

ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ: ИННОВАЦИИ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ



**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Экономика знаний и интеллектуальная
собственность: инновации и
коммерциализация**

Монография

УДК 33
ББК 65
Э40

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.

Рецензент:

Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Авторы:

Богданов Е.Н., Виноградова А.В., Григорьева Н.Н., Довлатова Г.П., Каращенко В.В., Каячев Г.Ф., Котоменкова О.Г., Кулешова А.М., Мельниченко Т.Ю., Сальникова К.В.

Экономика знаний и интеллектуальная собственность: инновации и коммерциализация [Электронный ресурс]: монография. – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 81 с.). - Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2023. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/monograph_101223.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10".

ISBN 978-5-907607-54-5

Материалы монографии будут полезны преподавателям, научным работникам, специалистам предприятий, а также студентам, магистрантам и аспирантам.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: Designed by Freepik, Canva.

ISBN 978-5-907607-54-5



© Авторский коллектив, 2023 г.

© Издательство НОО Профессиональная наука, 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
Глава 1. Объекты интеллектуальной собственности как сфера экономических отношений	6
Глава 2. Экономические основы краудфандинговой деятельности и защита прав инвесторов.....	19
Глава 3. Прослеживаемость товаров в условиях цифровой экономики как механизм борьбы с фальсификацией и контрафактом. Исследования на примере изделий из шерсти и специальных волокон.....	35
Глава 4. Ценностные ориентиры молодёжи в процессе получения высшего профессионального образования.....	53
Глава 5. Креативные индустрии как новый фактор роста Российской экономики	65
Заключение	73
Библиографический список.....	74
Сведения об авторах	79

Введение

В современном мире, где экономика интенсивно развивается в направлении информационных технологий и инноваций, понятие "экономика знаний" приобретает особую актуальность. Эта монография посвящена анализу взаимодействия экономики знаний с интеллектуальной собственностью, инновациями и их коммерциализацией. Основное внимание уделено не только традиционным аспектам интеллектуальной собственности, но и современным тенденциям в этой области, включая краудфандинговую деятельность, прослеживаемость товаров в условиях цифровизации и влияние этих процессов на ценностные ориентиры молодежи.

Глава 1 затрагивает ключевые аспекты интеллектуальной собственности как сферы экономических отношений, подчеркивая её роль в стимулировании инноваций и развития. Глава 2 раскрывает экономические основы краудфандинга и защиту прав инвесторов, что особенно важно в контексте современных стартапов и проектов. В Главе 3 обсуждается проблема прослеживаемости товаров и борьбы с фальсификацией в условиях цифровой экономики, на примере конкретных товаров. Наконец, Глава 4 фокусируется на ценностных ориентирах молодёжи в процессе получения высшего образования, что является ключевым для понимания будущего развития экономики знаний. В главе 5 обсуждается вопрос креативных индустрий как новый фактор роста Российской экономики

Авторский коллектив:

Глава 1. Объекты интеллектуальной собственности как сфера экономических отношений (Сальникова К.В.)

Глава 2. Экономические основы краудфандинговой деятельности и защита прав инвесторов (Кулешова А.М., Довлатова Г.П., Каращенко В.В.)

Глава 3. Прослеживаемость товаров в условиях цифровой экономики как механизм борьбы с фальсификацией и контрафактом. Исследования на примере изделий из шерсти и специальных волокон (Виноградова А.В., Котоменкова О.Г.)

Глава 4. Ценностные ориентиры молодёжи в процессе получения высшего профессионального образования (Богданов Е. Н., Мельниченко Т.Ю.)

Глава 5. Креативные индустрии как новый фактор роста Российской экономики (Каячев Г.Ф., Григорьева Н.Н.)

Глава 1. Объекты интеллектуальной собственности как сфера экономических отношений

Инновацию можно определить как первое практическое применение нового научно-технического (технологического), организационно-экономического, производственного или иного решения. Научные и технические решения часто рассматривают в неразрывной связи с инновационным процессом.

Термин «инновация» в переводе с латинского означает «обновление, изменение». Его ввел ученый Йозеф Алоиз Шумпетер. Он выделял следующие виды комбинаций (инноваций):

- 1) использование новой техники, технологических процессов;
- 2) внедрение продукции с новыми свойствами;
- 3) использование нового сырья;
- 3) изменения в организации производства и в его материально-техническом обеспечении;
- 4) появление новых рынков сбыта.¹

Под инновацией Й.А. Шумпетер подразумевал изменение с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных, транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности.

В широком смысле под инновацией понимают внедренное востребованное рынком новшество, обеспечивающее рост эффективности процессов или качества продукции.

В узком смысле под инновацией понимают только такое новшество, которое значительно повышает эффективность действующей системы.

В соответствии с *Руководством Фраскати* (документ, принятый Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 1993 г. в г. Фраскати, Италия, «инновация» (нововведение, инновационный продукт) - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Согласно *Федеральному закону «О науке и государственной научно-технической политике»* инновациями называются: введенный в

¹ Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982

употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж либо новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях.

Анализ различных определений инновации приводит к выводу, что специфическое содержание инновации составляют изменения, а главной функцией инновационной деятельности является функция изменения.

Цель инновации состоит в получении экономического, экологического, социального, политического либо иного другого эффекта.

С понятием «инновация» тесно связаны понятия «**изобретение**» и «**открытие**».

Под изобретением понимают новые приборы, механизмы, инструменты, другие приспособления, созданные человеком.

Открытие есть процесс получения ранее неизвестных данных или наблюдение ранее неизвестного явления природы.

Открытие отличается от инновации по следующим признакам:

1. Открытие, а также изобретение, делается, как правило, на фундаментальном уровне, а инновация производится на уровне технологического (прикладного) порядка.

Различают типа научных исследований:

- фундаментальные исследования,
- прикладные исследования
- исследовательские проектно-конструкторские разработки.

Фундаментальные исследования являются теоретическими, они не преследуют никаких практических целей, направлены на получение нового знания (истина) о природных явлениях, объекта природы или его свойств и законах действительности или нацелены на формулирование гипотезы или теории, обобщающей эти явления.

Результат фундаментальных исследований неохраноспособен и на него нельзя получить патент.

Прикладные исследования нацелены на получение нужного для решения практических задач знания, то есть на практическое использование результатов фундаментальных исследований. Прикладная наука включает в себя применение научных теорий, методов и технологий для разработки практических (технологических) решений.

Например, прикладное исследование в области экологии выявляет экологические проблемы и создает планы по управлению устойчивыми ресурсами и предотвращению загрязнения. Примерами этого являются

исследования в области очистки воды, управления отходами и оценки воздействия на окружающую среду.

Например, примерами прикладной сельскохозяйственной науки являются исследования по улучшению урожая, борьбе с вредителями и развитию сельскохозяйственных технологий.

Результаты прикладных научных исследований можно внедрить в практическую деятельность. Они могут быть охраноспособны и на них можно получить патент.

Цель фундаментального знания - истина, цель прикладного исследования - польза.

Исследовательские проектно-конструкторские разработки в отличие от прикладных исследований имеют своей целью выполнение конкретного задания. Это может быть, например, создание проекта какого-либо аппарата, технологических схем производства и проч. Исследовательские разработки обычно не связаны с поиском каких-либо принципиально новых знаний, но требуют исследований, направленных на использование фундаментальной и прикладной науки для решения конкретных проектно-конструкторских задач.

Если ученый в фундаментальных и прикладных исследованиях стремится описать и объяснить что-то существующее, но неизвестное, то задача разработчика состоит в том, чтобы придумать и создать что-то ранее не существовавшее. В первом случае надо узнать и понять, как вещь устроена, «создана» природой или человеком, во втором - узнать и понять, как вещь построить, сделать. Исследовательские разработки выступают как инженерная деятельность, состоящая в решении технических и технологических задач на основе готовых научных знаний.

2. Открытие может быть сделано изобретателем-одиночкой, а инновация разрабатывается коллективами (лабораториями, отделами, институтами) и воплощается в форме инновационного проекта.

3. Открытие не преследует целью получить выгоду. Инновация всегда ставит своей целью получить большой приток денег, большую сумму прибыли, повысить производительность труда и снизить себестоимость производства за счет применения какого-то нововведения в технике и технологии, а также получить любую другую осязаемую выгоду.

4. Открытие может произойти случайно, а инновация всегда является результатом поиска. Ее случайно не производят. Она требует определенной четкой цели выпуска и технико-экономического обоснования.

Зачастую наряду с понятием «**ИННОВАЦИЯ**» используется термин «**НОВШЕСТВО**», «нововведение», но это не совсем верно, поскольку между этими понятиями существуют определенные различия (таблица 1).

Таблица 1

Характеристика понятий «новшества», «нововведения», «инновация»

<i>Понятие</i>	<i>Характеристика понятия</i>
Новшество	Конкретный результат разработки новой научной идеи, имеющий форму образца новой техники, конструкционного материала для производства какой-либо продукции, отличающийся от применявшихся ранее качественными характеристиками, позволяющими повысить эффективность производства (может быть представлено в виде научной, технической или иной документации, то есть в виде информации, описывающей технологические, организационные, управленческие и другие процессы и явления нематериального характера, если она способна эффективно повлиять на результаты материального производства)
Нововведение	Представляет собой: - процесс внедрения, распространения и использования новшеств; - процесс доведения изобретения или открытия до стадии практического использования, когда оно начинает давать экономический эффект; - процесс, характеризующий переход системы из одного состояния в другое за счет введения отдельных новшеств.
Инновация	Представляет собой: - коммерческое использование результатов творческой деятельности, нацеленной на разработку, создание и распространение новых конкурентоспособных видов продукции, технологий, форм и методов управления, основу которых составляют объекты интеллектуальной собственности; - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам; - прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного и иного характера.

То есть новшество – это потенциальная инновация, новое решение до его коммерциализации (коммерциализация – практическое использование новшества, сопровождающееся его выходом на рынок). При этом процесс разработки нововведения является более длительным и более дорогим, чем процесс создания новшеств.

Субъектами инновационной деятельности могут быть российские юридические лица, граждане, иностранные граждане и организации. Более подробно перечень участников инновационных отношений, может быть представлен следующим образом.

Субъекты первой группы (инновации необходимы, во-первых, для получения ресурсов на продолжение (воспроизводство) деятельности, во-вторых, для реализации профессиональных амбиций):

- академическая и вузовская наука в части прикладных исследований;
- отраслевые научно-исследовательские институты и научно-исследовательские центры (прикладные исследования отраслевого профиля);
- НИИ, КБ и НИЦ оборонного профиля и космических исследований;
- государственные научные центры (прикладные исследования по обслуживанию государственных нужд, заводская наука в виде КБ и НИИ промышленных предприятий, индивидуальные исследователи и изобретатели).

Субъекты второй группы (выступая посредниками между изобретателем и потребителями, имеют определенный процент от потенциального дохода, получаемого от использования инноваций):

- информационные центры;
- консалтинговые фирмы;
- патентно-лицензионные службы.

Субъекты третьей группы (получают конкурентное преимущество и улучшают конкурентную позицию на рынке):

- малые инновационные предприятия;
- крупные промышленные предприятия.

Субъекты четвертой группы (строят свой бизнес на воспроизводстве инноваций):

- бизнес-инкубаторы;
- научные центры;
- технопарки, техноцентры, технополисы.

Субъекты пятой группы ((за исключением бюджетных фондов) получают свою долю за риск в виде процентов с высоких доходов инновационных предприятий):

- бюджетные и внебюджетные фонды поддержки науки и бизнеса;
- венчурные фонды;
- коммерческие банки и страховые общества.

Субъекты шестой группы (формирует стратегическое преимущество для своей экономики на мировом рынке):

- государство, как субъект отношений по управлению инновационной деятельностью, ее поддержке, а также непосредственный участник

этой деятельности в лице государственных унитарных предприятий и учреждений.

К объектам инновационной деятельности можно отнести: идеи, авторские права, права на объекты промышленной собственности, информацию, технологические секреты (ноу-хау), готовую продукцию или технологию, как результат реализации новшества.

Инновационный процесс – это процесс преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идей до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании. Инновационный процесс не заканчивается внедрением, т.е. первым появлением на рынке нового продукта, услуги или доведением до проектной мощности новой технологии. По мере распространения (диффузии) новшество совершенствуется, делается более эффективным, приобретает ранее неизвестные потребительские свойства, что открывает для него новые области применения и рынки. Характеристика основных этапов инновационного процесса представлена на рисунке 1.

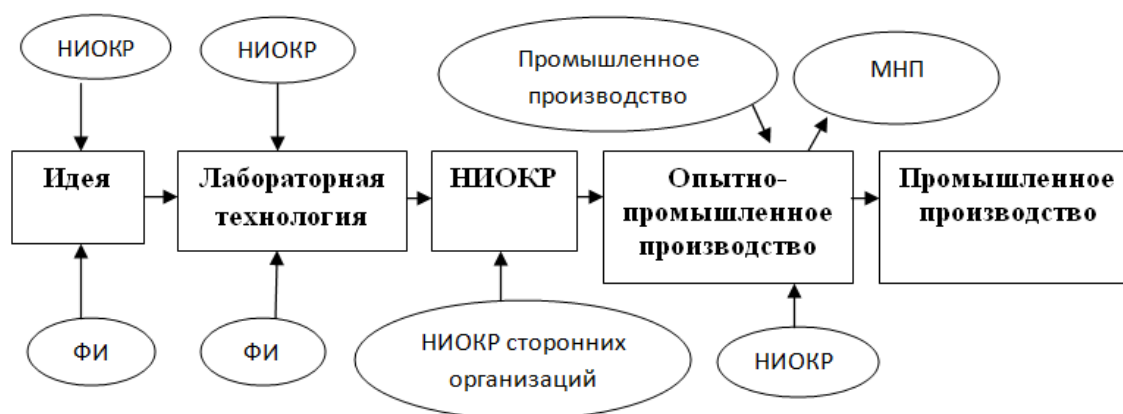


Рисунок 1. Схема основных этапов инновационного процесса формирования новой промышленной технологии

(ФИ - фундаментальные исследования, НИОКР - научно-исследовательские опытно-конструкторские работы, МНП - малое наукоемкое предприятие)

Инновационный процесс включает в себя семь элементов, соединение которых едино образует структуру инновационного процесса:

1. инициация,
2. маркетинг инновации,
3. выпуск (производство) инновации,

4. реализация инновации,
5. продвижение инновации,
6. оценка экономической (социальной) эффективности инновации,
7. диффузия инновации - распространение, тиражирование и многократное повторение на других объектах.

В таблице 2 представлена характеристика основных этапов инновационного процесса.

Таблица 2

Характеристика основных этапов инновационного процесса

<i>Этап</i>	<i>Содержание этапа</i>
1 этап Фундаментальные и поисковые научно-исследовательские работы	Фундаментальные научные исследования – это экспериментальная или теоретическая деятельность, ориентированная на получение новых знаний и выявление закономерностей. Цель - раскрыть новые связи между явлениями, познать закономерности развития природы и общества безотносительно к их конкретному использованию. Результат – гипотезы, теории, другие виды научной информации. Осуществляются в академических институтах, вузах и отраслевых специализированных институтах, лабораториях. Финансируются преимущественно за счет бюджета государства, частично могут использовать внебюджетные средства. Поисковые научно-исследовательские работы – исследования, направленные на определение возможностей использования новых теоретических знаний в целях удовлетворения конкретных общественных потребностей. Обычно они тесно связаны с результатами фундаментальных исследований и выполняются научно-исследовательскими организациями. Финансируются из бюджета государства или средств предприятий.
2 этап Прикладные научно-исследовательские разработки	Прикладные научно-исследовательские разработки – научная деятельность, направленная на достижение практических результатов и решение конкретных задач на основе открытых ранее явлений и процессов. Финансируются как за счет бюджета (государственные научные программы или на конкурсной основе), так и за счет заказчиков. Результатом являются научные отчеты, опытно-эксплуатационные образцы, схемы, модели.
3 этап Опытно-конструкторские и экспериментальные разработки	Опытно-конструкторские работы – направлены на конкретное конструктивно-технологическое воплощение результатов прикладных исследований в виде технических проектов с комплектами рабочей конструкторской документации. Экспериментальные разработки – включают опытные и экспериментальные работы с целью изготовления и отработки опытных образцов новых продуктов и технологических процессов: проведение испытаний экспериментальных образцов, техническую и технологическую подготовку производства. Эти работы могут осуществляться как в специализированных лабораториях, опытных производствах, так и в научно-производственных подразделениях крупных промышленных предприятий. Финансирование – за счет бюджета, заказчиков или собственных средств организаций.
4 этап Коммерциализация	Коммерциализация охватывает работы, связанные с промышленным производством и доведением до потребителей результатов инновационной деятельности. На начальных стадиях этого этапа преобладают рискоинвестиции, так как реакция рынка на нововведение определяется не сразу и существует вероятность риска отторжения. При этом резко возрастают вложения в производство и маркетинг. В дальнейшем, по мере завоевания рынка и получения устойчивых доходов от инноваций, появляется возможность возврата инвестиционных вложений и получения предпринимательской прибыли.

Следует отметить, что научно-технические решения формируют собой результаты интеллектуальной деятельности. Результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

1. произведения науки, литературы и искусства;
2. программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
3. базы данных;
4. исполнения;
5. фонограммы;
6. сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
7. изобретения;
8. полезные модели;
9. промышленные образцы;
10. селекционные достижения;
11. топологии интегральных микросхем;
12. секреты производства (ноу-хау);
13. фирменные наименования;
14. товарные знаки и знаки обслуживания;
15. географические указания;
16. наименования мест происхождения товаров;
17. коммерческие обозначения.²

Защита интеллектуальной собственности возможна благодаря охранному документу – патенту. Рынок объектов интеллектуальной собственности представляет собой сферу экономических отношений. Коммерциализировать интеллектуальный продукт означает довести его до рынка и получить выгоды. Но, прежде всего, чтобы получить готовый продукт, требуется пройти длительный и сложный процесс (рисунок 2).

² «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) ГК РФ Статья 1225. Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/2a4870fda21fdffc70bade7ef80135143050f0b1/



Рисунок 2 – Стадии развития технического решения

Рассмотрим подробнее стадии развития технического решения.

Во-первых, зарождение технических идей начинается в Вузе, где проводятся фундаментальные исследования, в результате которых получают новые знания об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды.

Во-вторых, на основании полученного результата исследования создается прототип. Стадия прототипирования может проходить в лаборатории Вуза, но более характерно, когда эта стадия выполняется стартапом.

В-третьих, после испытания прототипа получается предсерийный образец, который на промышленных технологиях воссоздают.

Четвертая стадия – это новый готовый продукт, его промышленное производство.

Распространенными способами распоряжения интеллектуальным продуктом на основе гражданско-правовых договоров являются: договор отчуждения интеллектуального права, лицензионный договор, договор коммерческой концессии, договор залога интеллектуального продукта, инвестиционный договор, договор простого товарищества.

Тенденция роста заинтересованности предприятий, в том числе учебных заведений в коммерциализации научных исследований и разработок со временем только увеличивается. Но коммерциализация пока слабо развита в развивающихся странах, потому что бизнес не заинтересован исследовательскими результатами и техническими разработками местной науки, которые можно внедрить в производство. Возможно, отечественные научные исследования не ориентированы на запросы экономики, поэтому нужна переориентация науки, а также эффективные механизмы коммерциализации исследовательской деятельности.

Барьеры для развития процесса коммерциализации:

- ограничения в законодательно-нормативных актах, а именно отсутствует система государственной поддержки науки;
- низкий уровень материально-технической базы, слабо развитая инфраструктура для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- отсутствует спрос на результаты научной деятельности, полученные в Вузе со стороны предпринимательского сектора;
- низкое развитие рынка труда: снижение численности ученых и исследователей в естественных и технических науках, слабое привлечение молодых научных кадров.

Поэтому необходимы меры, направленные на то, чтобы:

- предприятия реального сектора экономики заинтересовались инновационными разработками, которые они могут внедрить;
- создать систему мониторинга результативности исследовательской деятельности, в том числе учета коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности;
- привести правовые акты, связанные с наукой, в соответствие с законодательством.³

Коммерциализация – это получение выгоды от использования знаний.

Интеллектуальная собственность – это информация, то есть полезные знания, а коммерциализировать интеллектуальную собственность – значит получить пользу от этих знаний.

Знания сами по себе не являются объектами прав. Неоформленные знания – товаром или продуктом быть не могут, потому что они не материальны, нет оснований считать, что какие-то знания принадлежать каким-то субъектам. Без интеллектуальной собственности – это работать не будет. Тем не менее, делиться знаниями важно и нужно, потому что знания обладают определенной ценностью, а значит, они могут быть предметом экономических отношений.

Коммерциализация знаний означает, что мы получаем выгоду от их использования и оправдываем инвестиции в добычу их знаний, то есть в получение этих знаний.

Интеллектуальная собственность, с одной стороны, позволяет предложить какой-либо объем знаний в качестве продукта на рынке, с другой

³ Сальникова, К. В. Исследование особенностей коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности / К. В. Сальникова // Социальные и экономические системы. – 2022. – № 6-1(30.1). – С. 268-287.

стороны, охраняет эти знания от свободного использования, то есть фактически защищает наши инвестиции.

Закономерность: чем лучше защищается интеллектуальная собственность в какой-то стране, тем активнее в этой стране рынок знаний. Чем активнее и лучше развита патентная защита, тем более крупные суммы совершаются с патентами. Потому что естественный стимул купить у Вас права на использование изобретения заключается в том, что Вы другим способом это получить не сможете. Если патент защищает Ваши знания, то у Вас их скорее всего будут покупать. Если патент не защищает знания – покупать их у Вас будут вряд ли, только если найдется добросовестный покупатель. Но предприниматель всегда будет искать подходы сократить свои расходы.

Поэтому в экономике знаний очень важно качественная защита интеллектуальной собственности. Без этого знания не продаются, потому что их в силу нематериальности легко заимствовать (легко использовать бесплатно).

Другой принцип коммерциализации знаний заключается в том, что когда мы работаем с какими-то материальными объектами, допустим, продаем батарейки и на каждой проданной батарейке зарабатываем 1 рубль. Для того чтобы нам увеличить нашу прибыль, мы должны продать еще батарейку – продаем 2 батарейки – получаем 2 рубля прибыли. Для того чтобы увеличить прибыль продаем еще батарейку ... Таким образом, наши доходы растут и мы как, предприниматели, зарабатываем. Это некая материальная привязка, зависимость наших доходов от количества проданных батареек (продукции, материальных объектов). С ростом количества этих объектов может сокращаться себестоимость.

Но, когда мы продаем знания, то мы не привязаны к материальной составляющей. Поэтому наши доходы могут расти многократно, и у нас нет сдерживающего материального фактора. То есть, чтобы продать 3 партии батареек, нам нужно сделать определенную работу и это работа физическая и нельзя одномоментно и быстро увеличить производственные и/или логистические мощности, то есть это требует времени, потому что это материально.

А нематериальные, не требуют этих ограничений, то есть можно сегодня совершить сделку на 1 млн.руб., а завтра сделать сделку на 10 млн.руб. Между этими двумя событиями может пройти 1 месяц или 1 неделя.

Выгоды от коммерциализации нематериального в том, что доходы не зависят от материального и могут просто расти по параболе.

Интеллектуальная собственность выгодный объект коммерциализации особенно для вуза, у которого нет производственных мощностей, они не строят заводы, но есть лаборатории и собственно вуз и занимается производством знаний.

Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности – это предоставление прав на использование объекта интеллектуальной собственности. По оценкам, в России действует не более 10% от всех патентов, выданных в мире. То есть если взять общий мировой действующих патентов (это 10 млн. действующих патентов), то в России действует сейчас не более 1 млн. патентов.

Мероприятиями по увеличению уровня патентования можно выделить такие, как продолжение развития деятельности по популяризации сферы интеллектуальной собственности; создание научно-исследовательских центров, центров трансфера технологий; привлечение малого и среднего бизнеса; совершенствование экономических механизмов государственного регулирования коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

Ценность патента обусловлена не уникальностью и полезностью тех решений, которые в нем описаны (технических решений для человека), а в возможности заработать на продукте, который будет выпущен и который охраняет этот патент.

Правила интеллектуальной коммерции:

1. для того чтобы выводить продукт на рынок, надо найти и определить собственную рыночную нишу, которую сможем занять;
2. выявить и описать конкурентные преимущества нашего предприятия и предполагаемого решения;
3. создать правильную юридическую структуру, соответствующую требованиям выбранной рыночной ниши;
4. оформить права на интеллектуальную собственность, защитив, таким образом, потенциал извлечения выгоды от реализации решения.

Огромная проблема в России – это полезная модель. Большинство разработок защищают патентами на полезную модель. Потому что это просто, меньше критериев для охраноспособности, дешевле, быстрее можно получить патент.

К сожалению, большинство патентов, которые видим в РФ, которые получают государственные структуры, государственные учреждения, малые инновационные предприятия – они получают эти патенты с одной целью – для «галочки», для отчетности – проще всего сделать слабенькие патенты –

это патенты на полезные модели, это патенты с очень узким объемом правовой охраны. Поэтому, прежде чем приступить к каким-либо движениям в сторону коммерциализации – оцените, насколько содержание защиты соответствует тому, что Вы собираетесь выводить на рынок.

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что процесс коммерциализации зависит от трех основных составляющих:

- 1) влияния со стороны государства;
- 2) заинтересованности руководства Вуза в коммерциализации интеллектуальных продуктов;
- 3) востребованности интеллектуального продукта на рынке для предпринимательского сектора и производства.

В качестве инструментов коммерциализации научных исследований и разработок можно рассматривать создание малых инновационных предприятий, франчайзинговую деятельность, заключение лицензионных договоров.

В заключение, отметим, что необходима организация цифровых площадок интеллектуальных продуктов для взаимодействия инвесторов и исследователей (разработчиков). Создание цифровых технологических платформ позволит осуществлять партнерство между Вузами, научными институтами и промышленными компаниями.

Глава 2. Экономические основы краудфандинговой деятельности и защита прав инвесторов

Краудфандинговая деятельность (в переводе с англ. «crowd» – «толпа», «funding» – «финансирование») представляет собой добровольное объединение активов любых лиц для поддержки реализации тех или иных проектов. В узком понимании он представляется финансовой поддержкой участника какого-либо проекта или идеи, в результате чего участник получает вознаграждение от любых лиц, которые могут его направить посредством использования специальных инвестиционных платформ. Иными словами, краудфандинговая деятельность является молодым финансовым инструментом и включает в себе совместную деятельность физических лиц, добровольно объединяющих свои денежные средства в сети Интернет в целях поддержки инновационных идей или интересных общественности на сегодняшний день проектов отдельных физических или юридических лиц.

Рассматривая исторические предпосылки и фундаментальные начала краудфандинга, необходимо сразу отметить, что в целом экономическая и финансовая системы в своем функционале имели «посредническую» направленность (во взаимодействии физических и юридических лиц). Специалисты в большинстве своем считают, что основные задачи (и сложности в том числе) имеют свое разрешение только при внедрении новейших инновационных механизмов и моделей, которые смогли бы обеспечивать осуществление той самой функции посредничества, о которой идет речь.

В чем заключаются корни любого нововведения, принципиально отличного от иных проектов? Безусловно, в идейной составляющей, ведь именно идея выступает катализирующим процесс реализации фактором, в особенности финансируемая – от начального капитала до последующего. В данном случае подчеркнут действительную значимость статистических данных – если отслеживать показатели за последние 13 лет, можно заметить истоки концепции краудфандинга 2009 года: по европейским показателям EAVC из 1200 частных инвестиционных фирм только 0,6% вкладывали в стартапы на ранних стадиях, но все же финансирование осуществлялось, хоть и в малых объемах.⁴ Для венчурных инвесторов такая модель максимально рациональна ввиду высоких рисков, невыгодностью вложения малых сумм, и ничтожных объемов оплаты услуг управления капиталом. Однако доля процветающих и реализуемых стартапов в этой связи тоже имела

⁴Клещёва С.А. Краудфинансирование как инструмент инвестирования инновационного предпринимательства // Экономика и банки. 2017. №2.

место и послужила началом в том числе цифровой революции в финансовой сфере, откуда и стремительно возникли особые виды массового финансирования. Именно они стали использоваться гораздо чаще и гораздо большим количеством «бизнес-ангелов», которых еще именуют инвесторами или спонсорами.

Этот современный тренд и тенденции, появившиеся в ответ на финансовый кризис и снижение уровня жизни, возродили коллективное использование существующих ресурсов и способностей людей, которые остаются мало задействованными или вообще не используются их настоящими владельцами, а именно – народных ресурсов и народного финансирования для использования в общих целях и под единым управлением. Однако благодаря широкому распространению сети Интернет данное явление получило новый стимул развития. Краудфандинг как новая модель финансирования проектов и идей на ранних (высокорисковых) стадиях должна быть способна вовлекать и обеспечивать эффективное участие неограниченного числа людей по всему миру, мобилизовывать неограниченное количество капитала от разных источников – краудинвесторов, бизнес-ангелов, венчурных капиталистов. Естественно, все это производится при обеспечении важнейшего фактора – трансграничности финансовых потоков, что и предполагает сам формат краудфандинговых площадок.

По своей сути краудфандинг представляет собой институт для привнесения некоторой демократии в мир финансовых операций, ведь, как уже было отмечено, данное понятие тесно связано с понятием «crowd» (толпа). Помимо прочего, зачастую это явление рассматривается как инструмент выявления идей, на основе которых можно делать управленческие решения.⁵ Современные сети коммуникации и, соответственно, сами краудфандинговые площадки характеризуются открытостью, децентрализованностью, преобладанием горизонтальных связей, в некотором смысле автономностью. Именно эти составляющие представляют собой прочный базис краудфандинга и краудсорсинга.⁶

Данное определение позволяет выделить несколько важных характеристик исследуемого финансового инструмента. Во-первых, краудфандинг считается наиболее доступным источником, если сравнивать его с иными более традиционными вариантами финансирования инновационных компаний (венчурное финансирование в том числе). В этом смысле краудфандинг

⁵ Unterberg U. Crowdsourcing // Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle. Baden-Baden, 2010. 121-135.

⁶ Квашнина Н. А., Карманова Д. А. Краудфандинг как новый инструмент венчурного финансирования: терминологический подход // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России. 2017. № 11. С. 30-32.

близок к так называемому неформальному инвестированию или «ангельскому капиталу», широко распространенному в США. Во-вторых, краудфандинг возникает и развивается исключительно благодаря интернет-технологиям.⁷ В-третьих, такой финансовый инструмент позволяет привлечь в качестве инвесторов широкий круг непрофессиональных участников, обычных людей из этой самой «толпы», которая данную деятельность и характеризует, являясь ее неотъемлемой частью. В-четвертых, в краудфандинговой модели финансирования инвестиций и инноваций инвесторы ищут компании, в то время как во всех иных моделях в большинстве случаев компании сами ищут инвесторов.⁸

Для целей исследования спектра финансового функционала и инструментария краудфандинговой деятельности необходимо определить субъектный состав и его роль в непосредственном финансировании проектов и инициатив. В этой связи представляется обоснованным выделить следующие три группы участников в модели осуществления краудфандинга:

- 1) эмитенты (инноваторы), которые и именуются авторами проектов;
- 2) финансовый портал (краудфандинговая площадка) как важнейший кумулятивный посредник (интернет-платформа);
- 3) инвесторы (акционеры, вкладчики, благотворители – в зависимости от характера и специфики проекта, а также разновидности краудфандинга).

Вышеуказанные категории субъектов финансирования с помощью краудфандинга тесно взаимосвязаны между собой, поскольку сам факт их участия в процессе представляет собой необходимый минимум, основное условие существования данного финансового инструмента инновационного развития. Основная цель создания и существования коллективного финансирования заключается в потребности аккумулировать денежные средства как ресурсы для реализации какой-либо идеи или проекта. Поэтому первым и конечным участником краудфандингового механизма выступает эмитент (инноватор). В этом статусе может быть отдельное лицо (которому, например, требуется какая-либо благотворительная помощь), индивидуальный предприниматель или небольшой коллектив разработчиков какой-либо инновационной идеи, а также юридическое лицо – представитель малого или среднего бизнеса.

Как правило, все инициаторы проектов нуждаются в финансировании на ранних стадиях развития своего порой необычного бизнеса или же

⁷ Зейналов, А. А., Грузина Ю.М., Ильенков Д.А. Практика применения краудтехнологий в Российской Федерации // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2016. № 11. С. 41-45.

⁸ Чебуханова Л.В. Развитие инструментария финансирования малых инновационных предприятий в современных условиях // Автореферат по ВАК РФ 08.00.1. г. Москва. 2020. С. 15.

продвижения новаторского продукта. При этом возможности привлечь традиционные источники финансирования (банковские кредиты, грантовую помощь, венчурный капитал) отсутствуют в силу целого комплекса причин (высокие риски, низкая платежеспособность, отсутствие гарантий и поручителей и т.д.). Посредник, в качестве которого выступают специализированные веб-ресурсы краудфинансирования – это финансовый портал (интернет-платформа), выполняющий роль финансовых и информационных механизмов со своими связующими функциями. При этом помимо прямого посредничества между инвесторами и эмитентами на финансовый портал возлагается ряд важнейших задач:

1) финансовая (аккумуляция средств инвесторов и передача их эмитенту в случае успеха проекта; или же распределение средств между инвесторами в случае неудачи проекта – если такое условие предусмотрено разновидностью краудфандинга);

2) правовая (разрешение правовых вопросов и споров между участниками процесса), к которой в целом можно отнести и контрольную функцию, говоря, например, верификацию участников для обеспечения надежности краудфандингового финансирования, защиту прав инвесторов и т.п.;

3) маркетинговая (поддержка и продвижение проектов), здесь реализуется в целом и некая образовательная функция (информационная составляющая помощи и содействия участникам).

Кроме того, ряд финансовых порталов (например, русскоязычная платформа краудфандинга Planeta.ru, которая уже была отмечена в данном исследовании) выступает также в качестве краудфандингового агентства полного цикла и кроме описанных выше функций возлагает на себя следующие задачи:

- организацию процесса производства наград (различных видов) и реализацию наград в случае их невостребованности инвесторами;

- проведение важнейших на самом деле онлайн-трансляций для прозрачности и открытости данной деятельности. Более того, именно финансовый портал (краудфандинговая площадка) является субъектом, предлагающим инициативы в рамках правового поля на государственном уровне (а иногда и на трансграничном).

Ранее в большинстве стран подобные порталы не подпадали под требования об обязательной регистрации и работали без специальной лицензии. В подавляющем большинстве случаев денежные средства передавались в компанию-эмитент только если была достигнута определённая целевая сумма, если же этого не случилось, средства возвращались инвесторам. Данное правило является действующим и по сей день. Однако некоторые

площадки, аккумулирующие и распределяющие полученные средства, выступают неким фиктивным инвестором. То есть со стороны компании-эмитента результатом сделки является появление одного дополнительного инвестора – краудинвестингового портала.⁹ Кроме того, подобным фиктивным инвестором, например, может стать траст-фонд (что очень распространено в европейской и американской практике), созданный на базе портала. В этом случае при проведении соответствующих операций компания-эмитент связывается напрямую с порталом, а не с разрозненной «толпой» краудфандинговых инвесторов (фактически – спонсоров).

Другие же платформы позволяют инвесторам вкладываться напрямую, избегая дополнительных управленческих расходов, а также использовать существующие налоговые льготы, что упрощает многие задачи в процессе. В данном случае нельзя не отметить один из важнейших факторов – гарантию их надежности и добросовестности. Что касается комиссионных выплат – помимо уже подчеркнутых в исследовании особенностей, необходимо обратить внимание на то, что если платформа оперирует как фиктивный инвестор, то к разовой комиссии добавляется постоянная плата за административные услуги. По обыкновению в практике это, разумеется, не является выгодным фактором для бизнес-ангелов, поэтому перед практической реализацией народного финансирования потенциальному вкладчику необходимо тщательно изучить особенности деятельности той или иной платформы.¹⁰ Тем не менее, так как в ближайшие несколько лет предполагается, что «выходов» из проинвестированных стартапов будет мало, именно благодаря этой постоянной плате, бизнес-модель подобных платформ кажется более стабильной.

В качестве ключевого аспекта обеспечения безопасности инвесторов при работе с вложениями большинство регулятивных механизмов ориентированы на предоставление максимально подробной и полной информации, позволяющей оценить рискованность инвестиций. Однако же по мнению экспертов этой сферы, полноты информации не всегда бывает достаточно. Кроме того, чтобы понять, что компания-эмитент совершает незаконные действия (к примеру, мошенничество), у инвестора должны быть инструменты, позволяющие эти действия приостановить. Таковыми инструментами в неформальных инвестициях (краудфандинговой деятельности в том числе) являются детальные и проработанные инвестиционные контракты.

⁹ Зейналов А.А. Краудинвестинг: современная система организации и финансирования проектной деятельности // Монография. г. Москва. РУСАЙНС. 2017. С. 168.

¹⁰ Цурова Л. А., Мусаева Б.М. Некоторые подходы к исследованию инструментов финансирования инноваций // Вестник Академии знаний. 2019. № 1(30). С. 232-235.

Создание и согласование основы для них должно осуществляться не регулирующими органами, а самими платформами.¹¹

Как раз существующая сегодня проблема охраны инвесторов в краудфандинге приобретает особую актуальность в связи с ростом числа краудфандинговых платформ в России, деятельность которых пока остается вне полноты правового регулирования ввиду его недостаточности. Однако своеобразие краудфандинга, специфика условий его осуществления увеличивают риск финансовых потерь инвесторов, в том числе в результате недобросовестных действий со стороны лиц, привлекающих инвестиции.

В связи с этим, переходя к правовым первостепенным задачам, требуется разработка адекватной системы мер защиты прав и интересов инвесторов, которая учитывала бы важность поддержки краудфандинга в качестве перспективного направления инвестиционной деятельности и одновременно препятствовала бы злоупотреблениям в данной сфере.¹² При анализе правового регулирования данной проблемы необходимо подчеркнуть, что Федеральным законом «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.08.2019 № 259-ФЗ (далее – ФЗ № 259-ФЗ) закреплены были положения, касающиеся лишь следующих способов финансирования: займов, эмиссионных ценных бумаг и утилитарных цифровых прав.¹³

Соответственно, к примеру, Planeta.ru как крупнейшая российская краудфандинговая платформа по привлечению коллективного финансирования на создание творческих, научных, социальных, предпринимательских и иных проектов, по сути, остается вне действия ФЗ № 259-ФЗ. Из этого следует, что и права инвесторов, охраняемые положениями данной новеллы (в особенности касающиеся достаточно жестких требований к субъектному составу), будут полноценно защищены только в указанных видах краудфандинговой деятельности. Как известно, в инвестиционной платформе помимо ценных бумаг могут приобретаться, отчуждаться и осуществляться следующие цифровые права (утилитарные цифровые права):

— право требовать передачи вещи (вещей);

¹¹ Яценко Т.С. Проблема охраны прав инвесторов в краудфандинге: риски инвестирования и пути их преодоления // Журнал российского права. 2019. №8.

¹² Шестакова М.А. Закон о краудфандинге // «ЭЖ-Юрист». 2019. №33 (1084). С. 2. URL: <https://www.eg-online.ru/article/404885/> (дата обращения: 31.03.2022)

¹³ Федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.08.2019 № 259-ФЗ // Российская газета. Федеральный выпуск № 172 (7930).

— право требовать передачи исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и (или) прав использования результатов интеллектуальной деятельности;

— право требовать выполнения работ и (или) оказания услуг.

Цифровое свидетельство, в свою очередь, выдается депозитарием обладателю утилитарного цифрового права, учет которого осуществляется фигурой депозитария. Очевидно, что в соответствии с требованиями вышеуказанного ФЗ № 259-ФЗ такая деятельность будет надзорной и контролируемой, а факт инвестирования будет фиксироваться через ценные бумаги или цифровые права. Получается, что в этих рамках сами инвесторы по новым правилам могут требовать право на владение музыкой, программным обеспечением, криптовалютами и алгоритмами майнинга, мобильными приложениями, цифровым контентом и пр. Это создает новые правила и уравнивает в правах все стороны процесса инвестиций, что очень важно в современных условиях для недопущения злоупотребления в действиях субъектов краудфандинговой деятельности.

Прежде всего, законодатель регламентировал требования к субъектам краудфандинга, которыми являются непосредственно операторы инвестиционных платформ, лица, привлекающие инвестиции (реципиенты) и инвесторы. Как известно, в качестве оператора может выступать только хозяйственное общество, созданное в соответствии с законодательством РФ, включенное Банком России в реестр операторов инвестиционных платформ, уставный капитал которого не менее 5 млн руб. Такое общество не вправе совмещать деятельность с установленными в законе видами деятельности и обязано раскрывать информацию о себе и инвестиционной платформе, минимальное содержание которой устанавливается императивно. Ограничения касаются и органов оператора, членами которых должны быть лица, отвечающие установленным законом условиям.

На обеспечение интересов инвесторов направлены и требования к лицам, привлекающим инвестиции посредством инвестиционной платформы: в качестве реципиентов могут выступать индивидуальные предприниматели или юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации. Они вправе привлекать инвестиции посредством краудфандинга, только если в отношении них в арбитражный суд не подано заявления о признании должника банкротом, о чем такие лица заверяют оператора инвестиционной платформы. Такая обязанность по информированию представляется действительно важной, кроме того, оператор может устанавливать и иные требования к данным субъектам. Разумеется, уверенность инвестора в статусе реципиента гарантируется императивным

требованием идентификации и аутентификации субъектов инвестиционной деятельности. Только при этом условии возможно заключение договоров между оператором инвестиционной платформы и ее участниками, предметом которых является предоставление оператором доступа инвестору или реципиенту к информационным ресурсам платформы для заключения договора о привлечении инвестиций. Министерством финансов РФ уже был отмечен риск меньшей информированности инвесторов в краудфандинге по сравнению с традиционными рынками инвестиций, что может привести к большему числу ошибочных решений об инвестировании. Вероятно, именно по этой причине положения ФЗ № 259-ФЗ будут весьма эффективными в действии.

Что же включает в себя необходимая информация в данном случае? Разумеется, подробные сведения и об операторе, и о самой инвестиционной платформе, о реципиенте, об основных видах его деятельности и органах управления, а также о лицах, имеющих право распоряжаться не менее чем 10% голосов в высшем органе управления реципиента, если таким лицом является коммерческая корпорация (еще одно требование законодателя к субъектам). Кроме того, размещаемая на сайте инвестиционной платформы информация об инвестиционном проекте должна быть максимально полной и включать не только описание проекта и сроки его реализации, но и иные сведения, например наличие или отсутствие у инвестора преимущественного права приобретения акций (долей) в уставном (складочном) капитале юридического лица или сообщения о фактах (событиях, действиях), которые могут оказать существенное влияние на реализацию инвестиционного проекта.

Очевидно, что информирование имеет своим назначением указание всем желающим на те риски и потери, которые они могут понести в случае инвестирования посредством краудфандинга. Поэтому не случайно, что за рубежом предусматривается обязанность платформы убедиться в том, что каждый инвестор обладает необходимой информацией и осознает риск инвестирования в стартапы и развивающийся бизнес, а также возможность утраты инвестиции. Недостатком российского законодательства в этой связи считаем тот факт, что данная обязанность оператора распространяется только на инвесторов, которыми являются физические лица. До заключения договора они подтверждают, что осознают риск потери «всех инвестируемых денежных средств в полном объеме» и готовы принять этот риск. Однако новизна краудфандинговой деятельности в качестве инвестиционной требует, чтобы все участвующие в ней инвесторы были осведомлены о

возможных рисках и потерях, поэтому, вероятно, такая обязанность оператора должна распространяться на каждого участника его платформы.

В целом надо сказать, что краудфандинговая сфера — одна из самых плодородных почв для мошенничества в сети Интернет. Мошенничество в цифровом поле в настоящее время можно рассматривать не только в качестве составляющей киберпреступности, но и как явление самостоятельное. Связь мошенничества с функционированием краудфандинга в сети Интернет обнаруживают как отечественные, так и зарубежные специалисты, отмечающие рост числа новых форм преступности в связи с развитием Интернета, его трансграничным характером.¹⁴ К примеру, специалисты за рубежом, приводя данные статистических исследований, отмечают, что до 14 % компаний, зарегистрированных в США, ежегодно подвергается мошенничеству, а стоимость данного вида преступления может составлять от 20 до 38 % стоимости фирмы.¹⁵ Это эквивалентно потере стоимости в сотни миллиардов долларов каждый год. Анализ проектов, опубликованных на сайте kickstarter.com, показывает, что большинство из них не являются мошенническими, поскольку более 65 % опубликованных проектов терпит неудачу, а 30–36 % проектов финансируется успешно. Получается, доля реальных мошенничеств в краудфандинге составляет не более 0,01 %, и такой низкий показатель — результат верным образом выстроенной внутренней политики зарубежных краудфандинговых платформ. В России количество случаев мошенничества с использованием Интернета и коммуникационных сетей стремительно растет, что особенно стало заметно в период пандемии, однако оценить статистически объем мошенничества на российских краудфандинговых платформах не представляется возможным. Обусловлено это несущественной на данный момент долей данного сектора цифровой экономики в экономической структуре России в целом. Но ввиду менее строгих правил раскрытия информации, чем это предусмотрено в других государствах на основании законодательных ограничений, и незначительного проявления контроля со стороны специализированных органов за краудфандинговой деятельностью, можно констатировать, что мошенничество в связи с нарушением прав инвесторов способно стать серьезной проблемой для отечественного рынка в цифровом пространстве.

Прежде всего, возникает проблема выявления мошеннических действий в рассматриваемой сфере. Специфика Интернета, а также

¹⁴Яценко Т. С., Тищенко Е.В., Овчинников А.И. Краудфандинг: социальное предпринимательство и противодействие преступности в этой сфере // Всероссийский криминологический журнал. 2021. Т. 15. № 2. С. 189-198.

¹⁵ Crowdfunding: Fraud and Money Laundering Risks / URL: <https://sanctions Scanner.com/blog/crowdfundingfraud-and-money-laundering-risks-139> (дата обращения: 08.05.2022)

технические особенности организации краудфандинговой деятельности затрудняют данный процесс. Природа таких интернет-платформ характеризуется низкими входными барьерами, пространственной и временной автономией и анонимностью. Поэтому вероятность обнаружения мошенничества зависит от вероятности его совершения и скорости обнаружения. С учетом этого обстоятельства в некоторых зарубежных исследованиях предлагаются механизмы диагностики обмана для сведения риска мошенничества к минимуму. Следует обратить внимание на работу, в которой на базе двух крупнейших краудфандинговых платформ, Kickstarter и Indiegogo, проведен исчерпывающий анализ всех случаев мошенничества с 2010 по 2015 г., охватывающих девять стран, и установлены факторы, указывающие на возможность мошеннических действий на краудфандинговой платформе. Так, обнаружена корреляция между вероятностью мошенничества и использованием социальных сетей. Именно соцсети выступают инструментом активной коммуникации между инвесторами, между инвесторами и создателями инвестиционных проектов. В этом случае при использовании социальных сетей и на основании так называемого «делового нетворкинга» инвесторы могут уточнить информацию о представителе той или иной бизнес-идеи.

Фактор доверия в краудфандинге выстраивается на репутации и личной этике лица, привлекающего инвестиции (реципиента), которые требуют от него честного ведения дел. В иностранной литературе предложена концепция «треугольника доверия», призванная помочь инвесторам определить мошенников на краудфандинговой платформе.¹⁶ Присутствие в социальных сетях выступает предиктором мошенничества при краудфандинге. Так, мошенники, как правило, являются новичками в краудфандинге, мало присутствуют в социальных сетях (например, не предоставляют ссылку на личную страницу в Facebook на веб-странице компании, чтобы избежать публичного вмешательства и контроля) или, напротив, используют их потенциал с целью накрутки количества друзей и лайков в рамках проекта или для отсылки к фальшивым сайтам, поддерживающим проект. Чем динамичнее общение, тем меньше риск обмана. Пользователи соцсетей могут комментировать проект или задавать вопросы, а создатели проекта могут размещать соответствующие ответы на странице комментариев, чтобы внести свой вклад в эти обсуждения. Еще один источник динамического общения — это страница обновления краудфандинговой площадки. Здесь основатель проекта может давать обновления, связанные с текущим статусом проекта (например, прокомментировать успех финансирования или выложить отчеты о

¹⁶ Макарова Е.Н. Проблемы и риски краудтехнологий в России // Проблемы учета и финансов. 2017. № 2. С. 38–42.

проделанной работе). Предоставление ложной информации или отказ от раскрытия соответствующих фактов о проекте или его создателе являются одной из главных причин приостановки проекта.

Важно обращать внимание, как описан проект на сайте краудфандинговой платформы. Мошенники с меньшей вероятностью предоставят четко сформулированное описание – оно, как правило, будет излишне общим и не позволит инвесторам получить более четкую информацию о нем. Кроме того, вероятно, будет сложно точно и идеально описать продукт, который не существует и никогда не должен был существовать. Это согласуется с выводами ряда ученых, которые привели доказательства того, что лингвистические и содержательные сигналы в статическом и динамическом контексте помогают прогнозировать мошенническое поведение при краудфандинге [ibid.]. Мошенники могут ориентироваться на менее образованную и более широкую аудиторию, что приведет к использованию ими более простой и понятной терминологии, но менее прозрачных и более запутанных предложений при описании проекта. Наиболее распространенным примером мошенничества является использование фальшивых платформ и сбор денег для поддельных компаний. Кроме того, в настоящее время существуют различные виды финансового мошенничества, такие как инвестиционное мошенничество, мошенничество с платежами и т.п.

Так, в одном из случаев компания представила на краудфандинговой площадке проект, который предполагал сбор средств на производство продукта питания. Однако сроки выполнения обязательств перед инвесторами существенно нарушались, и в конце концов оказалось, что кампания по сбору средств была мошеннической. Достаточно широкую огласку получило дело Дугласа Монахана, который, действуя через свою компанию iBackPack of Texas, LLC, в ходе четырех краудфандинговых кампаний собрал более 800 тыс. долл. от потребителей, ложно утверждая, что эти средства будут использованы для разработки нескольких продуктов (в том числе iBackPack, который будет предусматривать батареи для зарядки ноутбуков и телефонов, кабели и динамики Bluetooth). Однако данные продукты так и не были созданы. Более того, расследование Торгово-промышленной палаты США показало, что полученные деньги, как правило, шли на личные нужды генерального директора iBackPack. Таким образом, еще одним индикатором возможного обмана является затягивание или просрочка выполнения обязательств по проекту. В этом случае на мошенничество могут указывать следующие факторы: продукт или корпоративное право, на получение которого рассчитывали инвесторы, не предоставляется им в течение более чем одного года; создатель проекта прекратил связь с инвесторами, например

более шести месяцев не обновляет информацию на сайте; наконец, о мошенничестве может свидетельствовать и то, что обещанный продукт так и не был создан.

Так, на основании проведенного сравнительного анализа можно констатировать, что на данный момент отечественный законодатель более не предпринимает практических мер по снижению рисков краудфандинга и проработке концепции более тщательной и интенсивной защиты прав инвесторов, однако же первые шаги к более конкретному нормативному разрешению проблемы все же были осуществлены в рамках действующего законодательства. В связи с изложенным смеем полагать, что в ближайшее время ввиду актуальности внимание к данному вопросу будет более глубоким. К тому же необходимо сказать, что сама работа крауд-платформ направлена на защиту пользователей для качественного предоставления услуг с целью конкурентной борьбы на рынке краудфандинга, о чем свидетельствует внутренняя политика практически каждой популяризированной и широко используемой краудфандинговой площадки.

К примеру, условиями пользования (Terms of Use) платформы Kickstarter определено, что распространяют свое действие они не только на взаимодействие и правоотношения между пользователями и платформой Kickstarter, но и между пользователями друг с другом. Собственно, ввиду установленной внутренней политики данной крауд-площадки, пользователи обязаны разместить обновленную информацию о проделанной работе, порядке использования средств и о том, что мешает им завершить проект в соответствии с планом, а также упорно и добросовестно работать над тем, чтобы довести проект до наилучшего возможного завершения в сроки, которые определены предварительно. Кроме того, они принимают на себя обязательство продемонстрировать, что они использовали денежные средства надлежащим образом и приложили все разумные усилия для завершения проекта, как и презюмировалось в соответствии с обозначенными задачами того или иного стартапа. Помимо указанных обязанностей, могут быть установлены следующие: вернуть любые оставшиеся средства лицам, не получившим вознаграждение (пропорционально объявленным суммам), или предоставить разъяснение с обоснованием того, как именно эти средства будут использованы для завершения проекта в какой-либо альтернативной форме. Такой порядок устанавливает распределение рисков, которое при этом отлично от того, что обычно встречается в договоре купли-продажи товаров, а также в процессе создания опытного образца или экспериментальной разработки. Подобное рисковое распределение, конечно, принимается спонсорами в силу новаторского характера продукта, поскольку

потенциальные спонсоры — это лица, которые с доверием относятся к предлагаемому продукту и так как он является инновационным, не могут реализовать свое предпочтение, финансируя и рассматривая нечто иное. Для спонсоров мотивация финансирования конкретного продукта настолько сильна, что они готовы его осуществить даже за менее чем определенную перспективу его последующего воплощения и реализации. Безусловно, такое распределение рисков приводит к тому, что инвесторы рискуют нести расходы в процессе производства с неизвестным результатом, однако они полагаются на эффективность деятельности разработчика или, по крайней мере, надеются получить разъяснение о том, по каким конкретно причинам результат не был достигнут. Данные условия обычно соответствуют договорам, касающимся совместного производства технологических инноваций.

В настоящий момент краудфандинговая деятельность в России развивается в ключе «народного финансирования». Механизм функционирования такой веб-площадки, следующий: организатор размещает на краудфандинговой платформе (на данный момент в мире функционирует более 100 подобных платформ) проект, чаще творческой или инновационной направленности, а неограниченному количеству людей предоставляется возможность финансово поддержать предлагаемый проект. При этом «инвестор» претендует на получение бонуса от организатора: их величина зависит от размера оказанной поддержки, а сущность чаще от вида предлагаемого проекта. Кроме того, одной из важнейших функций краудфандинга является определение величины потребительского спроса.¹⁷

С помощью краудфандинга можно привлечь не только средства, но и внимание – иными словами, провести маркетинговое исследование. Например, продемонстрируем готовый механизм определения интереса к проекту: предположим, автор проекта объявил, что нужно собрать за один календарный месяц 50 000 руб., а собрано по итогу лишь 20 000 руб – в таком случае деньги должны быть возвращены вкладчикам. Считается, что если нужная сумма не была обеспечена и собрана, значит, проект не слишком интересен обществу – потенциальным спонсорам и, следовательно, не особо перспективен. По окончании сбора денежных средств проект можно доработать и повторно выставить на общественное обсуждение.

В краудфандинге важно использовать правильно составленные документы: бизнес-план, сметы, расчеты, чтобы как можно полнее отразить сущность проекта. Информация о сборе денежных средств должна быть открытой для всех и иметь общественную доступность, что является важнейшим

¹⁷ Anikin V. U. Alternative sources of capital attraction: crowdfunding and crowdinvesting startups // The Science of Person: Humanitarian Researches. 2022. Vol. 16. No 1. P. 206-218.

звеном в механизме осуществления. Особый интерес у спонсоров будет к тем проектам, которые имеют социальную составляющую – к примеру, развитие территорий, уплата налогов, обучение персонала, создание новых рабочих мест, благотворительность. Зачастую это свидетельствует о том, что средства, вложенные в реализацию проекта, дадут больший положительный результат.

В связи с тем, что краудфандинг является одним из самых значимых источников инвестирования инновационных и достаточно «молодых» проектов в России, законодатель предпринял меры по регулированию данной сферы, которые связаны не только с необходимостью установления требований к субъектам краудфандинга для обеспечения гарантий соблюдения их прав, но и с желанием оказать поддержку перспективному направлению развития инвестирования в цифровой экономике. ФЗ № 259-ФЗ, на положения которого неоднократно обращается особое внимание в данном исследовании, в этой связи имеет огромную важность, поскольку именно данный закон закладывает юридические основы разрешения проблематики, пусть и не слишком точно на сегодняшний день. Несмотря на то, что легального понятия «краудфандинг» законодатель так и не определил (оперируя терминами «инвестиционная платформа», «утилитарные цифровые права» и т.д.), он установил требования к деятельности такой инвестиционной платформы, ее субъектам и условиям инвестирования. Указанный Закон вступил в силу 1 января 2020 года для вновь создаваемых платформ, а на существующие платформы Закон распространяет свое действие с 1 июля 2020 года. Одним из ключевых изменений является тот факт, что средства инвесторов теперь будут храниться на номинальном счёте, поскольку номинальный счёт позволяет дополнительно защитить кредиторов от нецелевого расходования средств и наложения ареста по обязательствам платформы. Такой шаг представляется весьма разумным и целесообразным, поскольку он гарантирует действительную защиту прав и интересов инвесторов.

Важно сказать, что часть национальных веб-ресурсов при этом в 2018 году прекратили свою деятельность в сфере краудфандинга, площадки заморожены, либо находятся на переоформлении или существуют, но по факту не продвигаются. В свою очередь, количество общемировых инвестиционных площадок и величина инвестиционных сборов увеличивается с каждым годом, что создает риск появления недобросовестных участников краудфандинга. Поэтому учитывая то, что в настоящий момент формирование рынка краудфандинга является мировым трендом, в частности, направленным на развитие науки и техники, нужно отметить, что законодательное регулирование деятельности инвестиционных платформ даст возможность

сформировать хороший инвестиционный климат для взаимодействия инвесторов.¹⁸

ФЗ № 259-ФЗ урегулировал деятельность по так называемому розничному финансированию (краудфандингу) в том числе в соответствии с положениями уже упомянутой Стратегии, подчеркивающей необходимость развития коллективного финансирования — краудфандинга и краудинвестирования. Первичный проект Закона имел следующее название – «Об альтернативных способах привлечения инвестирования (краудфандинге)», что, как мы видим, представляет собой более конкретную и четкую формулировку, нежели в окончательном действующем варианте. В его содержании речь аналогично шла о краудфандинге как о розничном финансировании, однако же впоследствии термин «краудфандинг» из проекта исключили. Многие эксперты отмечают, что текст Закона больше относится к краудинвестингу как к разновидности краудфандинговой деятельности. Их отличия заключаются в следующем: при краудфандинге инвесторы вкладывают средства в проект или идею, за что получают какой-то бонус или привилегию или же не получают ничего, что происходит гораздо чаще. Обычно таким способом на разных интернет-площадках собирают финансирование своих проектов музыканты, разработчики игр и иные лица. По характеру такой вид финансирования больше напоминает благотворительное пожертвование, не зря при рассмотрении видов краудфандинговой деятельности выделяют и некоммерческий ее вид.

Нельзя не упомянуть, что при учете всех этих аспектов некоторые веб-ресурсы рассчитывают на то, что на них ФЗ № 259-ФЗ не распространяет свое действие, поскольку они работают по принципу предзаказа или спонсорства.¹⁹ Здесь необходимо прояснить следующее: при краудинвестинге инвесторы вкладывают денежные средства в бизнес-проекты и идеи, чтобы впоследствии на началах собственной выгоды заработать. Когда же от инвесторов набирается необходимая сумма, проект запускают, а инвесторы получают, например, доли или акции компании, что и именуется, по сути, ощутимым бонусом от такого вклада. Также по новым правилам в отношении требований к субъектному составу установлен размер капитала операторов инвестиционной платформы, реестр операторов подведомственен Банку России. Ранее никакого регулирования краудфандинговой деятельности в российском правовом поле не было, так же как не было и ограничений

¹⁸ Ваймер Е. В. Правовое регулирование деятельности инвестиционных платформ как направление развития цифровой экономики // Алтайский юридический вестник. 2020. № 2(30). С. 119-123.

¹⁹ Что привнес в нашу жизнь новый закон о краудфандинге? / <http://www.fingramota.org/lichnye-finansy/investitsii-i-sberezheniya/item/2944-chto-privnes-v-nashu-zhizn-novyy-zakon-o-kraudfandinge> (дата обращения: 30.03.2022)

в виде минимального капитала и необходимости включения в реестр Банка России.

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, можно выделить следующие рекомендации по совершенствованию проанализированных действующих положений отечественного законодательства в части реализации его главной задачи – обеспечения защиты прав и законных интересов инвесторов и иных участников краудфандинга. Прежде всего, было бы целесообразно исключить полномочие оператора инвестиционной платформы по установлению иных, не предусмотренных законом, требований к лицам, привлекающим инвестиции, содержащееся в п. 2 ч. 1 ст. 14 ФЗ № 259-ФЗ, поскольку такая компетенция, возлагаемая на оператора, может существенно ограничивать субъектов краудфандинговой деятельности. Более того, возложение такого полномочия на оператора инвестиционной площадки представляется неоправданным, поскольку в любом случае оператор не отвечает перед инвесторами по обязательствам лица, привлекающего инвестиции (важнейшая ремарка). Гораздо эффективнее было бы развить контрольную и надзорную функцию специализированных органов за соблюдением законодательных положений и требований к участникам краудфандинга, в том числе и в свете защиты прав инвесторов, для чего требуется более расширенное установление правового режима краудфандинга отечественным законодателем.²⁰

²⁰ Матыцин Д. Е. Защита прав участников краудфандинга как электронно-цифрового способа привлечения инвестиций // Право и управление. XXI век. 2020. Т. 16. № 2(55). С. 76-82.

Глава 3. Прослеживаемость товаров в условиях цифровой экономики как механизм борьбы с фальсификацией и контрафактом. Исследования на примере изделий из шерсти и специальных волокон

1. Введение

Случаи обнаружения фальсифицированной продукции, продукции с несанкционированным использованием чужой интеллектуальной собственности встречаются по всему миру. Статьи, освещающие отдельные случаи, все чаще встречаются в печати, что свидетельствует об озабоченности общества. Присутствие такой продукции на рынке представляет собой серьезную угрозу, и её очень сложно предотвратить.

Понятия контрафактной и фальсифицированной промышленной продукции определены Стратегией по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Российской Федерации на период до 2020 года и плановый период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 5 декабря 2016 г. № 2592-р.

Контрафактная промышленная продукция - промышленная продукция, находящаяся в обороте с нарушением прав правообладателей на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации; фальсифицированная промышленная продукция - промышленная продукция, сопровождаемая заведомо неполной или недостоверной (ложной) информацией о составе и (или) ее потребительских свойствах, предоставление которой установлено законодательством Российской Федерации и (или) правом Евразийского экономического союза.

Вместе с тем, на рынках большинства развитых стран повышается спрос потребителей на уверенность в качестве и безопасности приобретаемых товаров, спровоцированный скандалами, возникающими вокруг случаев выявления опасной продукции (например, Bernard и другие., 2002²¹; Wales, Harvey и Warde, 2006²²; Xiu и Klein, 2010²³). Одним из таких заметных скандалов с катастрофическими последствиями был, например, случай в Китае, когда обнаружен меламин в сухом молоке для детского

²¹ Bernard A, Broeckaert F, De Poorter G, De Cock A., Hermans C, Saegerman C. The belgian PCB/Dioxin incident: Analysis of the food chain contamination and health risk valuation.// Environmental Research, 2002. Vol. 88, P.1–18

²² Wales C, Harvey M and Warde A. Recuperation from BSE: The shifting UK institutional basis for trust in food// Appetite. 2006, Vol.47, P.187–195

²³ Xiu C, Klein K. Melamine in milk products in China: Examining the factors that led to deliberate use of the contaminant// Food Policy. 2010. Vol 35. P.463–470

питания в 2008 году (Xiu и Klein, 2010²⁴).

Факты присутствия в свободном обороте фальсифицированных и контрафактных изделий легкой промышленности и в частности изделий из шерсти также встречаются в научной печати и сообщений средств массовой информации. По сведениям ССМІ (Институт производителей верблюжьей шерсти и кашемира), основанного в 1984г, случаи фальсификации изделий из кашемира зафиксированы в США, Корею, странах Европы. В Японии факты такой фальсификации не встречаются после усиления контроля и судебных разбирательств по случаям фальсификации волокнистого состава трикотажа, выявленных в 2006г. Выявлены случаи введения в заблуждение потребителей относительно волокнистого состава изделий из кашемира в Китае.

В большинстве выявленных случаев фальсификации маркировка указывала на 100 % кашемир, однако фактическое содержание этого ценного шерстяного волокна не превышало 30 %²⁵. Исследовательским институтом шерсти (DWI) в Аахене (Германия) проводились исследования изделий из кашемира на наличие его подделок в период с 1990 по 2006 год. Процент фальсифицированной продукции составил от 38 до 72 % изделий, подвергнутых проверке²⁶. Отдельную проблему составляет использование в маркировке термина «пашмина», который используется как нестандартное обозначение пуха кашмирских коз в Индии. На рынке по всему миру встречаются шали, заявляемые как изготовленные из пашмины, на самом деле совершенно не содержащие шерсти, а состоящие, как правило, из вискозных и полиэфирных волокон²⁷. Наряду с кашемиром, верблюжья шерсть также является объектом подделок. Чаще всего выявляются случаи фальсификации изделий, изготовленных мелкими неизвестными производителями, тогда как крупные фабрики дорожат своей репутации на рынке²⁸

²⁴ Xiu C, Klein K. Melamine in milk products in China: Examining the factors that led to deliberate use of the contaminant// Food Policy. 2010. Vol 35. P.463–470

²⁵ Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке.// Международный научный журнал. 2017. № 4. С. 61-66.

²⁶ Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке.// Международный научный журнал. 2017. № 4. С. 61-66.

²⁷ Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке.// Международный научный журнал. 2017. № 4. С. 61-66.

²⁸ Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке.// Международный научный журнал. 2017. № 4. С. 61-66.

Решение этих сложных и актуальных проблем современности предлагается с помощью внедрения систем прослеживаемости товаров, в том числе созданных на базе технологий блокчейн²⁹ и RFID (Radio Frequency Identification)³⁰.

Общее определение прослеживаемости дано Olsenand Borit³¹ - «Возможность доступа к любой или всей информации, относящейся к тому, что находится на рассмотрении, в течение всего жизненного цикла, с использованием зарегистрированных идентификаторов».

Элементы прослеживаемости продукции издавна используются в мировой практике³², в том числе в системах управления качеством продукции в рамках одного предприятия (так называемая внутренняя прослеживаемость), однако в настоящее время этот механизм получил более масштабное применение и значение в виде прослеживания глобальных цепей поставок.

В ряде стран применяют системы прослеживаемости для обеспечения качества и безопасности национальной продукции животноводства³³, винодельческого сектора³⁴ прочей сельскохозяйственной продукции, продуктов питания для ресторанов³⁵

Как отмечают авторы ряда исследований³⁶ потребители предпочитают поставщиков с высокой степенью прослеживаемости пищевых продуктов, даже если это повышает себестоимость товарной единицы.

Авторами работы³⁷ были исследованы предпочтения потребителей в отношении прослеживаемых пищевых продуктов в Китае. Результаты

²⁹ Behnke K, Janssen (Marijn) M.F.W.H.A Boundary conditions for traceability in food supply chains using blockchain technology //International Journal of Information Management [Электронный ресурс] <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.025>

³⁰ Beilei Fan., Jianping Qian, Xiaoming Wu, Xiaowei Du, Wenyong Li, Zengtao Ji, Xiaoping Xin. Improving continuous traceability of food stuff by using barcode-RFID bidirectional transformation equipment: Two field experiments.// Food Control. 2019. Vol. 98. P.449-456

³¹ Olsen P., Borit M. How to define traceability?// Trends in Food Science &Technology. 2013. Vol. 29. P.142-150

³² Hongwu Bai, Guanghong Zhou, Yinong Hu, Aidong Sun, Xinglian Xu, Xianjin Liu, Changhua Lu. Traceability technologies for farm animals and their products in China.// Food Control. 2017. Vol. 79. P 35-43

³³ Hongwu Bai, Guanghong Zhou, Yinong Hu, Aidong Sun, Xinglian Xu, Xianjin Liu, Changhua Lu. Traceability technologies for farm animals and their products in China.// Food Control. 2017. Vol. 79. P 35-43

³⁴ Stranieri S,Cavaliere A, Banterle A. The determinants of voluntary traceability standards. The case of the wine sector. // Wine Economics and Policy. 2018. Vol 7. P.45-53

³⁵ Reno Varghese George, Hari Om Harsh, Alex K. Babu. Food quality traceability prototype for restaurants using blockchain and food quality data index. // Journal of Cleaner Production. 2019. Vol 240. 118021

³⁶ Shengnan Sun, Xinping Wang Promoting traceability for food supply chain with certification. //Journal of Cleaner Production. 2019.Vol 217. P.658-665

³⁷ Ruifeng Liu, Zhifeng Gao, Rodolfo M. Nayga Jr., Heather Arielle Snell, Hengyun Ma. Consumers' valuation for food traceability in China: Does trust matter? //Food Policy. 2019. 18.09.2019, 101768

показывают, что потребители готовы платить за прослеживаемые продукты, но их оценки могут различаться в зависимости от степени их доверия к государственному надзору за безопасностью пищевых продуктов и маркировкой. Потребители предпочитают прослеживаемость вместе с убедительным контролем, обеспечивающим достоверность информации.

Авторы³⁸ также предлагают использовать QR-кодирование для предоставления потребителям более полной информации о продукте, такой как доступ к научным публикациям о полезных свойствах компонентов продукта, что поможет потребителям получить информацию о здоровом питании

Для обеспечения работы системы единой прослеживаемости требуется технологическая независимость и высокий уровень информационной безопасности. Это предлагается решать на основе технологий Blockchain.

Технология Blockchain обеспечивает децентрализацию распределенных программных архитектур, где компоненты могут достигать соглашений об общем статусе системы, не доверяя центральной точке интеграции. Ряд авторов, например, авторы работы³⁹ подчеркивают важность тестирования своих программных продуктов на реальных проектах.

В отдельных случаях на практике возникают проблемы и использование Blockchain не выходит за рамки пилотных проектов. В основном это происходит в системах с низким уровнем доверия партнеров друг к другу и нежеланием обмениваться информацией. В этой связи авторы⁴⁰ отмечают важность организации предварительно хорошо продуманной и стандартизированной цепочки поставок между всеми (внутренними и внешними) участниками и архитектуры системы. Это должно быть определено в первую очередь перед началом автоматизации процессов.

Технология RFID в настоящее время уже широко применяется для отслеживания, логистики и контроля доступа. Она стала повсеместным в

³⁸ Nilova L, Malyutenkova S, Chunin S, Naumenko N. IOT in the development of information support of food products for healthy nutrition. // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 2019. 2019 012112 doi:10.1088/1757-899X/497/1/012112

³⁹ Xiwei Xu, Qinghua Lu, Yue Liuc Liming Zhu, Haonan Yao, Athanasios V. Vasilakos. Designing blockchain-based applications a case study for imported product traceability. // Future Generation Computer Systems. 2019. Vol. 92. P. 399-406

⁴⁰ Behnke K., Janssen (Marijn) M.F.W.H.A Boundary conditions for traceability in food supply chains using blockchain technology. // International Journal of Information Management. 2019. 14.06.2019 <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.025>

промышленности и повседневной жизни (продажа билетов, оплата, паспорта, ключи от машины и т. д.). RFID в настоящее время является стандартизированной технологией; Её неотъемлемые преимущества, такие как унитарность, возможность идентификации, беспроводная связь и низкая стоимость радиочастотных меток, предоставляют ей практические преимущества, которые стимулируют новые разработки. Эта тенденция в значительной степени подтверждается прогнозом рынка, а также его реализацией в области здравоохранения («умная больница»), помощи людям, борьбы с контрафакцией, а также с точки зрения новых парадигм распределенного окружающего интеллекта (интернет вещей)⁴¹.

Целью настоящего исследования явилось выяснение перспектив внедрения систем прослеживаемости товаров и их возможностей по обеспечению качества и безопасности товаров на рынке, исключению из оборота фальсифицированной и контрафактной продукции в условиях цифровой экономики.

Объектами исследования, на примере которых будут рассматриваться поставленные вопросы, выбраны изделия из ценных видов шерсти.

Выбор объектов обусловлен престижностью и популярностью изделий из ценной шерсти, значительным отличием стоимости сырья и изделий, выработанных из шерсти разных видов животных, достигающей десятки и сотни раз, а также подтверждёнными случаями фальсификации изделий из ценных видов шерсти – кашемира, ангоры, мохера, верблюжьей шерсти, шерсти ламы, альпаки, ламы-вигони, шахтуш, шерсти яка и др., встречающиеся во всем мире⁴².

В соответствии со стандартом ГОСТР ИСО 17751— 2016⁴³ волосяной покров этих животных обозначают общим термином «специальные волокна» (speciality fibre), в то время как «шерстью» называют овечью шерсть.

2. Методы

Для выявления наличия или отсутствия случаев фальсификации волокнистого состава изделий из шерсти на российском рынке проводилось исследование образцов вязальной пряжи, содержащей овечью шерсть и

⁴¹ DurocaY, Tedjinib S. RFID: A key technology for Humanity. //Comptes Rendus Physique. 2018.Vol. 19. P.64-71

⁴² Vinogradova A., Kotomenkova O., Pankova N., Kotomenkov D.2019 Identification of goods made of valuable wool sorts with the use of remote technologies IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 012113

⁴³ ГОСТР ИСО 17751— 2016 Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси (ISO 17751:2007, Textiles — Quantitative analysis of animal fibres by microscopy — Cashmere, wool, speciality fibres and their blends, IDT). М.: Стандартинформ, 2016. – 19с.

специальные волокна. Для количественной оценки содержания шерсти применяли стандартный метод, основанный на растворении белковых волокон в 5-процентном щелочном растворе по ГОСТ 4659-79⁴⁴.

Вид текстильных волокон, составляющих исследуемые образцы, определяли микроскопированием. Принадлежность шерсти к разным видам животных идентифицировали по особенностям макро- и микроструктуры волокон, учитывали толщину волокна, строение чешуйчатого и сердцевинного слоя. В качестве эталонных использовали микрофотографии, опубликованные в "Атласе волос млекопитающих"⁴⁵ и в ГОСТ ИСО 17751— 2016⁴⁶.

Для достижения целей исследования была протестирована стандартная методика определения массовой доли специальной шерсти в смесях с овечьей шерстью. Оценивалась достоверность результатов, полученных методом оптической микроскопии разными исследователями, а также трудоемкость метода.

Для этого пяти исследователям, обладающим специальными знаниями и навыками, давали для определения по два образца волокнистой смеси без маркировки волокнистого состава. Данные образцы предварительно составлялись из известных волокон тонкой мериносовой овечьей шерсти, кашемира и ангоры в заданных пропорциях.

Волокнистый образец представлял собой подготовленный для исследования образец, состоящий из тщательно перемешанных, измельченных волокон двух видов.

Препараты для микроскопии готовили с использованием глицерина, вода не использовалась, чтобы избежать набухания волокон и изменение их толщины.

Количественное содержание наиболее ценного компонента волокнистой смеси (ангора, кашемир) проводилось в соответствии с ГОСТ Р ИСО 17751 — 2016⁴⁷ с использованием микроскопического комплекса,

⁴⁴ ГОСТ 4659-79 «Ткани и пряжа чистошерстяные и полушерстяные. Методы химических испытаний». М.: ИПК Издательство стандартов, 1998. – 11с.

⁴⁵ Атлас волос млекопитающих. Тонкая структура остевых волос и игл в сканирующем электронном микроскопе/Чернова О.Ф., Целикова Т.Н. - М.: Товарищество научных изданий КМК. 2004.- 429с.

⁴⁶ ГОСТ Р ИСО 17751— 2016 Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси (ISO 17751:2007, Textiles — Quantitative analysis of animal fibres by microscopy — Cashmere, wool, speciality fibres and their blends, IDT). М.: Стандартиформ, 2016. – 19с.

⁴⁷ ГОСТ Р ИСО 17751— 2016 Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси (ISO 17751:2007, Textiles — Quantitative analysis of animal fibres by microscopy — Cashmere, wool, speciality fibres and their blends, IDT). М.: Стандартиформ, 2016. – 19с.

состоящего из светового микроскопа Микмед-4, оснащенного видеоокуляром, компьютера с программным продуктом Scope Photo, позволяющим проводить цифровую микросъемку волокон, составляющих исследуемые объекты, и измерять размер их поперечного сечения.

Обработка результатов проводилась в соответствии с указаниями ГОСТ Р ИСО 17751 — 2016⁴⁸ и ГОСТ 4659-79⁴⁹ для результатов, полученных по соответствующим стандартным методам.

3. Результаты и их обсуждение

Шерсть - одно из наиболее значимых природных волокон, используемых при изготовлении текстильных товаров. Это волокно, родственное человеческому организму, обладающее комплексом ценных свойств, используется человечеством на протяжении многих тысячелетий.

Наряду с овечьей шерстью, которая составляет порядка 90%, в текстильном производстве используют волосяной покров коз, яков, кроликов, верблюдов, животных рода лам.

Вид исходного сырья во многом определяет потребительские свойства готовых изделий и значительно влияет на их стоимость. Стоимость шерсти определяется, прежде всего, редкостью породы животного, тониной и длиной волокна, чистотой и однородностью руна.

Производители элитного текстиля (тканей, трикотажа, одежды) ведут практически «охоту» на сырьё высшего качества, ими учреждаются специальные премии фермерам, финансируются научные разработки в области получения супертонкой шерсти, учреждён Кубок мира, присуждаемый за рекорды по тонкорунности.

Цена на отдельные виды шерсти и изделия из неё достигает значительных размеров, в связи с чем, шерсть подвергается фальсификации.

Одним из традиционных видов текстильных товаров из шерсти, пользующихся постоянным спросом в России, является вязальная пряжа. На российском рынке в широком ассортименте представлена пряжа как отечественных, так и зарубежных производителей, изготовленная из различных видов шерсти, в том числе и специальных волокон.

⁴⁸ ГОСТ Р ИСО 17751— 2016 Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси (ISO 17751:2007, Textiles — Quantitative analysis of animal fibres by microscopy — Cashmere, wool, speciality fibres and their blends, IDT). М.: Стандартинформ, 2016. – 19с.

⁴⁹ ГОСТ 4659-79 «Ткани и пряжа чистошерстяные и полушерстяные. Методы химических испытаний». М.: ИПК Издательство стандартов, 1998. – 11с.

Проводилось определение волокнистого состава шерстяной вязальной пряжи, реализуемой в розничных торговых предприятиях Санкт-Петербурга, с целью выявления возможной фальсификации.

Исследуемые образцы (см. таблицу 1) по волокнистому составу можно подразделить на три группы: пряжа, в маркировке которой заявлено присутствие волокон ангоры (образцы с 1 по 6); пряжа с волокнами мохера (образцы с 7 по 11); полушерстяная пряжа с овечьей шерстью (образцы с 12 по 16).

Названия натуральных текстильных волокон регламентируются международным стандартом ГОСТ Р ИСО 6938-2014 «Материалы текстильные. Волокна натуральные. Общие наименования и определения». В соответствии с этим стандартом, ангора – волокно ангорского кролика *Oryctolagus cuniculus*; мохер – волокно ангорской козы *Capra hircus aegagrus*.

В образцах 1 и 2 были обнаружены волокна ангоры толщиной от 5 до 20 мкм, в образце 2, кроме волокон кролика, присутствуют также волокна овечьей шерсти толщиной от 15 до 40 мкм. В остальных образцах, в маркировке которых также было заявлено наличие ангоры (образцы 3,4,5,6) присутствия её не было установлено.

Волокна ангорской козы (мохер) обнаружены в образцах 7 – 11, как и заявлено в маркировке, а также в образцах 3, 4, 5 и 6, вместо заявленной в маркировке ангоры.

Массовую долю шерстяного волокна в пряже определяли химическим методом по ГОСТ 4659-79 «Ткани и пряжа чистошерстяные и полушерстяные. Методы химических испытаний»⁵⁰ с пересчётом на кондиционную массу. Результаты количественного анализа представлены в таблице 1.

Из 16 образцов вязальной пряжи, количественная фальсификация шерсти выявлена в четырёх (образцы 4, 6, 9, 17), три из которых изготовлены в Турции.

Отклонение в сторону снижения фактической массовой доли шерстяного волокна от значений, указанных в маркировке в исследованных образцах вязальной пряжи составило от 14,8 % до 31,0 %.

Традиционным инструментом выявления некачественной, опасной, фальсифицированной или контрафактной продукции на рынке является товарная экспертиза.

⁵⁰ ГОСТ 4659-79 «Ткани и пряжа чистошерстяные и полушерстяные. Методы химических испытаний». М.: ИПК Издательство стандартов, 1998. – 11с.

Стандартные методики количественного определения специальных волокон животных в смесях с овечьей шерстью основываются на методах микроскопии: оптической и электронной.

Таблица 1

Результаты определения массовой доли шерстяного волокна в вязальной пряже

Номер образца	Страна-производитель (по маркировке)	Волокнистый состав (по маркировке)	Фактическая массовая доля шерстяного волокна, %	Отклонение, %
Пряжа, содержащая ангору:				
1	Италия	100% ангора	100,00	0
2	Франция	70% ангора; 30% шерсть	100,00	0
3	Россия	30% ангора; 70% акрил	33,93	+ 3,9
4	Турция	70% ангора; 30% акрил	39,05	- 31,0
5	Россия	30% ангора; 12% шерсть; 41% акрил; 17% капрон	42,60	+ 0,6
6	Турция	70% ангора; 30% акрил	49,09	- 20,9
Пряжа, содержащая мохер:				
7	Россия	15% мохер; 25% шерсть; 15% акрил.	42,4	+ 2,4
8	Великобритания	50% мохер; 50% акрил;	50,6	+ 0,6
9	Турция	60% мохер; 24% акрил; 16% метанит	45,2	- 14,8
10	Италия	70% кид мохер; 20% шелк; 10% люрекс	90,6*	+ 0,6
11	Финляндия	80% кид мохер; 20% полиамид;	81,2	+ 1,2
Пряжа, содержащая овечью шерсть				
12	Россия	50% шерсть; 50% акрил;	50,3	+ 0,3
13	Россия	50% шерсть; 50% акрил;	50,0	0
14	Турция	35% шерсть; 65% акрил;	35,5	+ 0,5
15	Германия	51% шерсть; 49% акрил;	52,3	+ 1,3
16	Италия	50% шерсть; 50% акрил;	21,3	- 28,7

Примечание: * определялась массовая доля шерсти в сумме с натуральным шелком.

Методом оптической микроскопии идентифицировали смеси волокон известного волокнистого состава. Результаты представлены в таблице 2.

В первом случае образец состоял из волокон, легко отличимых по особенностям морфологического строения. При этом массовые доли

волокнистых компонентов смеси, определённые экспериментально, отличались от фактических в среднем на 4 % по массе. Во втором случае исследуемый образец также был двухкомпонентным, но составляющие его волокна были близки по толщине и особенностям строения чешуйчатого слоя. В данном случае массовые доли компонентов, определённые экспериментально отличались от фактических значений более чем на 12%, что может приводить к неверным выводам относительно волокнистого состава образцов на практике.

Таблица 2

Результаты определения массовой доли волокон в смеси различными исследователями, массовая доля

Номер образца	Фактический состав волокнистой смеси, специальные волокна / овечья шерсть	Результат определения волокнистого состава исследователем				
		1	2	3	4	5
1	50/50	47/53	52/48	50/50	54/46	49/51
2	67/33	58/42	60/40	75/25	70/30	71/29

Примечание: тип специальных волокон в образцах: образец 1 – ангора; образец 2 – кашемир

Экспериментальные данные показывают, что стандартные методы исследований в данном случае не всегда позволяют получить достоверные результаты о количественном составе волокнистой смеси, содержащей специальные волокна животного происхождения.

Кроме этого, следует отметить, что исследования по данной методике являются достаточно затратными по времени. В таблице 3 приведены примерные результаты затрат времени на определение волокнистого состава одного образца, состоящего из двухкомпонентной смеси шерстяных и специальных волокон. Для количественного определения массовой доли волокон в одном образце исследователю среднего уровня опытности потребуется 50 часов, что составляет более 6 рабочих дней.

Обзор публикаций по тематике исследования, анализ практики и выше приведённые экспериментальные данные позволяют заключить, что профилактика нарушений, связанных с незаконным оборотом контрафактных, фальсифицированных, а также опасных товаров более действенна, чем выявление отдельных случаев фальсификации контролирующими органами и принятие по ним мер. Ужесточение

законодательства также не приводит к заметному снижению количества нарушений.

Наиболее действенной мерой по исключению из легального оборота контрафактных и/или фальсифицированных товаров, по мнению ряда авторов, может стать обеспечение прослеживаемости товаров, охватывающее все стадии их жизненного цикла и цепи поставок в международной торговле. В условиях цифровой экономики это может быть достижимо только при совместном участии отдельных государств. В настоящее время это не кажется уже столь невозможным в отличие от утверждения в 2004 г. Голан и др. о том, что полная прослеживаемость никогда не возможна из-за количества подробной информации и степени точности, которые для этого потребуются.⁵¹

Примером сотрудничества в области обеспечения прослеживаемости товаров на рынке является Соглашение о маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), подписанное главами правительств стран Союза в Алматы 2 февраля 2018 года и вступившее в силу 29 марта 2019г. Цифровая маркировка товаров представляет собой нанесение средств идентификации на товар и внесение информации как о самом товаре, так и о средстве идентификации, в информационную систему маркировки. В целом внедрение системы маркировки может способствовать оцифровке товарных потоков и формированию системы прослеживаемости в ЕАЭС.

Таблица 3

Оценка временных затрат на проведение исследования одного образца

Номер образца	Наименование этапа исследования	Время, необходимое для проведения этапа, мин.	Количество повторений этапа при исследовании одной пробы	Всего потрачено часов, мин.
1	Отбор проб для исследований	15	1	15
2	Подготовка образца для исследования	15	1	15
3	Подготовка препарата к просмотру под микроскопом	1	10	10
4	Измерение и идентификация волокон	15 (за одно поле зрения)	150 (исследование не менее 1000 волокон каждого вида)	2250

⁵¹ Golan E, Krissoff B, Kuchler F, Calvin L, Nelson K, and Price G 2004 Traceability in the U.S. Food supply: Economic theory and industry studies Economic Research Service, US Department of Agriculture, Agricultural Economic Report Retrieved from <http://151.121.68.30/publications/aer830/aer830.pdf>.

Номер образца	Наименование этапа исследования	Время, необходимое для проведения этапа, мин.	Количество повторений этапа при исследовании одной пробы	Всего потрачено часов, мин.
5	Ввод данных в компьютер, расчеты, обработка результатов.	60	1	60
6	Нормативные перерывы при работе за компьютером	10	66 (10 минут отдыха каждые 35 минут работы; 140 минут за 8-часовой рабочий день)	660
7	Всего:	x	x	3010

За последние годы предприняты конкретные шаги, направленные на легализацию товаров, находящихся в свободном обращении на рынке Евразийского экономического союза (ЕАЭС). К этим шагам относится внедрение системы маркировки и прослеживаемости товаров, введение обязательной маркировки товаров отдельных групп контрольно-идентификационными знаками (КИЗ).

К моменту введения в действие в 2015г. Соглашения о реализации пилотного проекта по введению маркировки товаров контрольными (идентификационными) знаками по товарной позиции «Предметы одежды, принадлежности к одежде и прочие изделия, из натурального меха» в сфере оборота промышленной продукции сложилась ситуация, характеризующаяся высокой долей незаконного оборота. По данным Министерства промышленности и торговли, незаконный оборот рынка легкой промышленности в России составлял 1,4 трлн. рублей – это порядка 35% всего рынка. Из них более половины (50 – 60 %) составляли «серые» поставки из стран дальнего зарубежья, около трети (25 – 30%) импортировалось из стран ЕАЭС и около 15% занимало неучтенное отечественное производство.

Названный пилотный проект показал свои положительные результаты. Министр промышленности и торговли РФ Мантуров Д.В. в своем докладе 19 ноября 2018 года на форуме «Антиконтрафакт-2018» отметил, что за три года работы доля контрафактной продукции в отрасли легкой промышленности снизилась на 10% - это 400 миллиардов рублей.

Основные подходы к формированию механизма прослеживаемости товаров в России определены Концепцией создания и функционирования в Российской Федерации системы маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров, утвержденной

распоряжением Правительства РФ от 28.12.2018 № 2963-р.

В соответствии с Концепцией основной целью внедрения системы маркировки и прослеживаемости товаров является обеспечение получения оперативной и достоверной информации о движении товаров в рамках хозяйственной деятельности организаций.

Концепцией предусмотрено, что комплекс мероприятий, обеспечивающих регистрацию движения товаров по товаропроводящей сети, может быть реализован двумя способами:

- физической прослеживаемостью (вид прослеживаемости, обеспеченной с помощью маркировки);

- документальной прослеживаемостью, которая обеспечивается с помощью передачи данных о движении товара в сопроводительных документах (товарно-транспортных накладных, товарных накладных, налоговых и иных документах).

Одним из основных элементов вводимой системы маркировки и прослеживаемости является государственная информационная система (ГИС), обеспечивающая осуществление прослеживаемости движения товаров и мониторинга их оборота. Государственная информационная система строится на основе использования средств идентификации для обеспечения физической прослеживаемости. При этом система при необходимости интегрируется с инструментами документальной прослеживаемости для обеспечения непротиворечивости данных о движении товаров. В соответствии с поручением Правительства координатором системы является Министерство промышленности и торговли России.

Существующий вариант Концепции не предусматривает введения маркировки контрольными идентификационными знаками и прослеживаемости всех товаров на рынке, в неё выборочно вовлекаются товары с наибольшей степенью риска.

Перечень продукции, подлежащей обязательной маркировке КИЗ определен распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2018 г. N 792-р (в ред. распоряжений Правительства РФ от 13.07.2019 N 1533-р, от 08.11.2019 N 2647-р, от 06.02.2020 N 216-р, от 30.03.2020 N 806-р, от 28.07.2020 N 1973-р, от 15.12.2020 N 3322-р, от 06.02.2021 N 268-р, от 31.08.2021 N 2402-р, от 05.10.2021 N 2812-р, от 17.01.2022 N 14-р, от 24.02.2022 N 313-р, от 30.11.2022 N 3680-р, от 01.02.2023 N 205-р, от 28.02.2023 N 477-р, от 31.05.2023 N 1439-р). Применительно к одежде, кроме изделий из натурального меха,

текстильным и трикотажным изделиям перечень продукции определялся Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.12.2019 № 1956 "Об утверждении Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности" (см. таблицу 4).

Таблица 4

Перечень продукции легкой промышленности, на которые распространяется обязательная маркировка КИЗ (кроме изделий из меха и обуви)

Код по ОКПД2	Код по ТН ВЭД	Наименование продукции легкой промышленности
14.11.10	4203 10 000	Предметы одежды, включая рабочую одежду, изготовленные из натуральной или композиционной кожи
14.14.13.	6106	Блузки, блузы и блузоны трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек
14.13.21	6201	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия мужские или для мальчиков
14.13.31	6202	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия женские или для девочек
13.92.12; 13.92.13; 13.92.14	6302	Белье постельное, столовое, туалетное и кухонное

Отнесение товара к тому или иному коду ТН ВЭД ЕАЭС проводится в соответствии с документацией, подтверждающей соответствие продукции техническому регламенту таможенного союза (сертификату соответствия или декларации о соответствии) № 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков» и (или) № 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности» и (или) № 019/2011 «О безопасности средств индивидуальной защиты».

Также обязательной маркировке КИЗ из товаров легкой промышленности в настоящее время подлежат обувь и изделия из меха.

Планируется расширение перечня товаров легкой промышленности, которые будут подлежать обязательной маркировке. Согласно кодам товарной номенклатуры ТН ВЭД ЕАЭС, перечень новых товаров включает в себя:

– 6105 — Рубашки трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков;

- 4304 00 000 0 — Предметы одежды из искусственного меха (за исключением полотен, рукавиц, перчаток и митенок, а также головных уборов);
- 6113 00, 6210 — Одежда из фетра или нетканых материалов, текстильных материалов с пропиткой или покрытием (в части только верхней одежды);
- 6101, 6102 — Пальто, куртки, плащи, плащи с капюшонами, анораки, ветровки, штормовки и аналогичные изделия, трикотажные или вязаные;
- 6205 — Рубашки мужские или для мальчиков;
- 6206 — Блузки, блузы и блузоны женские и для девочек;
- 6214, 6215 — Шали, шарфы, кашне, мантильи, вуали и аналогичные изделия, галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки;
- 6211 20 000 0, 6211 32, 6211 33, 6211 39 000 0, 6211 42, 6211 43, 6211 49 000 — Костюмы спортивные и лыжные, отдельные предметы спец-одежды;
- 6103 — Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты трикотажные машинного или ручного вязания, мужские или для мальчиков;
- 6104 — Костюмы, комплекты, жакеты, блайзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты трикотажные машинного или ручного вязания, женские или для девочек;
- 6203 — Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты мужские или для мальчиков;
- 6204 — Костюмы, комплекты, жакеты, блайзеры, платья, юбки, юбки-брюки, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты женские или для девочек;
- 6112 11 000 0, 6112 12 000 0, 6112 19 000 0, 6112 20 000 0 — Костюмы спортивные, лыжные, трикотажные машинного или ручного вязания;
- 6110 — Свитеры, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные машинного или ручного вязания.

В настоящее время Проект о внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. № 1956 проходит установленный порядок обсуждения, согласования и утверждения.

Система прослеживаемости во многом может помочь рынку не только в решении проблем контрафактной и фальсифицированной продукции,

выведения товарных партий из нелегального оборота, а также стать механизмом обеспечения качества и безопасности товаров. Это возможно при включении в общую систему прослеживаемости информации о подтверждении соответствия продукции обязательным и/или добровольным требованиям и информации с результатами проверки её качества отделами технического контроля производственных предприятий или иными экспертными организациями и испытательными лабораториями.

В этих случаях станет более прозрачным и процедура подтверждения соответствия продукции, ведь не секрет, что на рынке обращается значительная доля сертификатов, выданных без надлежащих испытаний продукции и поддельных документов.

По данным Росаккредитации Российской газеты по состоянию на I квартал 2019 года количество испытательных лабораторий сократилось до 6157, органов по сертификации - до 912. Глава Росаккредитации Алексей Херсонцев связывает это с уходом недобросовестных игроков, так как определенные меры уже принимаются. Так в 2018 году прекращена деятельность 1201 лица, занимавшихся выдачей сертификатов.

Авторами работы⁵² также предлагается включение сертификации в цепочку прослеживаемости продукции и показаны преимущества этого шага в целях обеспечения качества и безопасности товаров на рынке.

Кроме положительных итогов внедрения системы маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров, существуют и негативные отзывы⁵³, которые можно свести к следующим положениям:

- введенная маркировка накладывает дополнительные затраты на бизнес, которые весьма ощутимы, особенно для малого бизнеса;
- производители в один голос говорят о десятках процентов увеличения стоимости введения обязательного маркирования товаров КИЗ для конечного потребителя;
- внедрение системы маркировки товаров средствами идентификации и прослеживаемости движения товаров точно не является гарантией качества, хотя официальный сайт государственной системы маркировки и прослеживания «Честный знак» декларирует это во вкладке «Потребителю», заявляя, что «благодаря маркировке покупатель получает

⁵² Nilova L, Malyutenkova S, Chunin S, Naumenko N. IOT in the development of information support of food products for healthy nutrition.// IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 2019. 2019 012112 doi:10.1088/1757-899X/497/1/012112

⁵³ О «Честном знаке» по-честному: почему бизнес против маркировки. [Электронный ресурс]. Сетевое издание KONKURENT.RU 9 февраля 2021. <https://konkurent.ru/article/36024>

уверенность в качестве и безопасности»;

- существующая система также не защищает полностью от случаев оборота на российском рынке контрафактной и фальсифицированной продукции, в связи с чем, финансовое бремя ложится только на добросовестных участников рынка;

- товар не сразу поступает в торговый зал из-за сбоев в работе систем, в частности сбоев информационных систем торговых организаций, что приводит к увеличению товарных потерь из-за сокращения времени продажи скоропортящейся продукции в торговом зале до конца срока годности.

Действительно, система в существующем виде не может гарантировать заявленное производителем качество и безопасность продукции, и полностью защитить от присутствия на рынке фальсифицированной и контрафактной продукции.

Безопасность товаров подтверждают сертификаты соответствия или декларации о соответствии, но наличие этих документов не гарантирует безопасности продукции, так как сейчас нельзя определить, на какой именно товар выдан документ. То же самое можно сказать и о системе обязательной маркировки контрольно-идентификационными знаками.

Например, описание товара, доступное, потребителю при сканировании КИЗ в приложении «Честный знак» не позволяет увидеть внешний вид изделия, на которое выдан КИЗ. Тем самым в большинстве случаев делая невозможным идентификацию изделия, то есть процесс сопоставления описания изделия, на которое зарегистрирован КИЗ и изделия, на которое он нанесен. В частности, для обуви в описании указываются материал верха и низа обуви. Потребитель, не обладающий специальными навыками, не в состоянии определить соответствие указанных в описании материалов с фактическим и это в случае использования контрольно-идентификационных знаков недобросовестными участниками рынка приводит к обману потребителя. И установить этот факт способны только контролирующие органы.

В настоящее время планируется создать механизмы проверки корректности отнесения разрешительных документов к конкретному экземпляру товара и сверки объемов продукции, вводимой в оборот⁵⁴.

Система будет более эффективна, если сможет обеспечить

⁵⁴ Диана Галиева. Товарам добавляют индивидуальности [Электронный ресурс]. Сетевое издание «Коммерсантъ». 28.07.2023. <https://www.kommersant.ru/doc/6125636>

возможность однозначной идентификации изделия по его описанию, закреплённому в контрольно-идентификационном знаке или полностью исключить возможность нанесения контрольно-идентификационных знаков на продукцию, на которую они не выдавались. Тогда возможен механизм использования общественного контроля со стороны общественных организаций потребителей и частными лицами, приобретающими товары для личных целей.

Заключение

Внедрение системы прослеживаемости товаров сама по себе не будет гарантировать качество, безопасность и оригинальность продукции, однако она позволит при необходимости четко определить кем изделие изготовлено и какую логистическую цепочку прошел товар до потребителя.

Прозрачность системы должна стать препятствием для недобросовестных игроков рынка, так как при выявлении случаев фальсификации и контрафакции контролирующие органы быстрее смогут найти виновных лиц, а вся практика исследований показывает, что при фальсификации истинный изготовитель подделок не обозначает себя в маркировке, такие товары в большинстве имеют неизвестное происхождение. В случае внедрения системы прослеживаемости товаров с неизвестным происхождением не станет и все производители будут нести ответственность за свои изделия.

Также прослеживаемость повышает доверие и удовлетворение потребителей, что является важным фактором спроса

Однако эффективность работы системы прослеживаемости во многом будет зависеть от её организации, от полноты включения в систему отдельных игроков рынка. Включать ступень проверки продукции на качество и безопасность и подтверждение её соответствия установленным требованиям.

Система должна обеспечивать возможность получения информации и контролирующими органами и обычными потребителями. И возможность однозначной идентификации изделий в соответствии с их описанием без наличия специальных знаний. Этому, по мнению авторов, может являться изображение внешнего вида изделия.

Глава 4. Ценностные ориентиры молодёжи в процессе получения высшего профессионального образования

Актуальность исследования ценностных ориентиров студентов в процессе их обучения в вузе обусловлена несколькими факторами. Во-первых, ценностные ориентиры являются основополагающими для формирования личности и определения целей и приоритетов. Исследование этих ориентиров поможет понять, какие ценности важны для студентов в контексте их обучения и карьерного развития. Это позволит вузам адаптировать свои программы и методики обучения, чтобы эффективно поддерживать и развивать эти ценности.

Во-вторых, это важно для понимания мотивации студентов и их вовлеченности в учебный процесс. Если студенты не видят соответствия между своими ценностями и содержанием обучения, это может негативно сказаться на их мотивации и результативности учебы, поэтому изучение ценностных ориентиров студентов может помочь выявить потенциальные проблемы и предложить конкретные меры для улучшения образовательного процесса.

Наконец, исследование ценностных ориентиров студентов может иметь практическую ценность для работодателей и рынка труда. Знание ценностей студентов позволяет адекватно подбирать перспективных выпускников с учетом их личностных ценностей и ожиданий для успешной адаптации в рабочую среду.

Вопросами изучения ценностных ориентиров студентов в процессе их обучения в вузе занимались такие отечественные и зарубежные авторы как А.З. Телешов, В.В. Крутаев, А. Медведева, Майкл Крочмальник, Кэтрин Вентура Миллер, Алексей Б. Шварц, Карен Хосо, Гарри Робинсон, Ларс Хермансен, Андреас Хаджичараламбус и др.

Современные психолого-социологические исследования показывают, что востребованная обществом личность в условиях рыночных отношений, должна характеризоваться следующими чертами: самостоятельность, компетентность, серьезность, способность к принятию инноваций, психическая устойчивость, отсутствие конформизма, чувство ответственности, ориентация на будущее, развитые познавательные потребности, индивидуализм, признающий кооперацию, способность к конкуренции.

Образование выполняет важнейшую социальную функцию – формирует благоприятную духовную, моральную, культурную среду общества.

Образование – это социальное благо. Человек, получивший высшее образование, как правило, обладает более высоким уровнем культуры. Поэтому вне зависимости, где и кем работает высокообразованный человек, окружающие его люди только выигрывают от общения с ним, получая цивилизованную среду обитания, определенный круг общения.

Высшая школа не только выполняет социальный заказ на подготовку специалистов, но и превращается в систему, которая удовлетворяет потребности населения, как в получении знаний, так и развитии личности. В этой связи вузы находятся в поиске таких форм и методов трансляции знаний, такого содержания и структуры профессионального знания, которые позволят повысить уровень и качество профессиональной подготовки. В тоже время постоянно меняющиеся профессиональные предпочтения и критерии оценки качественных характеристик будущего специалиста, определяемые характером рыночных отношений и структурой рынка трудовых ресурсов, приводят к проблеме усвоения большого потока знаний в контексте учебных дисциплин, способствующих профессиональному развитию будущего специалиста, формируя и развивая его конкурентоспособность.

В этой связи ценность знания в системе образования будет определяться целью достижения успеха и признания в обществе. Ценность всегда формируется как реакция на складывающиеся экономические условия жизни, поэтому ценность современного образования напрямую связана с пониманием возможной выгоды, достижение целей, самореализации личности. Сознание «перерабатывает» их и создает мотивы поведения, процедуру принятия решения, наконец, формирует новые экономические отношения.

На протяжении ряда лет нами выявлялись предпочтения студентов, их ценностные ориентиры о степени и состоянии удовлетворенности качеством образовательных услуг. В определенной степени результаты этих исследований нашли свое отражение в реализованном гранте РГНФ РФ 12-13-40011а (р) «Противоречия формирования партнерских отношений в университетских сообществах: опыт регионального исследования», где авторский коллектив: Горбачева Е.И.; Губина Н.К., Мельниченко Т.Ю. представил модель – образ идеального преподавателя, главными качествами которого, по мнению 74% студентов, должна быть «справедливость», на втором месте «компетентность» (53% опрошенных), на третьем месте по значимости находится такое качество, как готовность защищать интересы студентов перед начальством (44,5%). Далее были перечислены качества, которые студенты ценят в преподавателях не очень высоко: «бескорыстие», «креативность», «доверие к людям», «требовательность», «известность в научных кругах».

Изучение студенческих представлений пересекались с портретом преподавателя патерналистского типа - человека справедливого, знающего свой предмет, заботящегося о студентах как о родных детях, не очень креативного, не всегда бескорыстного, не пользующегося известностью в научных кругах. При этом о роли преподавателя, как равноправном участнике партнерских отношений в вузе высказалось не более 24, 5% опрошенных. Авторский коллектив отмечает, что некоторые различия в оценках значимости тех или иных качеств преподавателей напрямую связаны с возрастом студента и курса его обучения студентов. Так, первокурсники считают очень важным для преподавателя – его способность доверять и верить студенту (29% респондентов), тогда как старшекурсники менее склонны выделять это качество (12,5% респондентов из числа старшекурсников выделили данное качество); творческий подход к преподаванию и креативность значимы для 31 % студентов младших курсов и 12,5% старшекурсников.

Студенчество - самая динамично развивающаяся субкультура вуза. Не может не радовать количество студентов, которые осознанно выбирают направление и профиль обучения в вузе, понимая, что они будут востребованы в будущем. Безусловно, что в студенческой аудитории находятся весьма предприимчивые люди, которые успешно используют организацию образовательного процесса, с точки зрения рыночного подхода (сохранение контингента, особенно обучающихся на платной основе), в своих интересах. Казалось бы, опасениям нет места - вуз интересен обществу; его услуги пользуются спросом; контингент, обеспечивающий доход, набран. Однако при рыночной ориентации на доход - контингент, вуз, как правило, может столкнуться с угрозой «хронической неуспеваемости» (вуз в тебе заинтересован), и, как следствие, низкий уровень обучения и слабая мотивация студентов, выпуск номинального специалиста (бакалавра и/или магистра)

В период с января по июнь 2023 г. проводилось исследование по выявлению основных инструментальных и терминальных ценностей студентов калужских вузов. В исследовании приняли участие студенты двух государственных вузов, один из которых является ведущим региональным вузом Калужской области, а другой – филиал крупнейшего российского вуза, а также и студенты ведущего коммерческого вуза - московского филиала.

Выборка исследования составила 650 человек из общей совокупности студентов возрастом от 18 до 23 лет, обучающихся в высших учебных учреждениях Калужской области: КГУ им. К. Э. Циолковского (61,5%); Финансовый университет при Президенте РФ, Калужский филиал (27,1%); МГЭУ, Калужский филиал (11,4%). Из них: мужчин – 39,5%, женщин – 60,5%.

Представим результаты, полученные в ходе проведенного исследования:

На начальном этапе нас интересовали основные инструментальные и терминальные ценности, поэтому студентам было предложено ранжировать свои представления о счастье.

В представлениях о счастье у молодых людей доминируют нематериальные ценности: 65,8% респондентов указали, что их делает счастливым крепкое здоровье; 47,5% связывают счастье с дружной семьей; 34,1% считают, что счастье заключается в любви (рисунок 1).

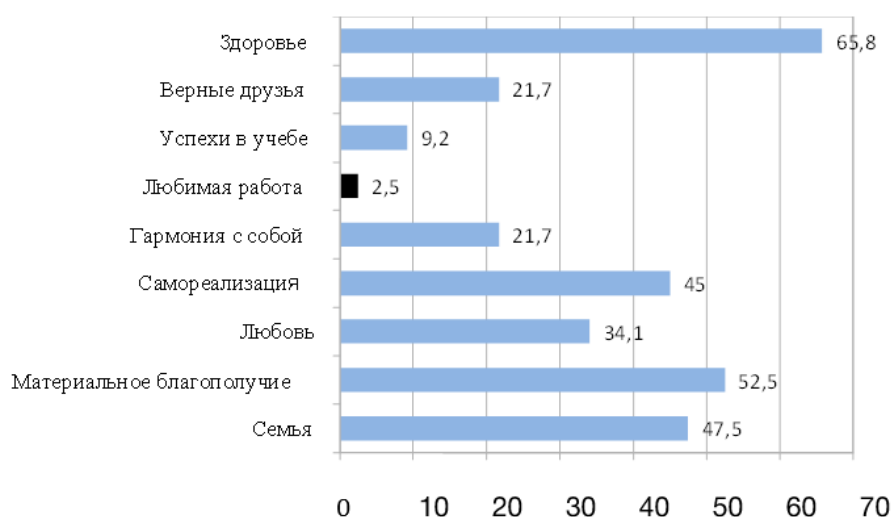


Рисунок - 1. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Что делает Вас счастливым?» (проценты)

Самые высокие оценки счастья студенты связывают с возможностью самореализации (45%) и достижения материального благополучия (52,5%). При этом наименее существенным понятием счастья для студентов выступают: любимая работа (2,5%) и успехи в учебе (9,2%) (рисунок 1).

Для раскрытия собственно ценности «жизненного успеха», перед студентами был поставлен вопрос «Какие характеристики жизненного успеха являются наиболее значимыми для вас?». Результаты опроса показали, что для 49,2% студентов, материальное богатство является важнейшим фактором успеха (рисунок 2).



Рисунок - 2. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Какие характеристики жизненного успеха являются наиболее значимыми для вас?» (проценты)

Следующий параметр, который студенты связывают с успешностью - это их самореализация (40,8%) и признание их обществом (36,6%). Хорошее здоровье (29,2%), равно как и создание семьи(22,5%) не находятся в приоритете ценностей, еще меньше связывают жизненный успех с получение хорошего образования (4,2%), обладанием властью (7,5%) и наличием друзей (10%) (рисунок 2).

Следующий вопрос позволял студентам выбрать несколько вариантов ответа: «Какие жизненные цели являются для Вас наиболее значимыми?» По полученным результатам в тройку лидирующих жизненных целей входят: создание хорошей семьи (65%), достичь материального благополучия (58,4%) и устроиться на хорошую работу (47,5%) (рисунок 3).

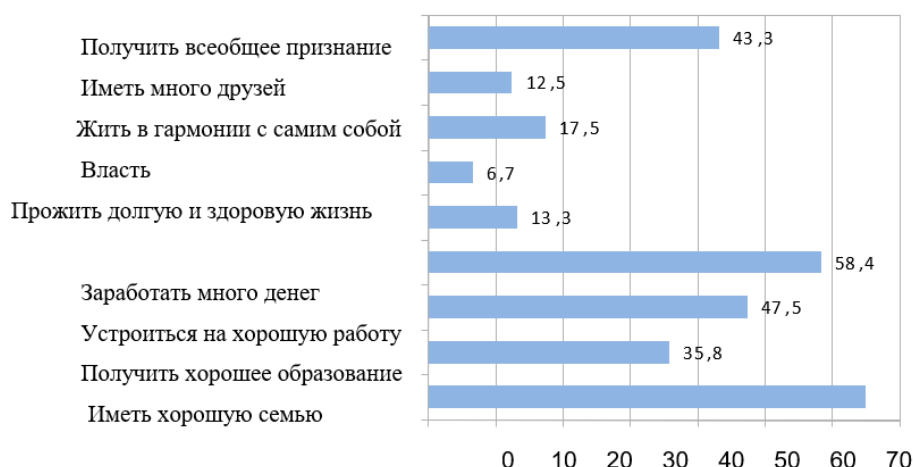


Рисунок - 3. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Какие жизненные цели являются для Вас наиболее значимыми» (проценты)

В перечень наименее важных терминальных ценностей попали: прожить долгую и здоровую жизнь (13,3%), наличие большого количества друзей (12,5%) и достижение власти (6,7%) (рисунок 3).

В целях выявления основных образцовых личностных качеств в сознании студентов, был задан следующий вопрос: «Какие личностные качества являются для Вас наиболее важными, а какие – наименее важными?» (рисунок 4).

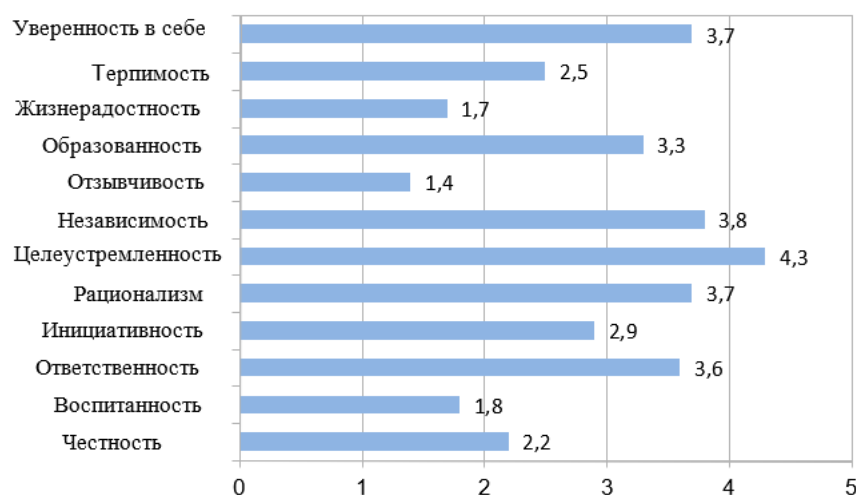


Рисунок - 4. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Какие личностные качества являются важными, а какие – наименее важными?» (баллы)

Результаты показывают, что наличие качества как «целеустремленность» (4,3 балла) является наиболее важным для молодых людей. Также лидирующую четверку ценностей включает: независимость (3,8 баллов), рационализм (3,7 баллов) и уверенность в себе (3,7 баллов). В случае выбора наименее важных личностных качеств молодежь отмечает наличие отзывчивости (1,4 балла), жизнерадостности (1,7 баллов), воспитанности (1,8 баллов) (см. рис. 4).

Интеллектуальный потенциал любой нации напрямую зависит от уровня знаний в обществе. Знания являются следствием образования. Человек, получивший высшее образование, как правило, обладает более высоким уровнем культуры. Поэтому вне зависимости, где и кем работает высокообразованный человек, окружающие его люди только выигрывают от общения с ним, получая цивилизованную среду обитания, определенный круг общения.

Поэтому на следующем этапе ставилась задача – выделить ценностные ориентации студентов на образовательный процесс.

С переходом на рыночные отношения резко меняется взгляд на содержание и перечень качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности, поэтому выбор образовательного учреждения важен для понимания вектора дальнейшего развития абитуриента и его семьи (таблица 1).

Таблица 1

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Ваши мотивы поступления в образовательное учреждение?»

Возможность успешного трудоустройства	54,9%
Получение профессиональных знаний, профессионального образования	26%
Получение диплома	9,3%
Выбор родителей, семьи	6,9%
Просто нравится учиться	1,3%
Найти спутника жизни	0,8%
Необходимость, принятая в обществе	0,8%

Так больше половины респондентов (54,9%) при поступлении в вуз были мотивированы возможностью дальнейшего успешного трудоустройства. Получение профессиональных знаний и умений (26%) занимает второе место в данной иерархии. Тройку лидеров замыкает стремление обучающихся получить документ об окончании высшего учебного заведения (9,3%). Меньше всего на выбор студентов повлияло требования со стороны родителей (6,9%), стремление к саморазвитию (1,3%), общественное одобрение (0,8%) и перспективы создания собственной ячейки общества (0,8%) (таблица 1).

Успешность в будущем студенты связывают с получением высшего образования. На вопрос «В чем заключается ценность получения образования?» ответы распределились следующим образом: больше всего респондентов (25,5%) ценят в профессиональном образовании возможность обеспечить себя материально, дальше следует возможность строить карьеру (23,1%) и возможность стать профессионалом (18,8%) (см. табл. 2).

Таблица 2

Результаты ответов респондентов на вопрос: «В чем заключается ценность получения образования по Вашему мнению?»

Стать профессионалом	18,8%
Получение интересной и содержательной профессии	17%
Возможность строить карьеру	23,1%
Успех в жизни	12,7%
Материальное благополучие	25,5%
Стать культурным человеком	12,9%

Наименьшей популярностью пользуется мнение о том, что получение профессионального образования дает возможность получить интересную профессию (17%), успех в жизни (12,7%), а также стать культурным человеком (2,9%) (таблица 2).



Рисунок - 5. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Что наиболее значимо для Вас в вашем образовании?» (баллы)

Среди внутренних мотивов к учебной деятельности, доминирующими стали: приобрести глубокие знания (4,3 балла), учиться на хорошо и отлично (4,1 балла) и продолжить успешное обучение на остальных курсах обучения (3,8 балла). В целом внутренняя мотивация студентов имеет высокие показатели (см. рис. 5).

Среди внешних мотивов учебной деятельности, наиболее предпочтительными оказались: достичь уважения преподавателей (3,3 балла), не отставать от сокурсников (3,1 балла) и выполнять педагогические требования (2,8 балла). Студенческую молодежь меньше всего интересует избежание наказания и осуждения (2,3 балла), мнение окружающих людей (2,7 балла) и их сокурсников (2,6 балла) (рисунок 5).

Результаты опроса, «Если бы у Вас было больше свободного времени, на что бы Вы его потратили?», гласят, что большинство респондентов (52,6%) предпочли бы заняться собственными делами в свое дополнительное время (см. табл. 3).

Таблица 3

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Если бы у Вас было больше свободного времени, на что бы Вы его потратили?»

На общение с друзьями	14,3%
На отдых и развлечения	27,8%
На свои любимые дела	52,6%
На самообразование	5,3%

На втором месте в приоритетах молодых людей стоит – отдых и развлечение (27,8%). Меньше всего студентов интересует дополнительные занятия в целях саморазвития (5,3%) (таблица 3).

Изучая вопрос влияния ценностей на процесс обучения молодых людей в высших учебных заведениях, нас интересовали субъекты, оказывающие наибольшее влияние на ценностную иерархию. Поэтому на вопрос «Кто и что оказывает на вас влияние в последнее время?», выделяется интернет пространство (69,2%) как самый значимый социальный агент (см. рис. 6).

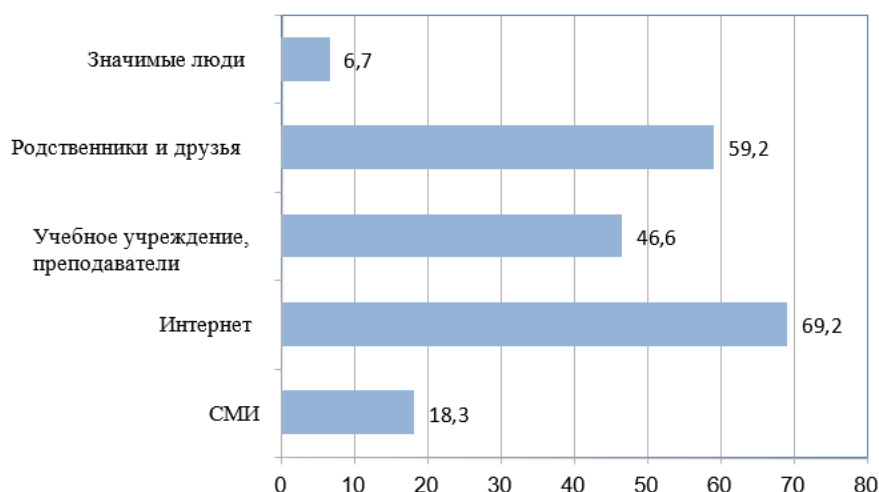


Рисунок - 6. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Кто и что оказывает на вас влияние в последнее время?» (проценты)

Также значимое влияние на студентов оказывают близкие люди, такие как родственники и друзья (59,2%). В процессе обучения молодые люди прислушиваются к мнению преподавателей, ставя учебное учреждение как социальный агент на третье место (46,6%) (рисунок 6).

Изучая вопрос влияния ценностей студентов на профессиональное становление, мы решили узнать, что ожидают они от своей будущей профессии (таблица 4).

Таблица 4

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Ваша будущая профессия должна»

Должна приносить финансовый достаток	57,8%
Быть престижной в обществе	8%
Приносить удовольствие	22,3%
Быть нужной людям	11,4%
Ничем не выделяться среди других	0,5%

Так больше половины респондентов (57,8%) предвосхищают достойный материальный достаток от своей будущей профессиональной деятельности. Всего 22,3% студентов желают получить работу, которую будет приносить удовольствие (см. табл. 4).

Рассматривая профессиональные ценности студенческой молодежи, мы выяснили, что наиболее значимыми ценностями профессиональной деятельности для респондентов является «ответственность» (4,3 балла), «трудолюбие» (4,1 балла) и «профессиональная компетентность» (3,9 балла) (см. рис. 7).



Рис. 7. Результаты ответов респондентов на вопрос: «Какие качества являются для Вас наиболее важными в Вашей профессиональной деятельности, а какие – наименее важными?» (баллы)

Наименее важными качествами в профессиональной деятельности в студенческой среде являются «активность» (2,1 балла), «честность» (1,6 балла), «скромность» (1,4 балла) и «альтруизм» (1,2 балла) (см. рис. 7).

Вопрос, «Будете ли Вы работать по профессии после окончания учебного заведения?» позволяет готовность студентов к профессиональной деятельности (см. табл. 5).

Таблица 5

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Будете ли Вы работать по профессии после окончания учебного заведения?»

Да	13,3%
Скорее да, чем нет	56%
Скорее нет, чем да	15,6%
Нет	3,2%
Затрудняюсь ответить	11,9%

Так больше половины студентов желают работать по своей специальности после получения диплома. Это говорит о устойчивом профессиональном выборе. Увы, не все студенты смогли определиться в своем профессиональном выборе, получая не интересующую их специальность (см. табл. 5).

Завершающим вопросом, мы были намерены выявить опасения студентов к концу их обучения в вузе (см. табл. 6)

Таблица 6

Результаты ответов респондентов на вопрос: «Чего Вы опасаетесь в будущем в большей степени?»

Невозможность получить образование	10,1%
Проблемы с трудоустройством	23,1%
Остаться без средств к существованию	38,7%
Не встретить любимого человека	6,1%
Остаться без друзей	8,2%
Потерять свободу и независимость	13,8%

Как видно из представленных ответов, самые большие опасения студентов связаны с возможным отсутствием средств к существованию – 38,7%. Дальше идут проблемы с трудоустройством после окончания учебного заведения (23,1%), а на третьем потерять собственную свободу (см. табл. 6).

Таким образом, в современных условиях студенческая молодежь представляет быстрее адаптируясь к новым реалиям, молодые люди высоко ценят такие ценности, как высокий достаток и возможность реализации собственного потенциала. Для достижения поставленных перед собой целей, студенты предпочитают следующие инструментальные ценности: рационализм и независимость.

Будущие выпускники ожидают от своей будущей профессиональной деятельности достойный материальный заработок, однако в тоже время бояться не найти работы по их направлению подготовки. Молодые люди определяют следующие качества для своей будущей профессиональной деятельности: ответственность, трудолюбие, умение работать в команде и профессиональную компетентность. Таким образом, ценностные ориентиры представлены в основе своей прагматическими ценностями, которые связываются с будущим социально-экономическим положением.

Ценностные ориентиры могут изменяться со временем. Студенты могут пересмотреть свои ценности и ориентации в результате новых опытов,

знаний и изменений в социальной среде. Это усложняет процесс оценки, так как ценности могут быть нестабильными и подвержены эволюции.

Вместе с тем, знание о ценностных ориентирах студентов может совершенствовать систему высшего образования в нескольких аспектах:

1. *Проектирование образовательной программы.* Знание о ценностных ориентирах студентов позволяет учитывать их потребности и интересы при разработке образовательных программ. Это помогает создать более релевантные и привлекательные курсы, которые соответствуют целям и ценностям студентов.

2. *Развитие ценностной образовательной среды.* Знание о ценностных ориентирах студентов способствует созданию ценностной образовательной среды, в которой соответствующие ценности поддерживаются и развиваются. Это может включать создание специальных мероприятий, клубов, организаций и прочих инициатив, которые способствуют развитию ценностей и ориентиров студентов.

3. *Развитие личностных и профессиональных навыков.* Знание о ценностных ориентирах студентов позволяет интегрировать в образовательный процесс развитие навыков, которые соответствуют их ценностям. Например, если студент ценит окружающую среду, образовательная программа может включать практические курсы по экологии или устойчивому развитию.

4. *Мотивация и удовлетворенность студентов.* Знание о ценностных ориентирах студентов позволяет университетам создать условия, которые помогают студентам находить больше смысла и ценности в своем образовании. Это может повысить уровень мотивации и удовлетворенности студентов, а также их успехи в учебе.

Ценностные ориентиры студентов помогают вузу адаптировать свои программы и условия обучения таким образом, чтобы максимально удовлетворять потребности и ценности студентов, способствуя их личностному и профессиональному развитию.

Глава 5. Креативные индустрии как новый фактор роста Российской экономики

Понятие «креативная экономика» все чаще встречается в лексиконе экономистов и управленцев. По мнению многих известных ученых, креативная экономика становится и будет в дальнейшем одной из главных форм социально-экономического развития. Креативность (от лат. *creatio* — творчество) — умение человека отступать от стандартных идей, правил и шаблонов. К тому же креативность предполагает присутствие прогрессивного подхода, воображения и оригинальности. Корни современной креативной экономики восходят к двум основным темам, касающимся природы труда и особенно взаимоотношений между человеком и его работой⁵⁵. Первая началась с промышленной революции и была сосредоточена на урбанизации, информации и знаниях и была разработана экономистами и писателями в области менеджмента. Во второй половине 20 века эти идеи были выражены как «постиндустриальное общество»⁵⁶, «информационное общество»⁵⁷, «общество знаний»⁵⁸ и «сетевое общество»⁵⁹. В этих концепциях приоритет отдавался данным и знаниям, а не созданию индивидом новых идей, и мало внимания уделялось личному творчеству индивида или культурному контексту. Второй темой было искусство и культура. Европа начала признавать экономические элементы культуры и разрабатывать концепции культурных индустрий и креативных индустрий в 1990-х годах. Они отдавали приоритет культуре, дизайну и медиа. Этот подход был предложен британским министерством культуры, СМИ и спорта (DCMS), которое в 1998 году определило 14 творческих индустрий, позже сокращенных до 12.

Первостепенная роль индивидуального творчества как определяющего источника новой экономики была выдвинута Джоном Хаукинсом в 2001 году. Хаукинс разработал концепцию для описания экономических систем, в которых ценность основана на новых творческих качествах, а не на традиционных ресурсах земли, труда и капитала⁶⁰. По сравнению с креативными

1. Креативная экономика (экономическая система) // Электронная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_economy_\(economic_system\)#Issues](https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_economy_(economic_system)#Issues)

⁵⁶ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Академия, 1999. 783 с.

⁵⁷ Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. — 394 с.

⁵⁸ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М., 2004. — С. 16.

⁵⁹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. О. И. Шкаратана. Москва: ГУВШЭ, 2000. 608 с.

⁶⁰ Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. пер. с англ. Перевод

индустриями, которые ограничены конкретными секторами, этот термин используется для описания креативности в масштабах всей экономики.

Таким образом, креативная экономика основана на использовании людьми своего творческого воображения для повышения ценности идеи.

Некоторые ученые придерживаются мнения, что креативность является определяющей характеристикой развитых экономик 21 века, точно так же, как производство было типичным для 19 и начала 20 веков.

В настоящее время креативную экономику зачастую воспринимают, как следующий этап развития человечества. Она существовала практически всегда, однако к формированию собственного рынка пришла недавно. В последние годы сектор «креативной экономики» оказался столь приоритетным, что ООН объявила 2021 год Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития. Согласно оценке Influencer Marketing Hub, к 2024 году мировой рынок креативной экономики может достичь \$1 трлн. Развитие креативной экономики приносит большой вклад в общий прирост ВВП развитых стран, и дает высочайшие показатели роста в мировой экономике на 10–25%. Исследователи прогнозируют, что в будущем, в связи с ускоряющимся темпом развития креативной экономики, неравенство между развитыми экономиками и остальным миром будет неуклонно расти ⁶¹.

Существуют четыре направления в экономике. Первое — это сельское хозяйство, второе — производство, третье — сервис, четвёртое — креативная экономика. Креативная экономика является частью четвёртого сектора экономики, то есть экономики знаний. Базируется она на таком понятии, как капитализация продуктов интеллектуальной собственности, в чьей основе заложено активное использование творческих и интеллектуальных ресурсов.

Креативная экономика отличается от традиционных секторов экономики оригинальностью и специфической формой мышления. Валюта креативной экономики – идея.

Креативная экономика — особая отрасль экономики, основанная на обмене благами, произведенными за счет интеллектуальной деятельности. В такой экономике центральными товарами являются нематериальные товары, а центральной ценностью является личность творца.

Креативная экономика относительно доступна для любого сообщества, поскольку не требует каких-либо конкретных природных ресурсов, выгодного географического положения или других внешних факторов конкурентного

И. Щербакова.- 2013. 280 с.

⁶¹ Что такое креативная экономика простыми словами? // Электронный журнал «Дзен» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zen.ru/a/Y8555C3NryU9saix>

преимущества. Для нее требуются только знания и талант. Ключевыми факторами развития многих отраслей считаются творчество и инновации. НИУ «ВШЭ» в 2023 году выделяет следующие креативные индустрии: арт-индустрия, ювелирное дело, исполнительское искусство, музыка, кинематография (кино и анимация), IT-технологии (в том числе видеоигры), рекламная индустрия, издательская деятельность, дизайн, телерадиовещание, архитектура, мода, музеи (библиотеки и архивы), культурное наследие, образование, фотография⁶². Некоторые ученые добавляют в этот список туризм и гастрономию⁶³.

Специалисты Института исследований культуры НИУ ВШЭ выделили два главных тренда, которые активно формируют облик креативной экономики и культуры в 2021–2023 годах: экономика творцов (The Creator Economy) и экономика создателей (The Maker Economy)⁶⁴.

Экономика творцов представляет собой наиболее мощный и быстрорастущий сектор креативной экономики. Термин «экономика увлечений» (passion economy) также используется для обозначения этой области, которая стала темой максимального числа обзоров и тренд-репортов в последние годы. Этот тренд связан с активным развитием непрофессиональной или полупрофессиональной творческой деятельности в области производства любительского контента на глобальных цифровых платформах и в социальных сетях.

Центральными являются нематериальные товары, а ключевой ценностью — личность творца. От блогеров и создателей видео до дизайнеров учебных курсов и стримеров — этот разнообразный сектор привлекает миллионы творческих умов. Ожидается, что к 2027 году стоимость экономики творцов достигнет 480 млрд долларов, продолжая расти со среднегодовым темпом 10–20 процентов.

Соотношение творцов, которые монетизируют свою деятельность или творят бесплатно, является примерно равным (48 и 52 процента соответственно).

Экономика создателей, с другой стороны, дополняет тренд экономики творцов. Она связана с возрождением ремесел и распространением культуры

⁶² Креативная экономика Москвы в цифрах. Доклад Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://measurecreativity.hse.ru/?ysclid=iprxiniqic322817759>

⁶³ В Санкт-Петербурге обсудили развитие гастрономии и туризма как составляющих креативных индустрий // Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Городское Туристско-Информационное Бюро» [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://ispb.info/novosti/novosti-turindustrii/v-sankt-peterburge-obsudili-razvitiye-gastronomii-i-turizma-kak-sostavlyayushhix-kreativnyix-industrij.html?ysclid=iprxvgs2f382788781>

⁶⁴ В НИУ ВШЭ назвали тренды в мире креативной экономики и культуры // Электронный журнал «Дзен» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZRE_E6VC6lephBTQ

«сделай сам» (D.I.Y.). Этот тренд характеризуется неоремесленничеством (Neo-Craftivism) и философией медлительного образа жизни (Slowness), подчеркивая важность ручной работы и отказа от капиталистической максимы прибыли. В отличие от экономики творцов, которая сфокусирована на цифровых продуктах и услугах, экономика создателей сосредоточена на производстве физических товаров.

Вопреки расхожим стереотипам, поколение Z не является лидером в монетизированной экономике творцов (13 процентов), его доля в ней даже несколько меньше доли бумеров и людей более старших возрастов (14 процентов), тогда как лидирующим поколением здесь являются миллениалы ⁶⁵ (41 процент).

«Ядром» креативной экономики становятся контент-креаторы — те, кто производят уникальные идеи, уникальный контент.

Инструменты креативной сферы — сервисы, приложения для создания и распространения контента.

Креативный класс — прослойка людей, чья основная деятельность заключается в создании и продвижении идей. Представители творческих профессий, ученых, производителей контента и «лидеров мнений».

В креативной экономике выделяются три основные культурные области человеческого развития:

- культурное самовыражение (манифестацию культурных и творческих концепций посредством художественной деятельности);
- культурное наследие (инструмента для привлечения туристов, способ понимания важности взаимозависимости и сохранения климата);
- и городское планирование, и архитектура (городские районы, сформированные для личного и социального развития).

В числе наиболее известных мировых креативных кластеров можно назвать:

- В США – район DUMBO (местные пустующие склады и фабрики в Нью-Йорке переделаны под мастерские, галереи и лофты);
- В Германии – Spinnerei (крупнейший хлопкопрядильный производственный центр в Лейпциге стал местом для сотен студий и мастерских художников, гончаров, ювелиров, модельеров, архитекторов и т.д.);

⁶⁵ Григорьева, Н. Н. Применение системы грейдирования персонала в рамках компетенций цифровой экономики / Н. Н. Григорьева, Н. И. Денисова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 9-1. – С. 190-197. – DOI 10.34670/AR.2020.54.55.020. – EDN GMJPNL.

• В Словении – культурный центр «Город Метелкова» (в старых казармах Австро-Венгерской империи в Любляне уместились художественные галереи, кинозалы, клубы и один из лучших в мире хостелов Celica Art).

Вообще создание креативных кластеров является актуальной тенденцией времени.

Креативные кластеры - места для жизни и работы, где производятся и потребляются культурные, интеллектуальные продукты. Эти места становятся домом для некоммерческих предприятий, культурных учреждений, арт-объектов и отдельных художников, а также научных парков и медиационных центров, иногда под одной крышей собираются все форматы. В больших современных пространствах можно не только работать и пить кофе, но также сдавать кровь, высаживать деревья, помогать художникам и так далее.

В России первые креативные площадки (или кластеры) появились в Москве. Среди самых известных - дизайн-завод «Флакон», «Винзавод», квартал Artplay, территория творчества и бизнеса Arma, проект «Фабрика».

Таким образом, кластеры творческих индустрий перестали быть просто точками притяжения людей, а стали функциональными пространствами, где можно работать, общаться, обсуждать, творить и создавать, одному или в коллективе.

К наиболее известным креативным кластерам России относятся:

- Творческий индустриальный центр «Октава» (г. Тула). На территории действующего микрофонного завода в центре Тулы в 2018 году открылось креативное пространство «Октава». Это совместный проект «Ростеха» и частного инвестора Михаила Шелкова. Сейчас в «Октаве» проходят мастер-классы, лекции, выставки современного искусства. Здесь работает Музей станка, библиотека, книжный магазин, коворкинг, студия звукозаписи, кафе и центр дополнительного образования для технических специалистов.

- Арт-кластер «Станкозавод» (г. Самара). В сентябре 2022 года в Самаре на месте бывшего станкостроительного завода, основанного в 1873 году, открыли центр труда и отдыха «Станкозавод». На четырех этажах здания будут работать офисы IT-компаний, конференц-залы, студии аудиозаписи и видеопродакшена, шоурумы, выставки, гастронаблюдения и площадки для ивентов. Здесь также могут проводить концерты до 700 человек. Во дворе креативного кластера установили арт-объекты, постепенно будут появляться и другие детали современного искусства. На крыше завода разместится многофункциональное пространство с амфитеатром.

- Креативный кластер «Фабрика Алафузова» (г. Казань). Проект «Фабрика Алафузова» запустил клубный промоутер Андрей Питулов. Кластер расположился в здании бывшей фабрики по обработке шерсти, построенной в середине XIX века. С лета 2015 года здесь регулярно проходят мероприятия, в том числе посвященные истории фабрики, под названиями «Лен», «Кожа», «Шерсть» и «Брезент». На «Фабрике Алафузова» можно встретить свободных художников, музыкантов и представителей андеграунд-культуры. В планах команды - создать творческий и деловой квартал с ремесленными мастерскими, дизайнерскими и архитектурными компаниями, шоурумами и культурными пространствами. Пока проект находится в стадии реализации. Здесь можно посмотреть выставку, сходить на лекцию или вечеринку с диджеями, а также погулять, побывать на крыше, а также поработать в зоне коворкинга.

- Креативный кластер «Квадрат» (г. Красноярск). В 2021 году на месте бывшего завода «Квант» начал работать креативный кластер «Квадрат». Изначально кластер создавался усилиями бизнеса, а теперь еще и получил поддержку правительства Красноярского края. На более чем 4000 кв. м. выставлена продукция более чем 50 красноярских предпринимателей. Это украшения, сувениры, произведения искусства, керамика, текстиль, кожгалантерея и многое другое. Здесь же находятся и мастерские. На территории кластера проводятся мастер-классы, конференции, акселерационные программы, выставки и др. В итоге вклад креативных индустрий в экономику Сибири по итогам 2021 года составил 300 млрд рублей, в том числе и благодаря креативному кластеру «Квадрат».

Фактически, креативная экономика может развиваться только там, где существуют определенные условия. Этим и объясняется то, что креативный сектор имеет тенденцию сосредотачиваться на крупных мировых агломерациях. Ученые даже определили так называемую теорию «трех Т» (талант, технологии и толерантность), которая является определяющей с точки зрения привлекательности городов для творческих профессионалов ⁶⁶. То есть речь идет о том, как в тех или иных городах решается противоречие между креативностью и жестким контролем.

В креативной экономике многие решения быстро устаревают, в том числе и морально, поэтому инновации важны, и только инновации это то, за что бизнес готов хорошо платить. В творческой экономике инновации - это

⁶⁶ Florida R. The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York : Basic Books, 2002. 404 p.

дефицит. Представители креативной экономики - это творческий креативный класс, генерирующий новые идеи. Представители креативной экономики это те, кто умеет создавать креативные продукты и, самое главное, продвигать их. Согласно исследованиям, наиболее типичным представителем российского креативного класса является молодой человек 25-34 лет с высшим образованием. Однако в последние годы наблюдается тенденция к старению этих категорий работников (что в целом соответствует общероссийским тенденциям развития рынка труда).

По оценке специалистов, численность креативного класса в России в 2021 г. составила 3,4 млн человек, или 4,8% от общей численности занятых; за пять лет она увеличилась практически на треть ⁶⁷.

Креативный класс в России неоднороден по своей структуре. Немногом менее половины (43,4%) всех занятых приходится на две профессии - специалистов по рекламе и маркетингу (24,4%) и разработчиков программного обеспечения (19%), около 68% занятых в этом сегменте - на десять творческих профессий. Интересно, что по специальности работают только около половины занятых в творческих профессиях в России. При этом наиболее важными для выполнения трудовых обязанностей оказались именно профессиональные навыки, непосредственно относящиеся к работе, а также навыки использования профессиональной документации и цифровые компетенции. Среди универсальных навыков наибольшим спросом на «творческом рабочем месте» пользовались многозадачность, умение принимать решение, навыки поиска новых идей и стрессоустойчивость [13].

Итак, интерес к культурным и креативным индустриям не случаен. Сегодня именно они являются драйверами инновационного развития в прогрессивных странах, формируют новые бизнесы и направления деятельности на стыке творческой идеи, различного вида услуг, цифровых сервисов и высокотехнологической продукции. С каждым годом культурные и креативные индустрии оказывают все большее влияние на различные сферы жизни современного общества и начинают играть весомую роль в развитии экономики. Творческие направления занимают уникальное положение на стыке таких сфер как искусство, коммерция и инновационные технологии. Со стороны государства креативные индустрии рассматриваются как потенциально новый фактор роста национальной экономики, бизнес-среда

⁶⁷ В НИУ ВШЭ подсчитали российских творческих специалистов // Российская газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/01/19/osobennosti-nacionalnogo-kreatora.html?ysclid=ips0apuz9o185365849>

заинтересована в создании коммерчески успешных продуктов, приносящих прибыль, а для граждан креативные индустрии способны предоставить новый опыт в области культуры и искусства.

Экономические и политические потрясения 2021-2023 гг. повлияли и на креативную сферу бизнеса. Но сложившиеся вызовы не сократят рынок, а создадут предпосылки для появления новых трендов его развития в России и в мире в следующих годах.

Заключение

Завершая изучение экономики знаний и интеллектуальной собственности, можно констатировать, что эти области играют решающую роль в формировании современной экономической парадигмы. Важность защиты интеллектуальной собственности, эффективное использование краудфандинговых платформ для финансирования инноваций, проблематика прослеживаемости товаров в эпоху цифровизации, а также формирование ценностных ориентиров у молодежи, получающей высшее образование – все эти аспекты являются ключевыми в развитии экономики знаний.

Эта монография представляет собой вклад в понимание сложных и многогранных отношений между интеллектуальной собственностью и экономикой знаний, подчеркивая, что будущее экономического развития неразрывно связано с инновациями, образованием и правовой защитой творческих и интеллектуальных усилий. Настоящая работа открывает новые горизонты для дальнейших исследований и обсуждений в этой динамично развивающейся области.

Библиографический список

1. Атлас волос млекопитающих. Тонкая структура остевых волос и игл в сканирующем электронном микроскопе/Чернова О.Ф., Целикова Т.Н. - М.; Товарищество научных изданий КМК. 2004.- 429с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. — М.: Академия, 1999. 783 с.
3. Большая советская энциклопедия. (В 30 томах). Гл. ред. А.М. Прохоров. Изд. 3-е. М.: Советская энциклопедия, 1974, Т.16. 616 с.
4. В НИУ ВШЭ назвали тренды в мире креативной экономики и культуры // Электронный журнал «Дзен» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dzen.ru/a/ZRE_E6VC6lephBTQ (Дата обращения 30.11.2023 г.).
5. В НИУ ВШЭ подсчитали российских творческих специалистов // Российская газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2023/01/19/osobennosti-nacionalnogo-kreatora.html?ysclid=ips0apuz9o185365849> (Дата обращения 30.11.2023 г.).
6. В Санкт-Петербурге обсудили развитие гастрономии и туризма как составляющих креативных индустрий // Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Городское Туристско-Информационное Бюро» [Электронный ресурс]. Режим доступа:
7. Ваймер Е. В. Правовое регулирование деятельности инвестиционных платформ как направление развития цифровой экономики // Алтайский юридический вестник. 2020. № 2(30). С. 119-123.
8. Виноградова А.В., Котоменкова О.Г. Выявление фальсификации текстильных материалов из ценных видов шерсти на российском рынке.// Международный научный журнал. 2017. № 4. С. 61-66.
9. Горбачева Е.И., Губина Н.К., Мельниченко Т.Ю. /Партнерские отношения в вузе: основные подходы к проблеме./ XXV международная научно-практическая конференция «Система ценностей современного общества», Новосибирск, 9 ноября 2012 г., с 114-123
10. ГОСТ 4659-79 «Ткани и пряжа чистошерстяные и полушерстяные. Методы химических испытаний». М.: ИПК Издательство стандартов, 1998. – 11с.
11. ГОСТР ИСО 17751— 2016 Материалы текстильные. Количественный анализ волокон животного происхождения методом микроскопии. Кашемир, шерсть, специальные волокна и их смеси (ISO 17751:2007, Textiles — Quantitative analysis of animal fibres by microscopy — Cashmere, wool, speciality fibres and their blends, IDT). М.: Стандартиформ, 2016. – 19с.
12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) ГК РФ Статья 1225. Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/2a4870fda21fdffc70bade7ef80135143050f0b1/

13. Григорьева, Н. Н. Применение системы грейдирования персонала в рамках компетенций цифровой экономики / Н. Н. Григорьева, Н. И. Денисова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 9-1. – С. 190-197. – DOI 10.34670/AR.2020.54.55.020. – EDN GMJPNL.

14. Диана Галиева. Товарам добавляют индивидуальности [Электронный ресурс]. Сетевое издание «Коммерсантъ». 28.07.2023. <https://www.kommersant.ru/doc/6125636>

15. Зейналов А.А. Краудинвестинг: современная система организации и финансирования проектной деятельности // Монография. г. Москва. РУСАЙНС. 2017. С. 168.

16. Зейналов, А. А., Грузина Ю.М., Ильенков Д.А. Практика применения краудтехнологий в Российской Федерации // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2016. № 11. С. 41-45.

17. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. О. И. Шкаратана. Москва: ГУВШЭ, 2000. 608 с.

18. Квашнина Н. А., Карманова Д.А. Краудфандинг как новый инструмент венчурного финансирования: терминологический подход // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России. 2017. № 11. С. 30-32.

19. Клещёва С.А. Краудфинансирование как инструмент инвестирования инновационного предпринимательства // Экономика и банки. 2017. №2.

20. Креативная экономика (экономическая система) // Электронная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_economy_\(economic_system\)#Issues](https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_economy_(economic_system)#Issues) (Дата обращения 01.12.2023 г.).

21. Креативная экономика Москвы в цифрах. Доклад Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://measurecreativity.hse.ru/?ysclid=lpixiniqic322817759> (Дата обращения 28.11.2023 г.).

22. Макарова Е.Н. Проблемы и риски краудтехнологий в России // Проблемы учета и финансов. 2017. № 2. С. 38–42.

23. Нагоева Л.Х. Ценностные ориентации: понятие и феномен // Новые технологии. 2011. № 4. С. 286-289.

24. О «Честном знаке» по-честному: почему бизнес против маркировки. [Электронный ресурс]. Сетевое издание KONKURENT.RU 9 февраля 2021. <https://konkurent.ru/article/36024>

25. Сальникова, К. В. Исследование особенностей коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности / К. В. Сальникова // Социальные и экономические системы. – 2022. – № 6-1(30.1). – С. 268-287.

26. Сотникова А.В. Студенческая молодежь: теоретические и методологические проблемы исследования в социологической науке // Теория и практика общественного развития. 2011. № 3. С. 84-87.
27. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. – 394 с.
28. Телешов А.З. “Исследование ценностных ориентаций современной российской молодежи”. Социология образования, 2013(7), 55-64.
29. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004. – С. 16.
30. Федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.08.2019 № 259-ФЗ // Российская газета. Федеральный выпуск № 172 (7930).
31. Хокинс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. пер. с англ. Перевод И. Щербакова.- 2013. 280 с.
32. Цурова Л. А., Мусаева Б.М. Некоторые подходы к исследованию инструментов финансирования инноваций // Вестник Академии знаний. 2019. № 1(30). С. 232-235.
33. Чебуханова Л.В. Развитие инструментария финансирования малых инновационных предприятий в современных условиях // Автореферат по ВАК РФ 08.00.1. г. Москва. 2020. С. 15.
34. Что привнес в нашу жизнь новый закон о краудфандинге? / <http://www.fingramota.org/lichnye-finansy/investitsii-i-sberezheniya/item/2944-chto-privnes-v-nashu-zhizn-novyy-zakon-o-kraudfandinge>
35. Что такое креативная экономика простыми словами? // Электронный журнал «Дзен» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/Y8555C3NryU9saix> (Дата обращения 01.12.2023 г.).
36. Шестакова М.А. Закон о краудфандинге // «ЭЖ-Юрист». 2019. №33 (1084). С. 2. URL: <https://www.eg-online.ru/article/404885/>
37. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982
38. Яценко Т. С., Тищенко Е.В., Овчинников А.И. Краудфандинг: социальное предпринимательство и противодействие преступности в этой сфере // Всероссийский криминологический журнал. 2021. Т. 15. № 2. С. 189-198.
39. Яценко Т.С. Проблема охраны прав инвесторов в краудфандинге: риски инвестирования и пути их преодоления // Журнал российского права. 2019. №8.
40. Anikin V. U. Alternative sources of capital attraction: crowdfunding and crowdinvesting startups // The Science of Person: Humanitarian Researches. 2022. Vol. 16. No 1. P. 206-218.

41. Behnke K, Janssen (Marijn) M.F.W.H.A Boundary conditions for traceability in food supply chains using blockchain technology //International Journal of Information Management [Электронный ресурс] <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.025>
42. Behnke K., Janssen (Marijn) M.F.W.H.A Boundary conditions for traceability in food supply chains using blockchain technology. //International Journal of Information Management. 2019. 14.06.2019 <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.025>
43. Beilei Fan., Jianping Qian, Xiaoming Wu, Xiaowei Du, Wenyong Li, Zengtao Ji, Xiaoping Xin. Improving continuous traceability of food stuff by using barcode-RFID bidirectional transformation equipment: Two field experiments.// Food Control. 2019. Vol. 98. P.449-456
44. Bernard A, Broeckaert F, De Poorter G, De Cock A., Hermans C, Saegerman C. The belgian PCB/Dioxin incident: Analysis of the food chain contamination and health risk valuation.// Environmental Research, 2002. Vol. 88, P.1–18
45. Crochmalnic, M. (1986). Self-regulation and achievement motivation in middle school children
46. Crowdfunding: Fraud and Money Laundering Risks / URL: <https://sanctionsanner.com/blog/crowdfunding-fraud-and-money-laundering-risks-139>
47. DurocaY, Tedjinib S. RFID: A key technology for Humanity. //Comptes Rendus Physique. 2018.Vol. 19. P.64-71
48. Florida R. The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York : Basic Books, 2002. 404 p.
49. Golan E, Krissoff B, Kuchler F, Calvin L, Nelson K, and Price G 2004 Traceability in the U.S. Food supply: Economic theory and industry studie s Economic Research Service, US Department of Agriculture, Agricultural Economic Report Retrieved from <http://151.121.68.30/publications/aer830/aer830.pdf>.
50. Hongwu Bai, Guanghong Zhou, Yinong Hu, Aidong Sun, Xinglian Xu, Xianjin Liu, Changhua Lu. Traceability technologies for farm animals and their products in China.// Food Control. 2017. Vol. 79. P 35-43
51. <https://ispb.info/novosti/novosti-turindustrii/v-sankt-peterburge-obsudili-razvitie-gastronomii-i-turizma-kak-sostavlyayushhix-kreativnyix-industrij.html?ysclid=lpvxvg2f382788781> (Дата обращения 01.12.2023 г.).
52. Nilova L, Malyutenkova S, Chunin S, Naumenko N. IOT in the development of information support of food products for healthy nutrition.// IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 2019. 2019 012112 doi:10.1088/1757-899X/497/1/012112
53. Olsen P., Borit M. How to define traceability?// Trends in Food Science &Technology. 2013. Vol. 29. P.142–150
54. Reno Varghese George, Hari Om Harsh, Alex K. Babu. Food quality traceability prototype for restaurants using blockchain and food quality data index. // Journal of Cleaner Production. 2019. Vol 240. 118021

55. Ruifeng Liu, Zhifeng Gao, Rodolfo M. Nayga Jr., Heather Arielle Snell, Hengyun Ma. Consumers' valuation for food traceability in China: Does trust matter? //Food Policy. 2019. 18.09.2019, 101768
56. Schwartz, S. H., & Huismans, S. (2010). Value orientations and subjective well-being: A comparison of 15 European societies. Social Indicators Research, 97(2), 299-321.
57. Shengnan Sun, Xinping Wang Promoting traceability for food supply chain with certification. //Journal of Cleaner Production. 2019.Vol 217. P.658-665
58. Stranieri S,Cavaliere A, Banterle A. The determinants of voluntary traceability standards. The case of the wine sector. // Wine Economics and Policy. 2018. Vol 7. P.45-53
59. Unterberg U. Crowdsourcing // Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle. Baden-Baden, 2010. 121-135.
60. Vinogradova A., Kotomenkova O., Pankova N., Kotomenkov D.2019 Identification of goods made of valuable wool sorts with the use of remote technologies IOP Conference Series: Materials Science and Engineering 012113
61. Wales C, Harvey M and Warde A. Recuperation from BSE: The shifting UK institutional basis for trust in food// Appetite. 2006, Vol.47, P.187–195
62. Xiu C, Klein K. Melamine in milk products in China: Examining the factors that led to deliberate use of the contaminant// Food Policy. 2010. Vol 35. P.463–470
63. Xiwei Xu, Qinghua Lu, Yue Liuc Liming Zhu, HaonanYao, Athanasios V.Vasilakos. Designing blockchain-based applications a case study for imported product traceability.// Future Generation Computer Systems. 2019. Vol. 92. P. 399-406

Сведения об авторах

<i>Богданов Евгений Николаевич</i>	<i>д.пс.н., профессор Высшей школы психологии, г. Москва</i>
<i>Виноградова Анна Вячеславовна</i>	<i>Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого</i>
<i>Григорьева Наталья Николаевна</i>	<i>к.э.н., доцент, ФГАОУ ВО "Сибирский федеральный университет", ФГБОУ ВО КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава России</i>
<i>Довлатова Галина Петровна</i>	<i>Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и управление». Шахтинский автодорожный институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова», Шахты, Россия</i>
<i>Каращенко Виктория Владимировна</i>	<i>Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и управление». Шахтинский автодорожный институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова», Шахты, Россия</i>
<i>Каячев Геннадий Федорович</i>	<i>д.э.н., профессор, ФГАОУ ВО "Сибирский федеральный университет"</i>
<i>Котоменкова Ольга Геннадьевна</i>	<i>Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого</i>
<i>Кулешова Аракси Манвеловна</i>	<i>Работник адвокатуры Ростовской области, магистр по направлению «Юриспруденция»</i>
<i>Мельниченко Татьяна Юрьевна,</i>	<i>к.пед.н., доцент, доцент кафедры экономики и управления Калужского государственного университета им.К.Э.Циолковского, г. Калуга</i>
<i>Сальникова Кристина Владимировна</i>	<i>кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента. ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова», г. Ижевск, Россия</i>

Электронное научное издание
сетевого распространения

**Экономика знаний и интеллектуальная
собственность: инновации и
коммерциализация**

монография

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-5-907607-54-5



9 785907 607545 >

Формат 60x84/16. Тираж 500 экз.
Усл. печ. л. 4,1
Объем издания 9.8 МВ
Оформление электронного издания: НОО
Профессиональная наука, mail@scipro.ru
Дата размещения: 15.12.2023г.
URL: http://scipro.ru/conf/monograph_101223.pdf.