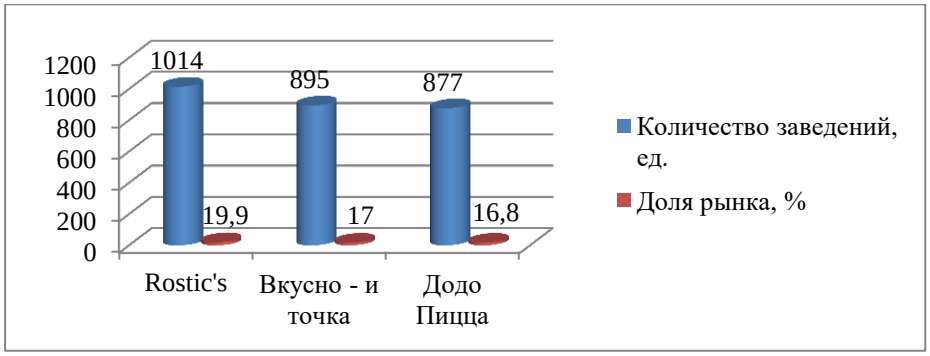


Рис. 5. Тройка лидеров на российском рынке фаст-фуда в 2024 г.

В совокупности на долю указанных сетей приходится 53,7% рынка фаст-фуда в России.

ООО «Система ПБО» является российской компанией, оператором сети

ресторанов быстрого питания «Вкусно – и точка», которая свою деятельность осуществляет на базе бывшей сети McDonald's. Компания предоставляет услуги общественного питания и доставки еды.

Юридическое лицо осталось прежним, но было переименовано из ООО «Макдоналдс» в ООО «Система ПБО». Генеральный директор McDonald’s в России Олег Пароев остался на своём посту.

С 1 июня 2022 года к юридическому лицу присоединились две региональные «дочки»: петербургское ООО «СРП» (18,4 млрд рублей) и московское ООО «ЮРП» (13 млрд рублей). В 2021 году его выручка превысила 75 млрд рублей.

Цель деятельности предприятия – производство любыми способами как можно больше продукции создание новых рабочих мест получение прибыли, путем удовлетворения общественных потребностей повышение качества и конкурентоспособности продукции.

Компания обладает достаточно разветвленной организационной структурой, поскольку ее рестораны присутствуют практически в каждом регионе Российской Федерации.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Система ПБО» представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Система ПБО» за 2022-2024 гг.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение, тыс. руб.		Темп изменения, %	
				2024-2022 гг.	2024-2023 гг.	2024-2022 гг.	2024-2023 гг.
1. Выручка, тыс. руб.	73486322	155745210	187357965	113871643	31612755	255,0	120,3
2. Себестоимость продаж, тыс. руб.	74286139	128269775	151917439	77631300	23647664	204,5	118,4
3. Прибыль от продаж, тыс. руб.	-8085821	15531584	21623118	29708939	6091534	-267,4	139,2
4. Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	-14057563	17283811	21380351	35437914	4096540	-152,1	123,7
5. Чистая прибыль, тыс. руб.	-11609876	14174325	16959735	28569611	2785410	-146,1	119,7
6. Среднесписочная численность работников, человек	16130	24310	30937	14807	6627	191,8	127,3
7. Фонд оплаты труда, тыс. руб.	11032920	17211480	22645884	11612964	5434404	205,2	131,6

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение, тыс. руб.		Темп изменения, %	
				2024-2022 гг.	2024-2023 гг.	2024-2022 гг.	2024-2023 гг.
8. Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	49007765	75053789	73587118	24579353	-1466671	150,2	90,0
в том числе:							
- внеоборотных активов, тыс. руб.	35869880	48381194	48799857	12929977	418663	136,1	100,9
из них основных средств, тыс. руб.	31880538	43310205	44987688	13107150	1677483	141,1	103,9
- оборотных активов, тыс. руб.	13137886	26672555	24787261	11649375	-1885294	188,6	92,9
9. Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	28969204	40076813	36738064	7768860	-3338749	126,8	91,7
10. Среднемесячная заработная плата одного работника, тыс. руб.	57,0	59,0	61,0	4,0	2,0	107,0	103,4
11. Производительность труда одного работника, тыс. руб.	4556,0	6406,6	6056,5	1500,5	-350,1	132,9	94,5
12. Оборачиваемость активов, количество оборотов	1,5	2,1	2,5	1,0	0,4	166,7	119,0
13. Оборачиваемость оборотных активов, количество оборотов	5,6	5,8	7,6	2,0	1,8	135,7	131,0
14. Фондоотдача, руб./руб.	2,3	3,6	4,2	1,9	0,6	182,6	116,7
15. Рентабельность продаж, исчисленная по чистой прибыли, %	-15,8	9,1	9,0	-6,8	-0,1	x	x
16. Рентабельность активов, исчисленная по чистой прибыли, %	-23,7	18,9	23,0	-0,7	4,1	x	x
17. Рентабельность собственного капитала, исчисленная по чистой прибыли, %	-40,1	35,4	46,2	6,1	10,8	x	x

Из представленных в таблице 1 данных можно сделать следующие выводы:

– в течение анализируемого периода выручка ООО «Система ПБО» выросла более чем в 2,5 раза, что свидетельствует об успешном восстановлении деятельности компании;

– темпы роста прибыли от продаж в течение анализируемого периода опережали темпы роста выручки, что говорит о повышении операционной эффективности в целом;

– не смотря на абсолютный рост прибыли, показатель рентабельности продаж в 2024 г. снизился до 9,0%, что означает, что с каждого рубля выручки компания стала получать меньше, прибыли, что может быть результатом роста издержек;

– в течение анализируемого периода наблюдается существенный рост показателей оборачиваемости и фондоотдачи. Так, в 2024 г. фондоотдача выросла до 4,2 руб./руб., что означает, что компания стала более эффективно использовать свои собственные средства;

– в 2024 г. показатель рентабельности собственного капитала составил 46,2%, что непосредственно связано с ростом чистой прибыли компании и снижением среднегодовой стоимости собственного капитала в 2024 г.;

– среднемесячный размер оплаты труда также демонстрирует рост на протяжении всего анализируемого периода – рост составил 7%;

– производительность труда также выросла по сравнению с 2022 г., что говорит об эффективной системе управления персоналом в организации.

В 2024 г. рентабельность активов и рентабельность собственного капитала продемонстрировали положительную динамику по отношению к 2023 г., что позволяет сделать вывод о восстановлении эффективности деятельности компании после ее спада в 2023 г.

В целом, по итогам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что ООО «Система ПБО» демонстрирует высокий уровень эффективности использования активов и капитала.

В целом по итогам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что ООО «Система ПБО» находится в хорошем состоянии, активно наращивает эффективность использования ресурсов, что влечет за собой рост выручки и чистой прибыли.

В целом, на рынке фаст-фуда наблюдаются следующие ключевые тренды:

– активное развитие онлайн-каналов и доставки, которые стали критически важными элементами, поскольку продемонстрировали внушительные обороты, что подчеркивает их значимость;

– цифровизация и автоматизация меняют подходы в работе с клиентами ресторанов быстрого питания – внедрились системы заказа на базе искусственного

интеллекта, появились точки самообслуживания и т.д.;

– расширение ассортимента и «здоровый» фаст-фуд – в дополнение к традиционным пицце и бургерам сети быстрого питания стали активно добавлять в свое меню позиции, которые отвечают запросам на здоровое питание;

– конкуренция и маркетинговые войны – высокий уровень конкуренции между лидерами рынка влечет за собой частые маркетинговые акции, программы лояльности и коллаборации с другими брендами.

Запрос на «здоровое» питание обуславливает наличие определенного интереса к рынку здорового питания в целом, а именно, к заведениям, в которых меню составлено с акцентом на такое питание.

В России рынок заведений здорового питания представлен как отдельными заведениями, например Healthy Food, Grill'D, Хорошая еда, так и отдельными позициями в меню крупных сетей [5].

Сегодня отдельные рестораны здорового питания занимают небольшую долю рынка, однако следует отметить, что год от года она растет (рис. 6).

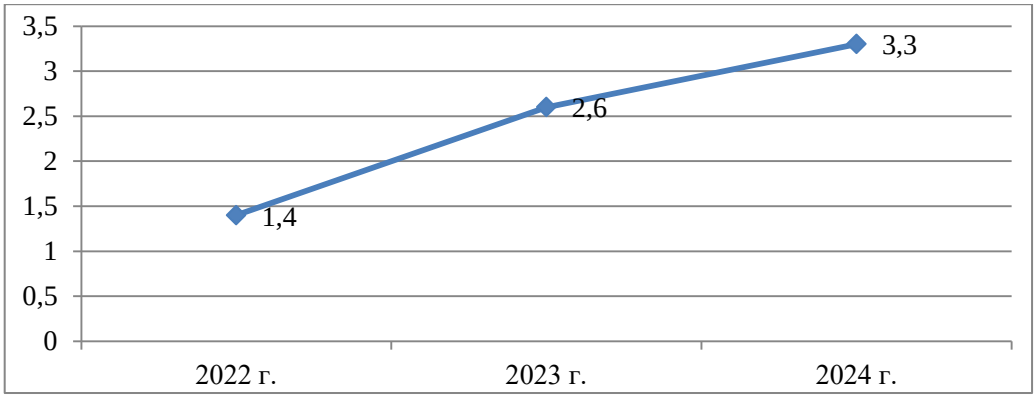


Рис. 6. Доля рынка ресторанов здорового питания в России в 2022-2024 гг., %

Что касается оборотов анализируемого сегмента, то он существенно различается в зависимости от размера и формата заведения. И, тем не менее, не смотря на растущий спрос на здоровое питание, такие заведения серьезно уступают привычным ресторанам фаст-фуда.

Основными потребителями ресторанов здорового питания являются люди, активно поддерживающие здоровый образ жизни.

Следует отметить, что количество приверженцев ресторанов здорового питания с каждым годом увеличивается – их доля в общей численности людей, посещающих

заведения общественного питания постоянно растет (рис. 7).

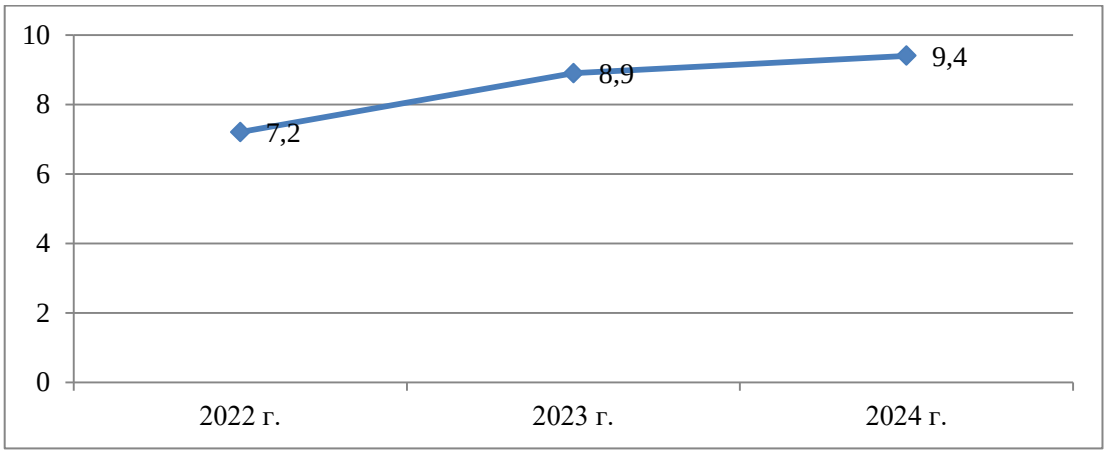


Рис. 7. Доля посетителей ресторанов здорового питания в России в 2022-2024 гг., %

Рост численности посетителей ресторанов здорового питания непосредственно связан с ростом общего количества людей, которые поддерживают здоровый образ жизни.

Сегодня в России около 73% населения стараются вести здоровый образ жизни, в то время как в 2022 г. их доля составляла 59,3% [6].

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что рынок здорового питания сегодня является перспективным для России, даже не смотря на то, что на данном этапе он является относительно небольшим по сравнению с преобладающим сегментом фаст-фуда.

Список литературы:

1 Грей, К.Ф. Управление проектами: Практическое руководство. – 4-е изд. переаб. и доп. / Ф-Грей Клиффорд, Эрик У. Ларсон // Пер с англ. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2023. – 528 с.

2 Инструменты внутреннего контроля: Монография / Вилисов В.Я., Суков И.Е. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2021. – 262 с. – Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/516773

3 Бирюков, А.А. Анализ проблем разработки стратегических решений по диверсификации хозяйственных структур / А.А. Бирюков // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 1 (121). – С. 188-194.

4 Бузина, А.А. Анализ российского рынка фаст-фуда / А.А. Бузина // Общеуниверситетская студенческая конференция студентов и молодых ученых «День науки». Сборник материалов конференции: в 6 частях. 2023. – С. 95-98.

5 Карцева, К.А. Анализ финансовых результатов предприятия / К.А. Карцева // Вестник науки. – 2023. – № 2. – С. 29-37.

6 Плотников, А.П. Диверсификационный механизм развития предприятия / А.П. Плотников, Н.Н. Павлов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2024. – № 3. – С. 38-40

УДК 339.138

Моламусов З.Х.,
к.э.н., доцент
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Штезель Д.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ СПРОСОМ

MARKETING TOOLS AS A BASIS FOR EFFECTIVE CONSUMER DEMAND MANAGEMENT

Аннотация: В статье рассматриваются современные представления о маркетинге как концепции управления предприятием, исследуются аспекты применения комплекса маркетинговых инструментов для управления потребительским спросом и формирования долгосрочной лояльности на основе цифровых технологий.

Abstract: The article examines modern ideas about marketing as an enterprise management concept, examines the aspects of using a set of marketing tools to manage consumer demand and form long-term loyalty based on digital technologies.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты, омниканальность, цифровые технологии, управление.

Keywords: marketing tools, omnichannel, digital technologies, management.

В настоящее время ключом к достижению организационных целей предприятий, в том числе в сфере розничных продаж, является повышение эффективности в предоставлении и доведении потребительской ценности до выбранных целевых рынков. Маркетинговая парадигма развития формирует разнообразные инструменты, ориентированные на обеспечение конкурентоспособности, повышения результативности организации в долгосрочном периоде времени. Маркетинг позволяет предприятию в систематизированном виде разрабатывать и применять комплекс мероприятий для более выгодного и эффективного использования имеющихся у предприятия ресурсов для удовлетворения спроса целевой аудитории и повышения собственных конкурентных преимуществ. Однако руководство отдельных предприятий пренебрегает использованием маркетингового инструментария, что не позволяет активно продвигать ценностное предложение и совершенствовать потребительское

восприятие.

Таким образом, в условиях ожесточения конкурентной борьбы, нарастания ее интенсивности между предприятиями современных и традиционных форматов, а также расширения сферы конкурентных взаимодействий на региональных и локальных рынках, маркетинговые решения являются важнейшим направлением активизации коммерческих усилий в части поиска и монетизации резервов роста торговой конкурентоспособности.

В настоящее время существуют разные определения маркетинга; практически каждый исследователь выдвигает свою собственную теорию сущности и понятия маркетинга, предлагает уникальное и неповторимое определение маркетинга, тем не менее, отражающее современное воззрение на маркетинг, как с теоретической, так и практической стороны. Ученые понимают, что в нескольких фразах невозможно уместить все смысловое содержание маркетинга, тем не менее, борьба за точность формулировок маркетинга продолжается, что вполне объяснимо, так как без такой борьбы научное содержание маркетинга выхолащивается, он перестает развиваться и превращается в обычное ремесло.

По этому поводу следует согласиться с мнением Багиева Г.Л. и Тарасевич В.М., что маркетинговая деятельность не может быть набором рецептов, мозаикой навыков активности, она продуктивна лишь при условии комплексности и системности использования как «...функция по интеграции усилий всех звеньев предпринимательской и производственной деятельности в целях достижения поставленных целей (удовлетворения спроса и получения прибыли)» [1, с.78].

Недостаточная развитость методологии системного восприятия маркетинга, тем не менее, не мешает из имеющегося калейдоскопа его формулировок, часть из которого представлена в таблице 1, выявить наиболее устоявшиеся моменты и, опираясь на них, поэтапно сформировать собственное видение на содержательную сущность маркетинга.

Как следует из приведенных определений, наиболее часто употребляются такие термины, как: «процесс», «управление» и «ценность»), которые обозначают субъектно-объектные ориентиры приложения маркетинговых усилий в заявленном процессе управления человеческими потребностями. Очевидно, что маркетинговый инструментарий производен от рыночной среды, т.е. формируется под ее влиянием. Конечно, возможен и обратный процесс, но для этого необходима критическая масса

субъектов рыночных отношений, которая освоила и руководствуется маркетинговым, т.е. «предпринимательским стилем мышления» (п.5).

Таблица 1.

Некоторые характерные определения маркетинга

	Содержание	Авторы
1	«…маркетинг – это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путем обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя»	Ж.-Ж. Ламбен [3, с.554].
2	«…маркетинг - это процесс управления, цель которого состоит в максимизации доходов акционеров на основе построения стратегии доверительных отношений с ценными для компании покупателями и создании устойчивых отличительных преимуществ».	Дойль П. [6, с.11].
3	«... маркетинг есть социальный процесс, посредством которого отдельные индивиды и группы получают то, в чем нуждаются и чего желают, на основе создания и обмена одних товаров и стоимостей на другие»	Ф. Котлер [6, с.107].
4	«... маркетинг - это концепция предпринимательской деятельности и политика целенаправленного использования системы рыночных инструментов для достижения предпринимательских целей благодаря наиболее полному удовлетворению потребностей клиентов».	Герасименко В.В. [6, с.11].
5	«... маркетинг – это процесс согласования возможностей компании и запросов потребителей.»	Голубков Е.П. [3, с.554].

Анализ вышеприведенной выборки определений маркетинга показывает, что известные в научных кругах ученые-маркетологи по-разному формулируют сущность понятия маркетинг, представляя его как:

– весь бизнес и одновременно взгляд на всю сферу экономики (п.1), решение проблем клиентов с выгодой для себя (п.2), интегрированную функцию предпринимательства (п.2), социально-экономическую деятельность (п.3);

– философию и инструментарий взаимодействия хозяйствующих субъектов (п.4);

– философию бизнеса (п.1) и одновременно социальный процесс (п.3), рыночную стратегию, тактику мышления и действия (п. 2).

Несмотря на различные трактовки маркетинга, большинство из них имеет общую целевую направленность, которая по праву получила статус маркетингового подхода – это удовлетворение спроса, потребностей и нужд, включая укрепление сотрудничества, упрочение отношений производителя и клиентов, ослабление позиций конкурентов. Но главный вывод, который можно сделать из имеющихся представлений о маркетинге, состоит в том, что он преимущественно рассматривается в рамках концепции управления деятельностью фирмы в условиях развитых рыночных

отношений.

Исторический ракурс эволюции маркетинга продемонстрировал различные и разнообразные маркетинговые подходы и маркетинговые функции в торговом предпринимательстве. Если в конце XIX начало XX века маркетинг сводился лишь к предоставлению информации о производстве продукции, а потребитель приобретал, лишь то, что производили бизнес структуры, то в XXI веке маркетинг включает в себя:

– омниканальный подход в развитии системы реализации (сбыта) продукции потребителям;

– фокусирование на социально-этические и экологические свойства продукции;

– эффективное управлении ресурсами хозяйствующего(их) субъекта(ов) в условиях высокой конкуренции;

– совершенствование технологического процесса маркетинга.

Ж.-Ж. Ламбен указывает на то, что в большинстве случаев наблюдается существенный разрыв между тем, что маркетинг декларирует, и тем, что он делает в реальной жизни, но концепция маркетинга – это именно тот идеал, к которому должна стремиться каждая компания-производитель [3, с. 73].

В настоящее время маркетинг является основой системы управления, стилем мышления, который сочетает творческую и философскую идею формирования бизнес-моделей, позволяющую интегрировать различные инструменты в деятельности хозяйствующих субъектов.

Учитывая, что многим современным российским предприятиям приходится функционировать в условиях сильного ограничения ресурсов, поиск качественных маркетинговых инструментов становится необходимым условием для обеспечения эффективности деятельности при достижении высокого уровня конкурентоспособности на рынке.

О.Н. Беленов и И.В. Гончарова справедливо полагают, что «структура и состав маркетинговых инструментов принципиально меняются, вынуждая компании ориентироваться на запросы клиентов и переходить к омниканальному обслуживанию в b2c и b2b сферах» [1, с. 136]. Так, например, если раньше большинством предприятий использовались маркетинговые инструменты в соответствии с концепцией «4P» маркетинга (product, price, place, promotion), то в настоящее время концепция расширена до «7P» с добавлением таких элементов, как process (процесс) people (люди) и physical evidence (физическое окружение).

Это, в том числе, способствовало появлению нестандартных инструментов маркетинга, направленных на вирусное распространение и достижение эффекта «неожиданности»: инструментов партизанского маркетинга (низкобюджетных акций в публичных местах для привлечения внимания); инструментов вирусного маркетинга (создание такого контента, который массово и добровольно распространяют сами пользователи); инструменты event-маркетинга; инструменты эмбиент-маркетинга (размещение рекламных сообщений в месте с интеграцией в окружающую среду) и др.

Трансформация концептуального развития маркетинговой парадигмы предложения привела в последние годы к пониманию, что объектом управления маркетинга становятся отношения с потребителями и другими субъектами рыночной деятельности. При этом, ученые акцентируют внимание на прогрессивности этой концепции, в связи с тем, что на фоне достаточно большого количества классических товаров, унифицированных услуг и шаблонных маркетинговых решений, единственный способ удержать потребителя – это внедрение стратегии кастомизации, что возможно на основе развития долгосрочного взаимодействия партнеров.

Данная концепция получила новый импульс развития с внедрением и адаптацией информационно-коммуникационных технологий, цифровой трансформации в мировом общественном развитии [4, с.18]. С помощью платформ управления лояльностью компании могут внедрять эффективные стратегии удержания клиентов. Выявляя и вознаграждая постоянных клиентов, компании могут стимулировать их к дальнейшему взаимодействию с брендом. Это не только снижает отток клиентов, но и повышает ценность клиентов на протяжении всей жизни, что приводит к долгосрочной прибыльности бизнеса.

Изменения традиционных моделей бизнес-процессов влекут за собой радикальное изменение всего процесса управленческой деятельности в организации, тем самым, позволяя выполнять прогноз спроса с более высокой точностью, чем это делалось раньше. Современный маркетинг основан на системном подходе к автоматизации всех звеньев клиентского пути, от первого касания до постпродажного обслуживания.

Это позволяет предпринимателям быстрее реагировать на изменения спроса, корректировать стратегию развития и внедрять новые продукты. Обязательными атрибутами сейчас становятся: омниканальность – «бесшовное» взаимодействие с клиентом в онлайн и оффлайн, изучение и оптимизация клиентского пути («consumer

journey map»), концепция «фиджитал» («phygital»), а всё более распространенными – использование виртуальной и дополненной реальности в точках продаж («VR/AR»), искусственного интеллекта («AI»), «интернета вещей» («IoT») и пр.

Что отличает омниканальный подход на практике? Единая клиентская база во всех точках контакта, сквозная программа лояльности, возможность начать покупку в приложении и забрать заказ в магазине (тот самый click & collect), одинаковый ассортимент и цены в любом канале, персонализированные коммуникации, построенные на агрегированных данных о поведении покупателя. Быстрое реагирование на запросы, оперативное решение возникших проблем, оценка и повышение удовлетворённости клиентов (индекс NPS), должны привести к увеличению количества лояльных клиентов и появлению «адвокатов бренда» [5, с. 309].

Искусственный интеллект перестал быть футуристической концепцией и стал практическим инструментом в бизнесе. Его современная роль заключается в обработке огромных массивов данных для принятия более точных и быстрых решений. Это касается всего цепочки движения товара - от прогнозирования спроса до отслеживания посылки у конечного клиента. Вектор активности должен сместиться с «продуктовых» процессов на определение наиболее «ценных» клиентских сегментов и разработку системы их удержания: внедрить предиктивные алгоритмы, формирующие индивидуальные предложения на основе покупательской истории и поведения в приложении; запустить «умные» push-уведомления (скидки на товары из регулярной корзины конкретного клиента); ввести многоуровневую систему привилегий, где уровень зависит от частоты и объёма покупок и др.

Проведенный анализ научной литературы по современным трансформациям маркетинга под влиянием цифровых технологий, автоматизации коммуникаций и растущей роли ценностных стратегий, позволил выделить следующие способы повышения эффективности деятельности предприятия при комплексном использовании маркетинговых инструментов:

– интеграция разнообразия каналов продвижения с обеспечением последовательности и синхронизации сообщений, ключевых триггеров и визуальных элементов для создания целостного опыта потребителя;

– регулярное тестирование и оптимизация маркетинговых решений, которые характеризуются полным отсутствием универсальности – маркетинговые инструменты, способствующие развитию бизнеса одного предприятия, могут быть неэффективными

для другого предприятия;

– обеспечение результативной конкуренции – эффективные маркетинговые инструменты способствуют, в том числе, выявлению слабых мест конкурентов и ключевых игроков на рынке;

– повышение рентабельности бизнеса – эффективные маркетинговые инструменты оказывают существенное влияние на рост прибыли и рентабельности деятельности предприятия за счет оптимизации расходов и повышения отдачи от инвестиционных вложений в продвижение продукции.

Следует заметить, что маркетинговые инструменты могут влиять не только на финансовые, но и на нефинансовые результаты деятельности предприятия. Если финансовые результаты (движение денежных средств, объем продаж, рентабельность бизнеса, доля рынка и др.) выступают в качестве приоритетных для управленцев предприятия, то нефинансовые результаты (уровень лояльности и доверия клиентов, удовлетворенность целевой аудитории, ценность клиента и бренда и т.п.) в большей степени направлены непосредственно на потребителя и являются более информативными. Этому способствует переход традиционного маркетинга к эмоциональному, обусловленный изменением потребительских предпочтений.

Учитывая особенности функционирования российских предприятий в сложившихся политико-экономических условиях, можно сделать вывод о том, что многим из них, прежде всего, малому и среднему бизнесу, действительно приходится выживать в связи с отсутствием ресурсов, необходимых для расширения деятельности и повышения ее эффективности.

При этом большинством исследователей, как зарубежных, так и отечественных, современные маркетинговые инструменты признаются тем механизмом, который способен повысить качество и эффективность деятельности предприятия в рамках ограниченности ресурсов. Важными атрибутами реализации комплексных маркетинговых инициатив являются не только внешние субъекты маркетинговой деятельности, но и внутренние.

Маркетинг персонала требует активной интеграции в систему управления организацией: результативность сотрудников прямо сказывается на доходах компании. Мета-анализ Gallup, охвативший 183 тысячи бизнес-единиц, показал, что организации с высоким уровнем вовлеченности персонала на 23% прибыльнее и на 18% производительнее тех, где вовлеченность низкая [29].

Это исследование также подтверждает, что те сотрудники, которые чувствуют свою принадлежность к компании, проявляют гораздо больше инициативы, а это, в свою очередь, влияет на производительность фирмы и способствует снижению текучести кадров.

Таким образом, на основе анализа научной литературы представлены современные аспекты применения маркетинговых инструментов. Уточнено, что выбор маркетинговых инструментов каждым предприятием осуществляется самостоятельно и индивидуально, с учетом стратегических целей компании и необходимости использования комплексного подхода.

Список литературы:

1. Беленов О. Н. Состав и структура маркетинговых инструментов / О. Н. Беленов, И. В. Гончарова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 1. – С. 136-140.

2. Гасанов Н. Д. Влияние на конкурентоспособность предприятия с помощью инструментов маркетинговой деятельности / Н. Д. Гасанов, Ю. Н. Назарова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2024. – № 12. – С. 742-746.

3. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Железнякова, А.Ю. Штезель, А.Э. Штезель [и др.]. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 561 с.

4. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А.Ю. Штезель, В.В. Шалатов, М.А. Дубинина [и др.]. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 456 с.

5. Основы цифровой экономики и «digital-маркетинг»: учебник / Е. А. Бюллер, М. А. Дубинина, А. Е. Еременко [и др.]. – Москва: ООО «Научно-издательский центр Инфра-М», 2025. – 406 с. – ISBN 978-5-16-021448-1. – EDN PLBIZH.

6. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. - М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. - 476 с.

7. Harter, J. K. The Relationship Between Engagement at Work and Organizational Outcomes: Q12® Meta-Analysis, 11th Edition / J. K. Harter, C. E. Tatel, S. Agrawal [et al.]. – Gallup, Inc., 2024. – 41 p.

УДК 334.72

Насыбулина В.П.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Головатинская В.И.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ АУТСОРСИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

DIGITAL PLATFORMS AS A NEW TOOL FOR ORGANIZING OUTSOURCING OF BUSINESS PROCESSES OF SMALL ENTERPRISES

Аннотация: в статье рассматривается трансформация рынка аутсорсинговых услуг под влиянием цифровизации. Особое внимание уделяется роли цифровых платформ (краудсорсинговых бирж, платформ для фрилансеров и специализированных B2B-решений) в организации аутсорсинга для малого предпринимательства. Анализируются преимущества (снижение транзакционных издержек, доступ к глобальному пулу талантов, гибкость) и риски (информационная безопасность, контроль качества) использования платформенных решений. Автором предложена классификация цифровых платформ по видам передаваемых бизнес-процессов и разработаны критерии оценки эффективности их применения на малых предприятиях.

Abstract: the article examines the transformation of the outsourcing services market under the influence of digitalization. Special attention is paid to the role of digital platforms (crowdsourcing exchanges, platforms for freelancers and specialized B2B solutions) in organizing outsourcing for small businesses. The advantages (reduction of transaction costs, access to a global talent pool, flexibility) and risks (information security, quality control) of using platform solutions are analyzed. The author proposes a classification of digital platforms by types of transferred business processes and develops criteria for evaluating the effectiveness of their application in small enterprises.

Ключевые слова: аутсорсинг, цифровая платформа, малый бизнес, бизнес-процессы, транзакционные издержки, цифровая экономика, краудсорсинг, эффективность.

Keywords: outsourcing, digital platform, small business, business processes,

transaction costs, digital economy, crowdsourcing, efficiency.

Современный этап развития экономики характеризуется глубокой трансформацией бизнес-моделей под воздействием цифровых технологий. Малые предприятия, являющиеся основой экономической активности во многих странах, включая Россию, сталкиваются с необходимостью оптимизации своей деятельности в условиях ограниченности финансовых и кадровых ресурсов. Традиционным инструментом решения данной задачи выступает аутсорсинг – передача отдельных функций или бизнес-процессов внешним специализированным организациям. Однако классические модели аутсорсинга, предполагающие долгосрочные контракты и значительные объемы передаваемых работ, зачастую оказываются экономически нецелесообразными или труднодоступными для субъектов малого предпринимательства.

В последние годы наблюдается стремительное развитие цифровых платформ, которые принципиально меняют ландшафт рынка услуг. Платформенные решения, изначально ориентированные на потребительский сегмент (C2C), активно проникают в сферу взаимодействия бизнеса и частных специалистов (B2B и B2C). Такие платформы, как FL.ru, Kwork, Профи (YouDo), а также специализированные сервисы для бухгалтерского («Мое дело») или юридического («Правовед.ru») сопровождения, создают новую экосистему для организации аутсорсинга. Они выступают не просто посредниками, а полноценными инфраструктурными институтами, обеспечивающими поиск исполнителей, проведение транзакций, рейтингование и разрешение споров. Для малого предприятия это открывает доступ к глобальному пулу специалистов, позволяет гибко масштабировать ресурсы под конкретные задачи и существенно снижать транзакционные издержки.

Актуальность темы исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, наблюдается устойчивый рост доли платформенной занятости и самозанятости в структуре российского рынка труда, что создает предложение квалифицированных услуг, доступных для малого бизнеса.

Во-вторых, в условиях импортозамещения и необходимости адаптации к новым экономическим реалиям малые предприятия вынуждены искать более эффективные и гибкие способы организации вспомогательных бизнес-процессов, чем содержание собственного штата.

В-третьих, сама природа цифровых платформ как инструмента организации

аутсорсинга остается недостаточно изученной в отечественной экономической науке: дискуссионными являются вопросы методологии оценки эффективности таких форм взаимодействия, классификации платформ по видам передаваемых процессов, а также идентификации рисков, специфичных для платформенного аутсорсинга.

Начнем с того, что сама концепция аутсорсинга сформировалась во второй половине XX века как ответ на необходимость повышения эффективности бизнеса за счет концентрации на ключевых направлениях деятельности. В классическом понимании аутсорсинг представляет собой передачу организацией на договорной основе определенных функций или бизнес-процессов внешней специализированной компании [4, с. 15]. Теоретическое обоснование данного явления базируется на теории транзакционных издержек Р. Коуза, согласно которой фирма сравнивает затраты на выполнение функции собственными силами (издержки внутрифирменной координации) с затратами на приобретение соответствующей услуги на рынке (транзакционные издержки) [2]. В случае если рыночные издержки ниже, аутсорсинг становится экономически оправданным. Дальнейшее развитие концепция получила в работах Г. Хэмела и К. Прахалада, которые обосновали необходимость выделения ключевых компетенций и передачи всех остальных функций внешним исполнителям [5].

Традиционная модель аутсорсинга предполагала долгосрочные контрактные отношения между заказчиком и исполнителем, часто крупными профильными компаниями. Такая схема хорошо зарекомендовала себя в крупном бизнесе, однако для субъектов малого предпринимательства она зачастую оказывалась труднодоступной: высокие минимальные объемы услуг, длительные сроки контрактов и значительные затраты на первоначальную организацию взаимодействия делали классический аутсорсинг экономически неэффективным.

Развитие цифровых технологий и формирование постиндустриального общества привели к трансформации рынка услуг. Возникновение интернет-платформ, агрегирующих спрос и предложение на услуги, создало условия для появления новой формы аутсорсинга – платформенной. Ее суть заключается в использовании цифровой инфраструктуры для поиска исполнителей, заключения сделок и контроля их выполнения без необходимости прямого долгосрочного контракта с организацией-подрядчиком.

Как отмечается в исследовании НИУ ВШЭ, платформенная экономика меняет

традиционные отношения между заказчиком и исполнителем, снижая барьеры входа на рынок услуг и расширяя доступ к трудовым ресурсам [1, с. 42]. В отличие от классической модели, платформенный аутсорсинг ориентирован не только на юридических лиц, но и на физических – фрилансеров, самозанятых, микрокоманды, что принципиально расширяет возможности малого бизнеса.

В научной литературе под цифровой платформой понимается система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли (или нескольких отраслей), осуществляемых в единой информационной среде [3]. Применительно к организации аутсорсинга цифровую платформу можно определить как онлайн-инфраструктуру, обеспечивающую взаимодействие заказчиков (предприятий) и исполнителей (как юридических, так и физических лиц) по поводу выполнения конкретных работ или оказания услуг с использованием механизмов рейтингования, гарантий сделок и электронных платежей.

Существующие цифровые платформы разнообразны по функционалу, специализации и целевой аудитории. Для малых предприятий, выступающих в роли заказчиков, важна возможность выбора платформы, соответствующей специфике передаваемых бизнес-процессов. На основе анализа функциональных характеристик и сложившейся практики можно выделить следующие типы платформ (табл. 1).

Таблица 1.

Классификация цифровых платформ для организации аутсорсинга бизнес-процессов малых предприятий

Тип платформы	**Характеристика**	**Примеры**	**Типичные бизнес-процессы**
1	2	3	4
Универсальные биржи фриланса	Платформы, объединяющие широкий круг исполнителей различных специальностей; работа строится по модели аукциона или прямой покупки услуги	FL.ru, Kwork, Freelancehunt	Разработка сайтов, графический дизайн, копирайтинг, переводы, программирование
Специализированные профессиональные платформы	Ориентированы на конкретные профессиональные области, часто включают инструменты удаленной работы и управления проектами	Habr Freelance (для ИТ-специалистов), smm. plan (для маркетинга)	Сложные ИТ-разработки, маркетинговые исследования, SMM-продвижение
Платформы для решения повседневных и сервисных задач	Обеспечивают поиск исполнителей для локальных услуг с привязкой к геолокации	Профи (YouDo), Авито Услуги	Курьерские услуги, клининг, мелкий ремонт, сборка мебели
Цифровые сервисы с элементами аутсорсинга (SaaS + услуги)	Предоставляют доступ к программному обеспечению и возможность подключения экспертов для выполнения регламентных функций	«Мое дело», «Контур.Бухгалтерия», «Правовед.ru»	Бухгалтерский и налоговый учет, юридическое консультирование, подготовка отчетности

Продолжение таблицы 1.

1	2	3	4
Платформы для поиска контрактных производителей	Специализируются на организации производственной кооперации, поиске подрядчиков для выпуска продукции	Alibaba (международный), «Производство в России» (отечественный сегмент)	Поиск производственных мощностей, изготовление опытных образцов, мелкосерийное производство

Источник: составлено автором по материалам открытых источников и данным платформ

Представленная классификация наглядно демонстрирует, что малые предприятия могут использовать различные типы платформ в зависимости от характера передаваемых процессов: от разовых творческих задач до регулярного бухгалтерского обслуживания и поиска производственных партнеров. Важно подчеркнуть, что границы между типами платформ постепенно размываются – многие универсальные биржи внедряют специализированные разделы, а сервисные платформы добавляют функционал удаленной работы.

Для понимания экономической природы преимуществ платформенного аутсорсинга целесообразно обратиться к теории транзакционных издержек. Согласно классическому определению, транзакционные издержки включают затраты на поиск информации, ведение переговоров, заключение контрактов и контроль за их исполнением [2]. Цифровые платформы позволяют существенно снизить каждый из этих компонентов.

Издержки поиска – платформы аккумулируют базы данных исполнителей с подробными профилями, портфолио, рейтингами и отзывами. Алгоритмические системы рекомендаций помогают заказчику быстро отобрать кандидатов, соответствующих его требованиям, что значительно сокращает время и ресурсы, затрачиваемые на поиск.

Издержки ведения переговоров и заключения контрактов – большинство платформ предлагают стандартизированные формы заказа, встроенные чаты и типовые договоры-оферты. Это упрощает коммуникацию, фиксирует условия сделки и снижает юридические риски, особенно при разовых взаимодействиях.

Издержки контроля и защиты от оппортунистического поведения – платформы внедряют механизмы эскроу-счетов (блокирование оплаты до подтверждения выполнения работы), гарантийные фонды и службы разрешения споров. Накопленная репутация исполнителя (рейтинг, история выполненных заказов) служит

дополнительным инструментом снижения риска недобросовестности.

Вместе с тем платформенный аутсорсинг порождает и новые виды издержек. Во-первых, комиссия платформы (обычно 5–20% от стоимости заказа) увеличивает прямые затраты. Во-вторых, возникают затраты на освоение интерфейсов и правил работы конкретной платформы. В-третьих, существует риск утечки конфиденциальной информации через открытые каналы коммуникации. Кроме того, репутационные механизмы не всегда гарантируют высокое качество: возможны накрутки отзывов или несоответствие заявленных компетенций реальным.

Таким образом, теоретический анализ показывает, что цифровые платформы являются закономерным этапом эволюции аутсорсинга, адаптирующим его под потребности малого бизнеса. Они позволяют снижать ключевые транзакционные издержки, обеспечивая доступ к широкому пулу исполнителей.

Перейдем к анализу современного состояния рынка платформенного аутсорсинга для малых предприятий.

Российский рынок цифровых платформ для организации аутсорсинга демонстрирует устойчивую положительную динамику, что обусловлено как глобальными трендами цифровизации, так и специфическими внутриэкономическими факторами. Согласно данным Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), объем рынка краудсорсинга и совместного потребления, составной частью которого являются платформенные услуги для бизнеса, по итогам 2024 года превысил 1,2 трлн рублей, показав рост на 18% по сравнению с предыдущим годом [6]. Эксперты связывают такую динамику с несколькими ключевыми факторами.

Во-первых, существенное влияние оказал тренд на импортозамещение программного обеспечения и услуг. Уход с российского рынка западных платформенных решений (например, ограничения деятельности Upwork для российских пользователей) стимулировал развитие отечественных аналогов и переориентацию спроса на локальные платформы.

Во-вторых, легализация и бурный рост сектора самозанятости создали масштабное предложение квалифицированных услуг. По данным Федеральной налоговой службы, на начало 2025 года количество зарегистрированных самозанятых превысило 10 млн человек, значительная часть которых рассматривает платформенную занятость как основной или дополнительный источник дохода [9]. Для малых предприятий это означает доступ к обширному пулу потенциальных исполнителей без

необходимости оформления трудовых отношений и уплаты страховых взносов в полном объеме.

В-третьих, пандемийные и постпандемийные изменения в культуре труда закрепили практики удаленной и гибридной занятости. Малые предприятия, ранее скептически относившиеся к дистанционному сотрудничеству, стали активнее привлекать внештатных специалистов через цифровые платформы для решения разноплановых задач – от ведения бухгалтерии до разработки маркетинговых стратегий. Важным фактором стало также развитие нормативной базы: принятие законодательства о платформенной занятости и регулировании цифровых платформ создает более предсказуемые условия для ведения бизнеса [7].

Рынок платформенного аутсорсинга для малого бизнеса в России неоднороден. Его структура может быть представлена через анализ специализации и функциональных возможностей основных игроков. Для систематизации информации целесообразно рассмотреть ключевые сегменты и соответствующие им платформы (табл. 2).

Таблица 2.

Характеристика ключевых цифровых платформ для аутсорсинга на российском рынке

Название платформы	**Основная специализация**	**Модель взаимодействия**	**Целевая аудитория среди заказчиков**	**Особые условия для бизнеса**
1	2	3	4	5
FL.ru	Универсальная биржа фриланса (ИТ, дизайн, копирайтинг, переводы)	Аукцион (заказчик выбирает исполнителя), Pro-аккаунты	Малый и средний бизнес, стартапы	Бизнес-тарифы с расширенным функционалом, закрытые разделы
Kwork	Магазин готовых услуг (квик-ворки) по фиксированным ценам	Прямая покупка услуги без торгов	Микробизнес, ИП, самозанятые	Отсутствие комиссии для заказчика, простота заказа
Профи (YouDo)	Сервисные и творческие задачи (реклама, ремонт, курьерские услуги)	Создание задания, отклики исполнителей	Малый бизнес, частные лица	Бизнес-аккаунты для регулярных заказов, закрытые тендеры
«Мое дело»	Бухгалтерское обслуживание (онлайн-бухгалтерия + эксперты)	Абонентская плата за тариф	ИП, микробизнес, ООО на УСН	Интеграция с банками, электронная подпись, юридическая поддержка
«Контур.Бухгалтерия»	Бухгалтерский и налоговый учет, сдача отчетности	Абонентская плата, аутсорсинг отдельных функций	Малый бизнес, бухгалтеры на аутсорсе	Бесплатный доступ к справочной системе, обновления форм отчетности

Продолжение таблицы 2.

1	2	3	4	5
Habr Freelance (растет на базе ресурса Habr)	ИТ-специалисты высокой квалификации (программирование, администрирование)	Прямые заказы, тендеры	Технологические стартапы, ИТ-компании	Профессиональное сообщество, возможность долгосрочного сотрудничества
«Правовед.ru»	Юридические консультации и услуги (устные и письменные)	Оплата за ответ / подписка / абонентское обслуживание	Малый бизнес без юриста в штате	Пакетные предложения для бизнеса, шаблоны документов

Источник: составлено автором по данным платформ

Как видно из представленных данных, рынок предлагает широкий спектр решений – от простых сервисов для разовых задач до полноценных абонентских систем, заменяющих штатных специалистов. Примечательно, что многие универсальные платформы (FL.ru, Профи) разрабатывают специальные предложения для бизнес-клиентов, включающие расширенную аналитику, персональных менеджеров и гарантии качества. Это свидетельствует о растущей значимости сегмента малых предприятий как потребителей платформенных услуг.

Анализ структуры заказов на ведущих платформах позволяет выявить специфику спроса со стороны малого бизнеса. По данным исследования платформы Kwork, опубликованного в конце 2024 года, наиболее востребованными категориями услуг среди бизнес-заказчиков являются: создание и доработка сайтов (28% заказов), графический дизайн и полиграфия (22%), продвижение в социальных сетях (SMM) и таргетированная реклама (18%), копирайтинг и контент (15%) [10]. Оставшаяся доля приходится на видеомонтаж, аудиообработку, переводы и программирование.

Для бухгалтерских и юридических платформ характерна иная структура. Здесь преобладают регулярные услуги: расчет налогов, подготовка отчетности, проверка контрагентов, составление договоров. Малые предприятия все чаще выбирают не разовые консультации, а абонентское обслуживание, что позволяет передать на аутсорсинг целые функциональные блоки. По данным сервиса «Мое дело», около 60% клиентов малого бизнеса выбирают тарифы с полным бухгалтерским обслуживанием, а не отдельные услуги [8].

Следует отметить важную особенность: малые предприятия используют платформы не только для экономии средств, но и для доступа к компетенциям, которых нет внутри компании. Например, производственное микропредприятие может заказать

на фриланс-бирже разработку сайта, создание фирменного стиля, настройку контекстной рекламы, написание текстов и юридическое сопровождение регистрации товарного знака, не нанимая ни одного штатного специалиста. Таким образом, платформенный аутсорсинг становится инструментом не просто оптимизации затрат, но и реализации стратегии развития.

Несмотря на очевидные преимущества и рост рынка, малые предприятия сталкиваются с рядом барьеров при использовании цифровых платформ. На основе анализа отзывов предпринимателей и экспертных оценок можно выделить следующие группы проблем:

1. Проблемы качества и надежности. На универсальных биржах фриланса сохраняется высокий риск столкнуться с недобросовестным исполнителем, срывом сроков или несоответствием результата заявленным требованиям. Хотя рейтинги и отзывы частично снижают этот риск, они не являются абсолютной гарантией. Существует практика накрутки положительных отзывов, а также выполнения работ третьими лицами, не указанными в профиле;

2. Проблемы информационной безопасности. Передача коммерческой информации, персональных данных клиентов, финансовых документов через открытые каналы платформ создает риски утечек. Не все платформы обеспечивают достаточный уровень шифрования и защиты данных. Кроме того, при работе с самозанятыми возникают вопросы оформления передачи исключительных прав на созданные объекты (дизайн, тексты, программный код), что требует отдельных договоров за рамками платформы;

3. Правовые и налоговые риски. Для заказчика важно правильно квалифицировать отношения с исполнителем, чтобы избежать переквалификации в трудовые с соответствующими доначислениями налогов и взносов. Платформы не всегда предоставляют достаточную информацию о статусе исполнителя (самозанятый, ИП, физическое лицо без статуса). Неурегулированность отдельных аспектов платформенной занятости в российском законодательстве создает зону неопределенности;

4. Ограниченность функционала для сложных проектов. Для длительных и комплексных проектов (например, разработка программного продукта или проведение маркетингового исследования) функционала платформы (встроенный чат, простой контроль задач) часто недостаточно. Требуются дополнительные инструменты

управления проектами (Trello, Jira, Asana) и более тесная коммуникация, что частично нивелирует преимущества платформенного посредничества.

Тем не менее, наблюдается позитивная динамика: платформы активно развивают инструменты снижения рисков – внедряют безопасные сделки с эскроу-счетами, страхование ответственности, сертификацию исполнителей, а также разрабатывают дополнительные модули для управления долгосрочными проектами.

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что российский рынок платформенного аутсорсинга для малых предприятий находится в стадии активного роста и структурирования. Он предлагает разнообразные инструменты для передачи широкого спектра бизнес-процессов, адаптируясь под специфические потребности малого бизнеса. Вместе с тем сохраняются барьеры, связанные с качеством, безопасностью и правовой определенностью, что требует дальнейшего совершенствования как самих платформ, так и нормативной базы.

На основе полученных выводов разработаем методику оценки эффективности использования платформенного аутсорсинга.

Оценка эффективности использования цифровых платформ для организации аутсорсинга требует комплексного подхода, учитывающего как экономические, так и неэкономические факторы. Традиционные методики, ориентированные на крупные предприятия и долгосрочные контракты, не в полной мере отражают специфику платформенного взаимодействия, характеризующегося высокой гибкостью, краткосрочностью отношений и значительной ролью репутационных механизмов. В связи с этим представляется целесообразным разработать систему критериев, адаптированную к потребностям и возможностям малых предприятий.

В основу предлагаемой методики положен критериальный подход, предполагающий оценку по трем группам показателей: экономической эффективности, качества и надежности, а также стратегической целесообразности. Каждая группа включает количественные и качественные индикаторы, позволяющие принять обоснованное решение о выборе формы организации труда (штатный сотрудник, традиционный аутсорсинг, платформенный аутсорсинг) и конкретной платформы.

Ключевым мотивом обращения к аутсорсингу для малого предприятия выступает экономия затрат. Однако при платформенной модели необходимо учитывать не только прямую экономию на заработной плате, но и сопутствующие издержки:

1. Прямая экономия затрат рассчитывается как разница между расходами на

содержание штатного сотрудника и стоимостью услуг исполнителя на платформе. Расходы на штатного сотрудника включают: заработную плату, страховые взносы (30% от фонда оплаты труда), затраты на рабочее место (аренда, оборудование, канцелярия), налоги, а также издержки на подбор, адаптацию и обучение. Стоимость услуг на платформе складывается из цены исполнителя и комиссии платформы (обычно 5–20%). Для корректного сравнения необходимо привести показатели к сопоставимому виду – например, рассчитать стоимость часа работы или стоимость выполнения конкретной функции за месяц;

2. Транзакционные издержки. Как отмечалось ранее, платформы призваны снижать транзакционные издержки, однако полностью они не исчезают. При оценке эффективности целесообразно учитывать затраты времени и ресурсов на:

– поиск и отбор исполнителей (просмотр профилей, анализ портфолио, изучение отзывов);

– коммуникацию и согласование условий (переписка, уточнение технического задания);

– контроль выполнения и приемку результатов;

– разрешение возможных споров.

Эти издержки могут быть оценены в денежном выражении через стоимость рабочего времени сотрудника заказчика, затраченного на указанные действия;

3. Коэффициент загрузки и гибкости. Для малого бизнеса важна возможность привлекать ресурсы только тогда, когда они действительно нужны. Платформенный аутсорсинг позволяет избежать простоев штатных сотрудников и оплачивать только фактически выполненные работы. Показатель гибкости может быть оценен через соотношение фактически оплаченного времени к потенциально оплачиваемому при штатной занятости.

На основе перечисленных показателей может быть предложен интегральный коэффициент экономической эффективности (Кэф), рассчитываемый по формуле (1):

$$Кэф = (Зшт + Зтр.шт – Зпл – Зтр.пл) / Зшт, \quad (1)$$

где:

Зшт – затраты на штатного сотрудника за период;

Зтр.шт – транзакционные издержки при использовании штатного сотрудника (включая подбор, обучение, контроль);

Зпл – затраты на услуги исполнителя через платформу (включая комиссию);

Зтр.пл – транзакционные издержки при работе через платформу.

Положительное значение коэффициента свидетельствует об экономической целесообразности платформенного аутсорсинга по сравнению со штатным сотрудником. Чем выше значение, тем эффективнее использование платформы.

Перейдем к оценке качества и надежности. Отметим, что экономическая выгода не должна достигаться за счет неприемлемого снижения качества. Поэтому, для оценки качества и надежности платформенного аутсорсинга предлагается использовать следующие показатели:

1. Репутационные индикаторы платформы и исполнителя. К ним относятся: средний рейтинг исполнителя (по 5-балльной шкале), количество успешно выполненных заказов, доля положительных отзывов, наличие верификации документов, участие в программах защиты исполнителей/заказчиков. Важно учитывать не только абсолютные значения, но и динамику – например, резкое снижение рейтинга в последнее время может сигнализировать о проблемах;

2. Показатели выполнения обязательств. На основе статистики платформы или личного опыта можно оценить: долю заказов, выполненных в срок; долю заказов, потребовавших доработок; долю заказов, по которым возникали споры. Эти показатели могут быть получены как из открытой статистики (если платформа ее предоставляет), так и из анализа профиля конкретного исполнителя;

3. Индекс соответствия требованиям. Для оценки качества результата целесообразно использовать формализованные критерии приемки, зафиксированные в техническом задании. Индекс соответствия может рассчитываться как доля требований, выполненных полностью и надлежащим образом, от общего числа требований;

4. Оценка рисков информационной безопасности. При передаче конфиденциальных данных необходимо оценить, какие меры защиты предлагает платформа: шифрование каналов связи, двухфакторную аутентификацию, возможность подписания соглашения о неразглашении (NDA) через платформу, политику обработки персональных данных. Для малых предприятий, работающих с ограниченным объемом чувствительной информации, приемлемый уровень защиты может быть ниже, чем для крупных корпораций, однако полностью игнорировать этот аспект нельзя.

Помимо текущей экономической эффективности, важно учитывать влияние платформенного аутсорсинга на стратегическое развитие малого предприятия:

1. Доступ к компетенциям. Платформы позволяют привлекать специалистов

высокой квалификации, которых предприятие не могло бы содержать в штате из-за высокой стоимости или нерегулярной загрузки. Это особенно актуально для узких экспертных областей – например, разработка мобильных приложений, сложный дизайн, юридическое сопровождение сделок. Оценка может производиться через сравнение уровня компетенций доступных исполнителей с требуемым для решения стратегических задач;

2. Гибкость адаптации к изменениям рынка. Возможность быстро менять пул привлекаемых специалистов, наращивать или сокращать объемы работ в зависимости от рыночной конъюнктуры повышает адаптивность бизнеса. Количественно это может быть выражено через минимальное время, необходимое для привлечения нового специалиста, или через возможность масштабирования работ без увеличения постоянных издержек;

3. Влияние на инновационный потенциал. Взаимодействие с внешними специалистами, работающими с разными заказчиками и применяющими передовые практики, может способствовать притоку новых идей и технологий на предприятие. Это трудно формализуемый, но важный эффект, который следует учитывать при стратегической оценке;

4. Концентрация на ключевых компетенциях. Передача вспомогательных функций на аутсорсинг позволяет руководству и ключевым сотрудникам сосредоточиться на развитии основного бизнеса. Оценить этот эффект можно через долю времени, высвобождаемого у руководителя для решения стратегических задач.

Предложенная система критериев не является жестко детерминированной и может адаптироваться под конкретные условия: для разных типов бизнес-процессов (творческие, рутинные, экспертные) значимость отдельных показателей может варьироваться. Важно, чтобы решение о переходе на платформенный аутсорсинг принималось на основе комплексной оценки, а не только сиюминутной экономии.

Стоит отметить, что проведенный анализ позволяет выделить ряд проблем, сдерживающих более широкое использование цифровых платформ для организации аутсорсинга малыми предприятиями. Эти проблемы носят как институциональный, так и организационно-технологический характер.

1. Институциональная неопределенность. Российское законодательство пока не сформировало устойчивого правового режима для платформенной занятости. Отношения между заказчиком, исполнителем и платформой регулируются

разрозненными нормами гражданского, трудового, налогового права, что создает риски для всех участников. До сих пор дискуссионным остается вопрос о том, являются ли платформы просто информационными посредниками или же они несут ответственность за качество услуг и соблюдение прав исполнителей. Принятие в 2024 году проекта федерального закона «О платформенной экономике» могло бы внести определенность, однако на момент подготовки статьи законопроект находится в стадии доработки [7].

2. Налоговые риски и сложности учета. При работе с самозанятыми через платформы у заказчика возникают вопросы подтверждения статуса исполнителя, правильности оформления чеков, отражения расходов в налоговом учете. Хотя платформы декларируют автоматическое формирование чеков для налоговой, на практике встречаются сбои и задержки. Кроме того, сохраняется риск переквалификации отношений в трудовые при систематическом взаимодействии с одним исполнителем, что может повлечь доначисление страховых взносов и штрафы.

3. Проблемы защиты интеллектуальной собственности. При заказе разработки сайтов, дизайна, текстов, программного кода важно четко фиксировать передачу исключительных прав на созданные объекты. Типовые условия платформ часто не содержат явных положений об интеллектуальных правах либо отсылают к законодательству, что оставляет возможность для споров. Малые предприятия, не имеющие собственной юридической службы, не всегда уделяют этому должное внимание.

4. Ограниченность инструментов для долгосрочного сотрудничества. Платформы изначально проектировались для разовых транзакций. Хотя многие из них развивают инструменты для ведения долгосрочных проектов (закрытые разделы, привязка исполнителя, регулярные платежи), функционал пока уступает специализированным системам управления проектами. Это создает неудобства при реализации сложных, многоэтапных работ.

5. Цифровое неравенство и компетенции. Не все руководители малых предприятий обладают достаточными цифровыми компетенциями для эффективного использования платформ. Сложности возникают при формулировании технических заданий, оценке портфолио, выстраивании удаленной коммуникации. Это ограничивает потенциальную аудиторию платформенного аутсорсинга.

Несмотря на обозначенные проблемы, перспективы развития платформенного аутсорсинга оцениваются экспертами как позитивные. Можно выделить несколько

ключевых направлений, по которым будет происходить эволюция данного рынка (таблица 3).

Таблица 3.

Ключевые направления развития платформенного аутсорсинга

Направление	Содержание
Совершенствование нормативно-правовой базы	Ожидается принятие специального регулирования платформенной экономики, которое закрепит статус платформ, права и обязанности сторон, механизмы разрешения споров. Важным направлением является также унификация требований к электронному документообороту и признание юридической силы записей на платформах.
Развитие отраслевой специализации платформ	Наряду с универсальными биржами будут активно развиваться узкоспециализированные платформы, ориентированные на конкретные отрасли или типы бизнес-процессов. Это позволит обеспечить более точное соответствие запросов заказчиков и компетенций исполнителей, а также внедрить отраслевые стандарты качества.
Интеграция платформ с учетными системами предприятий	Перспективным направлением является создание API и готовых интеграционных модулей, позволяющих синхронизировать данные платформ с бухгалтерскими и управленческими системами малого бизнеса (1С, «Контур», «СБИС»). Это упростит учет расходов, автоматизирует документооборот и повысит прозрачность взаимодействия.
Внедрение механизмов гарантий и страхования	Платформы будут развивать инструменты снижения рисков: страхование ответственности исполнителей, гарантийные фонды, независимую экспертизу результатов, сертификацию специалистов. Это повысит доверие со стороны заказчиков и будет способствовать привлечению более крупных и сложных заказов.
Использование технологий искусственного интеллекта	Алгоритмы машинного обучения могут применяться для автоматического подбора исполнителей под конкретные задачи, прогнозирования рисков невыполнения, анализа тональности отзывов, выявления недобросовестных участников. Это повысит эффективность поиска и снизит транзакционные издержки.
Развитие механизмов разрешения споров	Совершенствование процедур медиации и арбитража внутри платформ, возможно, с привлечением профессиональных юристов, позволит быстрее и дешевле урегулировать конфликты без обращения в государственные суды.

Источник: составлено автором на основе анализа литературных источников.

На основе анализа текущих тенденций и планов развития ключевых игроков можно сделать прогноз относительно динамики рынка платформенного аутсорсинга для малых предприятий на среднесрочную перспективу (до 2027 г.). Ожидается, что среднегодовые темпы роста сохранятся на уровне 15–20%, при этом структура спроса будет смещаться от разовых простых задач к более сложным и регулярным услугам. Особенно быстро будут расти сегменты ИТ-разработки (в связи с импортозамещением ПО), маркетинга (рост конкуренции в онлайн-каналах) и бухгалтерско-юридического обслуживания (усложнение налогового законодательства).

Важным фактором станет дальнейшее развитие института самозанятости и

возможное расширение перечня видов деятельности, доступных для этого режима. Это увеличит предложение квалифицированных услуг и будет способствовать демократизации доступа к экспертизе для микробизнеса.

Таким образом, несмотря на существующие проблемы, цифровые платформы имеют значительный потенциал для развития как инструмент организации аутсорсинга бизнес-процессов малых предприятий. Ключевыми направлениями совершенствования выступают правовое регулирование, отраслевая специализация, технологическая интеграция и развитие механизмов доверия. Реализация этих направлений позволит платформенному аутсорсингу занять прочное место в системе управления малым бизнесом.

Список литературы:

1. Проект федерального закона № 747292-8 «О платформенной экономике в Российской Федерации» (ред., внесенная в ГД ФС РФ) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: https://www.consultant.ru/ (дата обращения: 28.02.2026).

2. Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. и др. Цифровая экономика: краткий статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2024. – 124 с.

3. Иванова Е.В. Аутсорсинг в системе стратегического управления предприятием сферы услуг // Сфера услуг: инновации и качество. – 2023. – № 64. – С. 23–31.

4. Петров А.В. Управление качеством аутсорсинговых услуг на цифровых платформах // Сфера услуг: инновации и качество. – 2024. – № 66. – С. 12–20.

5. Попова С.А. Цифровые платформы как фактор развития малого предпринимательства в сфере услуг // Сфера услуг: инновации и качество. – 2024. – № 67. – С. 45–53.

6. Сидорова Н.П. Транзакционные издержки в цифровой экономике: теоретический аспект // Вопросы экономики. – 2023. – № 5. – С. 78–91.

7. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Краудсорсинг: исследование условий и результатов труда // Социологические исследования. – 2023. – № 2. – С. 34–46.

8. Юдина Т.Н. Платформенная экономика: институциональные изменения // Экономист. – 2022. – № 11. – С. 45–52.

9. РАЭК. Экономика Рунета 2024 [Электронный ресурс] // Ассоциация электронных коммуникаций: официальный сайт. – 2025. –

URL: https://raec.ru/research/ (дата обращения: 27.02.2026).

10. Сервис «Мое дело»: официальный сайт. – 2025. – URL: https://www.moedelo.org/ (дата обращения: 27.02.2026).

11. Федеральная налоговая служба : официальный сайт. – 2026. – Раздел «Статистика по самозанятым». – URL: https://www.nalog.gov.ru/ (дата обращения: 27.02.2026).

12. Исследование рынка фриланса и микросервисов 2024 // Kwork : официальный блог. – 2025. – URL: https://kwork.ru/blog/ (дата обращения: 27.02.2026).

УДК 004.9:37.013

Петровская Д.В.,
обучающийся (аспирант)
кафедры информатики
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF AUTOMATION OF EDUCATIONAL SYSTEM DESIGN IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION OF SCIENCE AND EDUCATION

Аннотация: Статья посвящена анализу методологических проблем автоматизации проектирования образовательных систем в условиях цифровой трансформации науки и образования. В работе проведен анализ ключевых теоретических оснований цифровой трансформации: смена индустриальной парадигмы постнеклассической, проблема формализации педагогического знания, трансформация онтологии образовательной системы и переосмысление целевых ориентиров в сторону метакомпетенций. Особое внимание уделено технологическим и коммуникационным барьерам автоматизации, включая интеграцию разнородных данных, риски применения искусственного интеллекта (проблема «черного ящика», смещение данных, этические дилеммы), а также сложности междисциплинарного взаимодействия в проектных командах.

На основе проведенного анализа обосновываются предложения о внедрении гибридных методологий проектирования, сочетающих формализуемые и неформализуемые компоненты, обязательном проведении этического аудита алгоритмов, формировании трансдисциплинарных команд и разработке национальных стандартов описания образовательных данных, совместимых с международными спецификациями.

Abstract: The article is devoted to the analysis of methodological problems of automation of educational system design in the context of digital transformation of science and education. The paper analyzes the key theoretical foundations of digital transformation: the change of the industrial paradigm to the post-non-classical one, the problem of formalizing pedagogical knowledge, the transformation of the ontology of the educational system and the rethinking of targets towards meta-competencies. Special attention is paid to

the technological and communication barriers of automation, including the integration of heterogeneous data, the risks of using artificial intelligence (the problem of the «black box», data bias, ethical dilemmas), as well as the complexity of interdisciplinary interaction in project teams.

Based on the analysis carried out, proposals are substantiated for the introduction of hybrid design methodologies combining formalized and non-formalized components, the mandatory ethical audit of algorithms, the formation of transdisciplinary teams and the development of national standards for describing educational data compatible with international specifications.

Ключевые слова: цифровая трансформация образования, автоматизация проектирования, образовательные системы, методологические проблемы, искусственный интеллект, педагогическое проектирование, этический аудит, междисциплинарная коммуникация.

Keywords: digital transformation of education, automation of design, educational systems, methodological problems, artificial intelligence, pedagogical design, ethical audit, interdisciplinary communication.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Цифровая трансформация образования представляет собой не просто внедрение новых технологических инструментов, но фундаментальное изменение философских, концептуальных и процессуальных оснований образовательной деятельности. В основе данной трансформации лежит смена парадигм - переход от индустриальной модели, ориентированной на массовость, унификацию и стандартизацию, к постнеклассической парадигме, акцентирующей персонализацию, сетевые взаимодействия и работу со сложностью. Как отмечает А.Г. Теслинов, цифровая трансформация «предполагает изменение бизнес-моделей, организационных структур, процессов и компетенций с помощью цифровых технологий» [1, с. 45]. В сфере образования это выражается в переходе от жестко фиксированных учебных планов к адаптивным образовательным траекториям, формируемым на основе анализа цифрового следа обучающегося. Данный подход находит свое развитие в исследованиях Е.Н. Ястребцевой, которая подчеркивает, что формирование адаптивных траекторий невозможно без развития цифровой грамотности всех участников образовательного процесса, что требует пересмотра традиционных моделей педагогической подготовки [2, с. 48].

Ключевым методологическим вызовом становится проблема формализации педагогического знания и образовательных процессов. Попытки полной формализации могут привести к утрате смысловых компонентов и обеднению педагогического взаимодействия. В.А. Красильникова указывает на фундаментальное противоречие между «жесткостью формальных моделей, используемых в автоматизированных системах, и гибкостью, вариативностью реального образовательного процесса» [3, с. 88]. Данное противоречие порождает проблему выбора методологии моделирования, способной балансировать между точностью и гибкостью. Как обосновывает С.В. Панюкова, разрешение данного противоречия лежит в плоскости перехода от линейных моделей проектирования к итеративным, предполагающим постоянную обратную связь и корректировку проектных решений на основе анализа результатов их внедрения [4, с. 31].

Цифровая трансформация перестает быть замкнутой и превращается в открытую экосистему, интегрированную с цифровой средой науки, бизнеса и общества. Это ставит новые задачи перед проектированием: необходимость учета внешних контекстов, обеспечение непрерывности и преемственности образовательных активностей на протяжении всей жизни, управление сетевыми связями. И.В. Роберт в своих исследованиях акцентирует внимание на том, что формирование открытой образовательной экосистемы требует разработки новых подходов к информационно-методическому обеспечению, учитывающих не только внутренние потребности образовательной организации, но и внешние запросы со стороны рынка труда и общества в целом [5, с. 18].

Еще одной методологической проблемой является переосмысление целевых ориентиров образования в цифровую эпоху. Если раньше акцент делался на трансляции знаний, то в новой реальности ключевыми ценностями становятся критическое мышление, креативность, коммуникация, способность работать с данными. Проектирование систем, способных автоматически оценивать и развивать данные сложные, не поддающиеся полной алгоритмизации качества, представляет собой нетривиальную задачу. По мнению А.Ю. Уварова, решение данной задачи связано с переходом от понимания автоматизации как инструмента контроля к пониманию автоматизации как средства расширения когнитивных возможностей обучающегося и педагога, что требует принципиально иных подходов к проектированию образовательного программного обеспечения [6, с. 60].

2. НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Технологическая реализация автоматизированного проектирования образовательных систем связана с комплексом проблем, центральное место среди которых занимает вопрос интеграции разнородных данных и обеспечения совместимости систем. Современная образовательная среда генерирует значительные массивы структурированных и неструктурированных данных. Для их эффективного использования в проектировании необходимы единые онтологии и стандарты описания. Как отмечает А.В. Соловов, отсутствие общепринятых стандартов, в частности полноценно реализуемого в России аналога международных спецификаций IMS или xAPI, приводит к формированию изолированных хранилищ данных, не способных к информационному обмену [4, с. 56]. Б.С. Гершунский в своих работах подчеркивал, что проблема информационной совместимости образовательных систем носит не только технический, но и методологический характер, поскольку отражает отсутствие единых концептуальных оснований описания образовательного процесса [7, с. 25].

Наряду с проблемами интеграции данных, важным аспектом является выбор архитектурных решений. Монолитные системы постепенно уступают место микросервисной архитектуре и облачным платформам, что обеспечивает гибкость и масштабируемость. Однако данная тенденция порождает новые вызовы, связанные с обеспечением информационной безопасности, защитой персональных данных обучающихся и устойчивостью функционирования системы в целом. Проектировщик оказывается перед необходимостью балансирования между требованием открытости для интеграции и необходимостью обеспечения защиты.Преодоление противоречия между жесткостью формальных моделей и гибкостью педагогического процесса видится в разработке гибридных методологий, сочетающих формализуемые и неформализуемые компоненты. Предлагается выделять в образовательной системе два важных компонента:

1. ядро, поддающееся формализации и алгоритмизации (планирование ресурсов, нормативный контроль, рутинные оценочные процедуры),

2. периферию (творческие виды деятельности, воспитательные аспекты, индивидуальная педагогическая поддержка).

Как обосновывает В.И. Загвязинский, «методология педагогического

проектирования должна сегодня включать механизмы постоянной коррекции и адаптации, которые невозможно полностью запрограммировать» [8, с. 112]. Гибридные методологии предполагают, что автоматизация выступает не как средство замещения педагога, но как инструмент поддержки принятия решений, расширяющий его возможности.

Однако даже при таком подходе, ориентированном на сохранение субъектности педагога, сохраняются риски, связанные с применением искусственного интеллекта, требующие специального регулирования. В связи с этим представляется необходимым введение в процесс проектирования этапа этической экспертизы алгоритмических решений. Этический аудит алгоритмов должен включать: проверку используемых данных на репрезентативность и отсутствие смещений; оценку интерпретируемости моделей; анализ потенциальных рисков дискриминации отдельных групп обучающихся; определение границ автономии алгоритма при принятии значимых педагогических решений. Внедрение подобной практики позволит повысить доверие к автоматизированным системам со стороны педагогов и обучающихся, а также минимизировать риски, связанные с неконтролируемым использованием ИИ.

Успешность автоматизации проектирования напрямую зависит от качества междисциплинарного взаимодействия. В связи с этим предлагается переход от модели «разнородных участников» к модели трансдисциплинарных команд, в которых формируется единое понятийное пространство. Ключевым звеном таких команд должны выступать специалисты-»переводчики» - педагогические дизайнеры и методологи, владеющие как педагогической теорией, так и основами архитектуры информационных систем.

Данное направление требует модернизации систем подготовки и повышения квалификации кадров. В программы подготовки педагогов целесообразно включить модули, посвященные анализу образовательных данных, основам алгоритмизации и архитектуре цифровых образовательных сред. Подготовка IT-специалистов, работающих в сфере образования, должна предусматривать знакомство с основами педагогики, возрастной психологии и дидактики. Формирование подобных компетенций создаст необходимые предпосылки для эффективной коммуникации и, как следствие, повышения качества автоматизированных систем.

Для преодоления фрагментации данных и обеспечения их совместимости необходима разработка и внедрение национальных стандартов описания

образовательных данных, согласованных с международными спецификациями. Создание единой онтологии образовательной деятельности позволит обеспечить согласованное функционирование различных информационных систем, что является необходимым условием для эффективной автоматизации проектирования на всех уровнях - от индивидуальной траектории обучающегося до управления образовательной организацией.

Список литературы:

1. Теслинов, А. Г. Цифровая трансформация: методология и практика / А. Г. Теслинов. - Москва : Инфра-М, 2023. - 312 с.

2. Ястребцева, Е. Н. Цифровая грамотность педагога: от базовых навыков к профессиональной компетентности / Е. Н. Ястребцева // Педагогика. - 2024. - № 3. - С. 45–53.

3. Красильникова, В. А. Формализация педагогического знания: границы и возможности / В. А. Красильникова // Вопросы образования. - 2024. - № 2. - С. 84–96.

4. Панюкова, С. В. Итеративные модели проектирования цифровых образовательных систем / С. В. Панюкова // Информатика и образование. - 2024. - № 5. - С. 28–37.

5. Роберт, И. В. Открытая образовательная экосистема: концептуальные основания и перспективы развития / И. В. Роберт // Педагогическая информатика. - 2025. - № 1. - С. 12–23.

6. Уваров, А. Ю. Автоматизация как средство расширения когнитивных возможностей в образовании / А. Ю. Уваров // Информационные технологии в образовании. - 2024. - № 4. - С. 56–67.

7. Гершунский, Б. С. Философия образования и проблемы информационной совместимости / Б. С. Гершунский // Наука и школа. - 2023. - № 6. - С. 22–31.

8. Загвязинский, В. И. Методология педагогического проектирования в условиях цифровизации / В. И. Загвязинский // Образование и наука. - 2024. - № 8. - С. 108–121.

УДК 004.056:342.7:005.934

Петровский Д.А.,
обучающийся (аспирант)
кафедры информатики
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЗАЩИТУ ЛИЧНОСТИ И БИЗНЕСА

THE IMPACT OF INFORMATION SECURITY SYSTEMS ON THE PROTECTION OF INDIVIDUALS AND BUSINESSES

Аннотация: Статья посвящена анализу влияния систем информационной безопасности на защиту личности и бизнеса в современных условиях. В работе проведен анализ ключевых законодательных актов Российской Федерации в сфере информационной безопасности: Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных», Федерального закона № 187-ФЗ «О безопасности критической информационной инфраструктуры». Особое внимание уделено проблеме формального подхода к выполнению требований, при котором организации ограничиваются документарным оформлением без обеспечения реальной защищенности информационных систем.

На основе проведенного анализа обосновывается необходимость пересмотра принципа хранения и обработки персональных данных. В качестве решения предлагается переход от децентрализованной модели, при которой каждый оператор самостоятельно аккумулирует и защищает массивы данных, к централизованной инфраструктуре на базе государственных сервисов (Госуслуги, Единая система идентификации и аутентификации). Такой подход позволяет сократить поверхность для атак, снять с бизнеса избыточную нагрузку по обеспечению информационной безопасности и достичь значительного экономического эффекта за счет отказа от создания разрозненных корпоративных систем защиты.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the impact of information security systems on the protection of individuals and businesses in modern conditions. The paper analyzes the key legislative acts of the Russian Federation in the field of information security: Federal Law No. 152-FZ «On Personal Data», Federal Law No. 187-FZ «On the security of critical information infrastructure». Special attention is paid to the problem of a formal approach to meeting requirements, in which organizations are limited to documenting without ensuring the real security of information systems.

Based on the analysis, the necessity of reviewing the principle of personal data storage and processing is substantiated. As a solution, a transition is proposed from a decentralized model in which each operator independently accumulates and protects data arrays to a centralized infrastructure based on public services (Public services, a unified identification and Authentication System). This approach makes it possible to reduce the attack surface, remove the excessive burden of information security from businesses, and achieve significant economic benefits by eliminating the creation of disparate corporate security systems.

Ключевые слова: информационная безопасность, персональные данные, критическая информационная инфраструктура, технический аудит, 152-ФЗ, 187-ФЗ.

Keywords: information security, personal data, critical information infrastructure, technical audit, 152-FZ, 187-FZ.

1. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ

В современном мире информационная безопасность выходит за пределы классической триады CIA (конфиденциальность, целостность, доступность). Как обоснованно отмечает В.Ф. Шаньгин, в условиях цифровой трансформации критическую значимость приобретают аутентичность, обеспечивающая подтверждение подлинности объектов взаимодействия, и неотказуемость, исключающая возможность отрицания субъектом факта совершения определенных действий [1]. Для личности указанные аспекты гарантируют юридическую значимость транзакций (например, невозможность оспаривания списания денежных средств), тогда как для хозяйствующих субъектов они выступают механизмом защиты от противоправных действий как со стороны контрагентов, так и собственных сотрудников, напрямую влияя на устойчивость бизнес-процессов и уровень доверия к цифровым сервисам.

В Российской Федерации данные подходы имплементированы в корпоративные стандарты и регуляторные требования, представленные двумя взаимосвязанными компонентами: технической защитой информации и организационно-управленческой составляющей. Несмотря на наличие нормативной базы, на практике сохраняется проблема формализма, при которой исполнение предписаний носит поверхностный характер, не обеспечивая реального снижения рисков [3, с. 25]. Для выявления степени расхождения между установленными нормами и фактическим уровнем защищенности представляется целесообразным провести анализ ключевых законодательных актов, действующих в сфере информационной безопасности России.

Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных» - это закон, регулирующий обработку персональных данных (ПДн). Ключевыми требованиями являются:

– локализация баз данных на территории РФ (ст. 18),

– получение согласия субъекта на обработку,

– обеспечение безопасности ПДн при их обработке.

Закон № 152-ФЗ устанавливает обязанность организации принимать меры по защите информации. В 2025 году были приняты дополнительные подзаконные акты, уточняющие требования к обезличиванию ПДн [5], а также расширяющие полномочия Роскомнадзора при проведении государственного контроля за обработкой ПДн [6].

Однако на практике требования зачастую выполняются лишь формально. Организации локализуют базы данных на территории РФ, но не обеспечивают должного уровня защищенности самих систем. В результате реальная безопасность персональных данных остается низкой. Штрафные санкции (до 500 тыс. руб. по КоАП РФ, а для крупного бизнеса - оборотные штрафы до 3% выручки) нередко воспринимаются как операционные расходы, а не как действенный сдерживающий механизм [6, с. 60]. Это создает ситуацию, при которой защищенность личности и устойчивость бизнеса остаются уязвимыми.

Федеральный закон № 187-ФЗ «О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации» - это закон, регулирующий защиту систем, обеспечивающих работу ключевых отраслей. Ключевыми требованиями являются:

– категорирование объектов КИИ (присвоение категорий значимости в зависимости от потенциального ущерба),

– использование преимущественно российского программного обеспечения,

– подключение к ГосСОПКА (государственной системе обнаружения и предотвращения компьютерных атак),

– назначение ответственных лиц с профильным образованием.

В 2025–2026 годах вступили в силу поправки, ужесточающие требования. Введен запрет на использование средств защиты информации из недружественных стран, расширен перечень субъектов КИИ, а также установлены жесткие сроки информирования об инцидентах (до 3 часов для значимых объектов) [7, с. 48].

На практике организации нередко подходят к требованиям формально: категорируют объекты и назначают ответственных, но реальная защищенность систем

остается низкой. Сохраняется зависимость от импортного оборудования (особенно в сфере АСУ ТП), а переход на отечественные решения откладывается [7, с. 50]. Штрафы (до 500 тыс. руб. по КоАП РФ, а также уголовная ответственность до 10 лет лишения свободы) для многих компаний не становятся достаточным стимулом для реальных изменений. Это создает риски для устойчивости критической инфраструктуры, от которой зависит безопасность государства и качество жизни граждан.

Помимо федеральных законов, важную роль в обеспечении информационной безопасности играют подзаконные акты, детализирующие механизмы защиты личности. Примером служит Постановление Правительства РФ № 1443 от 19.09.2025, регулирующее использование мобильного приложения Госуслуг для предъявления цифровых копий документов, удостоверяющих личность. Документ устанавливает правила применения цифрового удостоверения личности, что напрямую влияет на защищенность граждан: с одной стороны, повышается удобство и снижаются риски потери физического документа, с другой - возникают новые угрозы, связанные с безопасностью мобильного устройства и биометрических данных [8, с. 205].

2. ПУТЬ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Проведенный анализ показывает, что существующая система регулирования информационной безопасности в России сталкивается не с дефицитом нормативных требований, а с отсутствием полноценных готовых механизмов, способных превратить эти требования в реальную защиту. Законы принимаются, подзаконные акты детализируются, штрафы увеличиваются, однако утечки данных не прекращаются [3]. Как показывают исследования, подходы к контролю ограничиваются проверкой наличия документов и не создают действенных стимулов для обеспечения фактической защищенности, оставляя вопрос об ответственности за реальные последствия размытым [4, 9]. Изменение этой ситуации требует не столько дальнейшего ужесточения наказаний, сколько пересмотра принципов реализации некоторых аспектов информационной безопасности.

Любая система, требующая от организаций самостоятельно обеспечивать полный цикл защиты персональных данных, неизбежно сталкивается с проблемой компетенций и издержек. Для значительной части компаний, особенно относящихся к малому и среднему предпринимательству, выстраивание собственной инфраструктуры информационной безопасности, сопоставимой по уровню защищенности с государственными системами, представляет собой экономически сложную задачу.

Исходя из этого решением является пересмотр самого принципа хранения и обработки персональных данных. Суть такого подхода заключается в переходе от децентрализованной модели, при которой каждый оператор самостоятельно аккумулирует и защищает массивы данных, к централизованной инфраструктуре на базе государственных сервисов (Госуслуг и Единой системы идентификации и аутентификации).

Вместо того чтобы требовать от каждой организации реализации дорогостоящих средств защиты информации, представляется целесообразным законодательно ограничить саму необходимость хранения персональных данных на стороне бизнеса. Компании, взаимодействующие с гражданами, могли бы получать доступ к необходимой информации через государственные инфраструктурные сервисы, не создавая собственных баз данных с персональной информацией. В такой модели бизнес освобождается от сложной технической защиты, поскольку весь массив критических данных консолидируется в периметре, где уже обеспечена комплексная информационная безопасность на государственном уровне.

Такой перенос акцента позволит решить сразу несколько задач. Во-первых, кратно сокращается поверхность для атак. Злоумышленники теряют возможность атаковать сотни разрозненных корпоративных баз, так как данные перестают храниться на стороне операторов. Во-вторых, снимается проблема формального подхода со стороны бизнеса. Компании перестают воспринимать требования в области информационной безопасности как издержки, так как основная нагрузка по защите переносится на специализированную государственную инфраструктуру, где обеспечение безопасности является профильной функцией. В-третьих, достигается значительный экономический эффект. Затраты бизнеса на создание и поддержание собственных систем защиты информации, прохождение аудитов и уплату штрафов могут оказаться на порядок выше затрат на интеграцию с государственными сервисами.

Список литературы:

1. Шаньгин, В. Ф. Информационная безопасность и защита информации : учебное пособие / В. Ф. Шаньгин. - 3-е изд. - Саратов : Профобразование, 2024. - 702 с. - ISBN 978-5-4488-0070-2.

2. Запечников, С. В. Правовые и организационные аспекты обеспечения информационной безопасности / С. В. Запечников // Вопросы кибербезопасности. -

2024. - № 2. - С. 34–41.

3. Полякова, Е. Н. Проблемы реализации государственной политики в сфере информационной безопасности / Е. Н. Полякова // Информационное право. - 2025. - № 1. - С. 22–29.

4. Полякова, Т. А. Зарубежный опыт независимого аудита информационной безопасности / Т. А. Полякова, А. А. Коноплев // Вестник университета имени О.Е. Кутафина. - 2025. - № 4. - С. 112–119.

5. Приказ Роскомнадзора № 140 от 19.06.2025 «Об утверждении требований к обезличиванию персональных данных» ; Постановление Правительства РФ № 1154 от 01.08.2025 «О внесении изменений в Положение о защите персональных данных». - Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

6. Стрельцов, А. А. Правоприменительная практика в сфере персональных данных: проблемы и перспективы / А. А. Стрельцов // Журнал российского права. - 2025. - № 6. - С. 57–65.

7. Черешкин, Д. С. Критическая информационная инфраструктура: вызовы и пути обеспечения безопасности / Д. С. Черешкин // Информационное общество. - 2025. - № 3. - С. 45–52.

8. Ярочкин, В. И. Информационная безопасность и защита биометрических данных / В. И. Ярочкин. - Москва : Академический проект, 2025. - 320 с.

9. Лапина, М. А. Институт ответственности в сфере независимой оценки соответствия / М. А. Лапина // Административное право и процесс. - 2025. - № 2. - С. 48–53.

УДК 336.02

Пидяшова О.П.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Пахомов В.К.,
обучающийся (магистрант)
кафедры финансов и бизнес-аналитики
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Пидяшова О.П.)

ЦЕЛИ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

GOALS AND PRINCIPLES OF FORMING THE FINANCIAL STRATEGY OF AN ENTERPRISE

Аннотация: в представленной научной статье рассмотрены вопросы теоретического характера, связанные с формирование финансовой стратегии предприятия. Исследованы подходы ряда современных экономистов к понятию финансовой стратегии предприятия. Выделены цели формирования финансовой стратегии на основе определения её роли в общей системе управления финансовыми ресурсами предприятия. Определены основные принципы и направления формирования финансовой стратегии, следование которым обеспечивает достижение обозначенных стратегических целей развития предприятия.

Annotation: This research article examines theoretical issues related to the development of an enterprise's financial strategy. It examines the approaches of several contemporary economists to the concept of enterprise financial strategy. The objectives of developing a financial strategy are identified based on its role in the overall financial resource management system of an enterprise. The key principles and guidelines for developing a financial strategy are defined, and adherence to these principles ensures the achievement of the stated strategic development goals of the enterprise.

Ключевые слова: финансовая стратегия, финансовый план, стратегические цели, анализ деятельности предприятия, эффективное использование ресурсов.

Keywords: financial strategy, financial plan, strategic goals, analysis of enterprise activities, efficient use of resources.

Роль финансовой стратегии в функционировании любого предприятия или организации определяется её местом в системе общего управления. Когда четко

определены цели деятельности предприятия, а также обозначены способы их достижения и необходимый методологический инструментарий, успешность функционирования уже во многом гарантирована. Однако, прежде чем оценить роль финансовой стратегии, необходимо исследовать её сущность, выделить цели разработки и изучить принципы формирования.

В современной экономической науке на сегодняшний день сформировалось достаточно много авторских подходов к понятию финансовой стратегии, а также принципам её формирования. Так, П.Н. Брусов дает определение финансовой стратегии как: «… достаточно эффективный инструментарий, используемый для контроля и управления организацией, в условиях постоянной динамики рынка, показателей и государственного регулирования» [1].

Ряд других авторов предлагает следующее определение: «Финансовая стратегия предприятия представляет собой совокупность мероприятий, проводимых собственниками и администрацией предприятия и направленных на изыскание и наиболее эффективное использование финансовых ресурсов для достижения основных целей деятельности предприятия» [2].

Одним из ключевых факторов, оказывающих влияние на формирование финансовой стратегии предприятия, является постоянное изменение внешнего воздействия в виде изменения рыночных условий, инфраструктуры, политических и иных потрясений. Эти изменения значительное усложняют формирование финансовой стратегии как таковой на длительную перспективу развития, так как содержат в себе фактор неопределенности. Можно разработать эффективную финансовую стратегию, но влияние каких-либо форс-мажорных обстоятельств может свести на нет все планируемые к достижению результаты. В тоже время отказ в принципе от создания стратегии развития на долгосрочный период тоже не целесообразно, так как формирует скачкообразную динамику достижения только текущих целей, которые не мотивируют на получение более высоких финансовых результатов. Поэтому необходимо разрабатывать такую финансовую стратегию, которая обеспечивала бы развитие предприятия как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе, но в тоже время могла своевременно корректироваться в зависимости от изменения внешней среды функционирования.

Сложившиеся на современном этапе экономические отношения требуют от предприятий и организаций формирования четкого финансового плана развития как в

текущем периоде, так и на долгосрочную перспективу. При этом важно учитывать не только возможность эффективного управления имеющимися финансовыми ресурсами, но и использовать методологический инструментарий для экономического обоснования принимаемых управленческих решений.

В качестве такого инструментария и выступает финансовая стратегия, в рамках которой формируются основные цели развития предприятия (стратегические, оперативные и текущие) с учетом возможного воздействия факторов внешней среды функционирования и динамики внутренних факторов деятельности.

Рядом авторов выделяется тезис об индивидуальной цели финансовой стратегии для каждого субъекта, в частности. Компании в условиях повышенной инфляции и заданной налоговой политики могут выбирать для себя разные цели при формировании финансовой стратегии. Другими словами, предприятия самостоятельно принимают решения об направлении расходования прибыли, формировании и выплате дивидендов, контроле издержек производства и прочих производственных аспектов. Все они отражаются в нормативных актах организации, а также законодательстве и подчиняются контролю и управлению мировым инструментарием, выработанным за долгие годы [3].

Форма принятия решений исходя из выявленных проблем является наиболее распространенной практикой среди организаций. Однако данная форма не является универсальной с точки зрения создания противоречий между интересами компании и государства, интересами производственного и финансового отдела, интересами получения конкретных результатов различными службами организации.

Несмотря на описанные выше противоречия интересов стороны, в результатах деятельности организации заинтересованы все участники рынка, как внешние, так и внутренние.

Ряд авторов выделяют следующую систему мероприятий для увеличения эффективности управления организацией:

– обязательный рыночный анализ активов предприятия;

– контроль и своевременная реструктуризация задолженностей;

– постоянный контроль за положением организации на рынке среди прочих участников;

– постоянный контроль за имеющейся ресурсной базой организации и своевременная модернизация [6].

Учет таких переменных как объём финансовой ресурсной базы предприятия, а также получение конкурентоспособных и ожидаемых результатов деятельности организации при условии сохранения платежеспособности и устойчивости, необходим при формировании целей финансовой стратегии.

Финансовая стратегия организации является лишь подсистемой общеэкономической стратегии. В данную систему также входят стратегии маркетинга, ценообразования, инвестиций и прочих видов стратегий, принятых в компании.

Невозможно преуменьшить значимость процесса разработки финансовой стратегии предприятия в получении эффективных показателей деятельности компании [4].

Роль финансовой стратегии заключается в следующих подходах:

– выработанная финансовая стратегия подразумевает алгоритм выполнения необходимых действий для достижения запланированных финансовых и общеэкономических результатов деятельности компании;

– разработка финансовой стратегии обеспечивает организацию полноразмерной информацией о структуре и объеме финансового потенциала предприятия, а также позволяет максимизировать маневренность имеющихся ресурсов;

– при создании финансовой стратегии организации закладываются пути внедрения инноваций и потенциальные инвестиционные направления, возникающие в динамичном рынке;

– формирование финансовой стратегии предполагает наличие гибкой системы внедрения новых путей развития организации в кризисные временные промежутки.

Одним из условий, определяющих необходимость разработки финансовой стратегии предприятия или организации, является его текущее состояние и возможность перехода на новый этап жизненного цикла с учетом сложившихся экономических реалий. Для каждого этапа развития предприятия или организации характерны определенные инвестиционные потребности, обусловленные необходимостью поддержания текущей деятельности и обеспечения эффективного функционирования в обозримой перспективе. Разрабатываемая финансовая стратегия позволяет определить основные формы и виды привлечения финансовых ресурсов, обосновывает необходимость их привлечения в принципе, способствует выбору наиболее оптимальных направлений использования денежных средств [5].

Как известно, главной целью финансового менеджмента является максимизация

благосостояния собственников капитала предприятия. Стратегические цели финансовой деятельности предприятия должны быть направлены, прежде всего, на достижение основной цели финансового менеджмента, а также на решение следующих задач:

– обеспечение высокого уровня финансовой устойчивости предприятия, что возможно на основе создания эффективного механизма финансирования хозяйственной и инвестиционной деятельности, управления формированием финансовых ресурсов за счет собственных, заемных и привлеченных источников, оптимизации финансовой структуры капитала предприятия;

– достижение оптимизация денежного оборота и поддержание стабильной платежеспособности предприятия, что реализуется на основе эффективного управления денежными потоками предприятия в процессе кругооборота его денежных средств, поддержания ликвидности его оборотных активов на уровне, обеспечивающем постоянную платежеспособность;

– обеспечение получения максимально высокой прибыли предприятия, что достижимо путем эффективного управления активами предприятия, оптимизации их размера и состава; при этом, для достижения стратегических целей предприятие должно максимизировать не общую, а чистую прибыль, остающуюся в его распоряжении, а это означает проведение эффективной налоговой, амортизационной и дивидендной политики;

– достижение минимального уровня финансовых рисков, что возможно путем эффективного управления финансовыми рисками, присущими как отдельным хозяйственным операциям, так и финансовой деятельности предприятия в целом; процесс этого управления предполагает оценку отдельных видов финансовых рисков, их профилактику и минимизацию, использование эффективных формы их внутреннего и внешнего страхования.

Для достижения стратегических целей финансовой деятельности предприятия необходимо соблюдение следующих основных условий для формирования необходимых активов:

– обеспечение достаточности капитала;

– обеспечение качественной структуры активов и финансовой структуры капитала;

– обеспечение допустимого уровня финансовых рисков;

– реализация финансовых инноваций, дающих возможность выхода на новые сегменты финансового рынка;

– применение новых финансовых инструментов, использование новых технологий осуществления финансовых операций.

Как правило, основные стратегические цели находят свое отражение в системе планов и нормативов, которые разрабатываются и реализуются на предприятии. При этом планы должны составляться сначала на долгосрочную перспективу (стратегические), затем среднесрочную (оперативные) и краткосрочную (текущие).

Проблему разработки финансовой стратегии предприятия рассматривали в своих трудах ведущие отечественные и зарубежные экономисты. В целом все научные деятели трактуют финансовую стратегию, как систему, основанную на долгосрочный период, для реализации которой необходим соответствующий актуальный инструментарий.

Для разработки стратегии предприятия необходимо отталкиваться от ряда задач и целей, определяющих необходимые результаты предприятия.

Процесс формирования финансовой стратегии можно описать как:

– установка временных рамок функционирования финансовой стратегии;

– выявление и обоснование целей деятельности компании;

– формирование финансовой стратегии подсистем;

– уточнение показателей финансовой стратегии;

– оценка результативности сформированной стратегии.

Процесс формирования стратегических целей финансовой деятельности предприятия базируется на следующих основных принципах:

– подчиненности стратегических целей финансовой деятельности стратегии экономического развития;

– вариабельности и гибкости применительно к изменениям внешних условий;

– согласования финансовой и маркетинговой стратегий по целям и этапам реализации;

– приемлемого уровня рисков финансовых решений;

– эффективности финансирования.

Рассмотрим более детально указанные принципы.

Основная суть финансовой стратегии заключается в её возможности обеспечить

устойчивое развитие предприятия в долгосрочной перспективе. При этом необходимо учитывать не только финансовую составляющую, но и общие экономические цели развития предприятия.

При разработке финансовой стратегии необходимо учитывать факторы воздействия внешней среды функционирования, с возможностью прогнозирования их влияния на развитие предприятия. Кроме того, должна быть возможность своевременной корректировки финансовой стратегии в зависимости от меняющихся условий функционирования предприятия. Поэтому при разработке финансовой стратегии важно разрабатывать несколько вариантов, с целью использования наиболее приемлемого в сложившихся экономических условиях.

Финансовая стратегия должна обеспечивать эффективное использование всех имеющихся ресурсов предприятия с наибольшей выгодой и отдачей. При этом необходимо учитывать все факторы внешнего и внутреннего воздействия, которые могут повлиять на использование ресурсов. Для этого необходимо проводить постоянный мониторинг достижения целей финансовой стратегии на разных этапах её реализации с возможностью внесения необходимых изменений [5].

Современные экономические отношения, складывающиеся под влиянием введения санкций со стороны ряда западноевропейских государств, потребовали от большинства российских предприятий и организаций глубокого пересмотра своей стратегии развития. Большинство из них столкнулись с нарушением или ликвидацией устоявшихся экономических связей с предприятиями иностранных государств, были значительно изменены логистические цепочки движения товаров, что создало значительные трудности и финансовые потери. Поэтому своевременное реагирование на происходящие экономические и политические процессы способствует сохранению устойчивого финансового положения в настоящем периоде и обеспечению поступательного развития в последующие периоды.

При разработке финансовой стратегии предприятия выделяют следующие основные направления:

– стратегия, основная целеориентация которой заключается в формировании оптимальной структуры капитала предприятия;

– стратегия, направленная на реализацию портфеля инвестиционных проектов;

– стратегия формирования оптимальной структуры материальных ресурсов;

– стратегия, нацеленная на недопущение или преодоление уже имеющихся

кризисных ситуаций.

Стратегия, направленная на формирование оптимальной структуры капитала, подразумевает такое соотношение собственных и заемных ресурсов, которое обеспечивает степень финансовой устойчивости и независимости предприятия, а также достижение определенного уровня рентабельности собственного капитала.

Реализация данного направления финансовой стратегии предприятия тесно связана с формирование инвестиционной политики, так как затрагивает вопросы наличия собственных финансовых ресурсов, их эффективного использования, а также возможность привлечения заемных средств.

При реализации стратегии, направленной на формирование оптимального объема материальных ресурсов, основной целью является установление соотношения между отдельными их видами таким образом, чтобы обеспечивалась максимальная эффективность их использования. Для этого проводится тщательный анализ имеющихся материальных ресурсов, определяется степень их состояния, эффективность использования, наличие малоиспользуемых активов.

Целью финансовой стратегии предприятия является максимизация благосостояния собственников капитала предприятия [4]. Для достижения поставленной цели следует решить задачи:

– обеспечить высокую финансовую устойчивость предприятия;

– оптимизировать денежный оборот и поддерживать постоянную платежеспособность;

– обеспечить максимизацию прибыли предприятия;

– минимизировать финансовые риски.

Разработка и формирование финансовой стратегии основывается на определении основных направлений, необходимость выделения которых продиктована производственной необходимостью или результатами деятельности организации за предыдущие периоды. К числу таких направлений традиционно относят следующие:

– общий анализ финансового положения предприятия или организации;

– совершенствование действующей учетной политики;

– анализ действующей налоговой политики;

– рассмотрение возможности разработки кредитной политики;

– оценка эффективности действующей дивидендной политики или необходимость её разработки на предприятии и др.

В процессе формирования финансовой стратегии важно принимать во внимание следующие факторы:

1. Темп роста оборота предприятия. При высоком росте оборота может потребоваться привлечение внешних финансовых источников на фоне роста постоянных и переменных затрат и дебиторской задолженности.

2. Степень стабильности динамики хозяйственного (стабильная организация способна функционировать при большом удельном весе заемных средств в общей величине источников).

3. Уровень и динамика финансовых результатов и рентабельности (снижение прибыли провоцирует большую потребность в заемных средствах).

4. Структура имущества (доля мобильных и немобильных элементов).

5. Тяжесть налоговой нагрузки. В условиях низких налоговых ставок прибыль или применением предприятием налоговых льгот, разница в стоимости собственного и заемного капитала, привлекаемого из внешних источников, снижается.

6. Отношение кредиторов к предприятию, от которого зависят условия выдачи кредита и величина процентной ставки.

7. Уровень риска, приемлемый для руководства предприятия.

8. Конъюнктура рынка капиталов. В зависимости от его состояния возрастает или снижается стоимость заемного капитала.

В заключении можно отметить, что формирование финансовой стратегии является необходимым условием успешной деятельности любого предприятия, определяемого её ролью в общей системе управления. Для осуществления экономической деятельности необходимый объем финансовых ресурсов определяется на основании собственных средств и возможности привлечения ресурсов из внешних источников. При этом основной целью финансовой стратегии организации является решение вопроса о том, как наиболее эффективно распорядиться имеющимися собственными или заемными ресурсами, чтобы получить максимальную отдачу и обеспечить финансовую устойчивость предприятия как в текущем, так и в последующих периодах.

Список литературы:

1. Брусов, П. Н., Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учебное пособие / П. Н. Брусов, Т. В. Филатова. - Москва: КноРус, 2021. - 227 с.

2. Грищенко, Ю. И. Финансовая стратегия, планирование и бюджетирование: учебник / Ю.И. Грищенко, О.В. Борисова, В.Б. Фролова и др. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 336 с.

3. Елисеева, Е.Н. Финансовые стратегии и инструменты: учебник / Е.Н. Елисеева, О.Т. Шипкова, А.А. Кузьмина, Л.А. Бадалов. - Москва: ИНФРА-М, 2025. - 208 с.

4. Пидяшова, О.П. Финансовый механизм управления деятельностью предприятия / О.П. Пидяшова, Г.А. Паладыч // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. - №35.

5. Пидяшова, О.П. Основы финансового механизма управления деятельностью организации / О.П. Пидяшова // В сборнике: Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. Сборник научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции. - 2019.

6. Симоненко, Н. Н. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика фирмы: учебник / Н. Н. Симоненко, В. Н. Симоненко. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. - 512 с.

УДК: 336.748.1

Приходько К.С.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Мартиросян З.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

РЕЦЕССИОННЫЙ И ИНФЛЯЦИОННЫЙ РАЗРЫВЫ КАК ИНДИКАТОРЫ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ (СРАВНЕНИЕ РОССИИ, США И РУМЫНИИ)

RECESSION AND INFLATION GAPS AS INDICATORS OF MACROECONOMIC DYNAMICS (A COMPARISON OF RUSSIA, THE USA, AND ROMANIA)

Аннотация: Кривые совокупного спроса и совокупного предложения в краткосрочной перспективе определяют равновесные уровни цен и реальный ВВП, на которые влияют действия политиков и естественные силы внутри экономики, с целью достижения равновесия в долгосрочной перспективе. В связи с этим, экономистами определяются разрывы, вызванные недостатком спроса или «перегревом» экономики, чтобы вовремя выявить негативное влияние на экономику страны и принять соответствующие меры для их сокращения. В статье представлена характеристика данных разрывов с графическим оформлением, а также было определено их наличие на примере 3 стран – России, США и Румынии.

Abstract: Aggregate demand and aggregate supply curves determine short-term equilibrium price levels and real GDP, which are influenced by policy actions and natural forces within the economy, with the goal of achieving long-term equilibrium. Therefore, economists identify gaps caused by insufficient demand or economic overheating in order to promptly detect their negative impact on the country's economy and take appropriate measures to reduce them. This article presents a graphical description of these gaps and identifies their presence using three countries – Russia, the USA, and Romania – as examples.

Ключевые слова: реальный объем ВВП, инфляционный разрыв, рецессионный разрыв, экономика, инфляция, дефляция.

Keywords: real GDP, inflation gap, recession gap, economy, inflation, deflation.

В мировой практике в макроэкономике при проведении расчетов с реальным и потенциальным объемами валового внутреннего продукта (ВВП) экономисты часто

используют такие понятия, как инфляционные и рецессионные разрывы [1, 2].

Инфляционный разрыв означает, что экономика производит больше реального объема ВВП, чем должно быть. Инфляционный разрыв определяется как разница между реальным объемом ВВП, который экономика страны должна производить при полной занятости (Qf), и реальным объемом ВВП, который она производит в настоящее время в краткосрочной перспективе (Q1). На рисунке 1 отобразим график данного разрыва. Например, если экономика страны «А» имеет показатель полной занятости в размере 600 млрд. долл., но реальный объем ВВП страны составляет 900 млрд. долл., следовательно, страна «А» испытывает инфляционный разрыв в размере 300 млрд. долл.

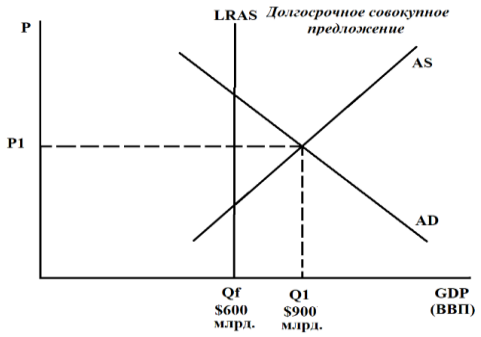


Рис. 1. График инфляционного разрыва.

Наличие инфляционного разрыва в экономике не обязательно характеризуется ростом цен на товары и услуги. Инфляционные разрывы создаются либо увеличением совокупного спроса (AS), либо увеличением совокупного предложения (AD) в краткосрочной перспективе. На рисунке 2 отобразим данные вариации возникновения разрыва ВВП с помощью графиков.

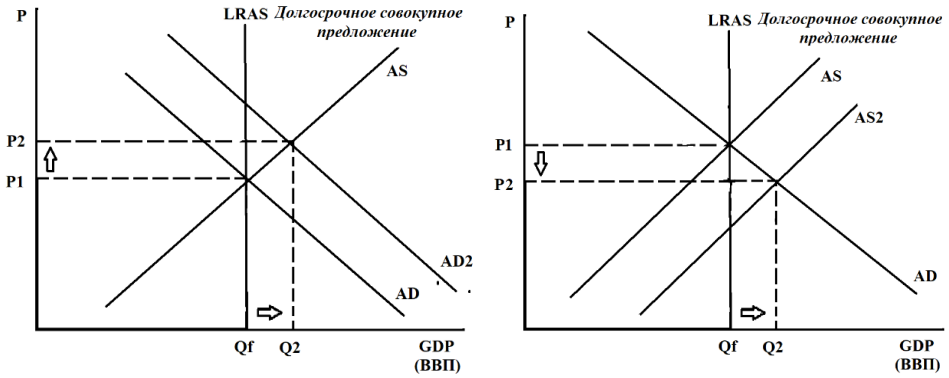


Рис. 2. Вариации возникновения инфляционного разрыва.

Таким образом, экономика, находясь в состоянии инфляционного разрыва, может испытывать либо инфляцию (в первом случае), либо дефляцию (во втором случае), что может быть вызвано высоким уровнем занятости, активизацией торговой деятельности, увеличением государственных расходов и т.п.

Рецессионный разрыв некоторые экономисты обозначают как кризисный разрыв, так как он связан со снижением экономической активности страны и может нуждаться в стабилизационной политике с целью увеличения реального ВВП и ликвидации разрыва.

Данный разрыв определяется как разница между реальным объемом ВВП, который экономика должна производить при полной занятости (Qf), и реальным объемом ВВП, который она производит в настоящее время в краткосрочной перспективе (Q1).

На рисунке 3 отобразим график данного разрыва. Например, если в экономике страны «Б» количество занятых составляет 900 млрд. долл., а реальный объем ВВП составляет 300 млрд. долл., следовательно, страна «Б» переживает экономический спад в размере 600 млрд. долл.

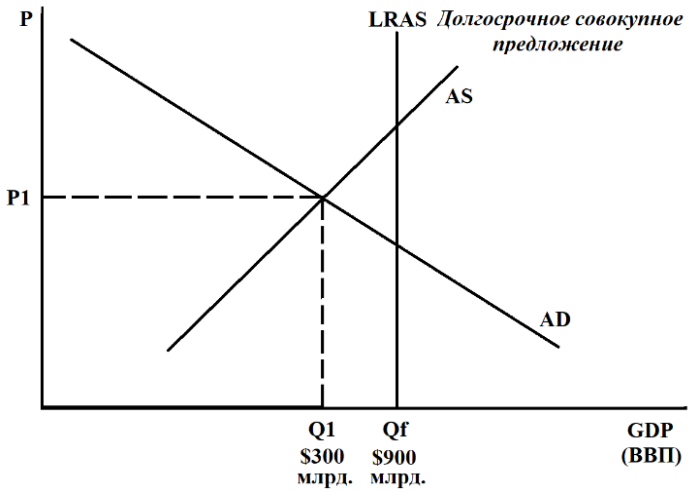


Рис. 3. График рецессионного разрыва.

Рецессионные разрывы, как правило, возникают либо из-за снижения совокупного спроса (AS), либо из-за уменьшения совокупного предложения (AD) в краткосрочной перспективе.

На рисунке 4 отобразим данные вариации возникновения разрыва ВВП с помощью графиков.

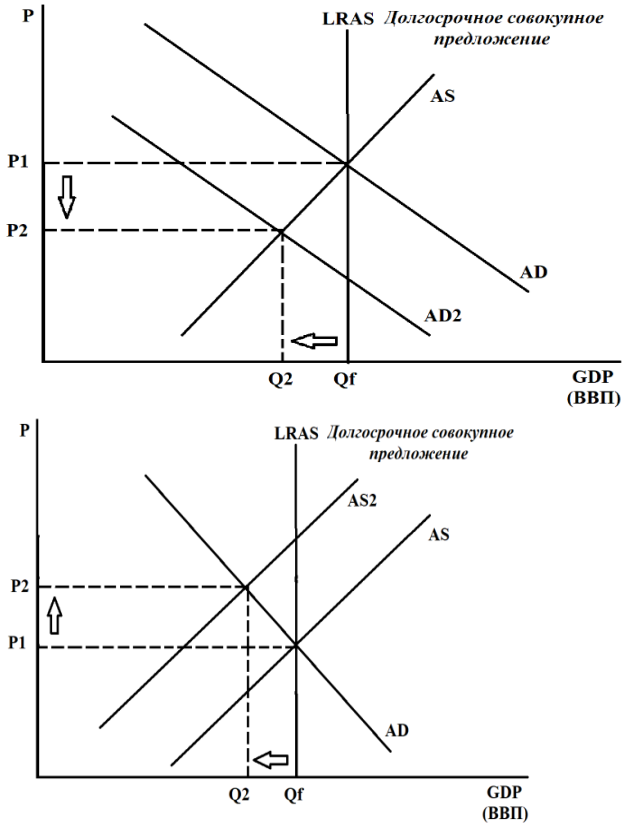


Рис. 4. Вариации возникновения рецессионного разрыва.

Таким образом, экономика, находясь в состоянии рецессионного (кризисного) разрыва, может испытывать инфляцию (во втором случае), либо дефляцию (в первом случае), что может быть вызвано снижением спроса по мере роста безработицы, сокращением производства, что также приводит к дополнительным потерям рабочих мест и дальнейшему спаду потребности в товарах и услугах.

Определим на практике наличие разрывов на примере России за последние 6 лет (таблица 1) [5,6].

Таблица 1.

Определение разрывов в России за 2019-2024 гг.

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Номинальный ВВП, млрд. руб.	109608,3	107658,1	135773,8	155350,4	171041,0	185000,0
2. Дефлятор ВВП, %	103,3	100,9	119,1	115,8	106,3	105,0
3. Реальный ВВП, млрд. руб. (п.1/п.2*100)	106106,8	106697,8	113999,8	134 154,1	160904,0	176190,5
4. Ожидаемый ВВП, млрд. руб.	106213,4	116 189,6	118272,2	137246,3	161193,3	178000,0
5. Разрыв, млрд. руб. (п.3-п.4)	-106,7	-9491,7	-4272,4	-3092,2	-289,3	-1809,5

Таким образом, исходя из данных таблицы 1, на протяжении 5 лет в России

наблюдается рецессионный разрыв. Однако в соответствии с тем, что ежегодно в стране наблюдается преимущественно инфляция (признаки дефляции возникали длительностью от нескольких дней до пары месяцев), державшаяся на рекордно низких значениях, можно сделать вывод, что это связано с уменьшением совокупного предложения, вызванного пандемией, безработицей и финансовыми кризисами.

В таблице 2 определим наличие разрывов на примере США за последние 6 лет [4].

Таблица 2.

Определение разрывов в США за 2019-2024 гг.

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Реальный ВВП, млрд. долл.	21380,98	21060,47	23315,08	25462,70	26854,6	27 500,0
2. Ожидаемый ВВП, млрд. долл.	21063,27	22114,86	22219,70	23614,25	25888,47	27000,0
3. Разрыв, млрд. долл.	317,71	-1054,39	1095,38	1848,45	966,13	500,0

Таким образом, исходя из данных таблицы 2, мы наблюдаем наличие инфляционного разрыва в 2019, 2021-2024 гг. и рецессионный разрыв в 2020 году. На протяжении всего исследуемого периода в стране поддерживается достаточно низкий уровень инфляции, что, в свою очередь, свидетельствует, преимущественно, об увеличении совокупного спроса на товары и услуги, что привело к увеличению уровня цен и объема выпуска продукции. На уменьшение совокупного предложения в 2020 году повлиял ряд событий, включающий пандемию, военные конфликты, развал сделки ОПЕК по добыче нефти и т.д.

В таблице 3 определим наличие разрывов на примере Румынии за последние 6 лет [3].

Таблица 3.

Определение разрывов в Румынии за 2019-2024 гг.

Показатели	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1. Реальный ВВП, млрд. долл.	251,02	251,36	285,40	301,26	305,05	315,00
2. Ожидаемый ВВП, млрд. долл.	239,11	274,82	280,13	295,82	311,56	320,00
3. Разрыв, млрд. долл.	11,91	-23,46	5,27	5,44	-6,51	-5,00

Таким образом, исходя из данных таблицы 3, мы наблюдаем наличие инфляционного разрыва в 2019, 2021 и 2022 гг. и рецессионный разрыв в 2020 и 2024 гг. На протяжении всего исследуемого периода в стране поддерживается достаточно низкий уровень инфляции, что свидетельствует, преимущественно, об увеличении совокупного спроса на товары и услуги. На уменьшение совокупного предложения в

2020 и 2023 гг. повлиял ряд событий, включающий ухудшение государственных финансов (бюджетный дефицит), увеличение долгосрочного долга, связанного с пенсионной реформой прошлых лет, пандемией и т.д.

Инфляционный и рецессионный разрывы должны контролироваться государством [1, 2].

На рисунке 5 отобразим некоторые меры, необходимые для сокращения инфляционного разрыва.

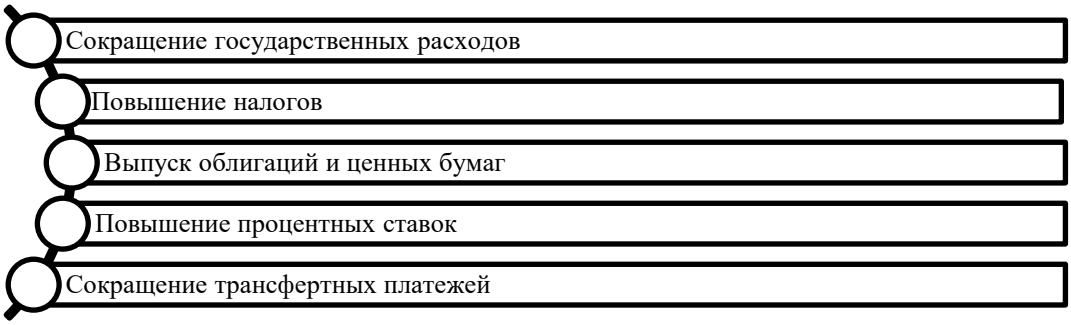


Рис. 5. Меры сокращения инфляционного разрыва.

На рисунке 6 отобразим некоторые меры, необходимые для сокращения рецессионного разрыва.

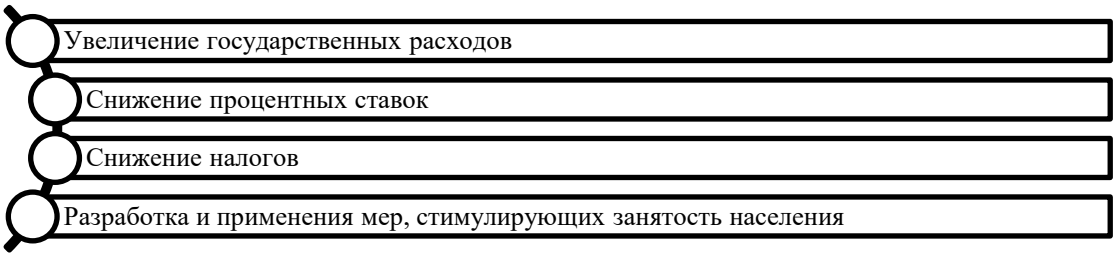


Рис. 6. Меры сокращения рецессионного разрыва.

Таким образом, инфляционный и рецессионный разрывы могут вызвать ряд негативных последствий для экономики государства (например, снижение покупательской способности денег, дохода, уровня жизни населения, ухудшение качества продукции, безработица и прочее), в связи с чем, данные разрывы рассчитывают и определяют суммы, необходимые для их сокращения с целью достижения равновесия в долгосрочной перспективе. На преодоление данных разрывов используются, преимущественно, антиинфляционная, стабилизирующая и денежно-

кредитная политики.

В контексте рассматриваемого периода (2019-2024 гг.) можно предположить, что в 2020 году, несмотря на рецессионный разрыв, вызванный пандемией, классические стимулирующие меры могли быть осложнены ухудшением государственных финансов и долговой нагрузкой. Возможно, основную роль играла монетарная политика (снижение ставок, программы поддержки кредитования), а фискальная стимуляция была ограничена.

В 2021 и 2022 годах, когда наблюдался инфляционный разрыв, государству, вероятно, требовалось сдерживать рост спроса, чтобы не допустить скачка инфляции. Однако, учитывая упомянутый «достаточно низкий уровень инфляции», меры могли быть умеренными, возможно, сосредоточенными на постепенном повышении ставок или осторожном сокращении некоторых бюджетных программ.

Таким образом, управление экономическими разрывами требует тонкого баланса и адаптации инструментов к конкретной ситуации, учитывая не только текущий разрыв, но и долговые ограничения, инфляционные риски и структурные проблемы экономики (такие как пенсионная система). Достижение долгосрочного равновесия часто является компромиссом между краткосрочной стабилизацией и долгосрочными финансовыми устойчивостью и ростом.

Список литературы:

1. Воронин, А.Ю. Макроэкономика-I: учебное пособие / А.Ю. Воронин, И.А. Киршин. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 110 с.

2. Экономическая теория: учебно-методическое пособие / Е.Д. Абрамов, С.В. Манукянц, Н.А. Уткина, А.Г. Фурин; под. ред. А.Г. Фурина. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2023. – 60 с.

3. ВВП Румыния: график и таблица // anytools.pro URL: https://anytools.pro/ru/data/gdp/rou

4. ВВП США: график и таблица // anytools.pro URL: https://anytools.pro/ru/data/gdp/usa (дата обращения: 25.03.2024).

5. Росстат – Национальные счета // rosstat.gov.ru URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts#

6. Федеральная служба государственной статистики // rosstat.gov.ru URL: https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/230009?print=1

УДК 330.352

Приходько К.С.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Ибрагимов Г.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Мартиросян З.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

НООНОМИКА: ПУТЬ К ПРЕОДОЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА И ВОСХОЖДЕНИЮ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ПРОЦВЕТАНИЮ

NOONOMICS: THE PATH TO OVERCOMING THE ECONOMIC CRISIS AND ASCENDING TO ECONOMIC PROSPERITY

Аннотация: статья посвящена исследованию ноономики - формирующейся междисциплинарной области, изучающей экономические аспекты производства, распространения и использования знаний, информации и нематериальных активов в условиях цифровой трансформации. Автор анализирует ключевые принципы ноономики, включая переход от материальных к интеллектуальным ресурсам, роль данных как основного актива, а также механизмы создания стоимости на основе когнитивных процессов и сетевых эффектов. Особое внимание уделяется влиянию искусственного интеллекта, платформенных моделей и цифровых экосистем на перестройку традиционных экономических парадигм. В работе также рассматриваются вызовы, связанные с регулированием цифровых рынков, защитой интеллектуальной собственности и социально-экономическим неравенством в контексте «экономики знаний». На основе проведённого анализа предлагаются направления адаптации институциональной среды и образовательных систем для устойчивого развития в эпоху ноономики.

Abstract: this article explores noonomics, an emerging interdisciplinary field that studies the economic aspects of the production, distribution, and use of knowledge, information, and intangible assets in the context of digital transformation. The author analyzes the key principles of noonomics, including the transition from material to intellectual resources, the role of data as a core asset, and value creation mechanisms based on cognitive

processes and network effects. Particular attention is paid to the impact of artificial intelligence, platform models, and digital ecosystems on the restructuring of traditional economic paradigms. The paper also examines challenges related to the regulation of digital markets, intellectual property protection, and socioeconomic inequality in the context of the «knowledge economy.» Based on the analysis, the author proposes ways to adapt the institutional environment and educational systems for sustainable development in the era of noonomics.

Ключевые слова: ноономика, экономика знаний, цифровая трансформация, нематериальные активы, искусственный интеллект, информационные ресурсы, сетевые эффекты, инновационная экономика.

Keywords: noonomics, knowledge economy, digital transformation, intangible assets, artificial intelligence, information resources, network effects, innovation economy.

История человеческого общества представляет собой последовательность этапов развития, каждый из которых ознаменован внедрением принципиально новых элементов. Пройдя через все эти фазы, общество достигло современных высот. В процессе эволюции изменяются не только технологии и общественные ценности, но также и основы организации экономической деятельности. Даже самые эффективные устоявшиеся подходы постепенно теряют свою полезность и соответствие времени.

Ноономика - это модель хозяйственной деятельности, где центральными элементами являются знания, информация, новшества и потенциал человека. Она представляет собой теорию осознанного и направленного развития экономики, базирующуюся на применении интеллекта и научных достижений.

Многие исследователи и специалисты в области экономики видят в ноономике (новой экономике) возможный механизм для выхода из кризисных ситуаций и обеспечения стабильного развития. Основные идеи и компоненты данной концепции раскрывают её суть.

Знания и информация как ключевые ресурсы: они считаются главными факторами, порождающими инновации. Технологические инновации и прогресс: непрерывное обновление технологического базиса и внедрение прорывных решений служат основным двигателем экономического развития. Укрепление человеческого капитала: инвестиции в образование, фундаментальные и прикладные исследования, здравоохранение и культуру признаются критически важными для роста совокупной факторной производительности и усиления долгосрочных конкурентных преимуществ.

Интеллектуальная собственность: её надёжная правовая охрана и стимулирование генерации являются фундаментальными элементами среды, благоприятной для инновационной деятельности. Сетевые организации и кооперация: формирование гибких сетевых структур, интенсивное взаимодействие между научным сообществом, бизнесом и государственными институтами катализируют циркуляцию знаний и интенсифицируют инновационные процессы. Сбалансированное развитие: экономический прогресс должен быть устойчивым, гармонично интегрируя экологические императивы и социальные параметры.

Рассмотрим траекторию, по которой ноономика способна разрешить системный экономический кризис и обеспечить качественный рост.

Активизация инноваций и формирование новых рынков: ноономика целенаправленно формирует экосистему для генерации радикальных инноваций, что ведёт к созданию принципиально новых товаров, услуг и рыночных ниш. Это придаёт экономике динамизм и открывает новые области для высококвалифицированного труда. В кризисный период этот механизм обретает ключевое значение, поскольку исчерпавшие себя модели роста теряют эффективность, и требуются свежие точки приложения сил.

Повышение эффективности и производительности труда: Системное финансирование образования и науки повышает качество человеческого капитала. Более квалифицированные специалисты способны создавать продукты и услуги с higher value added.

Экспансия высокотехнологичных секторов: ноономика целенаправленно стимулирует рост таких областей, как информационные технологии, биотехнологии, нанотехнологии и новые материалы. Эти направления обладают мультипликативным эффектом и способны стать новыми драйверами экономики.

Повышение качества жизни: инновации в медицине, образовании, коммунальной и социальной сферах напрямую повышают благосостояние и комфорт граждан. Это, в свою очередь, стимулирует внутренний спрос и создаёт основу для устойчивого роста.

Усиление глобальной конкурентоспособности: ноономика позволяет государствам и компаниям укреплять свои позиции на мировой арене за счёт производства уникальных, наукоёмких продуктов и услуг.

Обеспечение устойчивого развития: ноономика изначально нацелена на

долгосрочный рост через оптимизацию использования ресурсов, минимизацию антропогенной нагрузки на экосистемы и учёт социального благополучия.

Однако развитие ноономики сопряжено с вызовами:

Необходимость масштабных инвестиций: переход требует значительных долгосрочных вложений в образование, науку, цифровую и исследовательскую инфраструктуру.

Трансформация управленческих систем: необходим пересмотр государственного управления, включая снижение административных барьеров, прямое стимулирование инновационных проектов и создание регуляторных «песочниц».

Высокие риски инновационной деятельности: инновации по природе своей сопряжены с вероятностью неудачи, и далеко не каждый исследовательский проект достигает рыночного успеха.

Угроза социального расслоения: ускоренное развитие ноономики может усугубить цифровой и образовательный разрыв, если не будут реализованы инклюзивные программы поддержки и переобучения.

В контексте обостряющегося технологического соперничества влияние внешних факторов становится особенно весомым. В периоды ограничения прямых контактов технологии превращаются в критическую инфраструктуру коммуникации для всего социума. За краткий исторический срок был совершён колоссальный скачок в инновационном развитии. Устаревающие технические решения, теряя конкурентоспособность, незаметно исчезают с рынка - процесс, манифестирующий себя через физический износ оборудования, закрытие компаний и забвение.

Но технологическое противостояние - лишь один аспект проблемы. Другой, не менее важный, - это нарастающий разрыв между экспоненциальной скоростью технологического прогресса и инерционной способностью общества к адаптации. Часть общества консервативно сопротивляется изменениям, цепляясь за привычные уклады; другая - просто не обладает необходимой компетенцией для жизни в новой парадигме. Человечество оказалось в ситуации, где технологии развиваются по закону Мура, а общественное сознание и институты отстают, не успевая ассимилировать эти изменения.

Для эффективного перехода к ноономической модели необходимо сформировать целостную поддерживающую экосистему, где государство выступает в роли стратега, катализатора и интегратора. Это подразумевает разработку и реализацию

национальных стратегий, сфокусированных на развитии критических технологий, создание современной инновационной инфраструктуры (технопарки, кластеры, венчурные фонды) и стимулирование инвестиций в человеческий потенциал. Критически важно создать привлекательные условия для учёных, инженеров и предпринимателей, как отечественных, так и международных, предоставив им возможности для реализации амбиций.

Бизнес-сообщество, со своей стороны, должно стать активным агентом инноваций, наращивать внутренние расходы на НИОКР, выстраивать стратегические альянсы с академическими институтами и университетами. Необходимо культивировать корпоративную культуру, поощряющую креативность, экспериментирование и разумную толерантность к риску. Столь же важно развивать систему непрерывного образования и профессионального развития персонала, обеспечивая его актуальными компетенциями.

Гражданское общество выполняет vital функцию формирования социального запроса на инновационные продукты, а также осуществления общественного контроля над качеством образования и науки. Необходимы постоянно действующие площадки для триалога между наукой, бизнесом и обществом, где возможна открытая дискуссия по актуальным вызовам, обмен лучшими практиками и поиск консенсусных решений. Также важно повышать общий уровень научной и технологической грамотности населения, чтобы формировать культуру, восприимчивую к инновациям.

Переход к ноономике - это длительный эволюционный процесс, требующий последовательности, системности и готовности к постоянной корректировке курса. Необходимо внедрить систему мониторинга и оценки результатов, оперативно выявлять узкие места и адаптировать стратегии. Также imperative изучение и адаптация успешного международного опыта стран, лидирующих в построении экономики знаний. Только таким путём можно построить экономику, основанную на знаниях, инновациях и человеческом капитале, способную гарантировать устойчивое развитие и prosperity для всех.

Неотъемлемым элементом является создание эффективной и прозрачной системы управления интеллектуальной собственностью, которая стимулирует создание и коммерциализацию новшеств, одновременно защищая права авторов и инвесторов. Требуется установить чёткие и предсказуемые правовые рамки, обеспечивающие справедливое вознаграждение за интеллектуальный труд и способствующие диффузии

технологий. Также важно модернизировать патентную систему и укреплять международное сотрудничество в этой сфере.

Для успешной реализации ноономической парадигмы необходима также robust цифровая инфраструктура, обеспечивающая универсальный доступ к знаниям и инструментам collaboration. Это предполагает развёртывание сетей следующего поколения (5G/6G), развитие secure облачных и edge-вычислений, создание открытых платформ для обмена данными и компетенциями. Гарантии кибербезопасности и защиты данных являются обязательным условием.

Переход к экономике знаний требует глубинной трансформации образовательной и научной систем. Образование должно быть переориентировано на формирование навыков критического мышления, комплексного решения проблем, креативности и адаптивности. Параллельно необходимо существенно нарастить объем и эффективность финансирования фундаментальной и прикладной науки, создать механизмы удержания и привлечения талантов, выстроить непрерывную «цепочку» от школьных лабораторий к исследовательским центрам мирового уровня.

Современная глобальная экономическая система представляет собой сложную адаптивную структуру, функционирующую под влиянием множества финансовых, социальных, политических и технологических векторов. Её характеризуют глубокая финансовая и производственная интеграция, рост взаимозависимости и доминирование глобальных value chains. Знаковыми чертами современного производства стали повсеместная цифровизация, роботизация и внедрение киберфизических систем, что кардинально трансформирует рынок труда и создаёт новые формы организации работы. Обостряющаяся конкуренция вынуждает компании постоянно оптимизировать процессы и искать прорывные инновации.

Ноономика предлагает альтернативную, целостную парадигму хозяйственного устройства. В её эпицентре находятся информация, знания и интеллектуальные ресурсы как primary факторы производства. Концепция отдает приоритет долгосрочной устойчивости, seeks баланса между антропогенной деятельностью и природными системами, а также достижению социальной инклюзии и высокого качества жизни. Центральная роль в этой модели отводится сетевым, горизонтальным структурам и цифровым платформам, которые обеспечивают instant распространение знаний и синергию между всеми акторами.

В рамках экономики знаний классические вертикальные управленческие

структуры заменяются динамичными и мобильными коллективами, готовыми к оперативному реагированию на перемены. Процесс принятия решений становится более распределённым и опирается на информацию, обработанную средствами искусственного интеллекта и аналитики больших данных. Инвестиции в развитие человеческого потенциала через образование, науку и культуру приобретают первостепенное значение.

Ноономика также означает движение от традиционной линейной экономической модели к циклической, где достигается оптимальное использование ресурсов. Сравнение современных хозяйственных принципов с подходом ноономики иллюстрируется на рисунке 1.

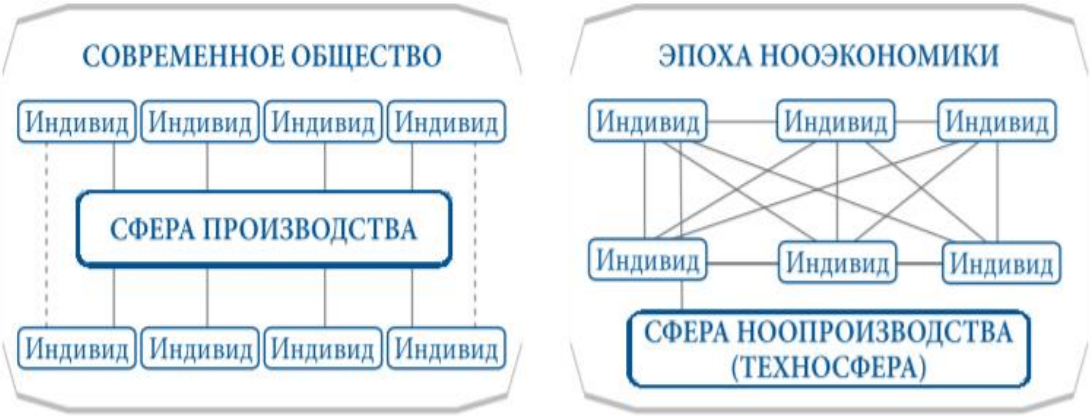


Рис. 1. Организация хозяйственной жизни в настоящее время и в эпоху ноономики [2]

Следовательно, выход из структурного экономического спада невозможен без глубинной реконструкции хозяйственного уклада на основе новых технологий, неразрывно сопряжённой с коренной коррекцией парадигмы экономической политики. Движение к ноономике - это протяжённый и многомерный путь, требующий колоссальных ресурсов и тотальной трансформации всей системы общественно-экономических связей. Любая глубокая перестройка встречает естественное сопротивление устоявшегося порядка; переход к экономике знаний не станет исключением. Неизбежно предстоит преодолевать инерцию традиционных институтов, сложившиеся правила и нормы. В условиях кризиса, под давлением внешних обстоятельств, проведение преобразований сопряжено с особыми трудностями: экономическая система дестабилизируется, а риски регресса возрастают. Лишь консолидированными усилиями возможно построить экономику, фундаментом которой

служат интеллектуальный потенциал и инновации, - экономику, гарантирующую устойчивый прогресс и высокое качество жизни для всех. Эта трансформация предполагает не только инвестиции в технологии и инфраструктуру, но и пересмотр базовых ценностных и культурных установок общества.

Ноономика представляет собой не обособленный сектор или технологический этап, а целостную парадигму общественно-экономического развития. Её центральная теза состоит в том, что преодоление структурных кризисов и достижение долгосрочного благополучия возможны лишь через планомерную переориентацию на производство и применение знаний как фундаментального ресурса. Эффективность такого перехода детерминирована способностью социума выстроить институты, трансформирующие интеллектуальный капитал в основу новой, более устойчивой и социально ориентированной экономической модели. Таким образом, ноономика - это не фатальный продукт технологической эволюции, а результат сознательного стратегического выбора и последовательной модификации институциональной среды.

Переход к экономике знаний подразумевает фундаментальное изменение роли государства. Его функция должна эволюционировать от прямого административного управления к роли стратегического архитектора и катализатора инновационной экосистемы. Ключевыми задачами становятся формирование адаптивного правового поля, стимулирующего исследовательский поиск и эксперимент, надёжная защита интеллектуальной собственности в цифровой среде, а также создание условий для свободной циркуляции знаний между университетами, научными центрами и бизнесом. Государственная политика должна быть ориентирована не на поддержку отдельных отраслей, а на развитие сквозных компетенций и платформ, обеспечивающих генерацию и применение знаний во всех секторах экономики.

Критическим элементом новой парадигмы выступает трансформация рынка труда и системы социальных гарантий. Автоматизация рутинных операций будет высвобождать человеческие ресурсы для решения задач, требующих креативности, эмпатии и сложного аналитического мышления. Это обусловит внедрение инновационных моделей, в которых непрерывное образование и профессиональная переподготовка станут органичной частью индивидуальной карьерной траектории. Социальные системы должны быть переосмыслены в сторону большей гибкости и мобильности, обеспечивая безопасность не на конкретном рабочем месте, а в рамках всей профессиональной деятельности индивида - возможно, через механизмы

универсального базового дохода или привязки социальных прав к личности, а не к работодателю.

Финансовая система в условиях ноономики также претерпит существенную метаморфозу. Традиционные критерии оценки эффективности инвестиций, сфокусированные на краткосрочной материальной отдаче, будут дополнены показателями, отражающими наращивание интеллектуального капитала, долгосрочную устойчивость и социальный эффект. Получат развитие новые инструменты финансирования: краудфандинг исследовательских проектов, токенизация знаний, разделение рисков инновационных стартапов. Банки и инвестиционные фонды будут вынуждены разрабатывать методики оценки компаний, ключевым активом которых выступают не материальные фонды, а патентные портфели, компетенции команды и экосистемные связи.

Важнейшим практическим воплощением принципов ноономики станет развитие умных городов и регионов как полигонов для интеграции технологий, знаний и социальных инноваций. Эти территории будут функционировать как живые лаборатории, где в режиме реального времени тестируются решения в области энергетики, транспорта, здравоохранения и управления, а данные, аккумулируемые с помощью датчиков и цифровых сервисов, становятся сырьём для новых исследований и оптимизаций. Успех подобных проектов зависит от способности органов власти, бизнеса, научного сообщества и граждан к ко-творчеству и совместному принятию решений на основе открытых данных.

Однако сам по себе стратегический выбор в пользу ноономики не гарантирует её реализации. Ключевым элементом перехода становится глубинная институциональная реформа, направленная на формирование «экосистемы знаний». Данная экосистема должна включать не только модернизированные образовательные и научные учреждения, но и гибкие правовые рамки, защищающие интеллектуальную собственность и стимулирующие открытые инновации, а также финансовые институты, способные адекватно оценивать и финансировать нематериальные активы. Крайне важна роль государства как архитектора таких институтов, устанавливающего долгосрочные приоритеты и обеспечивающего базовое финансирование фундаментальных исследований, риски которых частный сектор зачастую не готов нести. При этом государственное регулирование должно не сковывать, а катализировать самоорганизацию сетевых структур и кросс-дисциплинарных проектов.

В социальном измерении ноономика требует переосмысления категорий труда и социальных гарантий. По мере автоматизации рутинных операций и роста значимости творческих и когнитивных функций будет происходить дальнейшая поляризация рынка труда. Для предотвращения углубления неравенства необходимо развитие всеобъемлющих систем непрерывного образования (lifelong learning), позволяющих работникам адаптироваться к меняющимся требованиям. Параллельно требуется апробация новых форм социального контракта - таких как безусловный базовый доход или гибкие системы социального страхования, - обеспечивающих безопасность в условиях более подвижной и проектной занятости. Цель заключается в том, чтобы трансформировать потенциальную уязвимость, порождаемую переменами, в возможность для постоянного профессионального и личностного роста каждого гражданина.

Технологическим фундаментом новой экономической модели выступают конвергентные технологии (NBIC: нано-, био-, информационные и когнитивные) и цифровые платформы. Их роль выходит далеко за рамки инструментов повышения производительности; они формируют принципиально новую среду для генерации и распространения знаний, стирая границы между отраслями и дисциплинами. Цифровые двойники, большие данные и искусственный интеллект позволяют моделировать сложные социально-экономические и природные системы, осуществляя переход от реактивного управления к предиктивному и превентивному. Однако здесь возникает критический вызов: необходимо создать такие системы управления данными и алгоритмами, которые предотвратят возникновение новых форм цифровой зависимости и монополизма, обеспечив открытый доступ к критически важным знаниям и соблюдение этических норм.

Таким образом, переход к ноономике - это не линейный технологический процесс, а сложная социотехническая трансформация, затрагивающая все уровни общественного устройства. Её успех будет определяться синхронностью изменений в трёх взаимосвязанных сферах: технологическом укладе, институциональной структуре и системе социальных ценностей. Отказ от диктата краткосрочной рентабельности в пользу долгосрочных инвестиций в человеческий и интеллектуальный капитал, движение от конкуренции за ограниченные ресурсы к кооперации в их интеллектуальном освоении - подобные ценностные сдвиги являются необходимым культурным условием осуществления перехода.

Следовательно, формирование экономики знаний - это, прежде всего, масштабный проект развития человеческого потенциала. Его итогом должна стать не просто более эффективная хозяйственная система, а общество, способное к постоянному обучению и инновациям, рационально использующее ресурсы планеты и обеспечивающее достойное качество жизни для всех своих членов. Данная перспектива делает усилия по преодолению структурных противоречий современной экономики не только императивом времени, но и смыслообразующим вектором следующего этапа цивилизационного развития.

Список литературы:

1. Бодрунов, С. Д. Ноономика / С. Д. Бодрунов – М.: Культурная революция, 2020. – 432 с.

2. Бодрунов С.Д. Ноономика: концептуальные основы новой парадигмы развития // Journal of new economy. 2021. №1.

3. Глазьев, С. Ю. Ноономика как стержень формирования нового технологического и мирохозяйственного укладов / С. Ю. Глазьев // Экономическое возрождение России. – 2022. – № 2. – С. 15–32

4. Бодрунов С.Д. Глобальные риски в пространстве пандемии: практика подтверждает теорию ноономики // ЭВР. 2021. №2 (64).

5. Колганов, А. И. Ноономика: проблемы и перспективы становления новой экономики знаний // Вопросы экономики. – 2022. – № 5. – С. 5-23. (Анализ в ведущем экономическом журнале).

УДК 339.378

Приходько К.С.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Матинян К.Г.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель – к.э.н., доцент Приходько К.С.)

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RETAIL NETWORKS: ENVIRONMENTAL AND SOCIAL ASPECTS

Аннотация: Статья посвящена анализу роли устойчивого развития и ESG-подходов в стратегиях российских розничных компаний. На примере лидеров рынка, таких как X5 Group и Магнит, рассматриваются экологические и социальные инициативы, их влияние на репутацию и финансовые показатели. Отмечается, что внедрение принципов устойчивого развития становится не только инструментом укрепления имиджа, но и фактором долгосрочной конкурентоспособности.

Abstract: The article is dedicated to analyzing the role of sustainable development and ESG approaches in the strategies of Russian retail companies. Using market leaders such as X5 Group and Magnit as examples, it examines environmental and social initiatives and their impact on reputation and financial performance. It is noted that implementing sustainable development principles serves not only as a tool for enhancing corporate image but also as a factor in long-term competitiveness.

Ключевые слова: устойчивое развитие, розничная торговля, экология, социальная ответственность, ESG.

Keywords: sustainable development, retail trade, ecology, social responsibility, ESG.

Вопрос устойчивого развития стоит остро в современном обществе, покупатели все больше обращают внимание на то, как бизнес влияет на окружающую среду и социум. Растет спрос на экологически чистые товары и прозрачность бизнес-процессов. Сейчас устойчивые практики являются одними из способов укрепления имиджа бренда, а устойчивость становится фактором конкурентного преимущества. Иными словами, устойчивое развитие можно считать по-настоящему инвестицией в будущее.

С уверенностью можно сказать, что следование принципам устойчивого развития чуть ли не необходимость в сложившейся картине мира, тем более для крупных игроков рынка, однако важно отметить, что это не просто работа на репутацию, это прямой способ увеличения прибыли. Подтверждением тому является опрос американских домохозяйств, проведенном McKinsey в 2020 году, более 60% респондентов отметили, что готовы платить больше за устойчивые бренды [3]. Хотя эта информация и имеет пятилетнюю давность и относится к американскому населению, но тенденция сохраняется и даже усиливается во всем мире. Сейчас уже многие международные и российские компании, в сфере розничной торговли в том числе, уделяют особое внимание вопросу, например, в годовых отчетностях компаний обязательно можно встретить отчет об устойчивом развитии, многие компании открывают целые департаменты и отделы, которые занимаются аудитом в области соответствия принципам устойчивого развития.

Согласно Банку России, «устойчивое развитие в широком смысле предполагает такое сочетание инвестиций и потребления, технологических новаций и институциональных преобразований, которое обеспечивает общественное благосостояние не только в настоящем, но и в будущем» [12]. Более точное представление дает Организация Объединенных наций в ЦУРах (Целях в области устойчивого развития) - набор из 17 целей, которые необходимо достигнуть к 2030 году. Туда входят ликвидация нищеты и голода, гендерное равенство, хорошее образование и благополучие, качественное образование, чистая вода и санитария и др. [1].

В современных реалиях достижению ЦУР способствуют не только государства, но и большие корпорации, ведь ТНК одни из активных авторов в мировой экономике, которые действительно могут менять экономическую и социальную конъюнктуру мира. Бизнес сейчас закономерно один и самых активных сторон в решении глобальных проблем, в контексте устойчивого развития применяется ESG-подход (E - Environmental, S - Social, G - Governance). Более подробно эти 3 аспекта расшифровываются следующим образом:

– Environmental - защита окружающей среды, определяет, насколько организация заботится об экологии, насколько важно для нее сокращение наносимого ущерба;

– Social - социальная ответственность, демонстрирует отношение организации к персоналу, поставщикам, потребителям и другим социальным группам;

– Governance - корпоративное управление, подразумевает открытое

взаимодействие акционеров и менеджмента компании, прозрачность отчетности, предоставление достоверной информации и др. [6].

Таким образом, устойчивое развитие становится не просто направлением государственной политики, но и ключевым элементом корпоративной стратегии. Особенно заметно это в тех отраслях, где взаимодействие с потребителем происходит напрямую, - например, в сфере розничной торговли.

Розничные торговые сети имеют огромную ответственность перед покупателями, им необходимо соответствовать требованиям потребителей в области устойчивого развития: предоставлять экологически чистые продукты, разрабатывать упаковочные материалы из переработанного сырья, демонстрировать достойные условия труда для граждан - словом необходимо адаптироваться под современные требования для удержания позиций на рынке.

Макроэкономическая волатильность в последние годы внесла свои коррективы в структуру ритейла на российском рынке, теперь значительную часть рынка занимают онлайн-платформы, только Ozon и партнеры внесли 2 трлн. в ВВП России за 2024 год, что является внушительной суммой [4]. На данный момент десятка наиболее успешных ритейлеров выглядит так (см. Таблица 1). Как видно из данных Таблицы 1, крупнейшими участниками российского рынка остаются X5 Group, Wildberries и Магнит. При этом значительная доля оборота приходится на онлайн-площадки, что отражает цифровизацию ритейла и изменившиеся потребительские привычки. Данный фактор влияет и на подход компаний к устойчивому развитию, так как онлайн-модели требуют новых решений в области логистики и упаковки.

Таблица 1.

Топ-10 ритейлеров России на момент первой половины 2024 года

Ритейлер	**Описание**	**Оборот (в млрд. рублей)**
X5 Group	Компании принадлежат сети магазинов у дома «Пятерочка», «Перекресток», «Чижик» и др.	1840
Wildberries	Маркетплейс с широким ассортиментом товаров	1480
Магнит	Сеть супермаркетов «Магнит» и «Дикси»	1440
Ozon	Интернет-магазин с широким ассортиментом товаров	1200
Mercury Retail Group	Торговые сети «Красное и белое» и «Бристоль»	600
Лента	Крупнейший в России оператор гипермаркетов	413,6
DNS	Продажа электроники и бытовой техники	350
Лемана Про	Бывший «Леруа Мерлен», продажа товаров для строительства и обустройства дома	310
Мегамаркет	Маркетплейс с широким ассортиментом товаров	295
Яндекс Маркет	Маркетплейс с широким ассортиментом товаров	250

Источник: составлено автором на основе Т-Ж [9]

Одним из важнейших направлений устойчивого развития розничных сетей является экологическая ответственность. Ритейлеры активно внедряют практики по сокращению углеродного следа, минимизации отходов и переходу к «зеленой» логистике. Многие крупные представители рынка разрабатывают ряд программ по переработке упаковочных материалов, оптимизации цепочек поставок и снижению энергопотребления. К примеру, крупнейший российский ритейлер X5 Group реализует стратегию «Зеленый офис» и проекты по раздельному сбору отходов в магазинах сети «Пятерочка».

Социальный аспект устойчивого развития охватывает широкий спектр вопросов - от условий труда сотрудников до взаимодействия компании с местными сообществами и стейкхолдерами. Многие компании разрабатывают программы обучения и карьерного роста, создают комфортные и безопасные условия труда не только в офисах, но и на производственных площадках, внедряют принципы гендерного равенства.

Существует ряд ESG-рейтингов, которые показывают состояние компаний. На российском рынке этим занимается рейтинговое агентство RAEX. ESG-рейтинг представляет собой мнение Агентства о том, насколько качественно объект рейтинга управляет своей подверженностью экологическим (E), социальным (S) и управленческим (G) рискам. На основе настоящей методики рассчитывается значение рейтингового функционала, который определяет ESG-рейтинг, выражаемый буквенно-цифровым обозначением в соответствии с рейтинговой шкалой настоящей методики [2]. Посмотрим на различные рейтинги и место российских ретейлеров в них (Таб. 2).

Таблица 2.

Места розничных торговых сетей в рейтингах по устойчивому развитию

	Топ-50 компаний: права человека	**Топ-50 по цепочкам поставок**	**Топ-50 зеленый энергопереход**	**ESG-рэнкинг**	**Управление отходами**
Магнит	15	19		37	
X5 Group	30		17	15	2
Детский мир		15			
О ‘КЕЙ		43		63	
Азбука Вкуса		50			
Группа «М.Видео-Эльдорадо»				60	

Источник: составлено автором на основе RAEX [2]

Однозначно можно отметить, что X5 Group и Магнит являются лидерами по соответствию ESG-принципам среди российских розничных сетей, именно эти компании чаще всего появляются в рейтингах RAEX. Остальные участники рынка пока

реализуют лишь отдельные инициативы, что указывает на неравномерность внедрения ESG-подхода в российском ритейле.

Проведем сравнительный анализ ESG-политики двух лидеров - X5 Group и Магнит. Стратегия X5 Group реализовывается по 4 направлениям [11]:

1) *Планета*. Сокращение выбросов парниковых газов, увеличение доли возобновляемой и низкоуглеродной энергии, снижение коэффициента образования отходов торговых сетей к розничному товарообороту.

2) *Местные сообщества*. Программы продовольственной помощи.

3) *Здоровье*. Отслеживание ответственного происхождения товаров, увеличение продаж ЗОЖ-товаров.

4) *Сотрудники*. Организация безопасных условий труда, повышение знания и привлекательности бренда.

Что касается стратегии Магнит, то компания реализует стратегию по соответствию ЦУР ООН по 5 ведущим направлениям [10]:

1) Окружающая среда: выбросы парниковых газов, отходы упаковки пищевые отходы, потребление воды и электроэнергии.

2) Ответственные источники продукции: продукты и сырье из ответственных источников, продукция от местных поставщиков, продовольственная и непродовольственная безопасность и тд.

3) Сотрудники: справедливые и безопасные условия труда, управление персоналом, обучение и развитие персонала.

4) Местные сообщества: корпоративное волонтерство, помощь в чрезвычайных ситуациях, благотворительность, инклюзивная среда.

5) Здоровье и благополучие: продвижение здорового образа жизни, обеспечение максимальной доступности товаров для здорового образа жизни.

Что касается экологического аспекта устойчивого развития, обе компании активно стремятся поддерживать эко-инициативы и сокращать ущерб, наносимый природе, однако не всегда удается достичь этих целей.

На Рис.1. представлена динамика прямых и косвенных парниковых выбросов компаний X5 Group и Магнит в период с 2019 по 2024 годы. Как видно, для обеих компаний характерен рост совокупных выбросов, что связано с расширением операционной деятельности и увеличением логистических потоков. При этом показатели X5 Group существенно выше, что объясняется масштабом сети и развитой

инфраструктурой. Несмотря на внедрение ESG-инициатив и программ по энергоэффективности, сокращение выбросов пока не наблюдается - темпы роста лишь замедлились. Это свидетельствует о том, что переход к устойчивым бизнес-моделям требует не только организационных мер, но и глубокой технологической трансформации розничных сетей, включая использование возобновляемых источников энергии и оптимизацию цепочек поставок.

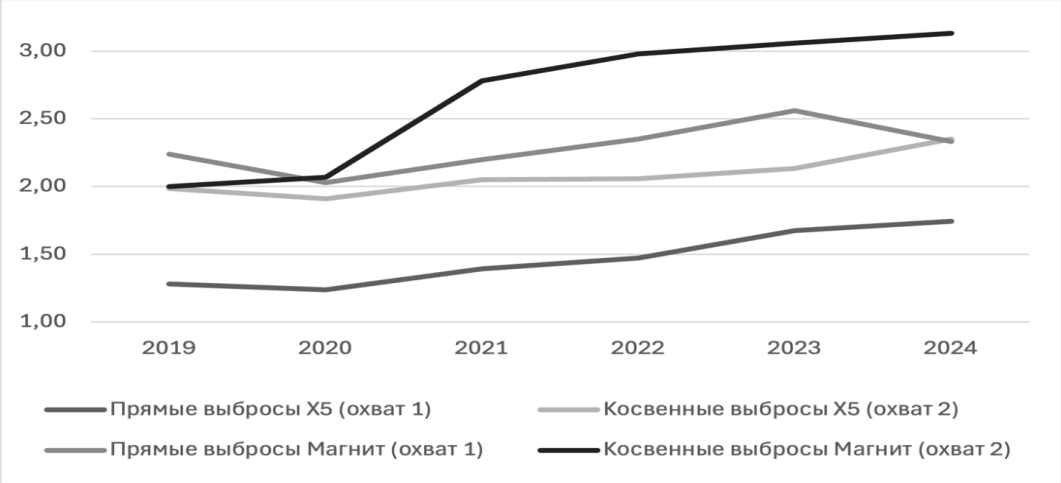


Рис. 1. Парниковые выбросы компаний Магнит и X5 Group с 2019 по 2024 гг., в млн. тоннах.

Источник: *составлено автором на основе годовых отчетностей по устойчивому развитию Магнит и X5 Group*

Таблица 3.

Сравнительный анализ финансовых и нефинансовых показателей X5 Group и Магнит по итогам 2024 года

Финансовые показатели	**X5 Group**	**Магнит**	**Нефинансовые показатели**	**X5 Group**	**Магнит**
Выручка	3908 млрд. руб.	3043 млрд руб.	Энергия из низкоуглеродных и возобновляемых источников	174223 МВт-ч	Менее 5%
Кол-во магазинов	27015	31483	Доля передаваемых на переработку вторичных ресурсов	94%	100%
EBITDA	251,8 млрд руб.	172 млрд руб.	Уровень вовлеченности персонала	85,4%	87,1%
Валовая прибыль	937,5 млрд руб.	686,8 млрд руб.	Расходы на благотворительность	595,7 млн руб.	561,1 млн руб.
Чистая прибыль	110,1 млрд руб.	44 млрд руб.	Место в рейтинге лучших работодателей страны	3 место в рейтинге hh.ru	1 место в рейтинге Forbes
Доля на рынке продовольственной розницы	15,6 %	13,2%	Ежемесячный средний доход сотрудника	71146 руб.	93015 руб.

Источник: составлено автором на основе годовых отчетностей X5 Group и Магнит за 2024 год

По финансовым результатам (Таблица 3) X5 Group уверенно удерживает лидерские позиции: выручка компании составила 3908 млрд рублей против 3043 млрд рублей у Магнита. Несмотря на то, что у Магнита больше торговых точек (31 483 против 27 015 у X5 Group), его финансовые показатели ниже, что свидетельствует о большей эффективности работы каждого магазина X5 Group. Аналогичная ситуация наблюдается и по другим ключевым метрикам: показатели EBITDA, валовой и чистой прибыли у X5 Group значительно выше, что говорит о более устойчивой бизнес-модели и эффективном управлении издержками. Кроме того, X5 Group удерживает 15,6 % рынка продовольственной розницы, опережая Магнит с его долей в 13,2 %, что подтверждает лидерство компании в отрасли.

Если рассматривать нефинансовые показатели, то здесь ситуация выглядит более сбалансированной. X5 Group демонстрирует существенные успехи в экологической сфере: объем потребляемой энергии из возобновляемых источников составил 174 223 МВт/ч, в то время как у Магнита этот показатель не превышает 5 %. Однако в вопросе переработки отходов «Магнит» занимает более устойчивую позицию - компания передает на переработку 100 % вторичных ресурсов, тогда как X5 Group - 94 %. В части корпоративной культуры обе компании демонстрируют высокий уровень вовлеченности персонала - 85,4 % у X5 и 87,1 % у Магнита.

Социальная активность компаний также находится на высоком уровне: расходы на благотворительность у X5 Group составили 595,7 млн рублей, а у «Магнита» - 561,1 млн рублей. При этом «Магнит» занимает первое место в рейтинге лучших работодателей по версии Forbes, тогда как X5 Group - третье место по версии hh.ru. Средний ежемесячный доход сотрудников у «Магнита» выше - 93 015 рублей против 71 146 рублей у X5 Group, что может быть связано с региональными различиями и структурой персонала.

В целом, можно отметить, что X5 Group является финансовым лидером, демонстрирующим высокую прибыльность и устойчивость бизнеса, в то время как «Магнит» делает акцент на социальные и кадровые аспекты устойчивого развития, формируя имидж компании, ориентированной на человека. Таким образом, обе сети следуют принципам ESG, однако их подходы различаются: X5 Group сосредоточена на экономической эффективности и технологической трансформации, а «Магнит» - на социальных инициативах и повышении качества трудовой среды.

Для более комплексного понимания подходов к устойчивому развитию

целесообразно рассмотреть также опыт международных ритейлеров. Так, Walmart активно инвестирует в зелёные технологии и переработку отходов, развивая собственный фонд поддержки экологических стартапов, а METRO реализует стратегию устойчивого развития, основанную на партнерстве с продовольственными банками и проектом «Too Good to Go» для сокращения пищевых отходов [7].

Таким образом, международный опыт показывает, что устойчивое развитие становится неотъемлемой частью стратегического управления крупных компаний. Реализация экологических и социальных инициатив не только укрепляет доверие со стороны общества, но и способствует формированию долгосрочной конкурентоспособности бизнеса. Именно поэтому всё больше организаций рассматривают ESG-подходы не как имиджевый инструмент, а как основу эффективной бизнес-модели, интегрированной в экономические процессы и инвестиционную политику.

Как уже отмечалось ранее, следование ESG-принципам приносит не только репутационные преимущества, но и экономические. В первую очередь, инвесторы и стейкхолдеры все чаще обращают на «устойчивость» компании при принятии решений об инвестировании или сотрудничестве. Отметим, что еще в 2006 году ООН были разработаны Принципы ответственного инвестирования (Principal for Responsible Investment - PRI). Примерно 1700 владельцев активов и представителей управленческого персонала, принимающего инвестиционные решения, признали PRI [5]. Существуют также исследования, которые с помощью регрессионно-корреляционного анализа доказывают положительное воздействие ESG-компонентов на финансовые показатели: рентабельность активов и собственного капитала, уровень рыночной капитализии и прибыль [8].

Подводя итог, можно утверждать, что устойчивое развитие и внедрение ESG-подходов становятся неотъемлемой частью стратегий современных розничных компаний, тем самым обеспечивая одновременно экологические, социальные и управленческие улучшения. Российские ритейлеры, такие как X5 Group и Магнит, демонстрируют активное внедрение программ по сокращению углеродного следа, переработке отходов и обеспечению достойных условий труда, что отражает их стремление соответствовать международным стандартам и ожиданиям потребителей. Несмотря на сложности в достижении полного сокращения выбросов, интеграция принципов устойчивого развития укрепляет доверие со стороны клиентов и инвесторов,

способствует повышению конкурентоспособности и рассматривается как долгосрочная инвестиция в экономическую и социальную стабильность компании. Международный опыт подтверждает, что ESG-инициативы становятся ключевым фактором формирования успешных и устойчивых бизнес-моделей, превращая ответственность перед обществом и природой в стратегическое преимущество.

Список литературы:

1. 17 целей для преобразования нашего мира [Электронный ресурс]. - ООН - URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/ (дата обращения: 04.09.2025).

2. ESG-рэнкинг компаний (октябрь 2025 года) [Электронный ресурс] - RAEX. - URL: https://raex-rr.com/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2025.10/ (дата обращения: 04.09.2025).

3. McKinsey & Company. Consumers care about sustainability - and back it up with their wallets. - URL: https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/consumers-care-about-sustainability-and-back-it-up-with-their-wallets (дата обращения: 04.09.2025).

4. Ozon и партнеры вложили в ВВП РФ 2 трлн рублей в 2024 году [Электронный ресурс]. - retail.ru - URL: https://www.retail.ru/news/ozon-i-partnery-vlozhili-v-vvp-rf-2-trln-rubley-v-2024-godu-5-iyunya-2025-265484/ (дата обращения: 04.09.2025).

5. Абрамян Г. А. Внедрение ESG-принципов как фактор инвестиционной привлекательности регионов - Многополярная глобализация и Россия : материалы VIII Международной научно-практической конференции памяти А. Ю. Архипова. - 2021. - С. 3-7.

6. Михайлова Л.С., Приходько К.С., Джинджолия Л.Г. Форсайт как инструмент планирования в условиях высокой неопределённости. Вестник Академии знаний. 2022. № 51 (4). С. 186-191.

7. Приходько К.С. Воздействие мировых торговых сетей на развитие потребительского рынка в условиях глобализации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный университет. Краснодар, 2008

8. Приходько К.С. Социально-экономическая значимость торговых сетей в Краснодарском крае. Сфера услуг: инновации и качество. 2012. № 10. С. 10.

9. Приходько К.С., Козловская С.А., Савина К.С. Экономическое обоснование систем безопасности в эффективной деятельности торговых сетей. Вестник Академии знаний. 2022. № 50 (3). С. 256-260.Кто в России зарабатывает на торговле: 14 крупнейших ретейлеров в 2025 году [Электронный ресурс] - Т-Ж - URL: https://t-j.ru/short/top-retailers/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 05.09.2025).

10. Наш подход и стратегия [Электронный ресурс] - Магнит - URL: https://www.magnit.com/ru/sustainable-development/our-approach/ (дата обращения: 05.09.2025).

11. СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ X5 [Электронный ресурс] - X5 - URL: https://esg.x5.ru/ru/ (дата обращения: 05.09.2025).

12. Устойчивое развитие [Электронный ресурс]. - Банк России - URL: https://cbr.ru/develop/ur/ (дата обращения: 04.09.2025).

УДК 004.738.5

Сигида Д.А.,
к.ф.н., доцент
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Коваленко Д.С.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Диденев И.И.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

ЦИФРОВОЙ ПОРТРЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

DIGITAL USER PORTRAIT

Аннотация: современный мир сложно представить без цифровизации. Практически у каждого современного человека есть гаджет, подключенный к Интернету - мировой паутине, соединяющий сотни тысяч компьютеров и серверов между собой. Конечно, использование Интернета не проходит у пользователя бесследно: любое действие в Интернете остается в нем, посредством цифрового следа. Эти данные агрегируются компаниями, что позволяет составлять цифровой портрет пользователя, представленного в виде обезличенной информации о человеке, как пользователе Интернета. Такой портрет дает возможность понимать все о пользователе: от того, какой цвет ему нравится до цвета его зрачков.

Abstract: It is difficult to imagine the modern world without digitalization. Almost every modern person has a gadget connected to the Internet, the global network that connects hundreds of thousands of computers and servers. Of course, using the Internet leaves a digital footprint on the user. This data is aggregated by companies, creating a digital portrait of the user in the form of anonymized information about them as an Internet user. This portrait allows you to understand everything about the user, from the color they like to the color of their pupils.

Ключевые слова: цифровизация, цифровой след, персонализация на основе данных, онлайн-поведение, цифровая идентичность, анонимизация данных.

Keywords: digitalization, digital footprint, data-driven personalization, online behavior, digital identity, data anonymization.

Актуальность темы возрастает с каждым днем: все больше и больше цифровых

сервисов, платформ и площадок открывается в Интернете и у все большего количества людей появляется сам доступ в Интернет (более 91,4% россиян, по данным РОСТАТ имеют доступ в Интернет, по состоянию на 2024г.). При этом большая часть пользователей обладают цифровой безграмотностью: не читают пользовательские соглашения, принимают все cookie-файлы для сайтов и совершают иные действия, которые компрометируют их самих. Регулярные утечки данных, кибератаки, мошенничество с применением цифровых систем упрочняют тему цифрового портрета пользователя и вводят его в научную деятельность, чем вносят еще большую актуальность.

Цель исследования – разобраться, как персональные данные граждан собираются и используются в цифровом пространстве.

Задачи исследования:

1. раскрыть, что такое цифровой портрет пользователя и из чего он состоит;
2. изучить, как компании собирают и используют персональные данные;
3. понять, с какими рисками сталкиваются люди и какие выгоды получают;
4. исследовать правовые нормы обработки персональных данных;
5. разработать практические советы по защите своей цифровой личности.

Объект исследования – взаимодействие между людьми, компаниями и государством в цифровой среде, связанное с использованием персональных данных.

Предмет исследования – современные практики формирования цифрового портфеля человека и связанные с этим проблемы.

Методы исследования: анализ научной литературы, правовых норм, опрос пользователей, обобщение и систематизация информации.

Практическая ценность данного исследования состоит в том, что оно помогает обычным людям защитить свои личные данные в Интернете. Полученные выводы и разработанные рекомендации можно использовать для повышения цифровой грамотности – пользователи научатся осознанно управлять своими цифровыми следами.

В современном цифровом обществе каждый человек, активно пользующийся интернет-услугами, обладает своим уникальным «цифровым портретом». Это понятие выходит далеко за рамки простого набора учетных записей и паролей. Цифровой портрет представляет собой комплексный, динамически обновляемый цифровой слепок личности, формируемый из многочисленных фрагментов информации, которые

пользователь сознательно или неосознанно оставляет в сети.

Для понимания механизмов сбора важно различать ключевые технологии и виды данных. Основным инструментом отслеживания поведения пользователя в интернете являются cookie-файлы – небольшие текстовые файлы, который веб-сайт сохраняет на устройстве пользователя. Они позволяют сайту «узнавать» посетителя, запоминая его предпочтения, историю действий и данные для авторизации. Помимо cookie, существуют и более сложные методы, такие как сбор метаданных – информации не о содержании сообщения, а об обстоятельствах действия (время, место отправки, данные об устройстве). В совокупности эти данные формируют поведенческий паттерн и цифровой след пользователя.

Формирование портфеля начинается с данных, которые пользователь передает явно и добровольно. Регистрируясь на сайте государственных услуг или в онлайн-банке, гражданин вносит свои паспортные данные, СНИЛС, ИНН. Создавая профиль в социальной сети «ВКонтакте» или на маркетплейсе вроде «Яндекс.Маркета», он указывает свое имя, фамилию, дату рождения, номер телефона, почту и так далее. Эта информация составляет основу, так называемое ядро цифрового портрета. Однако его объем и глубина определяются отнюдь не только этими сознательными действиями.

Гораздо более масштабную и детализированную часть портрета составляют так называемые «цифровые следы» - данные о поведении, которые собираются пассивно, в фоновом режиме. Когда пользователь ищет что-то в «Яндексе», просматривает видео, прокладывает маршрут в «2ГИС» или же «Яндекс.Карты» или просто листает ленту новостей, его действия тщательно фиксируются. Анализируется все: сколько времени он провел на странице, какие товары дольше всего рассматривал, какие видео пересматривал, по каким ссылкам перешел. Например, пользователь, который несколько раз в неделю ищет рецепты выпечки и покупает продукты в онлайн-магазинах, в своем цифровом портфеле будет иметь метку «увлеченный домашней кулинарией». Эта метка не была введена им вручную - она была вычислена алгоритмами на основе его длительного поведенческого паттерна.

Отдельную, и все более значимую, категорию данных составляют связи и предпочтения. Социальный граф – это карта всех социальных связей человека: список друзей в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники»), подписчиков в Telegram-каналах, групп и сообществ. Она является богатейшим источником информации для определения его социального статуса, политических взглядов и культурных

предпочтений. Лайки, репосты и комментарии служат четкими маркерами, подтверждающими эти выводы. Просмотр определенных новостных пабликов, подписка на каналы – все это ложится в копилку цифрового портфеля, создавая многомерный психологический портрет.

Цифровой портрет пользователя является не просто информационным отражением его личности, но и фундаментальным активом, который питает экономику современных цифровых платформ. Эта экономика построена на парадоксальной, на первый взгляд, формуле: самые популярные и необходимые сервисы бесплатными. Однако за видимой бесплатностью скрывается сложная и высокоприбыльная система превращения личных данных в капитал.

Краеугольным камнем этой системы является таргетированная реклама. Именно она служит главным источником монетизации для таких гигантов, как «Яндекс» и «VK». Принцип ее работы далек от простого показа рекламных объявлений всем подряд. Алгоритмы на основе анализа цифрового портфеля – истории поисковых запросов, просмотренных видео, интересов, геолокации – вычисляют потребности и желания пользователя с высочайшей точностью. Например, пользователь, который вчера искал в «Яндексе» погоду в Сочи, сегодня в ленте «ВКонтакте» увидит рекламу авиабилетов, отелей и дешевых чемоданов. Его цифровой портфель, обогащенный новым поведенческим маркером, был мгновенно обработан и продан в качестве «рекламного инвентаря» конкретному работодателю. Чем полнее портфель, тем дороже можно продать показ рекламы этому пользователю.

Однако ценность данных не ограничивается прямой рекламой. Вторым ключевым направлением является глубокая персонализация сервисов, которая, с одной стороны, повышает удобство для пользователя, а с другой – прочнее удерживает его в экосистеме компании, увеличивая количество собираемых данных. Рекомендательные алгоритмы на основе анализа просмотров на «Кинопоиске» или «Яндекс.Музыке» не просто предлагают следующий фильм или песню. Они создают уникальную, комфортную цифровую среду, из которой пользователю сложно уйти. Эта же логика работает в маркетплейсах, таких как «Wildberries» или «Ozon». Такая система позволяет прогнозировать спрос и управлять товарными запасами, минимизируя издержки и максимизируя прибыль.

Отдельную и часть теневую роль в этой экономике играют брокеры данных – компании, которые редко известны конечному пользователю, но являются активными

покупателями и агрегаторами информации. Они собирают данные из самых разных источников: опросы, онлайн-анкеты, данные о кредитных историях, информация с кассовых аппаратов в офлайн-магазинах. Сведя всю эту информацию воедино, брокер формирует еще более детализированный портрет, который может включать даже уровень дохода. Этот обогащенный портфель затем перепродается другим компаниям для более точечных маркетинговых или даже страховых и кредитных кампаний. Пользователь при этом часто не знает, что его «анонимные» данные были сгруппированы и проданы.

В современную эпоху именно данные стали главным топливом для развития искусственного интеллекта. Каждый голосовой запрос, адресованный «Алисе», каждый отмеченный на фотографии «ВКонтакте» человек - это ценный тренировочный пример для машинного обучения. Чем больше пользователей взаимодействуют с сервисами, тем «умнее» и точнее становятся алгоритмы.

Каждое действие пользователя в интернете – будь то поиск информации, онлайн-покупка или просто просмотр социальных сетей – постепенно формирует его цифровой портрет. Этот процесс является заключением множеств мелких соглашений, условия которых редко читаются и почти никогда не осмысливаются в полной мере. Цифровой портфель становится невидимым отражением в сети, которое одновременно работает на пользователя и против него.

С одной стороны, собранные данные делают взаимодействие с цифровым миром невероятно удобным. Музыкальные сервисы точно угадывают вкусы, а карты предлагают оптимальные маршруты с учетом привычек. В профессиональной сфере это проявляется еще ярче: системы на основе искусственного интеллекта помогают оптимизировать рабочие процессы, берут на себя рутинные задачи и даже предугадывают возможные ошибки. Технологии становятся надежными партнерами, которые понимают пользователя с полуслова.

Однако за этим комфортом скрывается тревожная реальность. Большинство пользователей добровольно отдают свои данные, даже не задумываясь о последствиях. Прекрасным примером невнимательности пользователей стал социальный эксперимент: пользователям предлагали бесплатный WI-FI, но нужно было принять пользовательское соглашение. 93% участников эксперимента не задумываясь приняли соглашение, в котором пользователь, воспользовавшийся услугами WI-FI, обязывался отработать 120 часов дворником на общественные нужды. Конечно, их не заставили

отрабатывать, но это является сигналом о цифровой безграмотности пользователей.

Также собранная информация создает вокруг пользователя невидимый барьер – так называемый «информационный пузырь». Алгоритмы постепенно ограничивают восприятие, показывая только то, что соответствует прошлым предпочтениям. Если пользователь когда-то интересовался определенной маркой автомобиля, система может продолжительное время предлагать запчасти именно для этой модели, лишая возможности узнать о существовании лучших альтернатив.

Ситуацию усугубляет постоянная угроза утечек данных. Недавним известным случаем послужил взлом компании «Аэрофлот», который повлек не только большие убытки для нее, но и утечке персональных данных, в том числе и паспортных данных миллионов пользователей, покупавших билеты на самолет. Решающим фактором здесь послужила халатность: администратор сети не поменял пароль со стандартного «admin» на более сложный, не установил двойную аутентификацию, благодаря чему и произошел взлом. Этот случай свидетельствует о том, что даже крупнейшие компании не могут гарантировать полную безопасность информации.

В Российской федерации правовое регулирование обработки персональных данных осуществляется в рамках Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных». Однако в условиях цифровой трансформации существующие правовые механизмы требуют существенного совершенствования.

Основной проблемой остается формальный характер получения согласия на обработку данных. Пользователи вынуждены принимать условия использования целиком, без возможности выборочного согласования отдельных видов обработки.

Требование о локализации баз данных, несмотря на свою важность, не сможет в полной мере защитить от масштабных утечек, подобных инциденту с «Аэрофлотом». Это указывает на необходимость усиления механизмов практической реализации данного положения.

Особое внимание вызывает недостаточное регулирование сбора «цифровых следов» - поведенческих данных, которые собираются пассивно, без прямого участия пользователя. Деятельность брокеров данных остается слабо регламентированной, создавая дополнительные риски для защиты персональной информации.

Для решения этих проблем предлагается:

– внедрение механизма выборочного согласия;

– установление обязательной сертификации систем защиты данных;

– разработка специальных норм, регулирующих деятельность брокеров данных;

– введение требований к прозрачности обработки данных с предоставлением пользователям простых инструментов управления своими персональными данными.

Реализация этих мер позволит сократить разрыв между формальными положениями закона и реальной практикой, обеспечив эффективную защиту цифровых прав граждан.

Для оценки реального уровня цифровой грамотности пользователей и их отношения к вопросам защиты персональных данных было проведено исследование, в котором приняли участие 127 студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в возрасте 18-35 лет. Полученные результаты выявили несколько тревожных тенденций.

Таблица 1.

Результаты опроса об осведомленности пользователей о цифровом портрете

Вопрос	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Знакомы ли Вы с понятием «Персональные данные»?	92%	6%	2%
Читали ли Вы политику конфиденциальности сервисов, которыми пользуетесь?	12%	85%	3%
Знаете ли Вы, как отозвать согласие на обработку данных в приложениях?	8%	90%	2%
Проверяли ли Вы когда-либо свои данные на предмет утечек?	34%	64%	2%
Компании используют Ваши данные в Ваших интересах?	31%	52%	17%

Несмотря на высокую формальную осведомленность о понятии «Персональные данные» (92%), наблюдается крайне низкий уровень практической грамотности. Только 12% опрошенных указали, что они знакомятся с политиками конфиденциальности используемых сервисов. Еще более показательным является тот факт, что 90% пользователей не знают, как отозвать согласие на обработку персональных данных, что свидетельствует о недостаточной прозрачности соответствующих процедур в цифровых сервисах.

Особого внимания заслуживает тот факт, что 64% респондентов никогда не проверяли свои данные на предмет возможных утечек, хотя подобные инструменты доступны.

Эти данные позволяют сделать вывод о существовании значительного разрыва между декламируемой важностью защиты персональных данных и реальными действиями пользователей. Для преодоления этого разрыва предлагается ряд

практических рекомендаций.

Для пользователей критически важно формирование культуры цифровой гигиены. Речь идет не только о базовых практиках вроде использования менеджеров паролей и двухфакторной аутентификации, но и регулярном аудите своих цифровых следов. Утечку своих данных необходимо проверять в различных антивирусах или же в специальных для этого сервисах, например в «Have I Been Pwned».

Особо важно проверять, каким сайтам пользователь дает разрешение записывать свои cookie-файлы, а также, какие именно данные запрашивает сайт. В этих данных содержится цифровой след, вплоть до MAC-адресов роутера, через который поступает интернет к устройству. В случаях, когда это функционально возможно, рекомендуется использовать веб-сайты, не предоставляя им доступ к cookie-файлам.

Также стоит не забывать, что всегда можно обратиться в организации, услугами или товарами которых не пользуется пользователь и запросить у них отзыв персональных данных. Если это не сделать, компания имеет право хранить данные пользователя на протяжении длительного времени, что делает их уязвимыми при атаке злоумышленников. Это правило справедливо и к компаниям, в которых ранее работал человек: такие компании также имеют право хранить личное дело бывшего сотрудника длительное время.

Кроме того, необходимо проверять разрешения, предоставляемые мобильным приложениям и осознанно оценивать каждое из них. Атака на приложения также может привести к утечке данных пользователя на его устройстве. В качестве меры защиты рекомендуется активировать режим «Разрешать доступ только при использовании приложений».

В образовательной сфере назрела необходимость интеграции курсов цифровой грамотности в учебные программы всех уровней. Такие курсы должны выходить за рамки технических навыков и включать модули по критическому анализу информации, распознаванию манипулятивных техник и основам цифрового права. Например, ВУЗы могли бы внедрять специализированные модули по управлению цифровой идентичностью для студентов всех специальностей.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие научно обоснованные выводы:

1. цифровой портрет пользователя представляет собой сложный, многоуровневый механизм, формируемый как активными, так и пассивными методами

сбора данных;

2. экономика цифровых платформ целиком зависит от монетизации цифрового портфеля через таргетированную рекламу, персонализацию и продажу данных, что создает фундаментальный конфликт интересов между бизнесом и приватностью пользователя;

3. баланс рисков и выгод для пользователя резко смещен в сторону рисков, которые являются отсроченными и поэтому недооцененными;

4. существующее правовое регулирование в России (152-ФЗ) является необходимым, но недостаточным инструментом для защиты пользователя в условиях развития технологий и деятельности брокеров данных.

Сейчас можно с уверенностью сказать, что цифровой портрет личности - это цифровой слепок личности, полученный посредством сбора различного рода информации о пользователе: его предпочтениях и интересах, популярных сайтов или «запретных» тем и многого другого, что хранится в цифровом следе, получаемом посредством принятия пользовательских соглашений на сайтах или принятия всех cookie-файлов. В современной экономической теории уже не стоит вопроса о добавлении 5 фактора производства: информации - это неоспоримый факт. В условиях создания цифровой экономики следует заметить, что пользователь и его цифровой след - ключевая информация, которая уже сейчас используется для таргетированной рекламы (Яндекс.Реклама или ВК.Реклама) или продажи цифровых следов иным рекламным агентствам для создания рекламных кампаний.

Сейчас существует главная проблематика, связанная с цифровым портером пользователя - сами пользователи. Как было упомянуто ранее, существует высокая цифровая безграмотность, которая приводит к нежелательным последствиям для них же, как например, приведенный пример с пользовательским соглашением при подключении к бесплатной точке Wi-Fi.

Отсюда же возникает потребность в совершенствовании законодательства, которое требует доработки в области сбора, обработки и передачи третьим лицам информации, связанной с цифровым портретом личности. Здесь видится решение о признании цифрового портрета личности, как многокомпонентного профиля пользователя, составленного посредством взаимодействия с Интернет-ресурсами, аккумулирующими данными пользователей через пользовательские соглашения и/или cookie-файлы и признание данного портрета чувствительными данными,

распространение, обработка и сбор которых регламентируются законодательством РФ.

Подводя итог, можно сказать, что текущее состояние инфраструктуры хранения, записи и обработки цифровых следов находится на стадии развития, что не соответствует возможности создания цифровых портретов личности. В будущем, такая угроза будет возрастать, если не вводить определенные нормативно-правовые акты на операторов баз данных цифровых следов и повышать уровень грамотности пользователей цифрового пространства в области чтения лицензионного соглашения. Сейчас цифровые следы уже используются для создания таргетированной рекламы на сайтах, для выдачи актуального для пользователя запроса и иных действий, направленных на создание «информационного пузыря» для пользователя, что прямо нарушает статью Конституции на свободу информации. Без регулирования операторов цифровых следов может произойти коллапс в области «чувствительных» данных Интернет-пользователей. Исследование, проведенное в рамках статьи, доказывает актуальность темы, а также предлагает возможные пути решения данного вызова цифровой эпохи.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007040001 (дата обращения 20.11.2025)

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.04.2023). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (Дата обращения 20.11.2025)

3. Федеральный закон от 27.007.2006 № 152-ФЗ (ред от 14.07.2022) «О защите персональных данных». - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения 20.11.2025)

4. Стратегия развития информационного общетсва в Российской Федерации на 2017-2030 годы: утв. Указом Президента РФ от 09.05.2017 №203. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919 (дата обращения 20.11.2025)

5. Е.В. Путилина Цифровой портрет личности: новые вызовы для права

информационной безопасности // Вестник университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА). - 2020. - №5. - С. 125-130.

6. А. А. Тедеев Цифровые следы и большие данные: проблемы правового регулирования и правоприменения // Информационное право. - 2021. - №2(68). - С. 12-18.

7. И. М. Рассолов Право и искусственный интеллект. - Москва: Норма, 2019. - 288 с.

8. О. Б. Просветова Защита персональных данных в сети Интернет: теоретические основы и практические рекомендации. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 256 с.

УДК 347.63

Таранюк Ю.В.,
к.ю.н., доцент
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Олейникова Г.В.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

ФОРМИРОВАНИЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «ПРАВА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО»

FORMATION OF A LEGAL CATEGORY «RIGHTS OF A MINOR»

Аннотация: В законодательстве и юридической науке категория «права несовершеннолетних» является относительно новой. Это обусловлено изменением общественных взглядов на ребенка, его возможность иметь и выражать собственное мнение, действовать в соответствии со своими личными интересами. Такая трансформация стала происходить с первой половины XX века и охватила ряд государств. Факторы, оказавшие влияние на формирование и развитие прав несовершеннолетних, анализируются в данной статье.

Abstract: The category of «minors' rights» is relatively new in legislation and legal science. This is due to a change in public attitudes towards the child, his ability to have and express his own opinion, to act in accordance with his personal interests. Such a transformation began to occur from the first half of the twentieth century and covered a number of states. The factors that influenced the formation and development of the rights of minors are analyzed in this article.

Ключевые слова: несовершеннолетний, ребенок, права несовершеннолетних, правовой статус несовершеннолетних.

Keywords: minor, child, rights of minors, legal status of minors.

Приблизительно до второй четверти XX века доминирующим представлением о детях в обществе и в рамках закона было отношение к ним как к собственности своих родителей. Эта концепция давала отцу право на абсолютную власть над детьми. В литературе отмечается, что не только в России, но и в Западной Европе общество и власти придерживались той же позиции.

Примером может служить судебное дело по разрешению конфликта между родителями по поводу религиозного воспитания детей. Суд, вынося решение в пользу

отца, отметил, что любое действие государства, направленное на отмену «естественной юрисдикции» отца над детьми, противоречит «порядку природы» и основам семейной жизни [1, с. 166].

Такая точка зрения господствовала, прежде всего, потому что дети рассматривались как преемники семейной собственности в будущем и вследствие этого должны были содействовать семейным интересам. У несовершеннолетних не было своих собственных, защищаемых законом интересов, да и, в общем-то, прав тоже. Детство было временем «ожидания», зависимости, родительского контроля и часто – эксплуатации [2, с. 50].

Переход к рассмотрению ребенка как самостоятельного субъекта, со своими правами, интересами и потребностями, стал осуществляться в конце XIX- начале XX вв. В обществе начали звучать голоса о том, что интересы детей в вопросах, их касающихся, должны быть приоритетными.

В современном мире данный подход уже очень популярен, но еще 150 лет назад такая забота об интересах детей была вызвана необходимостью спасения несовершеннолетних от жестокого обращения, голода, безнадзорности, эксплуатации их труда. Это потребовало от общества переориентации с приоритета «взрослых» интересов к осознанию обязанности наилучшим образом защищать права и интересы ребенка, что не могло совершиться без смены парадигмы моральных принципов, регулирующих отношения между взрослыми и детьми.

Моральное обязательство заботиться о детях возникло вследствие признания того факта, что детство – это период уязвимости, а незрелость и недееспособность детей требуют от семьи и государства осуществлять их защиту. В соответствии с подходом, ориентированным на благополучие детей, необходимо было осознание того, что интересы детей и их родителей могут вступать в противоречие, и дети должны иметь право быть услышанными в сфере своих интересов.

В современный период многие государства осознают необходимость защиты прав и свобод несовершеннолетних как особой категории населения и стараются обеспечить не только конституционное закрепление данных прав и законных интересов, но и их защиту. Становление демократических режимов, среди прочих требований, выдвигает и необходимость реальной защиты прав несовершеннолетних [3, с. 17] .

От советского государства Российская Федерация принята функцию по охране и

защите прав несовершеннолетних. До настоящего времени этот вопрос не теряет своей важности. Социальное благополучие лиц, которые еще по своим физическим и психическим характеристикам не являются взрослыми, должны обеспечивать семья и государство. Однако в настоящее время часто наглядными являются случаи свидетельствующие о том, что и семья, и государство теряют свой авторитет у подрастающего поколения. Утрата ценности семьи является серьезной угрозой для незрелой личности несовершеннолетнего.

И в России, и международном правовом поле ребенком считается лицо, не достигшее 18 лет, что также закрепляется в тексте Конвенции о правах ребенка [4]. Данное понятие применяется не только в юриспруденции, но и в медицине, педагогике, психологии. Также далеко не все исследователи согласны с тем, что только возраст позволяет причислять или не причислять конкретное лицо к категории детей, туда включается еще характеристика социальной связи с совершеннолетними гражданами [5, с. 172]. А вот понятие «несовершеннолетний» относится именно к возрастной характеристике субъекта и употребляется в основном в гражданском, уголовном, процессуальных и иных отраслях права [6, с. 283].

«Таким образом, правовой статус несовершеннолетнего следует рассматривать как совокупность признаваемых и гарантированных государством прав, свобод, обязанностей и законных интересов индивида, не достигшего совершеннолетия, которыми он наделяется как субъект правоотношений, возникающих в процессе реализации норм различных отраслей права. Основополагающим фактором, влияющим на правовой статус ребенка, является его возраст. Взросление, поэтапно изменяя правовое положение несовершеннолетнего, органически подводит его к полной дееспособности, определяющейся наступлением совершеннолетия» [7, с. 98].

Первые попытки разработать общие принципы, направляющие деятельность государства по защите прав ребенка, в том числе и на международном уровне, начали предприниматься с 1920-х гг. В 1924 г. Лига Наций приняла Женевскую декларацию, которая включала в себя пять принципов, один из которых закреплял право детей на получение помощи в чрезвычайных ситуациях [8]. Остальные принципы Женевской декларации озвучивали:

1) необходимость предоставления несовершеннолетним средств для их физического и духовного развития,

2) предоставление голодным детям пропитания, больным – лечения, сиротам и

бездомным – приюта и поддержки,

3) право несовершеннолетнего на помощь взрослых в исправлении его ошибок,

4) право на создание несовершеннолетнему атмосферы любви и защищенности,

5) право ребенка на воспитание в нем лучших качеств на пользу обществу.

Данные принципы по своей суть были декларациями, поскольку не предусматривали механизмов и мероприятий по их осуществлению. Но они положили начало осознанию незащищенности детей по сравнению со взрослыми, нуждаемости в их повышенной защите. Поэтому для дальнейшего развития законодательства уже была основа, и Декларация прав ребенка, принятая ООН в 1959 г., легла на «подготовленную почву».

Она признала факт неравенства детей со взрослыми по физическим и ментальным параметрам и их нуждаемость вследствие этого в дополнительной защите (в том числе и юридической) и заботе. Также она закрепила принципы надлежащего обращения с детьми со стороны взрослых, что означает отсутствие дискриминации по расовым, национальным, языковым, религиозным или политическим признакам. Также признается необходимость предоставления детям гражданства по «принципу почвы», их право на социальное обеспечение, образование и защиту от злоупотреблений от кого бы то ни было, жестокого обращения и эксплуатации.

Вместе с тем, оговаривая права несовершеннолетних, Декларация прав ребенка ни на кого не накладывала обязанности по обеспечению их осуществления, что причисляется к ее недостаткам. [9, с. 527] Конечно, внедрение демократических ценностей в государственно-правовой механизм способствовало приведению национального законодательства в соответствие с международными нормативными документами. Конвенция о правах ребенка поставила во многих государствах интересы несовершеннолетних в основу национального законодательства о правах несовершеннолетних.

Итак, международно-правой подход к формированию категории «права несовершеннолетних» основан на убеждении о том, что ко всем детям следует относиться одинаково, не делая между ними никаких отличий ни по каким признакам. В соответствии с эти были разработаны рамочные соглашения и договоры, направленные на содействие реализации прав и законных интересов несовершеннолетних и их защите. Наиболее важными документами, охраняющими и защищающими права несовершеннолетних, являются:

1) Конвенция ООН о правах ребенка,

2) Факультативные протоколы к ней,

3) Конвенции Международной организации труда,

4) Гаагская Конвенция о гражданско-правовых аспектах международного похищения детей,

5) Африканская хартия прав и благополучия ребенка,

6) Минимальные стандартные правила Организации Объединенных Наций, касающиеся отправления правосудия в отношении несовершеннолетних (Пекинские правила).

В 1989 г. была принята Конвенция о правах ребенка,[10] в преамбуле которой было признано право несовершеннолетних на особую заботу и содействие. Она основана на так называемой «концепции детства», согласно которой дети признаются уязвимыми по сравнению со взрослыми в силу своих физических, интеллектуальных качеств и социального статуса. Именно эта уязвимость и является основанием для признания существования особых прав за несовершеннолетними.

В целом все права несовершеннолетних, закрепленные в международном законодательстве, можно разделить на несколько групп, в соответствии с традиционной классификацией прав человека.

1. Гражданские права. Они соответствуют установленным в первых 18ти статьях Декларации прав человека 1984 г. К ним относятся:

а) право на имя,

б) право на идентичность,

в) право на жизнь, свободу и личную неприкосновенность,

г) недискриминация по признакам расы, национальности, вероисповедания и иным,

д) право на защиту от физического насилия,

е) право на неприкосновенность частной жизни,

ж) право на защиту от произвольного ареста.

Данные права и свободы закреплены также в Конституции Российской Федерации и распространяются на всех людей вне зависимости от их гражданства, находящихся на территории России. Таким образом, на несовершеннолетних в нашей стране данные права также распространяются.

2. Политические права и свободы, включающие в себя:

а) право на свободу выражения мнения,

б) свобода мысли, совести и религии,

в) свобода доступа к информации.

Не секрет, что в современных условиях мнение и мысли несовершеннолетних находятся под значительным влиянием цифровой среды, и это может быть как благом, так и проблемой. Весной 2021 г. Комитет ООН по правам ребенка принял акт под названием «Замечание общего порядка № 25 (2021) о правах детей в связи с цифровой средой»,[11] который регламентирует способы реализации прав детей в цифровом пространстве, гарантируя таким образом их право на информацию и всестороннее развитие. Вместе с тем, данный акт учел возможные риски, которые могут возникнуть при использовании несовершеннолетними новейших технических возможностей.

3. Экономические права обязывают стран-участниц международных договоров и соглашений о правах ребенка к принятию необходимых административных и иных мер в отношении защиты детей от экономической эксплуатации, предоставлению им пропитания и т.п. Несмотря на тесную связь экономических прав с трудовыми, их необходимо различать: экономическими обладают все без исключения люди, а трудовыми – лишь те из них, кто трудится на основании трудового законодательства. Как и иные, экономические права основаны на принципах свободы и достоинства личности и неотрывны от основных – личных – прав и свобод. Без реализации личных прав ни работа, ни достойная жизнь не возможны. С другой стороны, экономические и трудовые права способствуют реализации социальных прав.

4. Социальные права включают:

а) право на образование,

б) право на здравоохранение,

в) право на социальное обеспечение.

5. Культурные права включают:

а) право на отдых и досуг,

б) право на игры,

в) право на полноценное участие в культурной жизни общества,

г) право пользоваться достижениями культуры и искусства.

Таким образом, государства, принимая международно-правовые документы, касающиеся признания прав и интересов несовершеннолетних, а также прав и свобод человека в целом, признали несовершеннолетних самостоятельными личностями, у

которых могут быть свое мнение, чувства и потребности. Международно-правовые документы послужили основой для развития национального законодательства многих стран о правах детей и разработке механизмов обеспечения его реализации.

Конвенция прав ребенка обозначает существование принципа наилучшего обеспечения интересов детей (ст. 3), однако, в отличие от Декларации о правах ребенка, говорит о том, что данный принцип должен являться основным соображением, которое надо учитывать во всех вопросах, касающихся несовершеннолетних.

Это не значит, что интересы детей должны быть на первом месте всегда и везде. Это означает, что существуют вопросы, касающиеся интересов, безопасности и прав детей, и здесь государство, общество, родители, иные субъекты, принимающие решение, касающееся несовершеннолетних, должны действовать с целью их обеспечения.

Вместе с тем, реализация вопросов, касающихся несовершеннолетних, может затрагивать права и интересы иных лиц. Здесь важно принятие сбалансированного решения, сводя к минимуму игнорирование любых из перечисленных интересов.[12, с. 77] При этом мнение, выраженное ребенком, должно учитываться в соответствии с его возрастом и психоэмоциональной зрелостью. Соответствие потребностей ребенка выраженному им мнению выявляется только в процессе взаимодействия между ним и взрослыми, ответственными принимать необходимые решения до его совершеннолетия.

Российское государство, признавая важность семьи и особое место в ней несовершеннолетнего, называет их развитие и поддержку как один из важнейших государственных приоритетов, что получило свое первичное закрепление в ст. 7 Конституции России и дальнейшее развитие в иных законодательных актах. Так, в 11 главе Семейного кодекса РФ получили свою юридическую регламентацию права несовершеннолетних,[13] закрепленные в международно-правовых нормах.

Что касается понятий «ребенок» и «несовершеннолетний», то в современном законодательстве они, как правило, совпадают. Вместе с тем, отечественное законодательство также выделяет такие термины, как «малолетний», «частично дееспособное лицо», «подросток». Так, ГК РФ различает понятия «дееспособность малолетних» и «дееспособность несовершеннолетних», понимая под малолетними лиц, не достигших 14-летнего возраста (ст. 28 ГК РФ), а под несовершеннолетними – лиц в возрасте от 14 до 18 лет (ст. 26 ГК).[14]

Административное законодательство предусматривает привлечение к ответственности с 16 лет,[15] а УК РФ – по ряду статей и с 14-летнего возраста. [16] Вместе с тем, это не означает наступление совершеннолетия, а лишь определяет «черту» дееспособности – способность понимать значение своих действий и руководить ими в конкретных случаях, а данном случае – связанных с совершением сделок (гражданское законодательство) и с наступлением юридической ответственности (гражданское, трудовое, административное и уголовное законодательство).

Таким образом, категория «права несовершеннолетнего» формировалась под влиянием международно-правовых норм и национального законодательства. Причиной её законодательного оформления была необходимость обеспечения институционального права несовершеннолетних на защиту и охрану личности, здоровья, имущества, прав и свобод. Вместе с тем, существование юридического закрепления и научных исследований не сопровождается трансформацией общественных и семейных отношений, часто на их изменение нужны годы или десятилетия.

Соответственно, создание адаптивной к культурным особенностям юридической категории «права несовершеннолетнего» будет способствовать заполнению теоретических и законодательных пробелов и станет «мостом» для правореализационного механизма государственной политики по защите прав и свобод несовершеннолетних. В этой связи необходим тщательный анализ институциональных недостатков современного законодательства о защите прав и свобод несовершеннолетних в отношении глубоко укоренившихся культурных факторов.

Список литературы:

1. Eekelaar J. The emergence of children’s rights. // Oxford Journal of Legal Studies. – 1986. - № 6. – P. 161–183. Freeman M. Taking children’s human rights seriously. // Todres J, King S. (eds). The Oxford Handbook of Children’s Rights Law. Oxford Handbooks, 2000. Pp.49–70.

2. Porumbescu A. Evolution of the Protection of Child Rights System. Rev. Universitara Sociologie, 2012.

3. Декларация прав ребенка. Принята резолюцией 1386 (XIV) Генеральной Ассамблеи ООН от 20 ноября 1959 года. – URL:

https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/childdec.shtml?ysclid=mm1nguyi33572983364 (дата обращения: 26.01.2026)

4. Токарева А.В. Подходы к трактовке понятий «несовершеннолетний» и «ребенок» в конституционном праве Российской Федерации // Наука и мир. –2015. –№ 9 (25). –С. 171-173

5. Данилова В.А. Несовершеннолетние в Российской Федерации как объект реализации конституционного права на получение квалифицированной юридической помощи // Государство и право в веке: публично правовой аспект: материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции. –Пенза: Издательство ПГУ, 2012. – С. 280-287

6. Яшина М.С. Юридическая природа правового статуса несовершеннолетних в Российской Федерации // Лучшая научно-исследовательская работа 2016 сборник статей победителей IV Международного научно-практического конкурса. Пенза, 2016. - С. 96-102.

7. Geneva Declaration of the Rights of the Child of 1924. – URL: https://www.humanium.org/en/text-2/ (дата обращения: 26.01.2026)

8. Humphrey J. P. The international bill of rights: scope and implementation. // Wm. & Mary L. Rev. - 1975. - № 17. – Pp. 527 – 541.

9. Конвенция о правах ребенка. Одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989. - URL: https://bschool1.gosuslugi.ru/netcat_files/30/69/Konventsiya_o_pravah_rebenka_odobrena_General_noy_Assambleey.pdf?ysclid=mm1ukfv613563439721. (дата обращения: 14.02.2026).

10. Замечание общего порядка № 25 (2021) о правах детей в связи с цифровой средой . - URL: https://www.refworld.org/ru/policy/concobservations/crc/2021/ru/146359. (дата обращения: 14.02.2026).

11. Eekelaar J, Tobin J. Article 3: The best interests of the child. In: Tobin J (ed.) The UN Convention on the Rights of the Child: A Commentary. – Oxford: Oxford University Press, 2019. Pp.74–107.

12. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. 03.11.2024 № 405-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 1, ст. 16

13. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 от 30.11. 1994 № 51-ФЗ

(ред. 31.07.2025 № 315-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 1994, № 32, ст. 3301

14. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 04.11.2025 № 404 - ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 11.11.2025.

15. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 .06.1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 17 .11.2025 г. № 420-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 25, ст. 2954; Официальный интернет-портал правовой информации http://publication.pravo.gov.ru/, 12.12.2025.

УДК 342.7

Таранюк Ю.В.,
к.ю.н., доцент
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Алексанова Е.Х.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Кокина А.В.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА В УСЛОВИЯХ КОРРУПЦИОННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕХАНИЗМА

THE PROBLEM OF HUMAN RIGHTS IMPLEMENTATION IN A CORRUPT STATE MECHANISM

Аннотация: Коррупция представляет собой не только проблему функционирования государственного механизма и доверия к власти и законам, но и формирует негативную среду, в которой нарушаются права и свободы личности. Согласно Конституции России, человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Следовательно, их защита и реализация являются важной обязанностью государства и признаком его правового и демократического характера. Борясь с коррупцией, любое государство таким образом защищает права и свободы своих граждан от нарушений и обеспечивает их достойное развитие.

Abstract: Corruption is not only a problem of the functioning of the state mechanism and the trust in the government and laws, but it also creates a negative environment in which the rights and freedoms of individuals are violated. According to the Russian Constitution, the individual and their rights and freedoms are the highest value. Therefore, their protection and implementation are an important duty of the state and a sign of its legal and democratic character. By combating corruption, any state protects the rights and freedoms of its citizens from violations and ensures their dignified development.

Ключевые слова: коррупция, права и свободы личности, меры по защите прав и свобод граждан, борьба с коррупцией.

Keywords: corruption, individual rights and freedoms, measures to protect the rights and freedoms of citizens, and the fight against corruption.

Существование коррупции представляет собой серьезную опасность для реализации прав и свобод человека и гражданина, поскольку указанное явление препятствует защите достоинства личности, базовых ценностей человеческого общества. В государстве, где коррупция «поставлена на поток», факт нарушения прав человека воспринимается обществом как нечто повседневное, обыденное. Вместе с тем, такие проявления представляют собой опасность, поскольку дестабилизируют политическую обстановку, затрудняют функционирование институтов демократии, препятствуют эффективному государственному управлению и справедливому правосудию. К сожалению, в своей жизни хотя бы однажды каждый человек сталкивался с нарушением своих прав и свобод. [1] Поэтому любая антикоррупционная политика должна строиться, прежде всего, на правозащитной деятельности государства и общественных институтов.

Следует отметить, что государственно-правовые меры по борьбе с коррупцией охватывают в основном экономические и политические аспекты. Однако в последнее время все чаще в науке и политике высказывается мнение о том, что антикоррупционные механизмы должны быть сформированы на подходе, ставящем в приоритет права и свободы личности, на основании которого признается потенциальный риск коррупции для прав человека и его основных свобод. Точка зрения, обосновывающая необходимость борьбы с коррупцией только потому, что посредством её осуществляется присвоение денежных и материальных ресурсов, а также нецелевое расходование средств, что наносит ущерб экономическим интересам страны, все-таки не отражает всей полноты необходимости антикоррупционной борьбы, хотя и косвенно к этому подводит.

Согласно ч. 1 ст. 9 Конституции Российской Федерации, земля и другие природные ресурсы признаются в нашем государстве основой жизни и деятельности его народов, поэтому подлежат государственной защите и охране. [2] Соответственно, запрещается их присвоение, продажа и использование в чьих-то частных интересах, а если такие проявления будут выявлены – они должны рассматриваться как коррупция. Подобное деяние нарушает права и свободы человека и гражданина, закрепленные в Основном Законе Российской Федерации.

Вместе с тем, подходы к защите прав и свобод личности и к борьбе с коррупцией отличаются. Один из них из них принимает во внимание взаимные отношения между государством и личностью, где носителями предоставленных

государством прав являются человек, социальная группа, нация или народ, а само государство выступает в качестве обязанного субъекта. Борьба с коррупцией сама по себе не формирует отдельных субъективных прав. Основной акцент в ней делается на меры, предусмотренные властвующими субъектами с целью её предупреждения, пресечения или борьбы с ней, повышения в этой связи правовой культуры общества, принятию мер по проведению правовых и институциональных реформ, криминализации коррупционных деяний, международного сотрудничества по вопросам борьбы с коррупцией, возвращения похищенных активов и применения средств правовой защиты жертв коррупции.

Уголовно-правовой подход самостоятельно, к сожалению, не может решить структурных проблем антикоррупционной деятельности, поскольку не обладает средствами для устранения общих последствий коррупции для общества и государства. Таким образом, обращение к правозащитным механизмам служит дополнением для системы уголовного правосудия.

Теория соблюдения и защиты прав человека с упором на ответственность государства предполагает воздержание его представителей: должностных лиц, судей, государственных и муниципальных служащих – от участия в любых коррупционных деяниях. Напротив, государство, в лице своих органов и иных компетентных субъектов, обязано принимать эффективные меры, защищающие его граждан, их права и свободы, от любых коррупционных проявлений. Этой целью необходимо предусмотреть не только судебное преследование коррупции, но и принимать меры к устранению её негативных последствий, а также включить в правозащитный механизм антикоррупционные стратегии.

Интересно, что нацеленность государства и принятие им необходимых мер к осуществлению и защите прав и свобод личности уже создает условия для эффективного предотвращения и борьбы с коррупцией. Особое значение в данном процессе придается следующим правам личности:

– праву на свободное получение, поиск, распространение, производство информации любым законным способом (ч. 4 ст. 29 Конституции РФ),

– праву на свободу мысли и слова (ч. 1 ст. 29 Конституции РФ),

– праву на свободное выражение своих мнений и убеждений либо отказ от них (ч. 3 ст. 29 Конституции РФ),

– праву на свободу собраний, митингов, шествий и пикетирований (ст. 31

Конституции РФ),

– праву на участие в управлении государством, как непосредственно, так и через представителей (ст. 32 Конституции РФ),

– праву на свободу средств массовой информации (ч. 5 ст. 29 Конституции РФ),

– праву на независимость судебной власти (ст. 120 Конституции РФ).

Меры по борьбе с коррупцией могут быть усилены гарантированием права на свободу выражения мнений. И напротив, коррупция ставит под угрозу право личности на доступ к информации. Посредством коррупции преступные элементы могут получить доступ к средствам массовой информации и оказания влияния на людей.

Направленность антикоррупционной государственной политики на реализацию и защиту прав и свобод человека и гражданина способствует более свободному доступу к правозащитным механизмам, которые обеспечивают существенное участие в управлении государством институтов гражданского общества. Однако, к сожалению, до настоящего времени ни одним подходом не предусмотрено использование системного подхода для борьбы с коррупционными проявлениями.

Закрепляя и гарантируя права и свободы личности, государство обязано предпринимать меры к их уважению и защите не только со стороны своих органов, но и иных субъектов. Это требует от государственно-властных институтов несовершения действий или бездействий, нарушающих права, законные интересы и свободы личности, в том числе совершения таковых с коррупционными целями. Поэтому криминализация коррупционных деяний и осуществление их судебного преследования является главнейшей обязанностью любого государства, считающего себя демократическим и правовым.

Осуществление обязательств по охране прав и свобод личности, добровольно взятых на себя государством и закрепившим это конституционно, означает принятие превентивных и секционных мер с целью воспрепятствования любым лицам вмешиваться в указанный процесс. В случае, если такие случаи имели место, государство обеспечивает привлечение виновных к юридической ответственности, а лицам, пострадавшим от таких неправомерных действий, обеспечить защиту и восстановление их нарушенных прав и свобод. Обязанность принимать меры, обеспечивающие осуществление прав и свобод личности, означает действия государства, благодаря которым открывается возможность для пользования любым субъектом предоставленными ему правами в полном объеме и беспрепятственно. В

частности, оно несет ответственность за расширение объема прав и свобод субъектов, развитие способов доступа к данным правам и развитие механизмов их реализации. Также предусматриваются юридические процедуры, способствующие выявлению коррупционного нарушения прав и свобод граждан, реализации требований по защите и получению компенсации.

Самая большая опасность коррупционных проявлений состоит в том, что они могут нарушать такие неотъемлемые права личности, как права на жизнь, свободу и личную неприкосновенность. Нарушения проявляются в убийствах потерпевших или свидетелей противоправных деяний, в их неправомерных арестах, иных формах лишения свободы с целью воспрепятствования получения правоохранительными органами информации о коррупционных деяний и их последствиях. Кроме этого, заинтересованность юридических лиц и предпринимателей в свободном ведении ими бизнеса, получения доступа к государственным и муниципальным заказам и программам может обернуться риском для жизни и здоровья людей (например, посредством сдачи в эксплуатацию социального объекта, не соответствующего строительным нормам или оказания услуг, не соответствующих стандартам безопасности).

Такие коррупционные проявления, как взяточничество, присвоение, растрата и иное нерациональное использование государственных благ и ресурсов посредством хищений снижают способность государства обеспечивать безопасность товаров и услуг, в том числе и тех, которые являются жизненно необходимыми. Так, коррупция может привести к перенаправлению бюджетных средств на строительство крупных инфраструктурных или военных объектов, в ущерб развития социальных программ. Подкуп должностных лиц правоохранительной и судебной системы приводит к непосредственному нарушению прав и свобод граждан, таких, как право на справедливое судебное разбирательство, презумпция невиновности, право на компенсацию за незаконное лишение свободы и др.

Существует также прямая взаимосвязь между уровнем коррупции в государстве и нарушение права человека на физическую неприкосновенность. Коррупционность может приводить к применению к гражданам пыток или жестокого обращения, а также к иному пренебрежению правами и свободами личности. В настоящее время установлено несколько видов причинно-следственных связей между проявлениями коррупции и жестокого обращения:

1) незаконное требование от человека совершения определенных действий или предоставления материальных благ само по себе является разновидностью жестокого обращения. Нередки, например, случаи сексуального принуждения взамен продвижения по должности, освобождения от ответственности и пр.;

2) насильственные действия или угрозы принуждения к ним могут быть использованы как средство получения конкретных преимуществ. Это относится, например, к применению пыток у заключенных для получения признательных показаний или вымогания у них денежных средств;

3) жестокое обращение, пытки или угроза их применения применяются с целью освобождения определенных лиц от законного привлечения к ответственности. Здесь можно привести в пример запугивание сотрудниками правоохранительных органов, получившими взятку, потерпевших или свидетелей от имени преступника;

4) манипулирование своим служебным положением для получения выгоды посредством запугивания (например, вымогательство взятки сотрудниками правоохранительных органов с субъектов предпринимательской деятельности взамен обещания им защиты от криминальных группировок);

5) иногда жестокое обращение или пытки являются не прямым, а косвенным проявлением последствий коррупционного поведения (как, например, в случае получения взяток высокопоставленными должностными лицами за предоставление доступа к ресурсам, при котором субъект, получивший такой доступ, применяет насильственные меры в отношении проживающего в месте нахождения ресурсов коренного населения);

6) пытки и жестокое обращение являются следствием определенной государственной политики, при которой государство не в состоянии обеспечить защиту своих граждан или намеренно проводит такую политику, при которой осуществляется содействие жестокому обращению. [2, с. 62]

Большое значение в борьбе с коррупционными нарушениями прав и свобод личности большую роль играют судебные органы. Граждане должны иметь право на надлежащую правовую процедуру и эффективные средства правовой защиты своих интересов. Ст. 46 Конституции Российской Федерации гарантирует каждому судебную защиту его прав и свобод, в том числе и от незаконных действий или бездействий органов публичной власти и их должностных лиц. Также ч. 3 указанной статьи предусматривает обращение к международным органам, если исчерпаны все

внутринациональные средства и механизмы защиты прав и свобод.

В этой связи особую опасность представляет коррупция в судебной системы, поскольку при ней органы судебной власти, призванные содействовать защите и восстановлению прав и свобод граждан, действуют на одной стороне с их нарушителями. Коррупционные деяния в судебной системе являются использованием государственно-властных полномочий в личных интересах сотрудников судов и приводят к вынесению незаконных и несправедливых решений. [4, с. 4] Данные деяния могут быть совершены в форме взяточничества, вымогательства, запугивания, злоупотребления доверием или судебной властью, и нарушают право человека на справедливое судебное разбирательство, принципы равенства всех перед законом и судом, независимости и беспристрастности суда.

Экономическая заинтересованность судей в получении незаконного дохода нарушает их независимость, поскольку данным образом на них воздействуют извне. О каком справедливом и беспристрастном правосудии может идти речь? Судьи, как представители независимой ветви государственной власти, обязаны не участвовать в коррупции, а бороться с ней. Поэтому любые проявления корыстной заинтересованности в судебной деятельности недопустимы и должны пресекаться и наказываться государством.

Случаи вмешательства исполнительной власти в деятельность суда также часто осуществляется в коррупционных целях. Они также должны пресекаться. Здесь государство должно создавать условия, способствующие жесткому принципу разделения властей. Только независимая от иных ветвей власти судебная власть может эффективно осуществлять свои функции по борьбе с преступностью и коррупцией – в частности.

Но не только судебная власть находится в опасности вследствие коррупционных проявлений при осуществлении правосудия. Нельзя также забывать, что под угрозой могут оказаться такие участники судебного процесса, как свидетели, потерпевшие, эксперты. Как представляется, государство обязано эффективно обеспечить их защиту, поскольку обратное ставит под угрозу получение сведений о преступной деятельности вследствие опасения указанными лицами за свою жизнь и за своих близких. Те страны, которые не в состоянии предотвратить, расследовать коррупционные правонарушения, ограничивающие доступ граждан к социальным благам, а также привлекать за это к юридической ответственности, нарушают свою обязанность по защите прав и свобод

личности.

Также коррупция влияет на экономическую и социальную сферы. Крупный бизнес часто посредством взяток получает крупные проекты и распределение бюджетных средств из социальной в другие сферы, что, в свою очередь, влечет нарушение прав на здравоохранение, образование, жилье и иные.

Вследствие всего этого, разработка основных юридических средств и механизмов представляется актуальной не только в научном поле, но и государственном и международном масштабах.

Следует отметить широкое распространение случаев обращения к коррупции юридическими и физическими лицами с целью обхода нормативных стандартов осуществления работ или оказания услуг, продажи населению товаров или лекарственных средств. С этим тесно связано незаконное присвоение бюджетных средств, предназначенных для реализации программ в области продовольственной безопасности, здравоохранения, образования, предоставления жилья. Вследствие таких нарушений, например, школы и больницы получают недостаточно ресурсов для реализации конституционных прав граждан на охрану здоровья и получение образования, а необходимые услуги предоставляются не всем нуждающимся или в недостаточном объеме. Также исследования показывают прямую зависимость между коррупцией и качеством государственных услуг. Так, показатели смертности, в том числе и детской, выше в странах с высоким уровнем коррупции.

Механизмы защиты прав человека, которые можно задействовать в борьбе с коррупцией, включают в себя осуществление, в том числе с помощью институтов гражданского общества, следующих мер:

– учет общественного мнения при разработке и реализации государственной антикоррупционной политики;

– осуществление антикоррупционного мониторинга,

– выявление и доведение до сведения правоохранительных органов сведения о нарушениях прав и свобод граждан вследствие коррупции;

– проведение государственной политики с целью формирования и стимулирования в обществе атмосферы абсолютной нетерпимости к коррупционному поведению;

– повышенное внимание к ситуациям и сигналам, свидетельствующим о применении силы или жестокого обращения с личностью;

– недопущение социально-экономической дискриминации или маргинализации населения;

– имплементация норм международного права, защищающих и обеспечивающих права и свободы граждан, в национальное законодательство, создание эффективного механизма для их реализации;

– объединение с другими государствами в целях международного сотрудничества по вопросам правозащитной и антикоррупционной деятельности;

– приложение усилий для установления и исследования причинно-следственных связей между коррупционными явлениями и нарушением прав и свобод граждан.

Таким образом, правозащитные механизмы можно и нужно использовать для борьбы с коррупцией как препятствием для реализации прав и свобод человека и гражданина. Данные механизмы бывают как внутригосударственными, так и международными. Последние подразделяются на механизмы, осуществляемые в рамках компетенции ООН и механизмы, реализуемые субъектами, не входящими в состав ООН. Также огромное значение в борьбе с коррупцией в любом её масштабе играет деятельность отдельных правозащитных элементов, как индивидуальных, так и коллективных.

Список литературы:

1. Final report of the Human Rights Council Advisory Committee on the issue of the negative impact of corruption on the enjoyment of human rights. A/HRC/28/73. 5 January 2015. §17. [Электронный ресурс] URL: https://www.ohchr.org/en/documents/reports/final-report-human-rights-council-advisory-committee-issue-negative-impact. (дата обращения: 12.02.2026).

2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru/, 06.10.2022.

3. Divya Prasad, Làzarie Eeckeloo. Corruption and Human Rights. - Genève: Centre for Civil and Political Rights, 2019. - 62 p.

4. Pepys M. N. Corruption within the Judiciary: Causes and Remedies // Global Corruption Report. – 2007. - № 3. - Pp. 3–14

УДК 328.185

Таранюк Ю.В.,
к.ю.н., доцент
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Олейникова Г.В.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Алексанова Е.Х.,
обучающийся (магистрант)
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

КОРРУПЦИЯ КАК ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

CORRUPTION AS A PROBLEM OF IMPLEMENTING MINORS' RIGHTS

Аннотация: Государства с коррупционными проявлениями испытывают сложности с реализацией и защитой прав человека, в том числе и несовершеннолетних. Нормативное переосмысление сложившейся ситуации сопровождается также попытками доктринального решения указанных проблем. Несмотря на скептическое отношение общества к борьбе с коррупцией в сфере реализации прав и свобод несовершеннолетних, на высказывание мнения о чрезмерной «раздуваемости» прав детей и подростков, решение данной проблемы все же необходимо как в нормативном, так и в практическом поле.

Abstract: States with corruption problems face difficulties in the implementation and protection of human rights, including those of minors. The normative rethinking of the current situation is also accompanied by attempts to find a doctrinal solution to these problems. Despite the public's skepticism towards the fight against corruption in the implementation of the rights and freedoms of minors, and the opinion that the rights of children and adolescents are being overemphasized, addressing this issue is still necessary both in the normative and practical fields.

Ключевые слова: несовершеннолетний, ребенок, права несовершеннолетних, коррупция, реализация прав и свобод несовершеннолетних.

Keywords: minor, child, rights of minors, corruption, implementation of the rights and freedoms of minors.

Согласно ФЗ РФ от 25.12.2008 г. № 273 – ФЗ «О противодействии коррупции»,

под коррупцией в Российском законодательстве понимается «злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами»,[1] или совершение указанных действий от имени и в интересах юридического лица.

Данное явление представляет опасность в любой сфере жизнедеятельности общества, но она особо возрастает, если препятствует реализации прав и свобод тех лиц, которые относятся к категории социально «слабых», в силу своих физических и / или психологических качеств не имеющих возможности защитить свои права и интересы самостоятельно или обратиться за государственной поддержкой и защитой.

Именно к данной категории относятся несовершеннолетние. Законодательство не предоставляет им права принимать меры к самозащите прав и свобод, а также самостоятельного обращения в суд или к государственным органам. Данные права могут реализовываться в интересах несовершеннолетних только их законными представителями или органами опеки и попечительства.

Но как быть, когда законные представители добросовестно не исполняют своих обязанностей в отношении несовершеннолетних или, что хуже, представляют для них опасность? Бывают и такие случаи, когда законные представители и рады защитить несовершеннолетнего и его интересы, но встречают препятствие на этом пути со стороны должностных лиц, требующих дополнительного стимулирования за осуществление своих «услуг». В этом случае коррупция направлена против «слабого звена» нашего общества – несовершеннолетних, которые нуждаются в дополнительной поддержке и защите, а вместо этого получают дополнительный жестокий жизненный урок. Их психика травмируется, подрывается доверие к государству и праву. Чем чаще это происходит, тем меньше шансов у государства на воспитание добросовестных и законопослушных граждан. Поэтому проблема коррупции в сфере реализации прав и свобод несовершеннолетних представляет особую опасность не только для них, но и для всего общества в целом.

Отметим, что коррупционные проявления существуют в различных аспектах

государственной и общественной жизни, и любая из них затрагивает права и интересы несовершеннолетних.

Так, коррупция в экономике представляет собой акт взяточничества со стороны отдельных должностных лиц или организаций, имеющих возможность влиять посредством использования своей власти или финансовых ресурсов на экономику государства или отдельные её отрасли. Такая коррупция может оказывать влияние на управление ресурсами, государственный бюджет и его распределение, определение направлений внутренней политики и приоритетов их финансирования. В данных случаях посредством коррупции может произойти неравное распределение ресурсов или препятствие к их свободному доступу.

Во многих государствах коррупция может проявляться в отсутствии бюджетного финансирования на строительство социальных объектов: школ, детских садов, спортивных и иных центров развития ребенка и предоставлении широкого доступа к бюджетным средствам для субъектов, преследующим собственные коммерческие интересы и лоббирующим их, в том числе, посредством использования собственных финансовых рычагов воздействия на недобросовестных членов государственного аппарата.

В качестве примера подобных случаев можно привести опыт прокурорской проверки Иркутской области, выявившей факт получения взятки главой местного самоуправления от застройщика, заинтересованного в получении разрешения на строительство домов для детей-сирот по государственной программе. В полном объеме свои обязанности застройщик не выполнил при попустительстве местной администрации. Прокуратура выявила ряд нарушений строительства, исключающих жизнь сирот в нормальных условиях, а также отсутствие обустройства близлежащей территории.

Также в этом же регионе в 2020 г. были выявлены случаи незаконного получения денежных средств одним из сотрудников регионального органа исполнительной власти за «лояльный» прием жилья без проверки на соответствие предписанным законодательством нормам, приобретенного по госконтрактам, также предназначенного для детей-сирот.[2, с. 365]

Выявление данных фактов говорит о существовании коррупции в политической сфере. К сожалению, в различных государствах коррупция стала инструментом для удовлетворения жажды наживы у представителей политических элит. Некоторые

политики, которые, согласно закону, должны быть представителями народа и содействовать его благу, превратились в субъектов, препятствующих его достижению, используя свое положение и должность для получения индивидуальной корыстной выгоды. Их недобросовестные действия нарушают целостность и эффективность систем государственного и муниципального управления, препятствуют её прозрачности и справедливости.

Коррупция в политической сфере препятствует принятию необходимых законодательных мер для правового регулирования, защиты прав и свобод несовершеннолетних и порождает коррупцию в иных сферах общественной жизни. Наиболее тесно связана с реализацией прав и законных интересов сфера образования. Коррупция в данном аспекте общественной жизни, к сожалению, присутствует во многих странах и имеет серьезные последствия как для самой системы образования, так и для уровня образовательных услуг, получаемых вследствие этого детьми, который оказывается чрезвычайно низким.

Примером может служить дело, всколыхнувшее Краснодарский край и Республику Адыгея, касающееся продажи документов о получении высшего образования. В Белореченском филиале Адыгейского государственного университета активность данного процесса привлекла к себе внимание следственных органов. На скамье подсудимых оказались директор указанного филиала, являющийся организатором и основным «выгодоприобретателем» коррупционной схемы. Также были замешаны и рядовые сотрудники – технические секретари приемной комиссии филиала, которые озвучивали поступающим предложение об оформлении документов о поступлении в вуз за определенное вознаграждение без прохождения вступительных испытания.

Как показало следствие, коррупционная схема в филиале образовательного учреждения действовала более пяти лет и «передавалась по наследству»: на место директора филиала в 2014 г. заступила дочь организатора преступного бизнеса, продолжившая «дело» своего отца.[3]

«Благодаря» таким схемам, дипломы об образовании получают лица, не посещающие учебные учреждения. Они признаются полноценными специалистами, ни дня не проучившись в образовательных учреждениях, в то время как право иных, добросовестных граждан, на образование нарушается посредством незачисления их в учебное учреждение.

Несправедливость в воспитательном и образовательном процессах в школах, детских садах и иных учреждения, призванных по закону содействовать осуществлению прав несовершеннолетних, в первую очередь, порождают к ней недоверие со стороны детей и их родителей. Когда дети, испытавшие несправедливость по отношению к себе со стороны образовательных и воспитательных учреждений и их сотрудников, вырастают, они транслируют то же недоверие к системе своим детям. Отсюда – агрессивный настрой подрастающего поколения ко всем без исключения сотрудникам образовательных и воспитательных учреждений, даже честным и неподкупным, но строгим и справедливым в силу своего намерения поднять культурный и образовательный уровень несовершеннолетнего.

Также, к сожалению, нередки случаи, когда финансовая выгода «стимулирует» руководство образовательного или воспитательного учреждения применять административный ресурс в отношении сотрудника, требующего добросовестного отношения к учебе от всех без исключения учащихся и воспитанников и отказывающегося делать исключения для определенных недобросовестных субъектов. Такие сотрудники четко понимают, что право на образование даровано Конституцией всем без исключения детям, и те из них, кто срывает образовательно-воспитательный процесс, фактически нарушают права иных несовершеннолетних, которых в данном случае педагог просто обязан защитить.

Идя на поводу у «золотых» детей или вынуждая сотрудников к этому, в целях материальной или иной заинтересованности, руководство образовательных и воспитательных учреждений фактически сводит на нет усилия государства по осуществлению полноценного образовательного процесса, воспитания подрастающего поколения в духе уважения к государству и его интересам, а также доверия к праву.

Также очень часто финансовые «рычаги», незаконно устанавливаемые образовательными и воспитательными учреждениями, препятствуют реализации всеобщего права на образование, закрепленного ст. 43 Конституции РФ и ст. 5 ФЗ РФ «Об образовании».[4] Государственная политика Российской Федерации направлена на всеобщую грамотность населения, в связи с чем законодательством регламентируется бесплатность и общедоступность дошкольного, общего (начального, основного и среднего) образования в муниципальных образовательных учреждениях Кроме этого, власти осуществляют материальную поддержку данных учреждений посредством предоставления субвенций, направленных на оплату труда сотрудников, приобретения

имущества, используемого в образовательном и воспитательном процессах, учебной литературы и иных средств обучения.

Однако и в настоящее время нет-нет и упоминается о случаях взимания так называемой «родительской платы» за образовательные материалы и услуги, приобретение которых должно осуществляться за счет бюджетного финансирования. Подобные случаи противоречат законодательству, в том числе и антикоррупционному, и должны незамедлительно пресекаться.

Говоря о «родительской плате», следует также упомянуть о «стимулировании» со стороны администрации образовательных и воспитательных учреждений в отношении законных представителей несовершеннолетних к внесению так называемых «благотворительных» взносов. Ст. 4 ФЗ РФ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» действительно предусматривает возможность внесения средств в качестве таковых взносов.[5] Но следует помнить о таком обязательном их признаке, как добровольность. Использование различных рычагов воздействия на законных представителей или, еще хуже – на несовершеннолетних – с целью получения таких взносов явно противоречит закону и является недопустимым. К сожалению, стремление к недобросовестной наживе не препятствует вовлечению в процесс «выбивания» «благотворительных» взносов и некоторых родителей воспитанников и учащихся, в частности, членов родительских комитетов.

Работа с несовершеннолетними и в учебных заведениях, и в детских садах, требует душевного тепла и полной отдачи. Соответственно, и вознаграждение сотрудников предполагается высоким. К сожалению, уровень их материального обеспечения пока оставляет желать лучшего, и это является одной из причин коррупции при работе с детьми. Также нередки случаи, когда руководство образовательных учреждений «наживается» за счет своих сотрудников. Одним из таких примеров является ситуация, сложившаяся в детском саду № 31 г. Ейска, в котором существовала «схема начисления больших премий, которые практически целиком передавались руководству. Взамен сотрудникам обещали «спокойную жизнь» либо улучшение условий труда».[6] Следствие показало, что подобные схемы действовали и в иных детских дошкольных учреждениях города, а некоторые их руководители высказались на суде о «недостойности» сотрудниками больших премий как об одной из причин их незаконного изъятия.

Как правило, причинами коррупционного поведения является не только

недобросовестность и жажда к наживе отдельных должностных лиц, но и не совершенство законодательства, нормы которого часто построены таким образом, что позволяют сформировать «непрозрачный» процесс материального стимулирования сотрудников или такие критерии для получения премии, которые возможно выполнить, только будучи в «хороших» отношениях с руководством. Вследствие этого в обществе часто звучат справедливые, на наш взгляд, требования об устранении «плавающей» премии и её замене на «твердую» часть оплаты сотрудников детских дошкольных и образовательных учреждений.

Надзор за соблюдением законности всеми государственными органами, должностными лицами, физическими и юридическими лицами, в том числе и в отношении реализации и защиты прав и свобод несовершеннолетних, осуществляют органы российской прокуратуры. Именно им в руки закон вручил правовые механизмы и рычаги, позволяющие преодолевать препятствия к нормальной жизни и развитию прав и свобод несовершеннолетних, осуществлению их прав и свобод. Также органы прокурорского надзора вправе противодействовать коррупционным схемам, мешающим планомерному осуществлению государственной политики в отношении защиты прав и свобод семьи и несовершеннолетних. Ст. 36 Конвенции ООН против коррупции [7] им предоставлено право по надзору за исполнением соответствующего законодательства. В связи с этим, в Российской Федерации в составе органов прокуратуры были сформированы управления по надзору за соблюдением законодательства о противодействии коррупции – в Генеральной прокуратуре и в прокуратурах субъектов РФ. Данные подразделения призваны бороться, в числе прочего, и с коррупционными проявлениями, посягающими на права и свободы несовершеннолетних.

Факты свидетельствуют о том, что недостаточное внимание к поведению несовершеннолетних, склонных к совершению административных правонарушений, часто имеет своим результатом совершение ими уже уголовных преступлений. На этапе совершения административных правонарушений несовершеннолетними правоохранительные органы, бывает, «закрывают» на это глаза, в том числе и благодаря «материальному стимулированию» со стороны их родственников либо авторитетному воздействию лиц, занимающих высокие посты и ходатайствующим за несовершеннолетних правонарушителей. Это приводит к игнорированию требований законодательства о профилактике правонарушений несовершеннолетних и, как правило

– росту преступности среди них.

В качестве примера можно привести проверочные мероприятия, осуществленные прокуратурой Майского района Иркутской области в отношении комиссии по делам несовершеннолетних. В результате были выявлены факты нарушений, касающихся процедурных вопросов рассмотрения административных дел с участием несовершеннолетних, нарушений сроков их рассмотрения. По одному из дел об административном правонарушении по ст. 6.1 КоАП РФ [8] «несовершеннолетний избежал привлечения к уголовной ответственности по ст. 116 Уголовного кодекса Российской Федерации…,[9] а позже совершил убийство».[2, с. 365] В результате мер прокурорского надзора виновные должностные лица комиссии по делам несовершеннолетних были привлечены к уголовной ответственности за злоупотребление должностными полномочиями и халатность (ст. 285 и 293 УК РФ).

Итак, коррупционные правонарушения, затрудняющие реализацию законных прав и свобод несовершеннолетних, препятствуют, прежде всего, их нормальному физическому и психическому развитию. Также они нарушают права несовершеннолетних на получение образования, предоставленные им законодательно возможности для физического и интеллектуального развития, на получение в случаях, определенных законом, жилья.

Несовершеннолетние, не заинтересованные в дальнейшем повышении интеллектуального уровня и физических характеристик, склонны к противоправному поведению, употреблению спиртных напитков, наркотических и психотропных веществ, курению. Все это ставит под вопрос воспитание достойных членов общества, обладающих необходимым уровнем правовой культуры и правосознания, готовых действовать в общественных и государственных интересах.

Поскольку коррупция посягает на огромный массив общественных отношений, борьба с ней – это сложный и долгий процесс. Однако его надлежит реализовывать и дальше, в том числе посредством эффективной законотворческой политики и правоприменительной деятельности.

Список литературы:

1. О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25.12.2008 г. № 273 (ред. 28.12.2025 № 505-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 52 (часть I), ст. 6228.

2. Елян Н. Ж Противодействие коррупционным правонарушениям в сфере защиты прав и интересов несовершеннолетних: актуальные вопросы прокурорской практики // Уголовная политика и правоприменительная практика. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции / Под общей редакцией Е.Н. Рахмановой. – СПб., 2022. –С. 363 - 366.

3. В Краснодарском крае стартовали слушания по скандальному делу о коррупции в вузе. – URL: https://www.1tv.ru/news/2020-06-11/387499-v_krasnodarskom_krae_startovali_ slushaniya_po_skandalnomu_delu_o_korruptsii_v_vuze?ysclid=mmgbxpus7m991152635. (дата обращения: 12.02.2026).

4. Об образовании: Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. 20.02. 2026 № 34-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, № 53 (часть I), ст. 7598.

5. О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве): Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 28.12.2025) // Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 11.11.2025.

6. Гурьянов С. Премия с кешбэком: как в детсадах и больницах наживаются на стимулирующих выплатах. Руководители учреждений требуют от сотрудников возвращать часть премии наличными. – URL: https://iz.ru/1846839/sergei-guranov/premia-s-kesbekom-kak-v-detsadah-i-bolnicah-nazivautsa-na-stimuliruusih-vyplatah?ysclid=mmgch17ry6909281207. (дата обращения: 12.02.2026).Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции. Принята резолюцией 58/4 Генеральной Ассамблеи от 31.10.2003. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions /corruption.shtml?ysclid=mmgdosuesz 447197699. (дата обращения: 12.02.2026).

7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 04.11.2025 № 404 - ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 11.11.2025.

8. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 17.11.2025 № 281 - ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru, 17.11.2025.

УДК 347.763

Томбулова Е.Г.,
к.ю.н., доцент
Краснодарского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации
Унежева Л.З.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

«СЛАБАЯ СТОРОНА» ДОГОВОРА ПЕРЕВОЗКИ (ПАССАЖИР) В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ: ПРЕДЕЛЫ И МЕХАНИЗМЫ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ

«THE WEAK SIDE» OF THE CARRIAGE CONTRACT (PASSENGER) IN THE CONTEXT OF SOCIAL JUSTICE: LIMITS AND MECHANISMS OF LEGAL PROTECTION

Аннотация. Договор перевозки пассажира, будучи публичным и договором присоединения, характеризуется имманентным экономическим и информационным неравенством контрагентов. Концепция «слабой стороны», имплементированная в российское гражданское право через призму защиты прав потребителей согласно ст. 1 ГК РФ, в рассматриваемых отношениях приобретает особую актуальность. Пассажир, как неквалифицированный субъект, лишен возможности влиять на содержание стандартизированных условий, а его зависимость от услуги, объективно ограничивает свободу выбора. Принцип социальной справедливости закреплённый в ст. 7 Конституции РФ, трансформированный в частное право, предопределяет необходимость правовой компенсации данного дисбаланса путем установления императивных гарантий и механизмов повышенной защиты.

Abstract. A passenger transportation contract, being a public contract and an adhesion agreement, is characterized by an inherent economic and informational inequality between the parties. The concept of the «weaker party,» implemented in Russian civil law through the prism of consumer protection under Article 1 of the Civil Code of the Russian Federation, is particularly relevant in these relationships. Passengers, as unqualified entities, are deprived of the opportunity to influence the content of standardized terms, and their dependence on the service objectively limits their freedom of choice. The principle of social justice enshrined in Article 7 of the Constitution of the Russian Federation, transformed into private law, predetermines the need for legal compensation for this imbalance by establishing mandatory guarantees and enhanced protection mechanisms.

Ключевые слова: договор перевозки пассажира, слабая сторона, социальная справедливость, защита прав потребителей, механизмы защиты.

Keywords: passenger transportation contract, weaker party, social justice, consumer protection, protection mechanisms.

Взаимоотношения пассажиров и перевозчика, возникающие в процессе оказания услуг по перевозке, носят сложный и зачастую комплексный характер. Защита интересов гражданина как слабой стороны в таких отношениях осуществляется путем применения системы правовых норм, обеспечивающих достижение юридического равновесия.

В.В. Бутнев определял систему защиты прав граждан как: «взятую в единстве систему правовых средств, при помощи которой обеспечивается восстановление нарушенных прав, защита охраняемых законом интересов, разрешение правовых споров и устранение иных препятствий в реализации субъективных прав. Составной частью механизма защиты прав и интересов, как верно отмечено учёным, выступает и механизм реализации ответственности» [2].

Гражданским кодексом РФ установлен порядок обращения к перевозчику с претензиями и исками по договору перевозки грузов. В свою очередь правила обращения к исполнителю по договору перевозки пассажира и багажа основным законом, регулирующим вышеназванный договор, не регламентированы.

Договор перевозки пассажира, будучи одним из наиболее распространённых гражданско-правовых договоров, является фундаментом для обеспечения мобильности населения и функционирования экономики. Однако этот договор не является равноправным в классическом понимании. Пассажир, как правило, выступает в качестве «слабой стороны» по отношению к перевозчику. Это проявляется в неравном доступе к информации, различии в переговорной силе, отсутствии возможности влиять на условия договора и существенной зависимости от перевозчика в процессе исполнения услуги[1].

Концепция «слабой стороны» приобретает особое значение в контексте социальной справедливости[9]. Последняя предполагает не только формальное равенство перед законом, но и создание таких правовых условий, которые компенсируют фактическое неравенство сторон, обеспечивая доступность правосудия, защиту более уязвимых участников правоотношений и справедливое распределение рисков. В сфере пассажирских перевозок социальная справедливость требует, чтобы правовая система защищала пассажира от недобросовестных действий перевозчика,

обеспечивала адекватную компенсацию за причинённый вред и гарантировала безопасность и качество услуги.

Положение пассажира как «слабой стороны» обусловлено рядом факторов, присущих договорам сферы транспортных услуг:

1. Информационная асимметрия. Перевозчик обладает всей полнотой информации о своих тарифах, правилах, технических возможностях, рисках и внутренних процедурах. Пассажир же зачастую не имеет полной и доступной информации о своих правах и обязанностях, условиях договора. Условия договора перевозки, как правило, изложены мелким шрифтом и сложным юридическим языком.

2. Неравенство переговорной силы. Договор перевозки является договором присоединения. Пассажир лишён возможности индивидуально обсуждать и изменять его условия. Он либо принимает предложенные перевозчиком условия целиком, либо отказывается от услуги. Это ставит пассажира в зависимое положение, поскольку перевозчик может использовать эту монополию для включения в договор условий, ограничивающих свою ответственность или ухудшающих положение пассажира.

3. Экономическая зависимость и необходимость. Для многих людей транспорт является жизненной необходимостью для осуществления трудовой деятельности, получения образования, доступа к медицинским услугам, поддержания семейных связей. Отказ от услуги перевозки может иметь серьёзные негативные последствия, что ещё больше усугубляет неспособность пассажира отстаивать свои интересы.

4. Повышенная уязвимость. В процессе перевозки пассажир фактически доверяет перевозчику свою жизнь и здоровье, а также сохранность багажа. Возникновение непредвиденных ситуаций (аварии, задержки, отмена рейсов, потеря багажа) сопряжено с высоким риском причинения вреда здоровью, в том числе морального. Пассажир находится в физически ограниченном пространстве, полностью зависим от действий персонала перевозчика и технических средств[3].

5. Разрозненность и отсутствие ресурсов. В случае возникновения спора отдельный пассажир, как правило, не обладает достаточными финансовыми, временными и юридическими ресурсами для эффективного противостояния крупной транспортной компании. Высокая стоимость юридических услуг, сложность сбора доказательств и длительность судебных процессов часто делают обращение в суд нецелесообразным для возмещения относительно небольшого ущерба.

В свете социальной справедливости такое положение пассажира требует

активного вмешательства государства через правовые механизмы[6]. Принципы социальной справедливости диктуют необходимость гарантировать равный доступ к безопасным и надёжным транспортным услугам, обеспечить защиту прав и интересов более уязвимых участников рынка, справедливо распределить риска (ответственность за некачественное оказание услуг и причинённый вред должна ложиться на профессионального перевозчика, который обладает большими ресурсами и возможностями для предотвращения таких ситуаций и их страхования), создать эффективные и доступные механизмы разрешения споров и возмещения ущерба[4].

Правовое положение пассажира в системе обязательств по перевозке формируется под воздействием общих начал гражданского законодательства, закрепленных Гражданским кодексом Российской Федерации. Данные нормы создают фундаментальную основу для защиты интересов пассажира как экономически зависимой стороны договора.

Ключевым элементом этой защиты выступает принцип незыблемости императивных норм закона, в соответствии с которым любые условия договора, ущемляющие права пассажира по сравнению с установленными законодательством, признаются ничтожными. Это обеспечивает приоритет публично-правовых гарантий над частной автономией воли перевозчика при формулировке стандартных условий[5].

При нарушении обязательств по перевозке центральным механизмом защиты является принцип полного возмещения причиненных убытков, который направлен на восстановление имущественного положения потерпевшей стороны. Параллельно гражданское законодательство признает и охраняет нематериальные блага пассажира, предоставляя возможность компенсации морального вреда, причиненного нарушением его прав.

Таким образом, общие положения гражданского права выполняют системообразующую функцию, устанавливая минимальный гарантированный уровень защиты, который не может быть снижен соглашением сторон и который дополняется специальными нормами транспортного и потребительского законодательства[7].

Такие нормативные акты, как Воздушный кодекс РФ, Устав железнодорожного транспорта РФ, Кодекс торгового мореплавания РФ, Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта детально регулируют правила перевозки соответствующими видами транспорта, устанавливают конкретные основания и размеры ответственности перевозчика за задержку, отмену рейса, потерю,

повреждение или недостачу багажа, а также за вред жизни и здоровью пассажира. Они часто предусматривают повышенные стандарты безопасности и качества услуг.

Во многих случаях, особенно при причинении вреда жизни и здоровью, а также при утере или повреждении багажа, закон устанавливает презумпцию вины перевозчика, то есть перевозчик обязан доказать отсутствие своей вины.

В научной доктрине отмечается, что правовое положение пассажира как потребителя транспортной услуги в значительной степени детерминировано специальным режимом ответственности, установленным Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» [8]. Данный правовой режим формирует существенные преференции для слабой стороны договора, выходящие за рамки общих норм гражданского законодательства о перевозке.

Принципиальным отличием является установление объективной (безвиновной) ответственности исполнителя за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу вследствие недостатков услуги. Это создает более высокий стандарт гарантий по сравнению с презумпцией вины, закрепленной Гражданским кодексом РФ. Механизм защиты усиливается за счет императивного права потребителя на взыскание законной неустойки за просрочку исполнения обязательств и на компенсацию морального вреда, что направлено на восстановление нарушенного нематериального блага.

Процессуальный аспект обеспечения равноправия сторон реализуется через предоставление потребителю ряда значимых преимуществ. К ним относятся альтернативная подсудность, освобождение от судебных расходов в виде государственной пошлины по искам имущественного характера в пределах установленной законом суммы, а также взыскание в пользу потребителя штрафной санкции с неисполнительного контрагента. Совокупность указанных материально-правовых и процессуальных инструментов формирует комплексный механизм сдерживания недобросовестного поведения перевозчика и восстановления нарушенных прав пассажира.

В международных конвенциях:

1. Монреальская конвенция (для международных воздушных перевозок) устанавливает унифицированные правила об ответственности авиаперевозчика, регулирует вопросы, связанные с задержками, потерей или повреждением багажа, причинением вреда жизни и здоровью пассажиров, устанавливает пределы ответственности в специальных правах заимствования (СПЗ).

2. Конвенция о международных железнодорожных перевозках (КОТИФ) регулирует ответственность при международных железных перевозках.

3. Афинская конвенция о перевозке пассажиров и их багажа морем регулирует морские пассажирские перевозки.

Роспотребнадзор. Осуществляет государственный контроль за соблюдением прав потребителей, может проводить проверки, выносить предписания, привлекать перевозчиков к административной ответственности.

Ространснадзор. Осуществляет государственный контроль и надзор в сфере транспорта, включая безопасность перевозок, лицензирование и соблюдение установленных правил.

Уполномоченные по правам человека и иные общественные организации. Могут оказывать консультационную помощь, представлять интересы пассажиров в государственных органах и судах.

Кроме того, существуют альтернативные методы разрешения споров (досудебное урегулирование споров, претензионный порядок, медиация). Эти механизмы позволяют сторонам разрешить конфликт без обращения в суд, экономя время и средства.

Несмотря на наличие комплексных правовых механизмов защиты, фактическая реализация прав пассажира как слабой стороны договора сталкивается с рядом существенных ограничений, нивелирующих декларируемые принципы социальной справедливости.

Ключевыми барьерами выступают:

1. Императивные ограничения ответственности. Национальное законодательство и международные конвенции зачастую устанавливают финансовые лимиты возмещения ущерба (например, за утрату багажа или причинение вреда здоровью). Данные лимиты, являясь компромиссом между защитой прав пассажира и экономическими интересами перевозчика, на практике могут оказаться явно несоразмерными реальному размеру причиненного вреда, что подрывает принцип полного возмещения убытков.

2. Диспозитивные (договорные) ограничения. В рамках, дозволенных законом, перевозчики активно используют стандартизированные условия (правила перевозки), которые сужают объем их обязательств и ответственности. К таковым относятся, например, сокращенные сроки для предъявления претензий, особые требования к упаковке багажа, освобождение от ответственности за ценности, а также переложение

бремени доказывания вины и размера ущерба на пассажира.

3. Доказывание как процессуальная проблема. Принцип презумпции вины перевозчика, закрепленный в ст. 796 ГК РФ, не снимает с пассажира бремени доказывания самого факта нарушения, размера причиненных убытков и причинно-следственной связи. Наиболее сложной представляется задача документального подтверждения стоимости утраченного или поврежденного имущества при отсутствии товарных чеков или иных первичных документов.

4. Процессуальные и экономические издержки. Обязательный претензионный порядок (например, в железнодорожных перевозках) создает дополнительную процессуальную ступень, удлиняющую процедуру защиты. Вступление в судебный процесс сопряжено для пассажира с существенными издержками: временными (длительность разбирательства), финансовыми (расходы на представительство, возможные экспертизы) и психологическими. Это делает судебную защиту экономически нецелесообразной для большинства мелких и средних исков, что де-факто лишает пассажира эффективного доступа к правосудию в ряде случаев.

Эти пределы правовой защиты создают существенные вызовы для реализации принципов социальной справедливости. Они приводят к тому, что фактическая защита прав пассажира часто оказывается обманчивой, а ответственность перевозчика – ограниченной до такой степени, что не обеспечивает адекватного восстановления нарушенных прав. В результаты риски, связанные с ненадлежащим оказанием транспортных услуг, обычно ложатся на «слабую сторону» - пассажира.

Таким образом, наряду с формально существующими гарантиями, действенная правовая защита сталкивается с системными ограничениями материального и процессуального характера, которые могут препятствовать достижению декларируемого юридического равновесия в правоотношениях перевозки.

Для преодоления указанных пределов правовой защиты и реализации принципа социальной справедливости (ст. 7 Конституции РФ) в сфере пассажирских перевозок требуется комплексная модернизация правового регулирования, направленная на устранение процессуальных барьеров и усиление материальных гарантий.

Формализацию и унификацию обязанности по информированию пассажиров. Действующая общая норма ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» (ЗоЗПП) должна быть дополнена специальными федеральными стандартами для каждого вида транспорта. Целесообразно закрепить на уровне федерального закона (например, в

Федеральном законе от 08.11.2007 № 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта») обязанность перевозчика размещать в доступной форме не только правила перевозки (ст. 3 Устава), но и исчерпывающую памятку о правах пассажира, порядке и сроках предъявления претензий (ст. 39-40 Устава), а также о внесудебных механизмах урегулирования споров[10].

Гармонизацию и унификацию материальных норм ответственности. Необходима проработка вопроса о внесении изменений в транспортные уставы и кодексы в части унификации оснований и размеров компенсаций за задержку отправления/прибытия и отмену рейса для всех видов транспорта. За основу может быть взят прогрессивный подход, закрепленный, например, в ст. 34 Федерального закона от 19.03.1997 № 60-ФЗ «Воздушный кодекс РФ», предусматривающей конкретные размеры выплат. Это устранит правовую асимметрию и создаст единые стандарты для пассажиров.

Декриминализацию и индексацию лимитов ответственности. Требуется регулярный (например, ежегодный) пересмотр и индексация пределов имущественной ответственности перевозчика, установленных ст. 796 ГК РФ и специальными законами (например, ст. 117 Воздушного кодекса, ст. 133 Кодекса внутреннего водного транспорта). Индексация должна учитывать не только официальный уровень инфляции, но и реальную стоимость типового ущерба. Также необходимо законодательно повысить минимальные пороги взыскания компенсации морального вреда по ст. 15 ЗоЗПП, сделав ее действенным сдерживающим фактором для перевозчика, а не символической суммой.

Прозрачность и публичность контрольно-надзорной деятельности. Эффективным инструментом является законодательное закрепление обязанности уполномоченных органов (Ространснадзор, Роспотребнадзор) на регулярной основе публиковать агрегированную статистику по нарушениям, претензиям и судебным решениям в отношении перевозчиков, с указанием их наименований. Это реализует принципы открытости (ст. 3 Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов…») и будет стимулировать добросовестное поведение на рынке.

Стимулирование механизмов коллективной правовой защиты. Для преодоления процессуальных барьеров и «эффекта мелкого иска» необходимо активное применение и развитие института групповых исков (гл. 28.2 АПК РФ, ст. 224.1 – 224.6 ГПК РФ).

Рекомендуется упростить процедуру их подачи в сфере потребительских споров, а также рассмотреть возможность создания специализированных внесудебных примирительных процедур (медиации) при участии ассоциаций потребителей и отраслевых объединений перевозчиков, что согласуется с принципами, заложенными в Федеральном законе от 27.07.2010 № 193-ФЗ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)».Таким образом, пассажир является «слабой стороной» в договоре перевозки, что создаёт системные вызовы для социальной справедливости. Неравенство в информации, переговорной силе и доступе к ресурсам требует особого внимания со стороны законодателя и правоприменителя.

Существующие механизмы правовой защиты предоставляют определённый уровень защищённости, однако их эффективность ограничена рядом факторов: низкие лимиты ответственности, высокие процессуальные барьеры и недостаточная компенсация нематериального вреда. Эти ограничения приводят к тому, что пассажир часто оказывается незащищённым перед лицом масштабных организаций-перевозчиков.

Реализация принципов социальной справедливости в данной сфере требует не только существования правовых норм, но и их постоянного совершенствования. Пути такого совершенствования включают усиление информированности пассажиров, гармонизацию законодательства, пересмотр лимитов ответственности, упрощение процедур разрешения споров и развитие механизмов коллективной защиты.

Только комплексный и целенаправленный подход к укреплению правового статуса пассажира позволит обеспечить социальную справедливость, гарантируя каждому гражданину безопасные, надёжные и качественно оказанные транспортные услуги, а также эффективную и доступную правовую защиту в случае нарушения его прав.

Таким образом, правовая защита пассажира как «слабой стороны» в Российской Федерации представляет собой развитую систему, основанную на синтезе императивных норм специального законодательства о перевозках и более широких защитных механизмов потребительского права. Концепция социальной справедливости реализуется здесь через презумпции в пользу пассажира, повышенные финансовые санкции для перевозчика и широкое судебное толкование его прав. Пределы этой защиты очерчены требованиями добросовестности со стороны самого пассажира и

объективными пределами ответственности перевозчика. Эволюция судебной практики свидетельствует о постоянном расширении трактовки прав пассажира, что соответствует общемировой тенденции усиления защиты конечного потребителя транспортных услуг.

Список литературы:

1. Поливода, В. А. Способы защиты прав граждан по договору перевозки пассажиров и багажа / В. А. Поливода. - Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 414-416.

2. Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право. Книга 3: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. М.: Статут, 2020. 1055 с.

3. Колкарева И.Н., Дудченко А.В. Правовое регулирование экономики: учебное пособие для студентов всех направлений подготовки бакалавров. -Краснодар, 2018.

4. Попондопуло В. Ф. Коммерческое (предпринимательское) право: Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Норма, ИНФРАМ, 2019. 752 с.

5. Белова Д. А. Принцип социальной справедливости в гражданском праве Российской Федерации // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2017 №4 (117). С. 136-141.

6. Karpunina E.K., Agabekyan R.L., Petrov I.V., Gorlova E.A., Sobolevskaya T.G. Brics countries as new growth poles of the global digital economy//International Journal of Economic Policy in Emerging Economies. 2021. С. 1-11.

7. Камышанский В.П., Дудченко А.В. Меры гражданско- правовой ответственности по договору перевозки грузов и пассажиров // Закон и право. 2015. № 11. С. 80-82.

8. Скворцов О. Ю. Проблемы защиты прав потребителей в сфере транспортных услуг // Юрист. 2020. № 2. С. 36-40.

9. Сармабехьян, Б.С., Алексеенко О.И., Колкарева И.Н., Мартиросов Р.Г., Кирий Е.В., Батуркина Е.И., Даниленко Т.В. Терминологический словарь по гуманитарным дисциплинам: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед., изуч. гуманит. дисциплины. - Краснодар: КФ РГТЭУ, 2004. - 225 с.

10. Дудченко А.В. Социальная справедливость в правоотношениях ответственности перевозчика по договору перевозки пассажира // Закон и право. 2015. № 10. С. 115-117.

УДК 330.45

Трипкош Е.В.,
преподаватель отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им Г.В. Плеханова
Аванесян С.С.,
обучающийся отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - преподаватель ОСПО Трипкош Е.В.)

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ ТОТАЛЬНОЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

INNOVAIVE FINANCIAL ANAIYSIS METHODS IN THE AGE OF TOTAL DIGITALIZATION

Аннотация: Статья посвящена фундаментальной трансформации финансового анализа под влиянием технологий искусственного интеллекта , которая из опционального инструмента превращается в обязательную инфраструктуру. Исследование построено на анализе трех взаимосвязанных аспектов: технологического, экономического и организационного. Детально рассматриваются новые категории рисков: волатильные операционные расходы на искусственный интеллект, «технический долг» данных, регуляторное давление и проблемы кибербезопасности. Конкурентное преимущество в ближайшем будущем будет определяться способностью организации построить целостную, управляемую и этичную экосистему данных, интегрировать нейросеть в ядро бизнес-процессов и провести трансформацию человеческого капитала. Финансовый анализ, усиленный искусственный интеллект, окончательно утвердится как ключевой интеллектуальный актив компании.

Abstract: Innovative Financial Analysis Methods in the Age of Total Digitalization.This article explores the fundamental transformation of financial analysis under the influence of Artificial Intelligence technologies, which is evolving from an optional tool into a mandatory infrastructure.The study is built upon the analysis of three interconnected aspects: technological, economic, and organizational.New categories of risks are detailed: volatile AI operational costs, data «technical debt,» regulatory pressure, and cybersecurity challenges. Competitive advantage in the near future will be determined an organization's ability to build a holistic, governed, and ethical data ecosystem. Financial analysis, augmented by AI, will be definitively established as a key intellectual asset of the company.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, финансовый анализ, цифровизация, обработка естественного языка (NPL), машинное обучение (ML),

автоматизация, виртуальные помощники/цифровой коллега, экономика без кликов (Zero-Click Economy), гибридные архитектуры (Rules-based automation + ML).

Keywords: Artificial Intelligence,Financial Analysis,Digitalization,Natural Language Processing (NLP),Machine Learning (ML),Automation,Virtual Assistants / Digital Colleague,Zero-Click Economy,Hybrid Architectures (Rules-based automation + ML).

К 2026 году искусственный интеллект перестанет быть технологической опцией в финансовом анализе, превратившись в обязательную инфраструктуру. Финансовый анализ, десятилетиями служивший опорой корпоративного управления, находится на пороге самой значимой революции со времен изобретения электронных таблиц. Если электронные таблицы автоматизировали вычисления, то искусственный интеллект берется автоматизировать и трансформировать само мышление, лежащее в основе финансовых решений.

Прогнозы Bank of America (Бэнк оф Америка, Банк Америки - американский финансовый конгломерат, оказывающий широкий спектр финансовых услуг частным и юридическим лицам. Зарегистрирован в штате Делавэр под названием Bank of America orporation.) свидетельствуют, что инвестиции в искуственный интеллект станут ключевым драйвером глобального роста уже к 2026 году, потенциально добавляя к ВВП США- 2.4% и Китая 4.7% соответственно. Но за этими значениями скрывается более тихая фундаментальная перестройка архитектуры каждой отдельной организации.

В будущем более половины молодежи будет искать ответы на свои вопросы не через личное общение со специалистами, а с помощью генеративного искусственного интеллекта.Рынки готовятся к этому переходу, а бизнес осознает: внедрение искусственного интеллекта - это уже не эксперимент, а стратегическая необходимость для выживания.

Искусственный интеллект соответственно понимается как свойство автоматизированных систем брать на себя отдельные функции интеллектуальной работы человека, в частности выбирать и принимать оптимальные решения на основе ранее полученных сведений и опыта, а также рационального анализа событий. Но если проводить аналогию между естественным интеллектом и искусственным интеллектом, человек тоже может поступать рационально и выбирать оптимальный вариант решения проблемы, но эта рациональность и оптимальность может быть абсолютно различной.

И обусловлено это особенностью нашего восприятия происходящего, а именно

зависимостью восприятия от жизненного опыта, от специфики профессиональной деятельности, от личностных особенностей, установок и т.д.

Так, например, несколько человек и нейросеть являются свидетелями какого-либо события, связанного с опасностью (например, видят очень жестокую драку). В одинаковых условиях искусственный интеллект принимает оптимальное и рациональное решение - вызвать полицию, люди же делают выбор оптимального решения, которое будет у каждого свое: кто-то вызовет полицию, кто-то обойдет стороной, сделав вид, что ничего не происходит, кто-то будет вести онлайн-репортаж с места события, кто-то решит разнять дерущихся и т.д. Вариантов оптимального будет несколько, и поэтому то решение, которое примет в этой ситуации нейросеть необязательно для человека будет являться оптимальным.

Ключевое отличие людей от машин состоит в том, что люди наделены психикой и отражение внешнего мира у них происходит сквозь призму биологических и социальных потребностей, чего нет у цифрового интеллекта, для него любая поступающая информация незначима, т.е. безразлична. С позиции развития человека очень важно максимальное использование возможностей естественного интеллекта в ходе жизнедеятельности относительно наращивания навыков выполнения различных интеллектуальных задач. Но если искусственный интеллект заменит простые умственные операции, то мыслительные операции более высокого порядка постепенно будут невозможными для человека. Он дает возможность быстрого поиска нужной информации, соответственно человек получает возможность иметь большую осведомленность, однако мы видим обратное: ЭВМ (Электронная вычислительная машина - это исторический и юридический термин, принятый в отечественной науке для обозначения того, что мы сегодня называем компьютером.) находит необходимую информацию, анализирует, отфильтровывает ее, и человек получает конкретно запрашиваемый объем информации, который и использует в дальнейшем, ему нет необходимости самостоятельно анализировать, вникать в суть, отфильтровывать ненужное, запоминать информацию - происходит постепенное снижение умственной активности человека (анализаторы работают не в полную силу, репрезентативные системы задействованы частично, психические процессы не тренируются).

Данная статья исследует эту трансформацию через три взаимосвязанные линзы:

1. Технологическую (как искусственный интеллект «мыслит»),
2. Экономическую (как он создает стоимость),

3. Организационную (как меняются роли, процессы и риски).

Традиционный финансовый анализ исторически был реактивным, трудоемким и ограниченным. До 80% времени высокооплачиваемых специалистов уходило не на анализ, а на рутину: сбор, очистку и консолидацию данных из ERP (Enterprise Resource Planning - это программное обеспечение, которое помогает компаниям управлять основными бизнес-процессами в единой системе), CRM (Customer Relationship Management - «управление отношениями с клиентами» - это программа или онлайн-сервис, который помогает бизнесу собирать, хранить, систематизировать информацию о клиентах и управлять взаимоотношениями с ними на всех этапах: от первого контакта до повторных продаж.), банковских выписок и электронных писем. Это создавало «слепые зоны», так как в модели неизбежно игнорировался колоссальный массив неструктурированных данных - новости, судебные решения, настроения в соцсетях, геополитический контекст.

Искусственный интеллект, а точнее, симбиоз машинного обучения (ML симбиоз машинного обучения - это концепция, которая предполагает объединение различных методов, схем и подходов для эффективного решения проблемы) и обработки естественного языка (NLP от англ. Natural Language Processing - обработка естественного языка - направление в машинном обучении, которое помогает компьютерам распознавать, анализировать и создавать тексты подобно тому, как это делает человек.), кардинально меняет парадигму. Системы теперь могут в реальном времени обрабатывать петабайты информации всех типов, смещая фокус с вопроса «что произошло?» на вопрос «что может произойти?».

Машинное обучение (ML) является сердцевиной аналитического искусственного интеллекта. В отличие от жестко запрограммированных правил, алгоритмы ML обучаются на исторических данных, выявляя в них сложные, нелинейные и зачастую неочевидные для человека закономерности. Это позволяет строить высокоточные предиктивные модели для решения задач, ранее бывших искусством: от прогнозирования денежных потоков с учетом сотен переменных до оценки вероятности дефолта контрагента на основе альтернативных данных.

Обработка естественного языка (NLP) в свою очередь является ключом к вселенной неструктурированных данных. Алгоритмы NLP в реальном времени анализируют новостные ленты, расшифровки эфиров, отчеты аналитиков, юридические документы и даже настроения в социальных сетях. Это позволяет количественно

оценить репутационные риски, спрогнозировать влияние геополитического события на стоимость активов или за минуты извлечь ключевые условия из тысяч страниц контрактов при due diligence. Благодаря NLP финансовый анализ наконец-то обретает целостность, устраняя «слепые зоны», созданные игнорированием качественной информации.

Эти технологии решают широкий спектр задач:

1. Предиктивная аналитика и прогнозирование: Алгоритмы ML, такие как градиентный бустинг и рекуррентные нейронные сети, прогнозируют денежные потоки, банкротства, курсы валют и рыночные тренды с точностью, недоступной классическим статистическим моделям.

2. Управление рисками и мошенничеством: нейросеть в режиме реального времени анализирует миллиарды транзакционных событий, выявляя аномальные паттерны. Внедрение таких систем позволило некоторым банкам блокировать 15–20% фишинговых атак и снизить операционные расходы на борьбу с мошенничеством на 15–20%.

3. Персонализация и автоматизация: На базе языковых моделей создаются виртуальные помощники, которые формируют индивидуальные финансовые предложения. К примеру, ПАО «Сбербанк России» с помощью сотен ассистентов искусственного интеллекта генерирует кредитные предложения для 96% корпоративных клиентов, а АО «Т-банк» создал целую «Вселенную» из шести виртуальных помощников.

Как подчеркивают эксперты, применение машинного обучения эффективно для борьбы с мошенничеством, анализа трендов, расчета кредитного рейтинга и автоматизации банковской деятельности.

Так можно привести пример новой логики:

1) Старая парадигма: В конце квартала аналитик констатирует падение маржи в регионе X из-за роста себестоимости.

2) Новая парадигма: искусственный интеллект-система, анализируя данные о погоде в странах-поставщиках сырья, тональность новостей о местном регулировании и колебания фрахтовых ставок, за месяц прогнозирует риск роста себестоимости. Она автоматически моделирует три сценария воздействия на маржу, предлагает варианты оптимизации (альтернативные поставщики, корректировка запасов) и готовит проекты решений для менеджмента.

Такой подход меняет финансовую функцию из обслуживающего центра затрат в стратегический центр управления стоимостью и рисками.

К 2026 году внедрение искусственный интеллект сформирует целостную архитектуру, основанную на нескольких взаимосвязанных трендах:

Восхождение виртуальных помощников и «экономика без кликов» (Zero-Click Economy - концепция, которая означает тенденцию, когда пользователи получают ответы прямо в результатах поиска без перехода на сайт.)

Прогноз Forrester показывает (Forrester Research - одна из ведущих мировых аналитических и консалтинговых компаний, специализирующаяся на исследованиях в области информационных технологий и маркетинга), что к 2026 году машинно-инициированный трафик к финансовым организациям вырастет на 40%, указывает на радикальное изменение взаимодействия. Потребитель все реже будет напрямую посещать сайты. Вместо этого его персональный виртуальный ассистент, получив задание «оптимизировать пенсионный портфель» или «найти лучшую ставку по кредиту», будет самостоятельно через API опрашивать институты, сравнивать условия и вести переговоры. Для бизнеса это означает, что конкуренция сместится в плоскость качества машинно-читаемых интерфейсов и алгоритмического предложения условий.

Про искусственный интеллект большинство людей говорят либо с любопытством (34%), либо спокойно, без особых эмоций (31%). Редко кто испытывает сильные чувства – например, недоверие или восторг. Таких всего около 7%. Те, кого нейросеть все же тревожит, называют разные причины: от технических затруднений (17%) до страха, что «живое общение пропадет» (16%) и проблем с тем, что может произойти потеря данных (12%). В целом, люди не против того, чтобы он появлялся в разных сферах – в науке (72%), экономике или образовании (по 57%). И сами готовы пользоваться нейросетью в жизни, особенно чтобы получить услуги на государственном портале Госуслуги, решить бытовые вопросы, провести время или позаботиться о здоровье – тут больше половины положительно относятся к нейросети. При этом только каждый третий переживает, что в будущем искусственный разум может забрать часть его работы.

На смену монолитным системам придут гибридные архитектуры, сочетающие предсказуемость rules-based automation (RBA - это технология автоматизации процессов, основанная на строгой логике «если - то» (if-this-then-that). В отличие от систем на базе нейросети, она не обучается на данных, а в точности следует заранее

заданным инструкциям) с гибкостью ML (Machine Learning - машинное обучение.)

Так, например:

1) Rules-движок выполняет первичную проверку инвойса (наличие номеров, сумм, соответствие бюджету).

2) ML/NLP (Machine Learning и Natural Language Processing - обработка естественного языка) -модели подключаются для сложных задач: верификация подписи, анализ текста контракта на предмет скрытых рисков, оценка надежности нового контрагента по тысячам альтернативных источников.

Финансовый анализ переживает эпоху ренессанса, движимого тотальной цифровизацией. Инновационные методы - от big data и машинного обучения до блокчейна и анализа альтернативных данных - трансформируют его из описательной дисциплины в предсказательную и предписывающую науку. Уже сегодня каждая пятая финансовая организация в России применяет искусственный интеллект, а рынок соответствующих решений измеряется сотнями миллиардов рублей.

Будущее рынков принадлежит гибридным специалистам и hybrid-моделям, где глубокая финансовая интуиция человека усиливается мощью алгоритмов. Преодоление вызовов, связанных с качеством данных, этикой и безопасностью, станет ключом к тому, чтобы эта трансформация привела не только к росту эффективности, но и к созданию более устойчивой, прозрачной и инклюзивной финансовой системы. Финансовый анализ будущего - это не просто отчет о прошлом, это динамическая карта возможностей и рисков в реальном времени, составляемая на стыке финансов, технологий и данных.

Генеративный искусственный интеллект эволюционирует от чат-бота в «цифрового коллегу». Он будет автоматически генерировать комплексные финансовые отчеты, формулировать аналитические записки на основе сырых данных, создавать персонализированные презентации для инвесторов и даже предлагать решения, объясняющие сложные рыночные тренды. В ПАО «Сбербанк России» внедрение GigaChat (GigaChat - это мультимодальная нейросеть от «Сбера», способная вести диалог на русском и английском языках, писать тексты, программный код и генерировать изображения.) для поддержки клиентов уже высвободило 20 операторов, экономя до 2.8 млн рублей в месяц - и это лишь первый шаг. Он представляет собой перспективный инструмент, который может быть использован в образовании для повышения его качества и доступности. Однако необходимо помнить, что

использование любых новых технологий требует осторожности и критического подхода.

Искусственный интеллект перестал быть просто модным трендом и стал инструментом, ориентированным на достижение конкретных результатов. Ассоциация «Финтех» даже разработала единую методологию такой оценки. Эффект проявляется по трем ключевым векторам:

1. Сфера деятельности.
2. Основной экономический эффект.
3. Период достижения.

Макроэкономический эффект для отрасли и страны колоссален. Для экономики России, согласно прогнозам, макроэффект может достичь 11 трлн рублей к 2030 году, причем сектор финансов и страхования обеспечит до 2.5 трлн рублей этой стоимости.

К 2030 году нейросеть может обеспечивать до 10% совокупного дохода банковской отрасли. Потенциальный ежегодный эффект для российского рынка оценивается в 1.9 трлн рублей, а его совокупный вклад в ВВП России к 2035 году, по прогнозам, может достичь 46.5 трлн рублей. Сектор финансов и страхования станет одним из лидеров по созданию добавленной стоимости с эффектом в 2.5 трлн рублей к 2035 году. Глобально же искусственный интеллект способен принести в мировую экономику до 13 трлн долларов к 2030 году.

Наиболее значимые изменения произойдут не в машинах, а в людях. Роль финансового аналитика будет радикально переосмыслена. Вместо исполнителя рутинных операций он станет «пилотом», «тюнером» и стратегическим интерпретатором сложных систем искусственного интеллекта. Его ключевые компетенции сместятся в область:

1. Data Science и управление моделями: Понимание принципов работы алгоритмов, умение формулировать бизнес-задачи на языке данных, интерпретировать выводы моделей и контролировать их жизненный цикл.

2. Критическое мышление и контекст: Способность задавать нейросети правильные вопросы, видеть ограничения и скрытые смещения в данных и моделях, интегрировать машинные инсайты в общую бизнес-стратегию с учетом неформальных факторов и человеческой динамики.

3. Управление, этика и коммуникация: Контроль за действиями автономных систем, обеспечение соответствия регуляторным требованиям , управление этическими

рисками (объяснимость, дискриминация). Аналитик становится ключевым коммуникатором между технологией, руководством и другими подразделениями.

Человек остается в центре цикла, но его роль трансформируется: искусственный интеллект берет на себя рутину и сложные вычисления, освобождая специалиста для творческих задач, стратегического планирования и работы с исключениями, где незаменимы эмпатия, креативность и глубинное понимание бизнеса.

Его ключевые компетенции сместятся:

1. Управление моделями:

Понимание логики алгоритмов, умение формулировать задачи для ML, интерпретировать их выводы и выявлять смещения в данных.

2. Критическое мышление и бизнес-контекст.

3. Коммуникация и этическое управление.

Важно понимать, что нейросеть призвана не замещать, а значительно расширять возможности человеческого интеллекта.

Погоня за эффективностью через искусственный интеллект сопряжена с новыми категориями расходов и рисков, которые станут критичными к 2026 году.

1. Непредсказуемые операционные расходы: В отличие от ПО с фиксированной лицензией, стоимость облачных вычислений, API-вызовов и обработки данных для искусственного интеллекта крайне волатильна. Финансовым директорам потребуются системы мониторинга в реальном времени для контроля этих «технических» затрат.

2. «Технический долг» данных: Разрозненные пилоты создают изолированные «песочницы» данных, что ведет к росту затрат на хранение, проблемам безопасности и будущей интеграции. Устойчивый корпоративный искусственный интеллект требует инвестиций в единую управляемую экосистему данных.

3. Регуляторное давление и «черный ящик»: В 2024 году только в США приняли 59 нормативных актов касаемо искусственного интеллекта. Объяснимость станет ключевым фактором для того, чтобы что-то было признано соблюденным. Банк России уже указывает на риски снижения прозрачности и дискриминации.

4. Концентрация рисков и кибербезопасность: Зависимость от нескольких провайдеров AI-сервисов создает системные уязвимости. Одновременно искусственный интеллект становится оружием злоумышленников для создания дипфейков и сложных атак, требуя ответных инвестиций в AI для защиты (SupTech (Supervisory Technology) или технологии регуляторного надзора, - это использование

инновационных технологий государственными надзорными и регулирующими органами (например, центральными банками или финансовыми комиссиями) для более эффективного и результативного мониторинга и регулирования финансовых рынков и институтов).

В России тренды имеют специфическую окраску, ускоренную геополитической повесткой:

1. От пилотов к платформам: Отказ от точечных решений в пользу единых корпоративных AI-платформ для управления моделями, данными и обеспечения синергии (как в экосистеме Сбера, планирующего инвестировать в искусственный интеллект 600 млрд рублей за три года).

2. Суверенизация и импортозамещение: Активный переход на отечественное ПО, программы, которые вы устанавливаете и запускаете на своих собственных компьютерах или серверах, а также большие языковые модели, которые работают прямо у вас. Бюджеты перераспределяются в пользу внутренней разработки и адаптации.

3. Автономные мультиагентные системы: На смену чат-ботам придут группы взаимодействующих виртуальные агенты, которые будут самостоятельно проводить проверку, управлять ликвидностью или оптимизировать цепочки поставок.

4. Человек в центре цикла: Ключевой стратегический вектор – это аугментация, то есть расширение человеческих способностей. Искусственный интеллект освобождает нас от рутины, давая возможность полностью погрузиться в творчество, разработку стратегий и решение уникальных, требующих глубокого анализа задач.

Инвестиции в искусственный интеллект должны быть экономически обоснованы. Оценка возврата на инвестиции (ROI) - это комплексный процесс, выходящий далеко за рамки простой экономии на ФОТ. Ассоциация «Финтех» уже разработала соответствующую методологию, сигнализируя о наступлении эры прагматичной цифровизации.

Прямые метрики эффективности включают:

1. Операционные: Сокращение времени обработки операций на 60-90%, повышение точности прогнозов на 20-25 процентных пунктов, снижение ошибок.

2. Финансовые: Срок окупаемости проектов (в среднем 12-18 месяцев для успешных кейсов), чистая приведенная стоимость (NPV), снижение операционных расходов.

Стратегическая ценность заключается в переходе к модели data-driven organization (организации, управляемой данными). Финансовый директор из контролера расходов превращается в архитектора ценности, вооруженного самым мощным аналитическим инструментом в истории, способного моделировать будущее и закладывать основу для прорывного роста.

К 2026 году искусственный интеллект перестанет быть опцией в финансовом анализе и превратится в обязательную составляющую корпоративной инфраструктуры:

– Фокус на AI-агентах и Zero-Click Economy: Взаимодействие с финансами будет все больше опосредовано автономными агентами, что сместит конкуренцию в плоскость качества алгоритмов и API.

– Переход от пилотов к целостным платформам: Компании будут отказываться от точечных решений в пользу единых корпоративных платформ для управления данными, моделями и жизненным циклом нейросети.

– Человеко-центричная трансформация роли финансиста: Эпоха аналитиков-счетоводов в прошлом. Сегодня аналитик - это штурман искусственного интеллекта. Он больше не тратит время на рутину, а фокусируется на управлении мощностями нейросети и принятии высокоуровневых решений.

– Формулировка задач для алгоритмов и критическая проверка их выводов.

– Интеграция инсайтов искусственного интеллекта в бизнес-стратегию с учетом неформального контекста.

– Управление этикой, рисками и регуляторной стороной использования искусственного интеллекта («черный ящик», дискриминация в данных).

Экономика финансовых услуг будет необратимо двигаться к модели «zero-click»(экономика без кликов или нулевого касания - это концепция в цифровом мире, при которой пользователь получает нужную ему информацию или услугу мгновенно, без необходимости совершать какие-либо активные действия: кликать мышью, переходить по ссылкам, заполнять формы или просматривать страницы.), где взаимодействия между клиентами, контрагентами и системами опосредуют автономные агенты.

Главный вопрос для финансового руководителя в звучит уже не о внедрении в работу искусственного интеллекта, а насколько быстро и грамотно адаптируется организация, культуру и бизнес-модели к реальности, где искусственный интеллект является основным автором финансовой аналитики и проактивным соавтором

стратегий?».

Компании, которые воспримут и искусственный интеллект не как инструмент сокращения издержек, а как возможность для фундаментального переосмысления создаваемой ценности, окажутся в авангарде новой эры.

Успех организации будет определяться не наличием отдельной передовой модели, а способностью построить целостную, управляемую и этичную экосистему данных, интегрировать искусственный интеллект в ядро стратегических процессов и провести тотальный апгрейд человеческого капитала.

Хотя 88% организаций в мире уже используют искусственный интеллект хотя бы в одной функции, большинство (почти две трети) все еще находятся на стадии экспериментов или пилотов. Лишь около 6% компаний считаются «лидерами», получающими значительный экономический эффект. Их отличает:

– Фокус на росте и инновациях, а не только на сокращении издержек.

– Фундаментальное перепроектирование рабочих процессов (workflow) под нейросетью.

– Активное инвестирование и приверженность руководства.

Насколько быстро и грамотно организация адаптирует свою стратегию, процессы и команды к реальности, где нейросеть является основным «автором» аналитики и проактивным «соавтором» решений, тем быстрее успех будет определяться способностью построить управляемую экосистему данных, интегрировать искусственный интеллект в ядро бизнес-процессов и провести тотальный апгрейд человеческого капитала. Финансовый анализ, возведенный нейросетью на качественно новую высоту, окончательно утвердится как главный интеллектуальный актив и источник конкурентного преимущества современной управляющей данными организации.

Список литературы:

1. Вислова А. Д. Потенциал психологии интеллекта в контексте моделирования искусственного интеллекта // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. - 2019. - № 6 (92). - С. 32-46.

2. Старжинский В. П. Методология и принципы моделирования саморазвивающегося интеллекта в генетической психологии //НАВУКА: ІДЭІ, ПРАПАНОВЫ. - 2014. - № 7.

3. Брушлинский А. В., Тихомиров О. К. О тенденциях развития современной психологии мышления // Национальный психологический журнал. - 2013. - № 2 (10).

4. Суйундукова А. К., Уварова Л. Н. Психологические аспекты искусственного интеллекта // KAZAKHSTAN SCIENCE JOURNAL:International Electronic Periodical Edition. - 2018. - December.

5. Искусственный интеллект в образовании: возможности, методы и рекомендации для педагогов: учебно-практическое пособие / под ред. С.О. Крамарова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2026. - 99 с. - (Наука и практика).

6. Ушаков Д.В. Технологии искусственного интеллекта в психологии// Экспериментальная психология 2024. Том 17. № 4. С. 182–189 doi:10.17759/exppsy.2024170412 ISSN: 2072-7593 / 2311-7036 (online)

УДК 331.101.5

Трипкош Е.В.,
преподаватель отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Ильина Д.С.,
обучающийся отдела среднего профессионального образования
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
(Научный руководитель - преподаватель ОСПО Трипкош Е.В.)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА СТРУКТУРУ ЗАНЯТОСТИ В ТРАДИЦИОННЫХ ОТРАСЛЯХ

ECONOMIC ANALYSIS OF THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE EMPLOYMENT STRUCTURE IN TRADITIONAL INDUSTRIES

Аннотация: в данной работе проводится всесторонний экономический анализ влияния технологий искусственного интеллекта (ИИ) на структуру занятости в традиционных секторах экономики, включая обрабатывающую промышленность, сельское хозяйство, логистику, финансовые услуги и розничную торговлю. Исследование опирается на синтез классических и современных экономических теорий технологического прогресса, а также на анализ эмпирических данных и конкретных отраслевых примеров. Авторы рассматривают ИИ как фундаментальную, сквозную технологию, которая выходит за рамки простой автоматизации рутинных задач, преобразуя саму природу труда, спрос на профессиональные навыки и модели создания стоимости. В статье исследуются как деструктивные, так и конструктивные последствия внедрения ИИ: от вытеснения работников и поляризации рынка труда до создания новых рабочих мест, и развития синергии в рамках совместной работы человека и машины. Особое внимание уделяется макроэкономическим и социальным последствиям, таким как потенциальное усиление неравенства, структурная безработица и региональные диспропорции. В заключительной части представлены комплексные стратегические рекомендации для бизнеса, системы образования и государственных органов, направленные на минимизацию издержек переходного периода и максимизацию выгод от внедрения ИИ при одновременном обеспечении социальной стабильности.

Annotation: This paper provides a comprehensive economic analysis of the impact of artificial intelligence (AI) technologies on employment patterns in traditional sectors of the

economy, including manufacturing, agriculture, logistics, financial services, and retail. The research is based on a synthesis of classical and modern economic theories of technological progress, as well as an analysis of empirical data and specific industry examples. The authors view AI as a fundamental, end-to-end technology that goes beyond the simple automation of routine tasks, transforming the very nature of work, the demand for professional skills, and value creation models. The article examines both the destructive and constructive consequences of the introduction of AI: from the displacement of workers and the polarization of the labor market to the creation of new jobs, and the development of synergy within the framework of human and machine collaboration. Special attention is paid to the macroeconomic and social consequences, such as the potential increase in inequality, structural unemployment and regional imbalances. The final part presents comprehensive strategic recommendations for businesses, the education system, and government agencies aimed at minimizing transition costs and maximizing the benefits of implementing AI while ensuring social stability.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, занятость, рынок труда, технологическая безработица, поляризация труда, автоматизация, сдвиг навыков, человеческий капитал, переквалификация.

Keywords: Artificial intelligence, employment, market labor, technological unemployment, labor polarization, automation, capabilities, human capital, retraining.

Актуальность и контекст исследования

Современная технологическая революция, известная как Четвертая промышленная революция, объединяющая цифровые, биологические и физические достижения, выдвинула искусственный интеллект (ИИ) в авангард глобальных экономических изменений. В отличие от предшествующих этапов автоматизации, сосредоточенных преимущественно на механизации физической работы, современный ИИ способен осуществлять и совершенствовать сложные когнитивные задачи: идентификацию образов, обработку информации, прогнозирование и выработку решений в условиях неопределенности. Это обуславливает его универсальное, всепроникающее воздействие, охватывающее все сферы экономики без исключения.

Первостепенное научное и практическое значение приобретает исследование воздействия ИИ на классические отрасли (производство, аграрный сектор, транспорт, логистика, финансы, розничная торговля). Традиционно эти отрасли служили фундаментом индустриальной экономики, создавали массовую, как правило,

среднеквалифицированную занятость, поддерживали социальную стабильность и определяли идентичность целых регионов. Однако именно они, из-за значительной доли стандартизированных, автоматизируемых процессов, сегодня испытывают наибольшее технологическое воздействие. Формируется противоречие: отрасли, ранее являвшиеся движущими силами индустриального развития, могут стать источниками наиболее серьезных социально-трудовых проблем в эпоху цифровых технологий.

Постановка проблемы и цель исследования

Дискуссия о влиянии технологического прогресса на сферу занятости имеет давнюю историю, восходящую к протестам луддитов. Однако интеграция искусственного интеллекта (ИИ) в экономику привносит в эту дискуссию новое измерение. Наблюдается поляризация экспертных оценок: от апокалиптических сценариев, предрекающих «конец труда», до техно-оптимистичных моделей, где ИИ выступает в роли инструмента, высвобождающего человеческий потенциал для творческой деятельности и досуга. Масштаб потенциальных трансформаций обуславливает необходимость проведения взвешенного и экономически обоснованного анализа. Целью настоящего исследования является многоуровневый экономический анализ воздействия ИИ на структуру занятости в традиционных отраслях. Под «структурой занятости» понимается комплексное понятие, охватывающее не только количественные показатели рабочих мест, но и их качественные характеристики, включая распределение по профессиям, уровень требуемой квалификации, тип выполняемых задач (рутинные/нерутинные), спектр востребованных навыков и уровень компенсации.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1. Рассмотреть эволюцию теоретических подходов к анализу взаимосвязи технологического прогресса и занятости.

2. Систематизировать ключевые каналы и механизмы воздействия ИИ на трудовые функции.

3. Провести сравнительный отраслевой анализ на основе конкретных кейсов внедрения ИИ.

4. Оценить макроэкономические и социальные последствия трансформации структуры занятости.

5. Разработать практические рекомендации для основных стейкхолдеров.

Методологическую основу исследования составляют: историко-экономический

анализ, синтез теоретических концепций (теория технологических укладов, модель замещения-дополнения, гипотеза поляризации), анализ вторичных данных (отчеты McKinsey Global Institute, Всемирного экономического форума, OECD), а также case-study анализа конкретных отраслевых практик.

Теоретические основы: технологии, труд и экономический рост

История человечества неразрывно связана с тем, как технологии меняли наш труд. В XVIII-XIX веках Промышленная революция, заменив мозолистые руки машинными механизмами, вызвала бурные социальные волнения. Но в долгосрочной перспективе она стала двигателем прогресса: производительность взлетела, родились новые гиганты индустрии вроде железных дорог и машиностроения, а уровень жизни большинства людей вырос. Экономисты описывают этот процесс как своего рода «саморегуляцию»: когда техника становится эффективнее, товары дешевеют, люди начинают покупать больше, и это, в свою очередь, порождает новые рабочие места. Но нынешняя эра автоматизации, движимая искусственным интеллектом, – это совсем другая история. Ее сила в универсальности и скорости. Если паровой двигатель или конвейер были заточены под конкретные задачи и отрасли, то ИИ, подобно электричеству или компьютеру, – это технология-универсал, которая проникает повсюду и развивается с головокружительной скоростью.

Ключевые экономические концепции для анализа влияния ИИ

– Модель замещения и дополнения (Autor, 2015). Эта модель предлагает аналитическую рамку, основанную на типологии задач. ИИ эффективно замещает задачи, которые можно описать четкими правилами – как рутинные когнитивные (анализ стандартных отчетов, калькуляция) и рутинные мануальные (сборка на конвейере, сортировка). В то же время, он дополняет труд работников, выполняющих нерутинные аналитические (стратегическое планирование, научные исследования) и нерутинные межличностные задачи (переговоры, мотивация, уход). Таким образом, судьба профессии зависит не от ее принадлежности к отрасли, а от внутренней структуры выполняемых задач.

– Гипотеза поляризации труда (Job Polarization). Эмпирические исследования последних десятилетий выявили тенденцию к «размыванию середины» рынка труда. Растет спрос и доходы в высокооплачиваемых профессиях (управление, инженерия, финансы) и низкооплачиваемых, труднодоступных для автоматизации сферах услуг (уход, персональные услуги, hospitality). Одновременно сокращается доля рабочих мест

среднего уровня квалификации и оплаты, традиционно составлявших основу занятости в промышленности и канцелярской работе. ИИ, автоматизируя именно рутинные задачи «середины», выступает ключевым драйвером этой поляризации.

– Теория технологической безработицы (J.M. Keynes) и современные дебаты. Кейнс предупреждал о возможности «технологической безработицы» из-за слишком быстрого вытеснения труда машинами. Критики этой идеи указывают на историческую способность рынка создавать новые, непредсказуемые ранее профессии (от веб-дизайнера до менеджера социальных сетей). Однако ключевой вопрос сегодня – темпы и масштабы адаптации. Если скорость создания новых рабочих мест отстает от скорости их уничтожения, а переобучение требует значительного времени и ресурсов, временная технологическая безработица может перерасти в структурную и долговременную.

Механизмы воздействия ИИ на структуру занятости

Внедрение ИИ воздействует на рынок труда нелинейно и через совокупность взаимосвязанных каналов.

Наиболее очевидным и впечатляющим результатом является следующее. Например:

– Производство: Роботы, оснащенные компьютерным зрением и машинным обучением, теперь способны выполнять не только базовые операции, но и сложную сборку и контроль качества с превосходной точностью.

– Финансы: Системы автоматизации процессов (RPA) берут на себя рутинные задачи, такие как обработка платежей и оформление заявок, освобождая от работы множество сотрудников.

– Логистика: Беспилотные погрузчики и интеллектуальные системы управления складами (WMS) оптимизируют перемещение товаров, сводя к минимуму участие человека.

Экономические выгоды: Сокращение расходов на персонал, ускорение и повышение точности процессов, непрерывная работа. Социальные последствия: Потенциальное сокращение рабочих мест в сферах, где преобладают повторяющиеся и предсказуемые задачи.

Дополнение труда и синергия в системах «человек-ИИ» (Human-AI Collaboration)

Здесь ИИ выступает не как замена, а как инструмент, расширяющий

человеческие возможности. Сотрудник переходит от выполнения операции к ее контролю, интерпретации и принятию решений на основе данных от ИИ.

– Врач + диагностическая система: Алгоритм анализирует тысячи МРТ-снимков, выявляя аномалии, а врач ставит окончательный диагноз, учитывая клиническую картину и коммуницируя с пациентом.

– Аналитик + предиктивная модель: Специалист по логистике использует ИИ для прогнозирования спроса и оптимизации маршрутов, но сам решает нестандартные вопросы (взаимодействие с ключевым клиентом, форс-мажор).

– Фермер + система точного земледелия: Датчики и дроны собирают данные о состоянии почвы и растений, ИИ предлагает карты дифференцированного полива и внесения удобрений, фермер принимает стратегические решения по севообороту и инвестициям.

Экономический эффект: резкий рост производительности и качества труда, переход к более сложным и ценным видам деятельности. Социальный эффект: трансформация профессий, рост требований к цифровой грамотности и «мягким» навыкам.

Создание новых профессий и отраслей

Этот канал реализует компенсационный механизм. Новые рабочие места возникают:

1. Прямо в ИИ-индустрии: Data Scientist, инженер машинного обучения, AI-архитектор, специалист по разметке данных, эксперт по AI-этике и безопасности.

2. В традиционных отраслях для обслуживания ИИ: Робототехник на заводе, оператор и «тренер» чат-бота в кол-центре, специалист по кибербезопасности промышленных систем, менеджер по цифровой трансформации в розничной сети.

Трансформация требований к человеческому капиталу (Skill Shift)

Происходит кардинальная переоценка навыков. Ценность теряют: узкоспециализированные, рутинные навыки (ввод данных, расчет по шаблону, выполнение стандартной физической операции). Ценность стремительно растет для:

– Высших когнитивных навыков: Критическое и системное мышление, креативность, комплексное решение проблем.

– Социально-эмоциональных (мягких) навыков: Эмпатия, коммуникация, убеждение, командная работа, управление людьми.

– Навыков взаимодействия с технологией: Цифровая грамотность, способность

формулировать задачи для ИИ, интерпретировать его выводы, осуществлять надзор (AI oversight).

– Способности к адаптации и непрерывному обучению (Lifelong Learning).

Этот сдвиг создает серьезный вызов для систем образования и профессиональной переподготовки.

Отраслевой анализ: кейсы трансформации

Концепция Индустрии 4.0 предполагает создание киберфизических систем, где виртуальный и физический миры сливаются. ИИ здесь играет центральную роль:

– Предиктивная аналитика: Алгоритмы предсказывают отказ оборудования, планируют техобслуживание, предотвращая простои.

– Контроль качества: Системы компьютерного зрения с ИИ обнаруживают микроскопические дефекты лучше человека.

– Оптимизация цепочек поставок: ИИ-алгоритмы в реальном времени корректируют логистику, исходя из данных о спросе, запасах и транспортной ситуации.

Влияние на занятость: Сокращение массовых профессий операторов, сборщиков, контролеров ОТК. Рост спроса на инженеров-кибернетиков, data-аналитиков производства, специалистов по интеграции IT/OT (Operational Technology), робототехников, координаторов гибких человеко-машинных команд. Труд становится более интеллектуальным, аналитическим и междисциплинарным.

ИИ трансформирует одну из древнейших отраслей такую как сельское хозяйство, повышая ее эффективность и устойчивость.

– Анализ данных с дронов и спутников: Алгоритмы оценивают состояние посевов, выявляют болезни, прогнозируют урожайность.

– Автономная техника: Тракторы и комбайны, управляемые ИИ, работают с точностью до сантиметра, оптимизируя расход топлива и семян.

– Вертикальные фермы и «умные» теплицы: ИИ управляет климатом, освещением, поливом и питанием растений 24/7.

Влияние на занятость: Снижается потребность в сезонной рабочей силе для рутинных операций. Фермер эволюционирует в агроменеджера, управляющего цифровыми активами и анализирующего big data. Растет потребность в агроинформатиках, операторах БПЛА, специалистах по роботизированной технике и биотехнологах.

Логистика и транспорт: на пути к автономности

– Управление складом (WMS + ИИ): Алгоритмы определяют оптимальное место хранения, маршруты сборщиков заказов, управляют роботами-комплектовщиками.

– Оптимизация доставки «последней мили»: ИИ строит маршруты с учетом пробок, погоды и предпочтений клиентов, управляет парком дронов или роботов-курьеров.

– Автономные грузоперевозки: Разработка беспилотных грузовиков для магистральных перевозок.

Влияние на занятость: Серьезный риск для профессий водителя грузовика, такси, курьера, кладовщика-комплектовщика. Перспективные новые роли: диспетчер-логист флота автономных транспортных средств, специалист по удаленному мониторингу, аналитик логистических потоков, инженер по обслуживанию автономных систем. Возникает парадокс: «водитель» может исчезнуть, но «оператор мобильного робота» появится.

Финансовые услуги и бухгалтерия: алгоритмы вместо конторских служащих

– Робо-эдвайзинг и алготрейдинг: ИИ управляет инвестиционными портфелями, совершает сделки на микросекунды.

– Скоринг и риск-менеджмент: Алгоритмы оценивают кредитоспособность заемщиков и страховые риски на основе альтернативных данных.

– Автоматизация бэк-офиса (RPA): Обработка счетов, начисление зарплат, аудит.

– Клиентский сервис: Чат-боты и голосовые помощники решают до 80% стандартных запросов.

Влияние на занятость: Массовое сокращение в массовых профессиях банковских операционистов, бухгалтеров-счетоводов, трейдеров-исполнителей, страховых агентов по шаблонным продуктам. Взрывной рост спроса на специалистов по данным (data scientists), аналитиков киберрисков, разработчиков fintech-решений, стратегов по цифровой трансформации, а также на экспертов в области compliance и этики ИИ в финансах. Финансист будущего – это технолог и интерпретатор данных.

Розничная торговля: персонализация и бесшовный шопинг

– Динамическое ценообразование и прогнозирование спроса: ИИ анализирует поведение покупателей, погоду, тренды соцсетей.

– Персонализированный маркетинг: Рекомендательные системы (как у Amazon или Netflix) в e-commerce.

– Автоматизированные магазины и кассы: Amazon Go, системы самосканирования.

– Роботизация складов и управление запасами.

Влияние на занятость: Сокращение числа кассиров, мерчендайзеров, складских рабочих. Рост потребности в специалистах по клиентскому опыту (CX), data-маркетологах, аналитиках потребительского поведения, IT-специалистах по поддержке сложных розничных экосистем, логистах e-commerce. Продавец становится консультантом и персональным ассистентом.

Макроэкономические и социальные последствия использования искусственного интеллекта можно рассмотреть по следующим направлениям:

– Поляризация доходов и рост неравенства.

Рынок труда претерпевает трансформацию, меняя правила игры для работников. Те, кто освоил «язык» искусственного интеллекта и умеет с ним сотрудничать, становятся «золотым фондом» экономики, получая сверхприбыли. Остальные же, чьи навыки оказались устаревшими перед лицом автоматизации, оказываются на обочине, их зарплаты либо замирают, либо идут вниз, вынуждая их искать работу в менее престижных и низкооплачиваемых секторах. Этот диссонанс в доходах и возможностях углубляет пропасть между богатыми и бедными, между теми, кто имеет доступ к качественному образованию, и теми, кто его лишен, подрывая основы общественного единства.

– Структурная и региональная безработица

Сокращение численности работников может обгонять темпы появления новых вакансий и программ переквалификации. В особенности это касается населенных пунктов и областей, где экономическая активность сильно зависит от одного крупного производства (например, автомобильного завода или угольной шахты). В таких местах квалификация кадров часто не отвечает современным потребностям, что может привести к продолжительному упадку в регионе и негативно отразиться на перспективах многих его жителей.

Несоответствие между уволенными сотрудниками и нехваткой рабочих мест – серьезная проблема. Населенные пункты с единственным крупным предприятием часто сталкиваются с большими трудностями при поиске альтернатив. Если людей

невозможно переучить, регион страдает от длительного социально-экономического кризиса, последствия которого ощущает не одно поколение.

– Изменение природы трудовых отношений

Все больше людей работают не по стандартным схемам: кто-то берет заказы на фрилансе, кто-то участвует в краткосрочных проектах или работает в так называемой «гиг-экономике». Часто такие возможности появляются благодаря онлайн-платформам. Это удобно, потому что можно самому выбирать время и место работы. Но с другой стороны, такая работа менее надежна, сложнее получить социальные льготы и договориться о правах вместе с другими работниками. Поэтому возникает вопрос: как должен выглядеть договор между обществом и работниками в наше цифровое время?

Стратегии адаптации искусственного интелектв

Для стейкхолдеров бизнеса (корпоративный уровень) можно рекомендовать:

– Инвестиции в человеческий капитал (Upskilling & Reskilling): Создание корпоративных академий, программ пожизненного обучения, партнерство с EdTech. Переобучение сотрудников – не социальная нагрузка, а стратегическая инвестиция.

– Проектирование рабочих мест по принципу Human-AI Collaboration: Не просто внедрять ИИ, а перепроектировать бизнес-процессы так, чтобы человек и алгоритм дополняли сильные стороны друг друга.

– Этический и прозрачный подход к трансформации: Четкая коммуникация с сотрудниками, программы outplacement (помощь в трудоустройстве), социальные пакеты при сокращениях.

Для системы образования (национальный и региональный уровень) рекомендации могут быть как:

– Реформа общего образования: Смещение фокуса с запоминания информации на развитие критического мышления, креативности, эмоционального интеллекта, цифровой и медиаграмотности.

– Развитие непрерывного образования (Lifelong Learning): Создание гибкой системы сертификаций, микро-дипломов, персональных учебных траекторий, доступных в любом возрасте.

– Государственно-частное партнерство в профобразовании: Учебные программы, разработанные совместно с лидерами отраслей, чтобы готовить специалистов под реальные задачи.

Так же использование искусственного интеллекта в макроэкономической и

социальной политике включается в себя:

– Активная политика на рынке труда: Модернизация служб занятости, создание цифровых платформ для поиска работы и обучения, целевая поддержка переобучения в наиболее уязвимых отраслях и регионах.

– Стимулирование создания новых рабочих мест: Поддержка стартапов, МСП в высокотехнологичных и креативных секторах, инвестиции в инфраструктуру (5G, дата-центры) и «зеленую» экономику.

– Адаптация системы социальной защиты: Эксперименты с гибкими социальными моделями, которые покрывают работников гиг-экономики, поддержка в периоды перехода между работами.

– Международное сотрудничество: Выработка общих стандартов в области регулирования ИИ, этики труда, налогообложения цифровых компаний.

Рассмотрев влияние искусственного интеллекта можно делать вывод, что воздействие интеллектуальных систем на традиционные сферы трудовой деятельности является многогранным, сложным и неоднозначным. Нельзя это свести к простой мысли, что автоматизированные системы лишают людей работы. Скорее, мы наблюдаем масштабную перестройку в сфере занятости, сопоставимую с переходом от сельского хозяйства к промышленности.

Экономический анализ показывает, что ИИ не только вытесняет существующие профессии, но и стимулирует появление новых и преобразует текущие. Серьезная проблема состоит не в сокращении общего числа рабочих мест, а в риске несоответствия между быстро меняющимися потребностями экономики в конкретных навыках и имеющимися человеческими ресурсами.

То, каким будет будущее занятости в эпоху ИИ, зависит не только от самих технологий, но и от наших коллективных действий. Для успешной адаптации необходимы согласованные усилия: бизнес должен инвестировать в переквалификацию кадров, система образования должна ориентироваться на непрерывное обучение, а государство должно создавать благоприятную среду для всеобщего процветания и социальной защиты в периоды нестабильности. Необходимо не противиться техническому прогрессу, а направить его на улучшение благосостояния общества, превратив вызов, связанный с ИИ, в возможность для продвижения качества экономического роста и развития человеческого потенциала.

Список литературы:

1. Отор Д. Х. История и будущее автоматизации рабочих мест. Журнал экономических перспектив Autor D. H. Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation // J. of Econ. Perspectives. - Princeton, 2015. - vol. 29, n 3. - p. 3-30. - mode of access: https://www. Aeaweb. Org/ articles?id=10. 1257/jep. 29. 3. 3

2. Бриньолфсон Эрик, Макафи Эндрю Вторая эра машин. Работа, прогресс и процветание в эпоху новейших технологий-М: АСТ, 2018.-300с.

3. Новоселов Д.О. Искусственный интеллект и изменение трудовых ценностей, влияние автоматизации на восприятие работы//Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований.- 2025. №1 (17)

4. Филипова И.А. Стратегия развития искусственного интеллекта и последствия ее реализации для трудового права// Вестник Санкт-Петербургского университета право.-2022.-23с.

5. Асемоглу, Д.,Рестрепо, П. Искусственный интеллект, автоматизация и работа, рабочие документы NBER № 24196, Национальное бюро экономических исследований-2018.

6. Организация Экономического Сотрудничества и Развития. (2019). Искусственный интеллект в обществе. Издательство ОЭСР, Париж.

7. Капелюшников, Р. И. Сколько стоит человеческий капитал России?: препринт WP3/2012/06 Р. И. Капелюшников ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 76 с

8. Малявкина Л.И., Савина А.Г., Савин Д.А., Тенденции развития и применения инструментария комплексных информационных систем управления человеческим капиталом в условиях импортозамещения. Журнал «Экономическая среда», 2024г. ISSN: 2306-1758

УДК 339.13.025.4

Фролов Р.Н.,
к.т.н., доцент
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Нуртдинова Э.В.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

МЕХАНИЗМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО РЫНКА В РОССИИ: АДАПТАЦИЯ К НОВЫМ РЕАЛИЯМ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА

TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN ELECTRONIC MARKET: ADAPTATION TO NEW REALITIES AND ASSESSING THE EFFICIENCY OF PARALLEL IMPORTS

Аннотация: В статье исследуются процессы структурной модификации российского коммерческого рынка электроники за период 2022-2026 гг. Анализируются механизмы адаптации ритейлеров к последствиям геополитической обстановки, санкциям и уходу крупных мировых брендов, смене логистических парадигм, а также государственного регулирования. Особое внимание уделяется эволюции торговых цепочек посредством внедрения антикризисной рыночной политики – параллельного импорта. Анализируется процесс перехода и приспособления к новым постоянно меняющимся условиям экономики и политики, выявляются их количественные и качественные изменения, а также системные риски для бизнеса. На данный момент российский электронный рынок находится в фазе перехода от экстенсивного экономического роста к интенсивному качественному развитию, где главными составляющими становятся: прозрачность логистических цепочек, эффективность поставок, насыщение ассортимента и доверие потребителей.

Abstract: This article examines the structural transformation of the Russian commercial electronics market for the period 2022-2026. It analyzes retailers' adaptation mechanisms to the consequences of the geopolitical situation, sanctions, and the departure of major global brands, shifting logistics paradigms, and government regulation. Particular attention is paid to the evolution of supply chains through the implementation of an anti-crisis market policy – parallel imports. The process of transition and adaptation to new, constantly changing economic and political conditions is analyzed, identifying quantitative and qualitative changes, as well as systemic risks for business. Currently, the Russian e-commerce

market is in a transition phase from extensive economic growth to intensive, high-quality development, where the key components are: transparency of supply chains, supply chain efficiency, product range diversity, and consumer confidence.

Ключевые слова: электронный рынок, импортозамещение, льготное кредитование, потребительская электроника, государственное регулирование.

Keywords: e-commerce, import substitution, preferential lending, consumer electronics, government regulation.

В последние четыре года рынок потребительской электроники в России претерпел значительную трансформацию, вызванную геополитическими изменениями. В связи с разрывом логистических цепочек и появлением ограничений в международных платежах произошел уход крупных зарубежных брендов, что глобально повлияло на электронный рынок России и вынудило государство и предпринимателей на выработку принципиально новых моделей функционирования. Рынок, демонстрировавший ранее экстенсивность, сделал упор на интенсивное развитие и качественные, а не количественные факторы. Рассмотрим как изменилась архитектура рыночных процессов, начиная с 2022 года.

В ответ на уход глобальных брендов, Правительство РФ приняло постановление № 506 от 29 марта 2022 года «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выраженные в таких товарах, и средства индивидуализации, которыми такие товары маркированы»[1]. Документом был разрешён ввоз в Россию оригинальных товаров иностранного производства без согласия правообладателей. Мера направлена на урегулирование имеющегося положения и разрешения параллельного импорта путем замены национального принципа исчерпания на международный. Минпромторг утвердил перечень товаров, ввоз которых разрешен без прямых санкций известных брендов, с целью предотвращения дефицита товаров и монополизации цен, в результате ответственность за сервисное обслуживание и качество перешло с производителей на импортеров, а клиенты столкнулись с ранее невиданными проблемами эксплуатации. Правительство РФ вывело сводку, где подтвердилась работоспособность схемы и список тысячи брендов и товаров, на которые разрешен ввоз без согласия правообладателей. Однако для продуктивного функционирования данного механизма необходима постоянная работа над

рентабельностью для превращения параллельного транзита в гибкий инструмент регулирования рынка и экономики. Концепция регулирования заключается в исключении из списка позиций, достигших высокую рыночную долю и значительный процент импортозамещения, например: парфюмерия, косметика, и в добавлении товарных позиций, имеющих дефицит.

Легализация параллельного импорта выступила не единственной мерой поддержки бизнеса государством. Государство финансово стимулировало транзит, были созданы механизмы льготного кредитования под 7-8% годовых на закупку приоритетной импортной продукции, включая электронику. Также Минпромторг выделил финансирование производителям гражданской техники – планшетов, ноутбуков, компьютеров до 210 миллиардов рублей и предоставил субсидии Фонду развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий. 6 мая 2002 года был опубликован Приказ со списком, включающим около тысячи неймингов товаров и брендов, введённый в оборот, в том числе: Samsung, Apple, Siemens, D-link и др., на которые разрешен ввоз в РФ без согласия правообладателей. Изначально мера была разработана в качестве временного инструмента, но позже Президент РФ продлил срок использования параллельных транзитных схем до 2026 года. Основными «обходными» направлениями стали страны ЕАЭС (Киргизия, Казахстан), Китай, ОАЭ, Турция, что удлинило транзитный путь, увеличило издержки на 15-20% в среднем и сократило рыночную долю американских и европейских брендов. На замену привычным торговым маркам пришли китайские производители: Xiaomi, Realme, Haier, Tecno. К концу 2023 года упомянутые производители заняли более 75% доли российского рынка, что значительно отличается от показателей 2021 года – 50%. Также большую роль сыграли маркетплейсы. Благодаря площадке OZON и OZONglobal, производители получили доступ к товарам из Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, Китая, Турции, а внутренняя конкуренция между производителями позволила избежать гиперреактивного роста цен, характерного для начала 2022 года.

Однако, несмотря на очевидные плюсы параллельного импорта – количественную и ценовую эффективность, в 2024 году началась вторая волна «трансформаций». В связи с отсутствием доступа к облачным сервисам брендов и оригинальных запчастей, крупные ритейлеры, такие как DNS, М.Видео, Эльдорадо запустили развитие собственной марки СТМ, обеспечив сборку техники в Китае под российским брендом. Это свидетельствовало о начале брендозамещения. В связи с

ростом спроса на собственные торговые марки Hi и Novex в 2025 году по сравнению с 2022 годом в 6 раз, производитель увеличил предложение до порядка 400 наименований в 37 востребованных категориях техники.

В 2023-2024 гг., после успешной отладки механизма параллельного импорта, российские власти сосредоточились на создании «белых» схем финансирования. Государство детализировало льготное кредитование: средства разрешили направлять не только на закупку, но и на оплату транспортировки, сопутствующих услуг и таможенных платежей. Далее были введены таможенные послабления – импортеров освободили от необходимости предоставления уплаты таможенных пошлин и налогов и обязанности зачисления валютной выручки на счетах в уполномоченных банках.

К 2025 году ситуация с санкциями затянулась и стало понятно, что временные меры превращаются в «новую реальность». Правительство продолжило поддержку транзита, но стало исключать из списка позиции, по которым налажено собственное производство или поставки из дружественных стран. Ввиду успешной торговли решило использовать рынок для пополнения государственного бюджета и стимулирования локализации через квазиналоги. В 2025 году Минприроды предложило увеличить в 5 раз ставки на электронику с 30 тысяч рублей на тонну. Мера была направлена на поддержку отечественной переработки и создание барьера для дешевого импорта.

В результате принятых мер, за последние четыре года произошло перераспределение рыночных долей производителе по национальному признаку. Если по состоянию на начало 2022 года, по данным портала Промоборудование.рф [4] доля компьютеров и иного электронного оборудования, произведенного «недружественными» западными странами составляла порядка 18% (рисунок 1), то на конец 2025 года наблюдается существенное перераспределение рыночных долей. Изменения, произошедшие за упомянутый период, представлены на диаграмме (рисунки 2, 3). Очевиден общий рост рыночной доли российских производителей электроники, а также брендов из КНР, и значительное снижение доли европейских и американских производителей. Таким образом, можно констатировать, что, не смотря на правообладание значительным количеством брендов, странам коллективного Запада не удалось перекрыть каналы поставок электроники, выпускаемой в странах Азии.

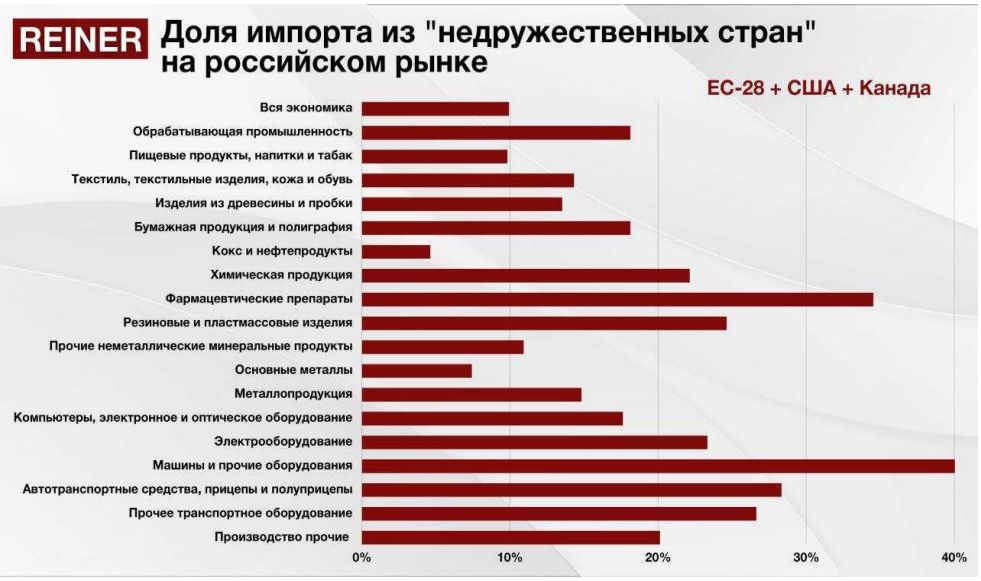


Рис. 1. Доля импорта из западных стран, поддержавших санкционную политику, на начало 2022 года. Источник [4].



Рис. 2. Рыночная доля производителей электроники по странам-изготовителям на начало 2022 года.

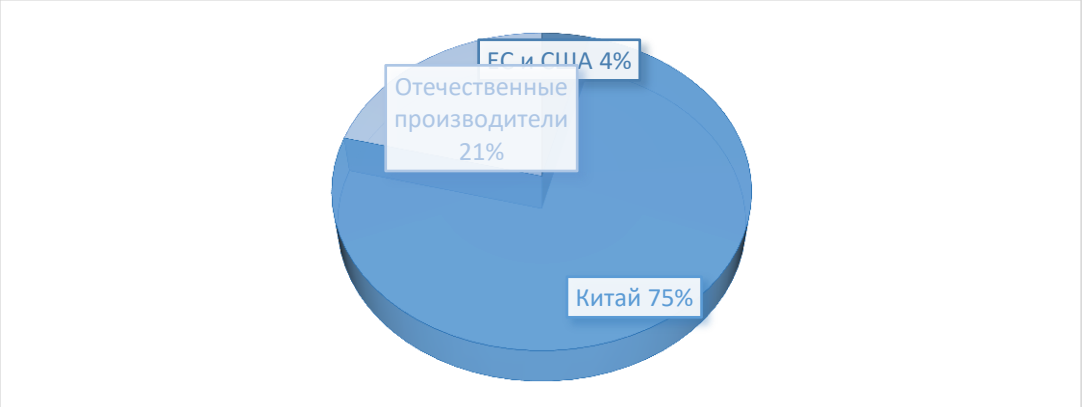


Рис. 3. Рыночная доля производителей по странам-изготовителям в настоящее время.

К 2026 году рынок полностью адаптировался под изменившиеся внешние условия, и государство, в сочетании с поддержкой локальных производств, занялось введением новых обязательных платежей и дополнительным регулированием электронного рынка:

1. Технологический сбор (вступит в силу с 01.09.2026) подразумевает неналоговый платеж на развитие промышленности – 5 000 рублей за единицу товара, сначала на готовые изделия, затем на компоненты производства. Вырученные средства направляются на поддержку критической важной электронной отрасли.

2. Законопроект, регулирующий деятельность маркетплейсов. С 01.10.2026 вступает в силу закон, определяющий ответственность онлайн-площадок за качество товаров, в том числе электронику. В перспективе это должно работать на повышение доверия покупателей.

3. Комплекс экологических и технологических сборов. Эксперты отрасли характеризуют вход бизнеса в 2026 год ростом ставок экосбора, техсбора, а также запуском СПОТ-системы подтверждения ожидания товаров, требующей предварительной оплаты НДС и пошлин.

Рассмотренное выше позволяет сделать вывод о глубокой и необратимой трансформации электронного рынка в России, а именно о спаде острой фазы адаптации к новым реалиям и переходе рынка электроники к принципиально новому качественному состоянию. За четыре года наглядно демонстрируется смена парадигм: от хаотичного сопротивления рыночному коллапсу, к выстраиванию суверенной, технологически инновационной, фискально ориентированной системы. Основным итогом стало формирование двухконтурной модели: первый контур – остаточный, но жестко регулируемый и облагаемый сборами импорт, призванный насыщать ниши, не закрытые локальным производством; второй контур – растущий сектор отечественной электроники, существующий в «тепличных» условиях протекционистских мер и субсидий. Перспективы развития рынка электроники будут четко определены от глубины локализации ИТ-решений и способности российских компаний встраиваться в новые восточноазиатские технологические цепочки, создавая собственные уникальные продукты. Эффективность данной модели будет определяться в ближайшие 1-2 года тем, насколько успешно государству удастся балансировать между фискальным давлением и поддержкой деловой активности, а также насколько быстро российские

производители смогут заместить не только количественно, но и качественно ту продукцию, которая продолжает поступать по каналам параллельного импорта. Рынок вступил в период, где главным ресурсом становится не доступ к товару, а способность выстроить прозрачную, финансово устойчивую и юридически безупречную цепочку поставок в условиях постоянно меняющихся и ожесточающихся условий регуляторного ландшафта.

Список литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 29.03.2022 № 506 (ред. от 28.06.2023) «О товарах (группах товаров), в отношении которых не могут применяться отдельные положения Гражданского кодекса Российской Федерации о защите исключительных прав на результаты...» \ КонсультантПлюс – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_413173/ Дата обращения: 02.04.2026.

2. Максуров А. А. Международное санкционное право и антисанкционное законодательство Российской Федерации: монография / А.А. Максуров. – М.: Юстицинформ, 2024. – 488 с.

3. Максуров А. А. Система антисанкционного законодательства Российской Федерации // Российское право: образование, практика, наука. 2024. № 6 (144). – С. 51-58.

4. Санкционная блокада: какое оборудование перестало поступать в Россию. Промоборудование.рф – Режим доступа: https://xn--80abdhhrxmdbbbgof2c.xn--p1ai/article/sankcionnaya-blokada-kakoe-oborudovanie-perestalo-postupat-v-rossiyu Дата обращения: 02.04.2026.

5. Фролов Р.Н., Кухаренко Л.В. Электронный рынок России под действием экономических санкций: проблемы и пути преодоления санкционных ограничений // Сфера услуг: инновации и качество. 2023, № 67 – С. 116-127.

6. Фролов Р.Н. Повышение эффективности продвижения новых товаров и услуг в сети Internet. // Сфера услуг: инновации и качество. 2017, № 31 – С. 10.

7. Фролов Р.Н. Управление электронным бизнесом. Проектный практикум: учеб.- метод. пособие / Р.Н. Фролов, Л.В. Кухаренко. – Краснодар, 2018. – 60 с.

УДК 339.138

Штезель А.Ю.,
к.э.н., доцент
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Беленова Е.Е.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Мартиросян З.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

MARKETING TOOLS IN CRISIS MANAGEMENT OF A MANUFACTURING ENTERPRISE

Аннотация: В статье рассматривается возможность применения комплекса маркетинговых инструментов для преодоления кризисного финансового состояния производственных предприятий. Предложены мероприятия, основанные на сегментации клиентской базы, оптимизации товарных запасов и реинвестировании прибыли. Экономическое обоснование подтверждает эффективность предложенных мер: высвобождение денежных средств, рост рентабельности и улучшение финансовой устойчивости.

Abstract: The article examines the possibility of using a set of marketing tools to overcome the crisis financial situation of a commercial. The key problems identified are: liquidity deficit, low share of equity, inefficient management of accounts receivable and inventory. The proposed measures are based on customer base segmentation, optimization of inventory and profit reinvestment. The economic justification confirms the effectiveness of the proposed measures: cash release, profitability growth and improvement of financial stability.

Ключевые слова: антикризисное управление, маркетинговые инструменты, сегментация клиентов, оптимизация запасов, кредитная политика, финансовая устойчивость.

Keywords: crisis management, marketing tools, customer segmentation, inventory optimization, credit policy, and financial stability.

Современные экономические условия, характеризующиеся высокой волатильностью рынков и геополитической нестабильностью, требуют от коммерческих и производственных организаций применения гибких подходов к управлению. Особенно остро это проявляется в сфере производства, где риски потери платежеспособности наиболее высоки.

Производственное предприятие одновременно выполняет функции изготовителя и продавца, что порождает необходимость согласования двух контуров: производственного (план выпуска, загрузка мощностей, управление запасами) и коммерческого (привлечение клиентов, ценообразование, логистика, организация стимулирования товаропроводящей цепи). Рассогласование данных контуров ведёт к затовариванию либо дефициту, напрямую снижая рентабельность.

Традиционно антикризисное управление ассоциируется с финансовыми инструментами: реструктуризацией долгов, оптимизацией затрат, привлечением инвестиций [1, с. 164]. Однако значительный потенциал заложен в маркетинговых инструментах, которые позволяют воздействовать на ключевые факторы финансовой устойчивости – скорость оборота средств, структуру клиентской базы, эффективность управления запасами. Длительность сделки, необходимость координации с производственным циклом, высокая степень кастомизации продукта – всё это требует специализированного инструментария.

Этапами антикризисного маркетинга, как правило, являются:

– диагностика положения предприятия (признание кризиса, оценка угрозы, объемов кризиса, оценка потенциальных последствий сложившейся ситуации);

– определение целей (ближайших задач, перспективных целей, планов развития предприятия);

– определение путей достижения целей (инструментарий маркетинг-микс, ценовые стратегии, антикризисный PR, реорганизация предприятия, в том числе, расширение отдела маркетинга);

– оценка эффективности (степень выполнения задач, оценка эффективности выполняемых мер);

– составление и выполнения плана корректирующих мероприятий.

Маркетинговая информация и маркетинговые рекомендации рассматриваются как базовая информация к принятию антикризисных решений, направленных на стабилизацию и выход предприятия из кризиса. Они направлены, главным образом, на

решение кратко- и среднесрочных задач для наиболее эффективного противостояния неблагоприятным внутренним и внешним факторам, при этом конкретные меры, принимаемые в рамках программ антикризисного маркетинга, зависят целиком от конкретной ситуации, конъюнктуры рынка, специфики деятельности компании, а также от ее бизнес политики.

Аналитическая функция маркетинга предполагает сбор и обработку данных о рыночной конъюнктуре, потребительских предпочтениях, действиях конкурентов. Для производственных компаний особое значение имеет мониторинг ёмкости рынка. По расчётам Н.А. Казаковой, ошибка в оценке ёмкости целевого сегмента на 15 % способна исказить производственный план на 20–25 % и привести к росту складских запасов на 30 % от среднемесячного оборота. Именно аналитика продаж становится отправной точкой для всех последующих управленческих решений.

Цель настоящей работы – на примере конкретного предприятия показать, как маркетинговые решения (сегментация клиентов, дифференциация условий оплаты, управление товарными запасами) могут быть использованы в качестве действенных антикризисных мер.

Объектом исследования выступает ООО «Производственная компания КСС» (г. Краснодар), основным видом деятельности которого является производство пластмассовых изделий для строительства. За 2022–2024 гг. выручка организации увеличилась с 210,3 млн руб. до 612,3 млн руб., чистая прибыль выросла в 3,6 раза, достигнув 26,1 млн руб. Однако столь впечатляющие операционные результаты достигнуты ценой нарастания структурных проблем.

Анализ ликвидности показал устойчивый дефицит наиболее ликвидных активов для покрытия срочных обязательств (А1 – П1 = -221606 тыс. руб.).

Коэффициент абсолютной ликвидности составил 0,0774, что ниже нормативного значения.

Коэффициент текущей ликвидности (1,138) находится на грани допустимого.

По результатам оценки по модели Альтмана организация находится в «серой зоне» (Z-счёт = 2,76), что свидетельствует о сохранении высоких рисков, несмотря на улучшение операционных показателей [3, с. 1091].

Ключевые проблемы, требующие антикризисного вмешательства:

1. Несбалансированность расчётов с дебиторами и кредиторами: период оборота дебиторской задолженности – 65 дней, кредиторской – 140 дней.

2. Высокая зависимость от краткосрочных заёмных средств (доля кредиторской задолженности 84,8%).

3. Неконтролируемый рост запасов при дефиците собственных оборотных средств.

4. Кризисный тип финансовой устойчивости: все три группы источников формирования запасов находятся в дефиците [2, с. 203].

Для преодоления выявленных проблем разработан комплекс мероприятий, основанный на использовании маркетинговых подходов, которые традиционно не относятся к финансовому менеджменту, но оказывают прямое влияние на ликвидность и устойчивость.

Мероприятие 1. Сегментация клиентской базы и дифференциация условий оплаты. Сегментация и фокус на целевых группах предполагает выделение перспективных рыночных сегментов, отказ от малопривлекательных потребителей или повышение для них цен, концентрация на лояльных клиентах, предоставление им льгот и дополнительных услуг.

Обращение к потенциальному клиенту не означает получение заказа. В среднем на 25 контактов приходится одна заключенная сделка. Следовательно, стремясь ограничиться минимальным числом работников, руководители допускают и тактические, и стратегические ошибки [4, с.132].

CRM-системы (Customer Relationship Management) автоматизируют сбор данных по каждому этапу воронки, фиксируют историю взаимодействий с клиентами, формируют аналитические отчёты в реальном времени.

О.В. Шаталова и В.В. Мизюрёва отмечают, что внедрение CRM на промышленных предприятиях повышает точность прогноза продаж на 18–22 % и сокращает среднее время обработки заявки на 25–30 % [7, с. 125].

Тем не менее, по результатам опроса, проведённого порталом «Управление продажами» в 2023 г., только 34 % российских производственных компаний с численностью персонала до 500 человек полноценно используют CRM; остальные ограничиваются электронными таблицами или бумажными журналами.

Расчёт LTV на производственном предприятии осложнён тем, что один клиент может заказывать продукцию нерегулярно, крупными партиями, с вариативными спецификациями, поэтому для промышленного сектора целесообразно рассчитывать LTV на основе контрактных данных за 1–3 года, а не на базе среднемесячного чека.

В настоящее время все клиенты исследуемого предприятия работают на единых условиях отсрочки, что не стимулирует своевременную оплату. Предлагается классифицировать покупателей на четыре категории: «Надёжные», «Стандартные», «Новые» и «Проблемные».

Критерии сегментации : длительность сотрудничества, объём закупок, платёжная дисциплина.

Для каждой категории устанавливаются индивидуальные условия оплаты (таблица 1).

Таблица 1.

Предлагаемая шкала условий оплаты для покупателей

Категория покупателя	Характеристика	Условия оплаты
1.Надёжные (постоянные)	Сотрудничество более 2 лет, отсутствие просрочек, объем закупок свыше 5 млн. руб./год	Отсрочка до 60 дней, возможно увеличение лимита
2.Стандартные	Сотрудничество от 1 года, редкие задержки оплаты (до 5 дней), объем закупок 1-5 млн. руб./год.	Отсрочка до 45 дней
3.Новые	Сотрудничество менее 1 года, либо отсутствие кредитной истории	Отсрочка до 30 дней, либо предоплата 30%
4. Проблемные	Наличие просрочек свыше 15 дней в течение последних 6 месяцев	Предоплата 100%

Для надёжных клиентов – отсрочка до 60 дней, для стандартных – 45 дней, для новых – предоплата 30% или отсрочка 30 дней, для проблемных – 100% предоплата. В договоры вводится пункт о пенях за просрочку (0,1% в день).

Для менеджеров по продажам устанавливается KPI «период оборота дебиторской задолженности» (DSO), что создаёт материальную заинтересованность в контроле за платежами.

Мероприятие 2. Оптимизация ассортимента:

– сужение ассортимента для снижения затрат;

– сохранение премиальных позиций «на лучшие времена»;

– разработка модификаций продукции под специфические запросы клиентов;

– оптимизация товарных запасов с использованием ABC-анализа. Конкретизируем данное предложение.

Рост запасов до 103214 тыс. руб. при дефиците собственных оборотных средств (74096 тыс. руб.) требует жёсткого контроля. Предлагается провести ABC-анализ всей номенклатуры, выявить неликвидные позиции, реализовать их через скидки или

тендерные площадки.

Для группы А (наиболее дорогостоящие запасы) установить нормативы текущих и страховых запасов, провести переговоры с поставщиками о переходе на систему «точно в срок». В результате ожидается сокращение запасов на 6,5% (6709 тыс. руб.) и снижение затрат на хранение.

Мероприятие 3. Реинвестирование части чистой прибыли для укрепления капитальной базы.

Собственный капитал составляет лишь 13,7% пассивов, что критически низко. На основе прогноза чистой прибыли на 2026 г. (метод наименьших квадратов) предлагается направить 50% чистой прибыли (16167,5 тыс. руб.) на погашение кредиторской задолженности. Это позволит увеличить долю собственного капитала, снизить долговую нагрузку и улучшить показатели ликвидности.

Расчёт эффекта от реализации предложенных мер представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Сводный финансовый эффект от предложенных мероприятий, тыс. руб.

№ п/п	Мероприятие	Прямой приток денежных средств	Ежегодная экономия (рост прибыли)	Увеличение собственного капитала
1	Сегментация клиентов, управление ДЗ	11742,57	-	-
3	Оптимизация запасов	6708,91	979,50	-
4	Реинвестирование прибыли	-	-	16167,50
Итого		18451,48	979,50	16167,50

Высвобожденные денежные средства (18451,5 тыс. руб.) направляются на погашение кредиторской задолженности, что дополнительно снижает долговую нагрузку. Ежегодная экономия на затратах по хранению запасов (979,5 тыс. руб.) увеличивает чистую прибыль. Реинвестирование прибыли (16167,5 тыс. руб.) укрепляет собственный капитал.

Прогнозные значения ключевых показателей после реализации мероприятий:

- Коэффициент абсолютной ликвидности возрастёт с 0,0774 до 0,1152;
- Коэффициент текущей ликвидности – с 1,138 до 1,2035;
- Коэффициент автономии – с 0,1368 до 0,1742;
- Период оборота дебиторской задолженности сократится с 65 до 58 дней;
- Запасы снизятся на 6709 тыс. руб.;
- Кредиторская задолженность сократится на 34619 тыс. руб.;

– Рентабельность продаж по чистой прибыли повысится с 4,26% до 5,42%.

Оценка вероятности банкротства по модели Альтмана улучшится (Z-счёт с 2,76 до 2,90), что соответствует переходу в зону низкого риска.

На производственных предприятиях контрольная функция реализуется по двум направлениям: контроль коммерческих показателей (выручка, маржинальная прибыль, дебиторская задолженность) и контроль операционных параметров (процент выполнения заказов в срок, уровень возвратов, среднее время обработки заявки).

Для контроля эффективности реализации программы мероприятий необходимо представить инструменты мониторинга и адаптации:

– регулярный анализ KPI (объём продаж, конверсия, ROI);

– быстрая корректировка стратегии при изменении условий;

– использование Agile-методов (спринты, итерации) для гибкости.

Отдельного рассмотрения заслуживает методология сбалансированных показателей (BSC – Balanced Scorecard), которая предполагает оценку по четырём перспективам: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие.

Для отдела сбыта производственного предприятия это означает:

– финансовая перспектива: выручка, маржинальная прибыль, ROS;

– клиентская: NPS, CRR, доля кошелька (share of wallet) у ключевых клиентов;

– процессная: конверсия воронки, время обработки заявки, процент выполнения заказов в срок;

– развитие: количество часов обучения менеджеров, внедрение новых инструментов (CRM, BI-аналитика).

Сбалансированность означает, что оптимизация одного показателя не должна ухудшать остальные. Классический пример – агрессивное наращивание объёма продаж за счёт скидок. Выручка растёт, но маржинальность падает, а нагрузка на производство создаёт риск срывов сроков поставки и, как следствие, снижения NPS.

Например, Д.И. Баркан приводит кейс машиностроительного предприятия, где увеличение объёма заказов на 28 % привело к росту числа рекламаций на 41 % и потере двух ключевых клиентов, формировавших 17 % совокупной выручки.

Выбор конкретного набора метрик определяется стратегией предприятия, зрелостью информационной инфраструктуры и спецификой отрасли. Для производственного сектора принципиально учитывать взаимосвязь сбытовых и производственных показателей, а также длительность коммерческого цикла,

превышающую аналогичный параметр торговых организаций в 3–6 раз.

В целом, проведённое исследование подтверждает, что маркетинговые инструменты: сегментация клиентов, дифференциация условий оплаты, оптимизация товарных запасов – могут быть эффективно интегрированы в систему антикризисного управления коммерческой организацией.

Предложенные мероприятия, основанные на анализе практического опыта функционирования предприятия ООО «ПК КСС», позволяют высвободить денежные средства, повысить ликвидность, снизить долговую нагрузку и укрепить финансовую устойчивость. Полученные результаты демонстрируют, что управленческие решения в области маркетинга и товарной политики способны оказывать прямое положительное влияние на финансовое состояние, что особенно важно в условиях экономической нестабильности [5, с. 100].

Список литературы:

1. Абдукаримов И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 214 с.

2. Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 335 с.

3. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов: практическое руководство / А. Дамодаран. – 5-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2026. – 1339 с.

4. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. - Москва : ИНФРА-М, 2026. - 300 с.

5. Казакова Н.А. Финансы и финансовый анализ: учебник / Н.А. Казакова, В.Г. Когденко, М.В. Мельник. – М.: ИНФРА-М, 2026. – 201 с.

6. Кущ С.П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках / С.П. Кущ. - 3-е изд. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2023. - 272 с.

7. Шаталова О.В. Управление продажами в цифровой экономике / О.В. Шаталова, В.В. Мизюрёва // Управление продажами. - 2023. - № 2. - С. 118–127.

8. Бухгалтерская отчетность ООО «ПК КСС» за 2022–2024 гг. [Электронный ресурс] // Государственный информационный ресурс бухгалтерской отчетности. – Режим доступа: https://bo.nalog.ru/ (дата обращения: 25.03.2026)

УДК 339.138

Штезель А.Ю.,
к.э.н., доцент
кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Штезель Д.А.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры корпоративного и государственного управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Беленова Е.Е.,
обучающийся (бакалавр)
кафедры экономики и цифровых технологий
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

MARKETING ASPECTS OF RELATIONSHIP DEVELOPMENT MANAGEMENT IN INDUSTRIAL MARKET

Аннотация: авторами рассматривается концепция маркетинга взаимоотношений, которая направлена на удержание долгосрочных, доверительных отношений с постоянными партнёрами компании. Отмечается значимость ориентации на удержание потребителей, формирование индивидуального подхода и общей системы ценностей: внедрение принципов маркетинга партнёрских взаимоотношений в производственное предприятие подразумевает необходимость перестройки не только маркетинга, но и всей системы управления компанией, развития и формирования маркетингового мышления.

Abstract: the authors consider the concept of relationship marketing, which is aimed at maintaining long-term, trusting relationships with permanent partners of the company. The importance of focusing on customer retention, the formation of an individual approach and a common value system is noted: the introduction of partnership marketing principles into a manufacturing enterprise implies the need to restructure not only marketing, but also the entire company management system, development and formation of marketing thinking.

Ключевые слова: маркетинг взаимоотношений, производственное предпринимательство, клиентоориентированность, автоматизация, интеграция.

Keywords: relationship marketing, industrial entrepreneurship, customer orientation, automation, integration.

Поиск путей повышения конкурентоспособности промышленных предприятий

на российском рынке является актуальной задачей. В связи с этим в последние десятилетия особое значение в теории и практике менеджмента и маркетинга придается исследованию проблем разработки стратегии развития на основе создания системы длительных и взаимовыгодных отношений предприятия и ключевых потребителей, что объективно выступает необходимой предпосылкой обеспечения конкурентных преимуществ предприятия и определения вектора долгосрочного развития.

Понимание сущности взаимоотношений производителей/продавцов с целевыми клиентами, характеризующихся чрезвычайной сложностью вследствие влияния динамичной информационной, экономической, технологической и рыночной среды, дает возможность управлять их совокупностью для достижения взаимовыгодного обмена ценностями. В связи с этим возрастает актуальность не только четкого понимания сути ценности на рынке промышленного назначения, но и разработки инструментов и подходов реализации данных ценностей в системе управления организации.

Особенности развития промышленных предприятий определяются спецификой бизнес-процессов, связанных с входящей логистикой и производством. Большое значение приобретает централизация принятия управленческих решений, повышенный уровень риска и сложности, необходимость оперативно перестраивать свою производственную деятельность в зависимости от рыночной ситуации.

В условиях, когда многие виды продукции обладают схожими технико-экономическими характеристиками, конкурентное преимущество все чаще формируется за счет качества сервиса, гибкости условий поставок, надежности компании как партнера и глубины понимания ее сотрудниками специфических потребностей заказчика. Это требует от системы управления не только оперативности, но и глубокой интеграции в бизнес-процессы клиентов, что особенно актуально для предприятий, работающих на рынке производственного назначения.

Применение традиционного маркетингового инструментария, который эффективно зарекомендовал себя на потребительском рынке, в данной ситуации ограничено, что детерминирует необходимость пересмотра базовых маркетинговых концепций и разработки новых подходов, ориентированных на формирование и поддержание долгосрочных взаимоотношений и преобразование коммуникационного капитала в экономический.

В этой связи все больше исследователей обращают внимание на развитие методик

в сфере управления продажами, которые нацелены не только на привлечение, а, в большей степени, на удержание и управление жизненным циклом клиента (LTV). Так, по мнению К. Гренрооса: «привлечение новых клиентов для предприятия обходится в шесть раз дороже, чем осуществление повторной продажи уже существующему покупателю, а если клиент остался неудовлетворенным, то его завоевание будет стоить фирме еще в шесть раз дороже».

Кроме того, исследователи А. Райхольд и М. Сассер доказали, если компания снизит уровень оттока покупателей хотя бы на 5%, то вследствие этого она сможет увеличить свою прибыль на 25-85% [4, с. 7].

Подобная трансформация концептуального развития маркетинговой парадигмы предложения привела в последние годы к пониманию, что объектом управления становятся отношения (коммуникации) с потребителями и другими субъектами рыночной деятельности. При этом, ученые акцентируют внимание на прогрессивности этой концепции, в связи с тем, что на фоне достаточно большого количества классических товаров, унифицированных услуг и шаблонных маркетинговых решений, единственный способ удержать потребителя – это внедрение стратегии на основе развития долгосрочного взаимодействия партнеров.

Большинством исследователей, как зарубежных, так и отечественных, отмечается, что современные маркетинговые инструменты признаются тем механизмом, который способен повысить качество и эффективность деятельности предприятия в рамках ограниченности ресурсов [4, с. 1009].

Как отмечает Н.Д. Гасанов, «модернизации инструментов маркетинга» необходима для установления долгосрочных отношений с потребителем [2, с. 744].

О.Н. Беленов и И.В. Гончарова справедливо полагают, что «структура и состав маркетинговых инструментов принципиально меняются, вынуждая компании ориентироваться на запросы клиентов и переходить к омниканальному обслуживанию в b2c и b2b сферах» [1, с. 136].

Данная концепция получила новый импульс развития с внедрением и адаптацией информационно-коммуникационных технологий, цифровой трансформации в мировом общественном развитии. Инструменты, основанные на базе искусственного интеллекта, включая определенные рекомендательные алгоритмы и голосовых помощников, значительно видоизменяют каналы осуществления взаимодействия, тем самым, позволяя выполнять прогноз спроса с более высокой точностью.

Априори можно утверждать, что эффективность взаимодействия зависит от того, каким образом и кем осуществляются контакты взаимодействующих сторон. Основой для разработки концепции взаимоотношений в производственном предпринимательстве должно быть комплексное исследование покупателей, направленное на выявление характеристик целевых покупателей и особенностей их поведения, отношение к предприятию и его товару, изучение спроса покупателей целевого рынка.

Теоретической основой для прорыва в данной области является концепция «цифрового фронт-офиса», которая предполагает автоматизацию всех рутинных транзакционных взаимодействий с клиентами, высвобождая, тем самым, ресурсы менеджеров для выполнения функций, создающих добавочную стоимость: глубокой работы с ключевыми аккаунтами, решения нестандартных задач и выстраивания долгосрочных партнерских отношений, повышения точности данных и индивидуализации подхода к клиентам промышленного рынка.

Существенным источником информации является система управления клиентским опытом, включающая результаты опросов, анкетирования и отзывы на внешних ресурсах. Для анализа рыночных трендов и конкурентного окружения подключаются агрегаторы внешней информации: маркетинговые исследования, данные мониторинга цен и ассортиментных предложений конкурентов, поисковая аналитика (например, Яндекс.Вордстат), а также платформы анализа социальных сетей.

Развитие экосистемы цифровых каналов сбыта должно стать стратегическим приоритетом при реализации концепции взаимоотношений, например, в рамках создания корпоративного B2B-портала для оптовых клиентов: полнофункциональная веб-платформа, предоставляющая партнерам полный цикл услуг и анализ персональной статистики покупки; мобильное приложение для оперативного оформления заказов, получения информации о стимулирующих предложениях, а также оперативной коммуникации со службой поддержки.

Отраслевым примером успешной цифровой трансформации является компания «Черкизово», холдинг разработал и активно продвигает собственную B2B-платформу «Черкизово Торговая Площадка», через которую клиенты могут самостоятельно формировать заказы, отслеживать статус их выполнения в режиме реального времени, работать с электронными документами и анализировать историю своих покупок. Это позволило компании не только значительно сократить операционные издержки на

обработку стандартных заказов, но и резко повысить удобство и прозрачность обслуживания для своих партнеров.

Реферальные программы являются эффективной стратегией для компаний, стремящихся привлечь новых клиентов, а также расширить свою существующую клиентскую базу, они создают модель отношений, при которых и реферал, и привлеченный получают выгоду, например, за счет скидок, кредитов или других стимулов. С экономической точки зрения это приводит к мультипликативному эффекту, когда один довольный клиент потенциально может привлечь еще нескольких: исследование, проведенное Уортонской школой бизнеса, показало, что у привлеченных клиентов вероятность остаться в компании на 18% выше, чем у тех, кто не привлекался [5].

Аналитики Saasquatch выяснили, что один довольный покупатель порекомендует компанию минимум девяти людям. При этом у лидов, которых бизнес получил по рекомендациям, конверсия в покупку выше на 30%, чем у клиентов из других каналов. LTV реферала в среднем выше на 13,2% по сравнению с клиентами, пришедшими по рекламе [6].

Очевидна также необходимость в организации программы обучения и системы премирования для сотрудников, это объясняется тем, что компетентность и умение довести контакт с клиентом до подписания сделки являются ключевыми для менеджера. Обучающие курсы должны сочетать в себе информацию по совершенствованию навыков общения с клиентами, обслуживания, успешных переговоров и построения деловых отношений. Результатом таких семинаров может стать снижение случаев потери клиента на одном из этапов воронки продаж, повышение уверенности менеджеров по продажам в своих навыках и умениях, снижение нагрузки сотрудников.

Перспективы развития маркетинга взаимоотношений связаны с дальнейшей цифровизацией, использованием технологий искусственного интеллекта для персонализации сервиса, а также с развитием новых форматов оказания услуг, таких как удаленные консультации и виртуальные сервисы.

К дополнительным методам повышения эффективности деятельности производственного предприятия, полностью согласующимися с реалиями рынка и подтверждающими значимость комплексного подхода в современных условиях, следует отнести следующие:

– проведение анализа текущих процессов и стратегий для выявления сильных и слабых сторон, оценки успешности применения маркетинговых инструментов и определения основных областей для их улучшения;

– автоматизация различных процессов за счет использования CRM-систем, которые эволюционирует из простого инструмента учета в платформу для автоматизации маркетинга, управления лидами, анализа клиентского поведения и прогнозирования оттока, разработка стратегии с акценом на крупных корпоративных клиентов с высокой экономической ценностью;

– интеграция каналов коммуникации для повышения охвата целевой аудитории при обеспечении согласованности и последовательности бренд-коммуникационной стратегии. Стратегия мультиканального маркетинга может не только способствовать повышению продаж, но и предоставит все необходимые инструменты для управления маркетинговыми процессами и увеличения вовлеченности и конверсии;

– поддержка имиджа производственного предприятия с инвестированием средств в коммуникации, укрепление взаимоотношений с постоянными заказчиками, корректировка плановых показателей и ориентация на долгосрочные перспективы, ;

– разработка и внедрение инновационных решений в области экспертного контента;

– оптимизация цепочек поставок, развитие омниканальности, географической экспансии с учетом локальной специфики;

– организация участия в профильных выставках и промышленных конференциях, использование их как площадки для демонстрации, установления контактов, сбора обратной связи и отслеживания состояния отношений с клиентами, контакты с которыми были установлены на выставке;

– активное использование инструментов тестирования и аналитики с целью оценки эффективности маркетинговых инструментов и направления усилий и ресурсов на те из них, которые приносят больше прибыли предприятию.

Наиболее распространённым подходом к измерению результативности является система ключевых показателей эффективности – KPI (Key Performance Indicators). Комбинированные показатели связывают результат с затраченными ресурсами:

– отношение продаж к количеству контактов с клиентами;

– отношение коммерческих расходов к выручке;

– маржинальная прибыль на одного менеджера по продажам.

Набор KPI не может быть универсальным; он определяется стратегическими приоритетами компании. Если предприятие находится на стадии агрессивного роста, на первый план выходят показатели прироста клиентской базы и объёма продаж. Если же акцент делается на рентабельности, приоритетными становятся маржинальность и стоимость привлечения клиента (CAC).

В целом, управление взаимоотношениями производственного предприятия представляет собой подсистему маркетинг-менеджмента, обеспечивающую планирование, организацию, мотивацию и контроль процессов реализации продукции в условиях тесной интеграции с производственным контуром. Ее специфика обусловлена природой промышленного рынка: сложностью продукта, ограниченным числом крупных клиентов, длительными контрактными отношениями и высокими барьерами переключения.

Выбор конкретных методов зависит от особенностей деятельности производственного предприятия, его стратегических целей и позиционирования на рынке. Синергетический эффект от их совместной реализации создаст устойчивое конкурентное преимущество, недостижимое при использовании традиционных подходов к управлению продажами и отношениями на рынке промышленного назначения.

Таким образом, в современных условиях цифровой экономики непрерывное совершенствование системы управления взаимоотношениями на основе глубокого анализа, внедрения передовых технологий и адаптации лучших отраслевых практик является не просто рекомендацией, а императивом для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности и устойчивого развития производственного предприятия.

Список литературы:

1. Беленов О. Н. Состав и структура маркетинговых инструментов / О. Н. Беленов, И. В. Гончарова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 1. – С. 136-140.

2. Гасанов Н. Д. Влияние на конкурентоспособность предприятия с помощью инструментов маркетинговой деятельности / Н. Д. Гасанов, Ю. Н. Назарова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2024. – № 12. – С. 742-746.

3. Малюк В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. - 2-е изд. - Москва:

Издательство Юрайт, 2026. - 404 с.

4. Цыганов М. Б. Инновационные методы и инструменты, применяемые в маркетинговой деятельности / М. Б. Цыганов // Экономика и социум. – 2023. – № 11-2 (114). – С. 1006-1009.

5. How Referral Programs Can Impact Customer Acquisition Costs [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://fastercapital.com/content/How-Referral-Programs-Can-Impact-Customer-Acquisition-Costs.html#The-Role-of-Customer-Lifetime-Value-in-Referral-Program-Efficiency

6. Реферальные программы: что это, как работают и как их запускать [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://secrets.tbank.ru/razvitie/referalnaya-programma/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F