



ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

МОНОГРАФИЯ

ВЫПУСК 47

Уфа
НИЦ АЭТЕРНА
МЦИИ ОМЕГА САЙНС
2021

УДК 00(082)
ББК 65.26
И 665

Рецензенты:

Курманова Лилия Рашидовна

Доктор экономических наук, профессор

Уфимский государственный авиационный технический университет

Пономарева Лариса Николаевна,

Кандидат экономических наук

Башкирский государственный университет

И 665

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: монография [под ред. А.А. Сукиасян]. - Уфа: Аэтерна, 2021. – 92 с.

ISBN 978-5-00177-177-7

Коллективная монография «ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ» посвящена широкому кругу проблем, которые находятся в центре внимания. Монография призвана дать представление о актуальных теоретических и практических вопросах экономики и управления.

Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку). Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Материалы представлены в авторской редакции. При перепечатке материалов коллективной монографии ссылка обязательна.

УДК 00(082)
ББК 65.26

ISBN 978-5-00177-177-7

© ООО «Аэтерна», 2021
© Коллектив авторов, 2021

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемая читателю работа – яркий пример междисциплинарности. Представители ряда гуманитарных наук (экономический, юридических, социологических и т.д.) объединяются, чтобы исследовать некоторые особенности экономики.

Монография, по нашему мнению, будет интересна и полезна научным работникам, преподавателям, аспирантам и студентам вузов. Данная книга, на наш взгляд, окажет также несомненную и немалую пользу всем, кто интересуется проблемами развития и становления экономики и управления. Хочется отметить, в связи с этим, прекрасный язык и стиль многих авторов, нередко приближающийся к художественному, а также высококачественные издательские характеристики книги, отличный дизайн, удачное структурирование излагаемого материала.

Начатая коллективом авторов работа, безусловно, имеет будущее, которое приведет к увеличению как круга поднятых вопросов, так и решения иных задач.

УДК 331.101.39

Андрющенко О.В.

канд. социологич. наук

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина

г. Саратов, РФ

Березина Е.С.

канд. экономич. наук

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина

г. Саратов, РФ

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация

Обучение и развитие персонала имеет огромное социальное значение, как в жизни каждого отдельного сотрудника, так и в жизни организации. В статье рассматриваются проблемы отсутствия мотивации у сотрудников к процессу обучения и развития и формальное отношение руководство организаций к реализации программы развития персонала. Представлены мероприятия по повышению эффективности системы обучения и развития персонала в современной организации.

Ключевые слова:

Система обучения и развития персонала, методы обучения персонала,
индивидуальный план обучения и развития сотрудника

Andryushchenko O.V.

candidate of sociology. sciences

Berezina E.S.

candidate economy. sciences

P.A. Stolypin Volga Institute of Management

Saratov, Russia

EFFECTIVE SYSTEM OF TRAINING AND DEVELOPMENT OF PERSONNEL AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF MODERN ORGANIZATION

Abstract

The training and development of staff is of great social importance, both in the life of each individual employee and in the life of the organization. The article addresses the problems of lack of motivation of employees to the process of training and development and the formal attitude of the management of organizations to the implementation of the staff development program. Events to increase the efficiency of the system of training and development of personnel in the modern organization are presented.

Keywords:

Staff training and development system, staff training methods, individual training and development plan

В целях устойчивого развития, сохранения конкурентоспособности в современных экономических условиях организации должны регулярно инвестировать в человеческий капитал. Развитие персонала организации является неотъемлемым компонентом эффективной работы и поддержания конкурентоспособности.

Безусловно, при планировании системы обучения для организации невозможно руководствоваться одним принципом составления методики по обучению и развитию персонала. В организациях различных сфер деятельности, так или иначе, более ярко выражены разные виды и методы обучения и развития персонала. Более того в одной организации у разных сотрудников имеются различные должностные обязанности с разной степенью сложности выполнения и подход в обучении таких специалистов тоже может кардинально отличаться.

В целом система обучения и развития персонала состоит из определенных элементов, которые можно представить в виде схемы (Рисунок 1).

Рис. 1 Система обучения и развития персонала современной организации



В данной статье предлагается к рассмотрению и изучению опыта разработки и внедрения системы обучения и развития персонала на примере проектной организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение.

ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение — выполняет проектные и изыскательские работы для строительства, реконструкции, технического перевооружения, модернизации и капитального ремонта объектов

железнодорожного транспорта (железнодорожных линий, станций, узлов, депо, вокзалов и других зданий, и сооружений). Общее количество сотрудников в организации составляет 21 человек. Большая часть сотрудников данной организации относится к категории ИТР и специалисты, что связано со спецификой деятельности ООО «Желдорпроект». Самая многочисленная группа работников в организации имеет возраст от 26 до 45 лет. При этом стаж работы данных сотрудников в организации более 5 лет. Практически все сотрудники имеют высшее образование. Текучесть кадров в данной организации отсутствует.

При помощи метода анкетирования среди сотрудников организации, а также проведения интервьюирования с Главным Инженером Проекта и Руководителем подразделения были рассмотрены показатели эффективности процедуры обучения и развития в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение.

Основополагающими характеристиками для эффективного управления системой обучения и развития персонала являются следующие показатели:

1. Качественный и количественный показатели системы обучения в организации;
2. Виды и методы обучения персонала в организации
3. Количество сотрудников, прошедших обучение за последние 3 года.
4. Оценка эффективности обучения. Степень удовлетворенности результатами обучения сотрудников и руководства организации.

Для выявления слабых и сильных сторон в реализации системы обучения и развития персонала, а также для рассмотрения уже реализованной системы обучения и развития сотрудников составлена анкета сотрудника, анализируя полученные данные из этого анкетирования можно будет сделать выводы.

В число респондентов входили 2 отдела Саратовского подразделения ООО «Желдорпроект», отдел инженеров-проектировщиков и отдел изыскателей, а также административно-управленческий персонал.

Так же для полноты получаемых данных проведено интервьюирование Руководителя подразделения и Главного Инженера Проекта. Вопросы в

интервьюировании скорректированы основываясь на ответы анкетирования и как итог слабые стороны в реализации системы развития и обучения персонала.

Качественный и количественный показатели системы обучения в организации

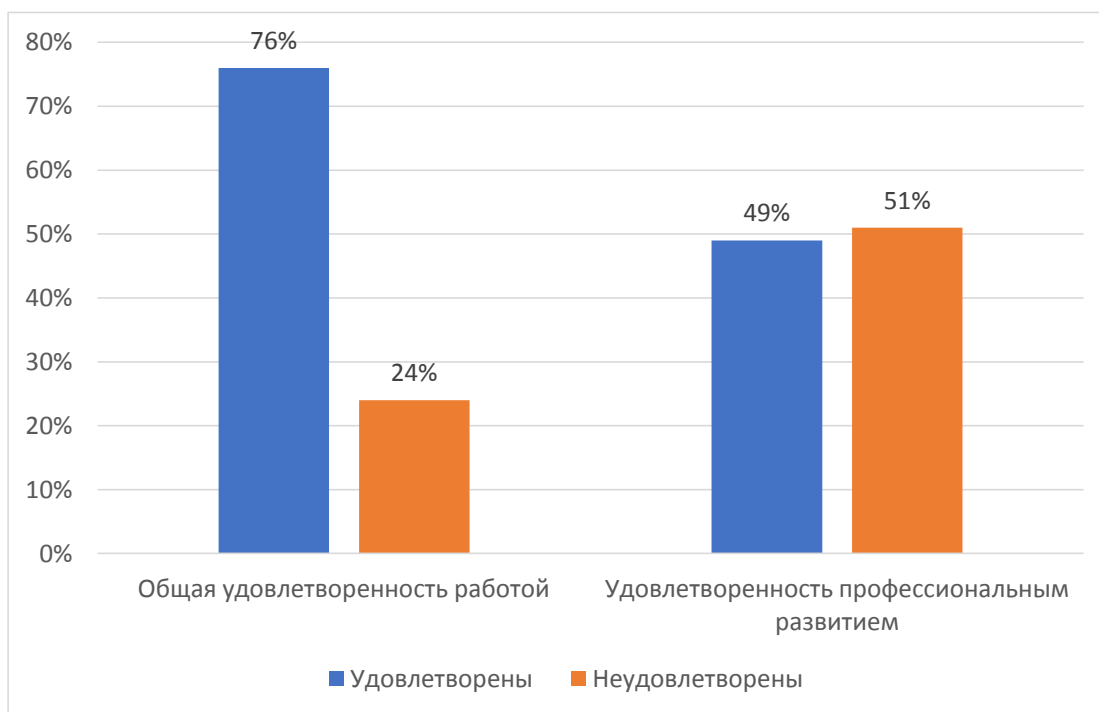
Организацию ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение можно отнести к небольшой проектно-изыскательской организации, но сложность выполняемой работы и сотрудничество с множеством обособленных подразделений и направлений железной дороги позволяет выполнять колоссальную работу небольшим коллективом.

Согласно интервьюированию, можно понять, что общая атмосфера в коллективе сложилась дружеская и сработанность в коллективе на высоком уровне. По обустройству рабочих мест и отзывам сотрудников можно понять, что общая удовлетворенность рабочим местом в организации тоже находится на высоком уровне. Доступ к информативным базам для сотрудников находится всегда под рукой и своевременно обновляется по средствам электронной поддержки нормативной документации «ТехЭксперт», что позволяет каждому из сотрудников в режиме онлайн получать самую актуальную информацию. Технически подключение к нормативной базе лучшее решение для современной проектной организации.

Общая удовлетворенность работой в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение находится на высоком уровне, но уровень удовлетворенности от развития себя как профессионала находится на низком уровне.

Эти выводы можно сделать, проанализировав интервьюирования и результаты анкетирования, сведенные в диаграмму, представленную в рисунке 2.

Рис. 2. Степень удовлетворенности работой и профессиональным развитием в организации



Согласно этой диаграмме ярко выражена разница в удовлетворённости сотрудников от работы в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение и удовлетворенности в саморазвитии, карьерном росте, обучении новым знаниям.

Формы обучения в ООО «Желдорпроект» Саратовское обособленное подразделение:

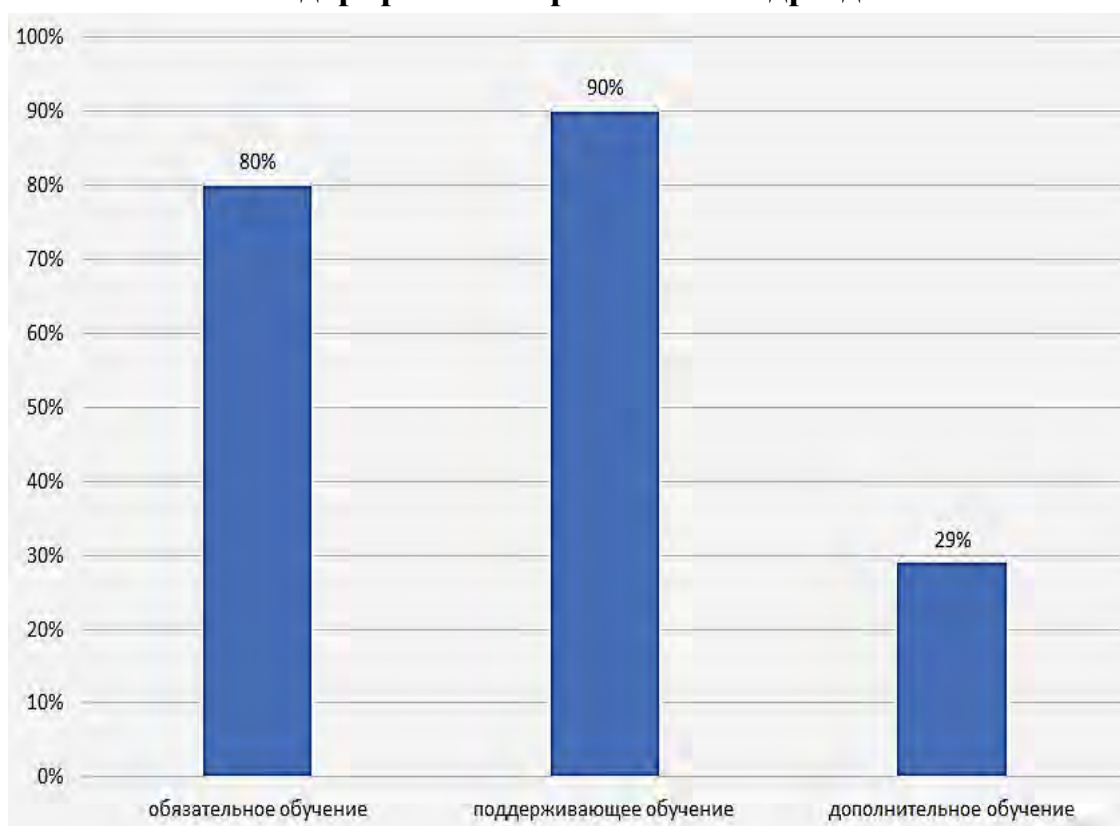
- обязательное обучение, в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение раз в 4 года обязано проводиться обучение инженеров для подтверждения и повышения квалификации. Это обязательное условие для инженеров проектировщиков, связанных с железнодорожным проектированием;
- поддерживающее обучение, в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение, это самостоятельное обучение, для этого предусмотрен доступ с каждого рабочего места к нормативно-технической литературе и постоянно обновляемым базам данных в виде программного обеспечения «ТехЭксперт»;
- дополнительное обучение, при приобретении нового программного обеспечения или оборудования в организации производится подготовка

учебного процесса (курсы, семинары и т.д.), в процессе которого происходит обучение сотрудников новым навыкам.

По результатам интервью с руководителем подразделения, а также Главным инженером Проекта и в результате анализа положения об обучении и результатах анкетирования сотрудников Обособленного Подразделения анализ форм обучения сведен в диаграмму, представленную на рисунке 3.

Анализ представленных данных позволяет отметить, что большая часть развития сотрудников организации происходит в процессе обязательного и самостоятельного обучения, а процент дополнительного обучения очень мал и существует только из-за определенных обстоятельств, не закрепен в виде систематического обучения персонала.

Рис. 3. Формы обучения, используемые в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение



В организации существует 2 основных вида обучения: обучение внутри организации; обучение вне организации.

Обучение внутри организации включает в себя в основном самостоятельное обучение, или обучение по средствам обмена опыта между сотрудниками.

К обучению вне организации относится в первую очередь обязательная форма обучения, так как она подразумевает обучение в железнодорожном учебном заведении с прослушиванием лекций и последующей сдачей экзаменов.

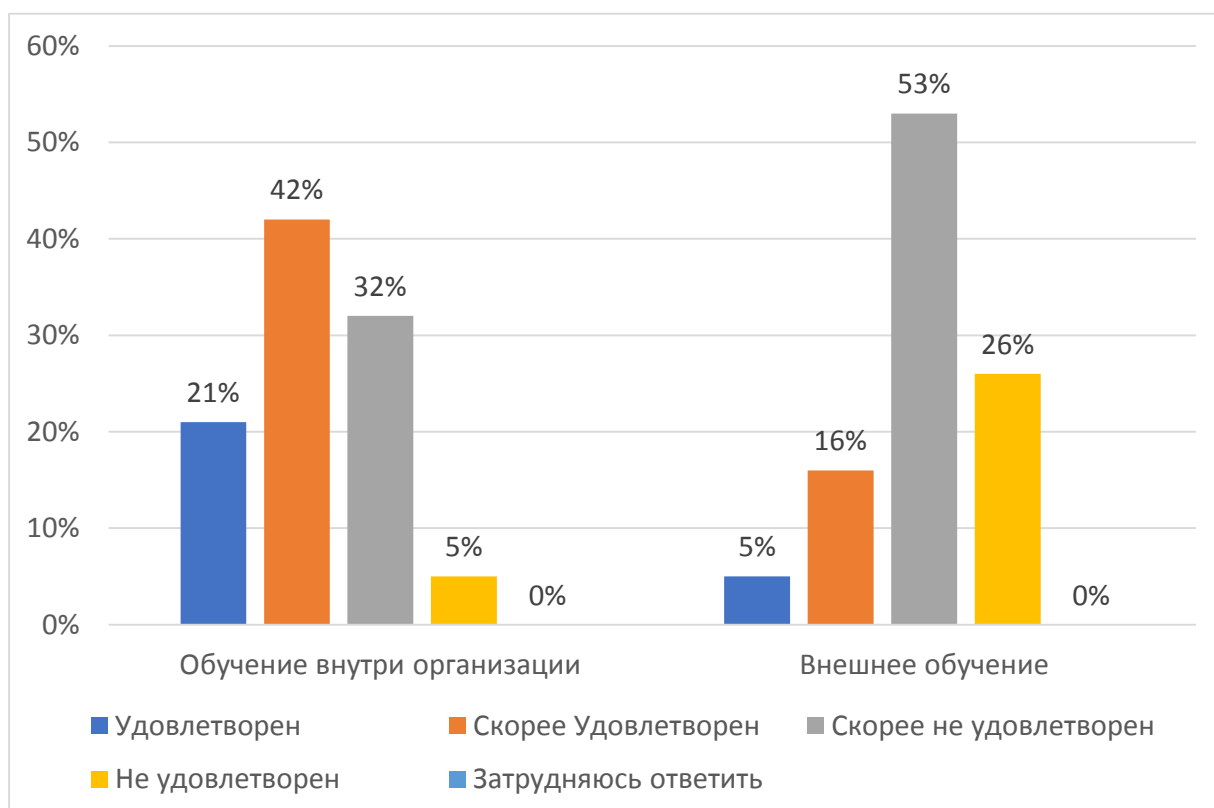
Главная задача обучения в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение обучение необходимому минимуму, требуемого для прохождения СРО и стабильной работы организации.

Регулярность проведение обучения в организации регламентируются необходимыми для проведения проектных работ параметрами и указаны в положение об обучении сотрудников. Положение составляется на основании требований главного заказчика ООО «РЖД» к проектной документации и установленными законами условиями для получения допусков необходимых СРО. Из вышеуказанных источников и было составлено положение об обучении, главные требования которого прохождение повышения (подтверждения) квалификации раз в четыре года. Без этого подтверждения инженер не может приступить к работе, поэтому обучение проходит по заранее составленному плану с последующей сдачей необходимых экзаменов.

По средствам анкетирования исходя из ответов сотрудников участвующих в процессе обучения и развития была составлена диаграмма (рисунок 4), в которой отражено отношение к обучению внутри и вне организации.

Из диаграммы следует, что внутреннее обучение развито лучше, чем внешнее. Внутреннее обучение лучше развито в первую очередь благодаря уровню саморазвития в организации, так как ранее было отмечено, что большинство сотрудников в организации с высшим образованием, а техническое образование, единомышленники вокруг и доступ к постоянно обновляющимся базам данных стимулирует процесс саморазвития.

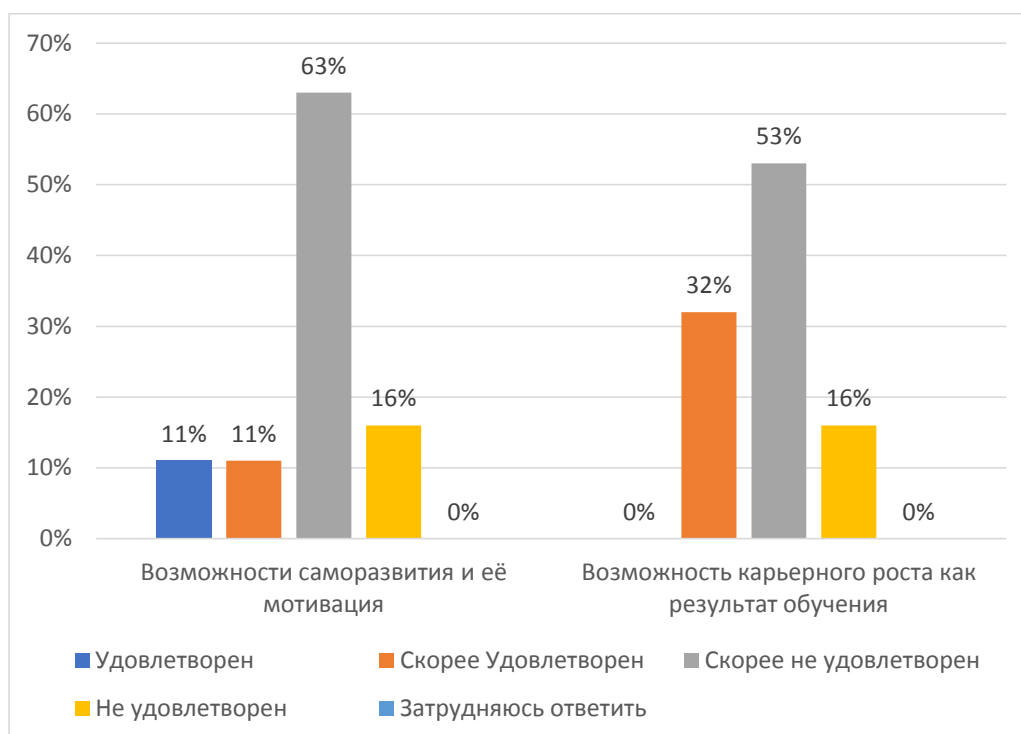
Рис. 4. Степень удовлетворенности системой обучения и развития персонала в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение



Внешнее образование имеет в первую очередь обязательный характер и чаще всего выглядит как процесс подтверждения квалификации инженера проектировщика (геодезиста). Как для подтверждения статуса проектировщика этого достаточно, но как для получения новых знаний и изучений новых проектных решений этого недостаточно из-за этого и такая низкая оценка внешнего обучения.

Как часть процесса обучения и развития в организации сотрудники рассматривают процесс обучения, как возможность карьерного роста и саморазвития в организации, результаты этого опроса сведены в диаграмму, представленную на рисунке 5.

Рис. 5. Возможности, предоставляемые обучением и развитием



Из диаграммы, очевидно, что возможности, предоставляемые посредством обучения в организации, ограничены. Это издержки направленности организации, ведь в проектной организации не могут быть все Главными Инженерами Проекта. Но также из интервью с Главным Инженером Проекта и Руководителем подразделения следует, что направленность процессов обучения и их последствия устанавливаются главным управляющим подразделением.

Виды и методы обучения персонала в организации

Самым актуальным видом обучения и развития персонала для организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение является повышение квалификации персонала, так как инженер должен проходить курсы повышения или подтверждения квалификации раз в 4 года.

Этап подготовки персонала сотрудники проходят на стадии получения высшего образования, которое является обязательным для устройства в организацию.

Переподготовка персонала происходит крайне редко, так как направления инженеров узконаправленны и чаще всего они занимаются своими прямыми обязанностями.

Методы обучения персонала в организации делятся на 2 вида:

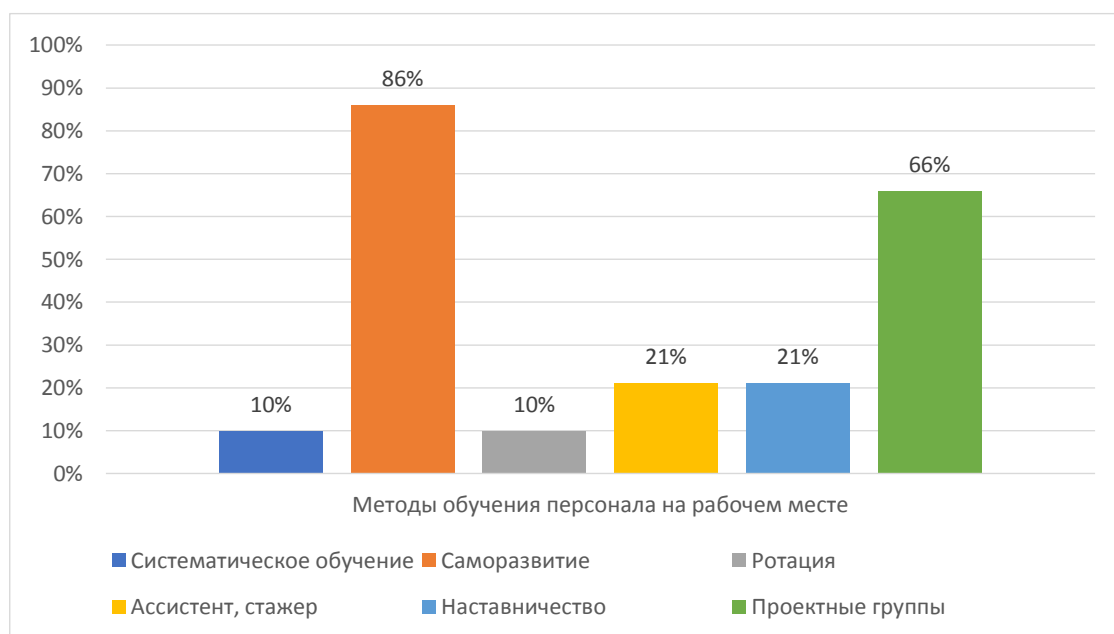
- обучение без отрыва от производства;
- обучение с отрывом от производства проводится вне рабочего места.

Методы обучения персонала на рабочем месте:

- направленное приобретение опыта - систематическое планирование обучения;
- адаптация - производственный инструктаж, введение в специальность, ознакомление обучающегося с новой работой;
- смена рабочего места (ротация) - Получение знаний и приобретение опыта в результате систематической смены рабочего места;
- использование работников в качестве ассистентов, стажеров;
- наставничество;
- подготовка в проектных группах - Сотрудничество, осуществляемое в учебных целях в проектных группах.

Каждый сотрудник отметил тот метод обучения, который практиковал на рабочем месте в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение. На основании чего была составлена следующая диаграмма, представленная на рисунке 6.

Рис. 6. Методы обучения персонала, применяемые на рабочем месте



Методы обучения персонала вне рабочего места:

- чтение лекций;

- программированные курсы обучения;
- конференции, семинары, беседы «за круглым столом», экскурсии, дискуссии, встречи с руководством;
- метод обучения руководящих кадров, основанный на самостоятельном решении конкретных задач из производственной практики - Моделирование проблемы, которую должны решить участники (слушатели) группы.
- тренинг;
- самостоятельное обучение;
- методы решения производственно- экономических проблем с помощью моделей, моделирование процессов.

Во время прохождения курсов повышения квалификации, часть из вышеперечисленных методов внешнего обучения практиковалась среди сотрудников, но лишь из-за обязательности процесса обучения, а не для изучения новых технологий производства или повышения эффективности труда.

Каждый сотрудник отметил тот метод внешнего обучения, который практиковал во время работы в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение. На основании чего была составлена следующая диаграмма, представленная на рисунке 7.

Разнообразие внешнего обучения персонала в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение очень мало и ограничивается необходимыми требованиями для прохождения курсов повышения или подтверждения квалификации.

По требованиям заказчика и законодательства, инженер, работающий на особо опасных объектах и занимающиеся их проектированием, а такими являются объекты железнодорожного снабжения, обязаны проходить раз в четыре года курсы повышения или подтверждения квалификации. Этот период начинает действовать с момента выпуска из высшего учебного заведения. Эта информация указана в положении об обучении сотрудников.

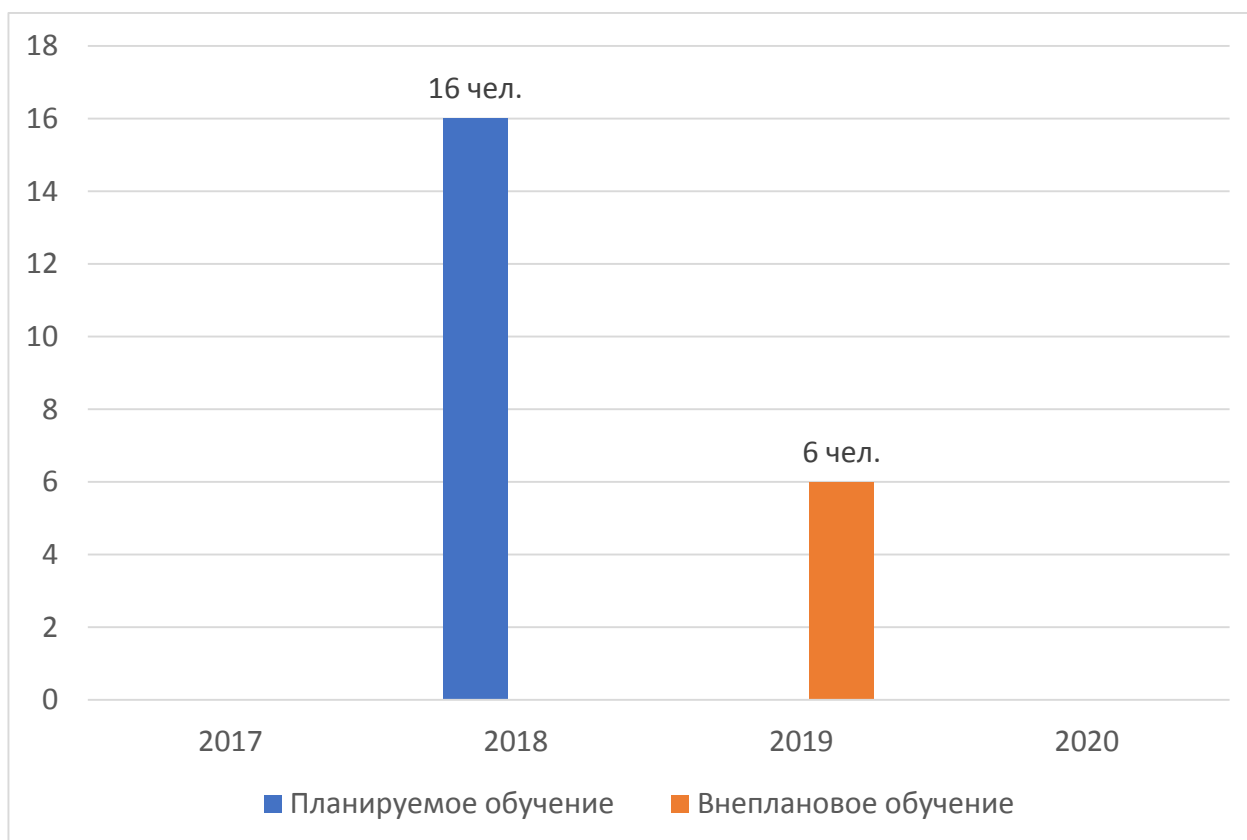
Рис. 7. Обучение персонала вне рабочего места



Для удобства прохождения обязательного обучения в организации составлен план обучения сотрудников. В случае, когда такое обучение необходимо проводить с периодичностью в четыре года для организации наиболее выгодным является запланировать обучение на самый не загруженный период времени, для проектной организации это январь-февраль. Только принятый на работу сотрудник проходит первое обучение по индивидуальной необходимости. А в последующие обучение сотрудник синхронизируется с режимом обучения сотрудников всей организации, так как для удобства, все сотрудники проходят процесс обучения одновременно. Для наиболее эффективного взаимодействия в коллективе в процессе обучения и экономии полезного для организации времени обучение всех сотрудников планируется на февраль. Последнее плановое обучение проходило в феврале 2018 года, его прошли 16 сотрудников организации, а следующее запланированное обучение приходится на февраль 2022 года.

За последние три года проходило и внеплановое обучение, связанное с заменой геодезического оборудования на более современное. Это обучение было необходимо для продолжения эффективной работы изыскательского отдела, а для организации было как финансово выгодно, так и по повышению производительности труда привнесло процент выработки. В процессе этого обучения в организацию в течение недели приезжал представитель компании производителя приобретаемого оборудования, что позволило в кратчайшие сроки обучиться всему изыскательскому отделу (6 человек) всем инновациям и особенностям нового оборудования. Так же затраты на обучение взяла на себя организация, производящая оборудование, что является дополнительным преимуществом для финансового положения организации. Все процессы обучения за последние 3 года сведены в диаграмму, представленную на рисунке 8.

Рис. 8. Количество сотрудников, прошедших обучение за последние 3 года



Рекомендации по повышению эффективности системы обучения и развития персонала в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение

На основании результатов проведенного аудита можно выделить следующие сильные и слабые стороны в процедуре обучения и развития персонала в ООО "Желдорпроект" Саратовское подразделение. Так, к сильным сторонам можно отнести: высокий уровень технической оснащенности в организации, частая работа в проектных группах, способствующая самообучению сотрудников; активное применение разнообразных методов обучения персонала на рабочем месте.

К слабым сторонам обучения и развития в организации можно отнести: низкую степень удовлетворенности сотрудников системой обучения и развития персонала; отсутствие мотивации у сотрудников к процедуре обучения и развития, в организации редко применяются методы обучения вне рабочего места, что затрудняет обмен опытом и развитие сотрудников за пределами организации.

Самым затруднительным в реализации системы обучения для организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение является разбитость организации на Обособленные Подразделения, из-за этого главное подразделение не понимает актуальности решаемого вопроса, так как в главном офисе, гораздо больше текучесть кадров чем в Саратовском Подразделении, а значит чаще появляются новые инженеры и новые мысли, что позволяет коллективу в большей степени самообучаться прямо на рабочем месте.

Мероприятия по повышению эффективности системы обучения и развития сотрудников в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение: внедрение новых методов в обучение вне организации; разработка системы повышения мотивации сотрудников к процедуре в обучения и развития в организации; разработка индивидуального плана обучения и развития сотрудников ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение; разработка программы обучения сотрудников категории ИТР.

Так, материальная мотивация сотрудников, в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение предполагает:

Повышение заинтересованности сотрудников в обучении и развитии одновременно сложная и простая задача. Для реализации материальной мотивации сотрудников существует множество способов:

- оплата труда, повышение оплаты труда в зависимости от присвоения новой квалификации сотруднику и занимаемой при этом должности;
- премии, ввод премии за прохождение обучения для сотрудников самый простой и эффективный способ материальной мотивации, как для организации, так и для сотрудников;
- процент, в случае с проектной организацией процент от увеличения выполненных объемов работ, благодаря прохождению обучения, потенциально самый действенный способ мотивации, благодаря дополнительной отдаче сотрудников в процессе работы, для увеличения собственной эффективности.

Исходя из проведенного анализа материальную мотивацию сотрудников в проектной организации, необходимо планировать с долгосрочной перспективой. Для этого необходимо провести анализ объемов работ за предыдущий проектный год, возможности увеличения объемов работ по средствам внедрения нововведений, изученных по средствам обучения сотрудников. Рассмотреть затраты в процессе обучения и развития сотрудников и только после этого делать выводы о целесообразности введения данного процесса обучения, а также возможности по материальной мотивации.

Материальная мотивация в таком случае будет иметь процентно-премиальный вид, так как премии можно будет выделять только после получения положительных результатов в виде увеличения выполнения объемов работ и перекрытия тем самым всех сопутствующих расходов. Но качественное обучение и потенциальная возможность в виде финансовой награды за перевыполнение плана, дополнительно простимулирует сотрудников проходить обучение и показывать лучшие результаты в выполнении своих обязанностей,

что в последствии приведет к улучшению эко системы в организации и увеличению заработка как для сотрудников, так и для организации в целом.

В таком случае становится понятным, что материальная мотивация может быть реализована только с условием перевыполнения плана и долгосрочной перспективе.

В результате анализа было выявлено, что ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение находится в подчинении у главного подразделения, а таких подразделений, как Саратовское по стране более 10. Финансовая поддержка в виде материальной мотивации сотрудников труднореализуема, но нематериальная поддержка может быть более доступной в пределах Саратовского подразделения и значительно увеличить мотивированность сотрудников к обучению и развитию в организации.

Кроме того, нематериальная мотивация сотрудников, в ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение должна включать в себя системы поощрения, не предполагающие выдачу сотрудникам материальных и безналичных средств.

Нематериальную мотивацию можно разделить на следующие виды:

- социальная мотивация, в проектной организации, это в первую очередь возможность карьерного роста, делегирование важных полномочий, возможность пройти обучение;
- психологическая мотивация, корпоративный дух, укрепляющийся мероприятиями внутри организации, работа над созданием благоприятной обстановки в коллективе;
- моральная мотивация, признание заслуг со стороны коллектива и руководства организации, знаки отличия и грамоты;
- организаторская мотивация, корректировка графика работы, предоставление оплачиваемых отгулов, приобретение необходимых сотруднику принадлежностей (новое кресло, оргтехника и т.д.)

Первой и самой главной задачей нематериальной мотивации в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение является поменять

отношение к процессам обучения в организации, то есть заняться психологической мотивацией сотрудников в коллективе. Сейчас сотрудники организации относятся к процессу обучения, как к вынужденной мере, обязательному обучению, которое должен пройти каждый, и только в процессе самообразования или дополнительного обучения сотрудники получают новые знания, которые пригодятся для выполнения проектных работ.

Если повысить ценность процесса обучения в организации, то можно сделать обучение сотрудников не частью вынужденных мер, а нематериальной мотивацией для сотрудников. Это доказывают результаты кадрового аудита, которые показывают, что интерес к самообразованию и саморазвитию в организации на высоком уровне, так как основное большинство сотрудников с высшим образованием и положительно отозвались о возможных дополнительных курсах или тренингах в анкетировании.

Еще одним способом нематериальной мотивации в организации ООО «Желдорпроект» Саратовское подразделение может стать использование нематериальных ресурсов организации. В процессе обучения сотрудник затрачивает своё время и силы, которое организация может компенсировать в виде оплачиваемых отгулов в моменты затишья проектных работ в организации. В ходе интервьюирования выяснилось, что февраль, март и апрель являются месяцами затишья в проектировании путей железнодорожного сообщения. Таким образом, в совокупности с предыдущим параметром психологической мотивации сотрудников организации, при улучшении отношения сотрудников к обучению в организации и последующей мотивацией в виде оплачиваемых отгулов за время проведенное на обучении, сотрудники организации не просто будут мотивированы на дополнительное обучение, но и будут прикладывать максимальные усилия в процессе обучения и последующем использованием полученных знаний в работе.

Еще одним преимуществом сочетания таких нематериальных мотиваций сотрудников по сравнению с материальной мотивацией является дополнительная экономия денежных средств в организации. Но самым

эффективным способом будет комбинирование материальной и нематериальной мотивации обучения и развития сотрудников в организации. Производить такую мотивацию необходимо в несколько этапов:

1 Этап – психологической мотивации, создать подходящую атмосферу в организации, составить актуальные сотрудникам программы обучения, заинтересовать сотрудников возможностью прохождения обучения и ограниченностью таких возможностей, чтобы сотрудники заинтересовались такой возможностью и в последующем ожидали её и предстоящего обучения в целом, дополнительной нематериальной мотивацией сотрудников в этот момент необходимо объявить о компенсации потраченного на обучение времени в виде оплачиваемых отгулов.

2 Этап – проведение обучения сотрудников после мотивационной подготовки, сбор полученных результатов по итогу проектного периода, сравнение аналогичных по объему объектов за предыдущие проектные периоды, по срокам выполнения работ, а так же их качеству, по количеству использованных нововведений и отзывам руководителей отделов и Главного Инженера Проекта, сравнения полученных данных до мотивации и обучения и после.

3 Этап – в зависимости от результатов, полученных в результате сбора данных второго этапа, скорректировать программы обучения и при целесообразности ввести материальную мотивацию сотрудникам организации.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий будет способствовать повышению мотивации сотрудников к обучению.

С учетом вышеизложенного, можно разработать процедуру повышения эффективности системы обучения и развития персонала в виде определенной последовательности реализуемых этапов, представленных на рисунке 9.

Рис. 9 Этапы повышения эффективности системы обучения и развития персонала



В заключении хотелось бы отметить, что современные исследования показывают, что обучение и развитие играет ключевую роль в сегодняшней организации рабочего процесса, а сумма, которую компании по всему миру тратят на это, составляет более 1 трлн. долл. в год. Следовательно, персоналу как одному из главных источников создания стратегических конкурентных преимуществ организации принадлежит важнейшее место в системе менеджмента.

© Андрющенко О.В., Березина Е.С., 2021

**НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ
И ПРЕДПРИЯТИЙ**

Аннотация

Статья посвящена актуальным вопросам цифровой трансформации и инновационного развития промышленных комплексов и предприятий. Выделены отличительные тенденции цифровой экономики. Обоснована актуальность и необходимость проведения цифровых преобразований на отечественных предприятиях. Исследованы направления и тенденции трансформации индустриальных и иных компаний в условиях динамичного формирования цифровой среды.

Ключевые слова:

цифровые технологии, цифровая трансформация, инновационное развитие, промышленный комплекс, институциональные преобразования, экономика.

Boev A. G.

PhD in economics, Deputy head AI VR «ACG»

Russia, Voronezh

**DIRECTIONS OF DIGITAL AND INNOVATIVE TRANSFORMATION
OF INDUSTRIAL COMPLEXES AND ENTERPRISES**

Abstract

The article is devoted to topical issues of digital transformation and innovative development of industrial complexes and enterprises. The distinctive trends of the

digital economy are highlighted. The urgency and necessity of digital transformations at domestic enterprises has been substantiated. The directions and tendencies of transformation of industrial and other companies in the conditions of the dynamic formation of the digital environment are investigated.

Key words:

digital technologies, digital transformation, innovative development, industrial complex, institutional transformations, economics.

Важнейшей задачей обеспечения долгосрочной конкурентоспособности отечественной экономики является повышение уровня инновационной активности и цифрового развития промышленных предприятий и комплексов.

Промышленность имеет стратегическое значение для социально-экономического развития Российской Федерации. С одной стороны, промышленные комплексы вносят значимый вклад в ВВП страны и создают занятость для существенной части населения, с другой – формируют платформу и базис для развития технологичных, наукоемких и инновационных секторов с высоким уровнем добавленной стоимости [1].

В настоящее время Россия занимает 38-е место в мире по уровню экономической конкурентоспособности (согласно рейтингу Всемирного экономического форума) [2]. Ключевой проблемой реального сектора экономики остается достаточно низкая производительность труда. Отставание России по данному показателю от США, особенно в высокотехнологичных сферах производства, достигает 3-4 раз. Активная цифровая трансформация промышленности и других важнейших сфер отечественной экономики способна сократить этот разрыв [3].

Весомый вклад в исследование и развитие теоретических, методологических и практических вопросов преобразования и институциональной трансформации экономических систем, промышленных комплексов и предприятий внесли Т. Веблен [4], М. Портер, Й. Шумпетер [5], Д. Норт [6], Ю. Арука, Э. Деминг [7], Дж. Ходжсон [8], К. Йаги, У. Шухарт, Ф.

Котлер [9], Б. Клейнер [10], К. Левин [11], Л. Абалкин, Ю. Анисимов [12], В. Полтерович, Р. Капелюшников, Б. Ерзнкян, и другие научные деятели.

Цифровизация является глобальным трендом современной экономики. В динамичной цифровой среде традиционные факторы конкурентоспособности компании утрачивают свою актуальность и на первый план выходят информационные технологии [13, 14]. Цифровые платформы становятся мощным фактором экономического развития, разрушают традиционные рынки и меняют логику конкурентной борьбы. Тем самым цифровая трансформация создает новые возможности для российских предприятий и способна вывести на лидерские позиции новых игроков.

Цифровая экономика характеризуется рядом важных отличительных тенденций [15]:

1) экспоненциальным (взрывным) ростом числа цифровых инноваций, которые становятся доступными широким слоям бизнес-сообщества (по ценовому критерию) и создают условия для принципиального повышения производительности труда, скорости коммуникаций и бизнес-процессов;

2) ростом неопределенности и выраженной нелинейностью процесса развития глобальной экономики, что затрудняет понимание и прогнозирование логики трансформации ее рынков, отраслей, систем и предприятий;

3) переходом компаний к платформенному типу функционирования, при котором ключевым конкурентным преимуществом и основой организации бизнес-процессов предприятий становятся цифровые информационно-аналитические платформы;

4) возрастанием роли интеллектуальных систем поддержки принятия управленческих решений, в том числе основанных на технологиях искусственного интеллекта, машинного анализа и глубинного исследования больших объемов количественных данных. Указанные системы создают возможности для принципиального повышения качества управления, долгосрочного прогнозирования, предиктивной аналитики и т.д.

5) доминированием сетевой логики взаимодействия предприятий и организаций, приводящей к активной кластеризации экономики, появлению новых видов интегрированных структур, формированию кроссфункциональных сред и экосистем, в которых осуществляется безбарьерный трансферт технологий, знаний и компетенций между субъектами разных направлений деловой активности;

б) появлением на цифровых рынках «свободных» активов - общедоступных цифровых решений и разработок (open-source software), которые постоянно совершенствуются на принципах краудсоринга и могут безвозмездно внедряться в бизнесе. В поддержку ценности и целесообразности использования программ с открытым кодом Г. Греф высказал мысль о том, что «нельзя сохранить конкурентоспособность платформы, если над ней не работают сотни тысяч человек по всему миру» [16].

Таким образом, конкуренция между цифровыми платформами индустриальных комплексов, как правило, более важна, чем конкуренция между экономическими бизнес-моделями [17].

Автор рассматривает цифровую платформу как систему алгоритмизированных взаимоотношений внутренних и внешних участников производственного процесса промышленного комплекса, организованную в единой информационно-коммуникационной среде и обеспечивающую минимизацию транзакционных издержек за счёт использования цифровых технологий работы с данными и автоматизированного выполнения операций.

С инфраструктурной точки зрения цифровая платформа представляет собой совокупность аппаратных средств, интеллектуального программного обеспечения, коммуникационных технологий и цифровых инноваций, интегрирующая ключевые бизнес-процессы и операции производственной компании в единую «бесшовную» цепочку создания стоимости [15].

Основу цифровой платформы составляет интеллектуальная информационно-аналитическая система, обеспечивающая синхронизированное управление группами цифровых и материальных бизнес-процессов предприятия.

Иными важными компонентами платформы являются функциональные модули, цифровые технологии, инфраструктурное и методическое обеспечение, источники экономических данных [18].

Ключевыми пользователями цифровой платформы являются высший менеджмент и персонал промышленного комплекса, а так внешние пользователи (поставщики, подрядчики и т.д.) и клиенты [18].

Становление цифровой экономики характеризуется масштабными изменениями в деятельности предприятий и промышленных комплексов. По данным авторитетной международной консалтинговой компании KPMG, более 40% организаций планируют существенно трансформировать свои продукты (товары, услуги) или экономические бизнес-модели в течение следующих трех лет. Это обусловлено динамичным развитием цифровых технологий и инноваций, а также желанием производителей стать ближе к клиентам, заказчикам, поставщикам и подрядчикам [19-21].

Для значительной части компаний источником указанных преобразований является текущий бюджет, не содержащий дополнительных инвестиций. В условиях сокращения средней продолжительности существования предприятий и постоянного появления на рынке новых технологий трансформация предприятий становится необходимым условием поддержания их конкурентоспособности [19-21].

Индустриальные предприятия начинают активно наращивать инвестиции в модернизацию оборудования и внедрение цифровых сервисов и инноваций. В 2019-2020 гг. наблюдается наиболее выразительный за последние 15 лет рост бюджетов, направляемых организациями на новые технологии [19-21]. Данная тенденция характерна даже для высокотехнологичных компаний, которые традиционно вкладывают значительные ресурсы в инновационное развитие бизнеса и уделяют большое внимание эффективности и экономии. Увеличение расходов на новые технологии свидетельствует о становлении нового управленческого мышления в бизнесе – «какой бы ни была проблема, технологии являются частью ее решения». Основными направлениями таких

инвестиций являются технологические новшества и цифровые сервисы, кибербезопасность, технологии глубинного анализ данных и искусственного интеллекта, процессы автоматизации, информатизации и цифровизации, а также проекты комплексной трансформации предприятия [19-21].

Цифровые технологии и инновации продолжают активно развиваться. В рамках стратегии на обеспечение лидерства в сфере высоких технологий до 5% индустриальных предприятий начинают наращивать компетенции в сфере квантовых вычислений. Наблюдается тенденция к переносу большинства обрабатываемых данных с физических средств хранения информации в «облако». Облачные вычисления получили достаточно широкое распространение. По оценкам KPMG, более 75% опрошенных предприятий направляют ресурсы на развитие облачных вычислений и около 50% компаний – уже широко применяет облачные вычисления. Около 20% организаций проводят цифровую трансформацию и частично применяют интернет вещей, платформы, работающие по запросам (on-demand platforms), роботизированную автоматизацию процессов и искусственный интеллект [19-21].

По оценкам консалтинговых структур McKinsey [22], к 2036 г. в мире будет автоматизировано до 50% всех рабочих процессов. Схожие расчеты предлагает KPMG. По их мнению, около 20% рабочих мест будет автоматизировано. Большинство респондентов, участвующих в социологических опросах KPMG, полагают, что в течение предстоящих 5 лет до 10-20% рабочих мест на их предприятиях будет заменено искусственным интеллектом или автоматизировано [19-21]. Согласно позиции ряда экспертов, предприятия, которые своевременно не вкладывают ресурсы в автоматизацию, информатизацию, цифровизацию, со временем могут столкнуться с необходимостью инвестирования более значимых объем средств в передовые технологии по сравнению с конкурентами. Данный риск может быть вызван проблемой морального устаревания оборудования и необходимостью его динамичной замены в догоняющем формате по отношению к другим участникам рынка [19-21].

Около 65-70% респондентов KPMG полагают, что со временем будут созданы новые типы рабочих мест и профессий, которые компенсируют исчезнувшие. Цифровые технологии позволят персоналу предприятий более активно взаимодействовать с коллегами и клиентами, а также выполнять более креативную и интеллектуальную работу, так как рутинные процессы будут оцифрованы в первую очередь [19-21].

Становление цифровой экономики формирует новую модель экономического, технологического и социального лидерства индустриальных компаний и промышленных комплексов, устанавливает новые требования к институциональной трансформации.

Научные исследования и практические наблюдения показывают, что промышленные компании, которые эффективно и результативно используют передовые разработки в своем развитии добиваются значительно более высоких финансово-экономических и иных показателей развития по сравнению с конкурентами, игнорирующими цифровые технологии и сервисы [19-21].

Результаты исследований KPMG показывают, что 44-50% предприятий и организаций проходят через значительные цифровые преобразования, которые серьезно влияют на их финансово-экономическую деятельность и бизнес-модели [19-21].

Статистические данные и отчетность предприятий свидетельствуют о том, что за последние 80-100 лет средняя продолжительность экономического существования коммерческих организаций сократилась более чем в два раза [19-21]. Основная причина сокращения жизненного цикла компаний – глобальная трансформация рынков и экономических процессов, появление «подрывных» инноваций», разрушающих традиционную логику конкуренции, рост неопределенности. В сложившихся условиях институциональные преобразования, предполагающие проведение комплексных функциональных, процессных, структурных, управленческих, культурных и иных изменений, становятся основой поддержания конкурентоспособности компаний и сохранения лидерства на быстро развивающихся рынках.

Рассмотрим результаты социологических опросов топ-менеджмента о вероятной глубине трансформации базового направления деятельности их предприятий и организаций в ближайшие три года (рис. 1). Они показывают, что большинство компаний ожидают определенной трансформации своей бизнес-модели.

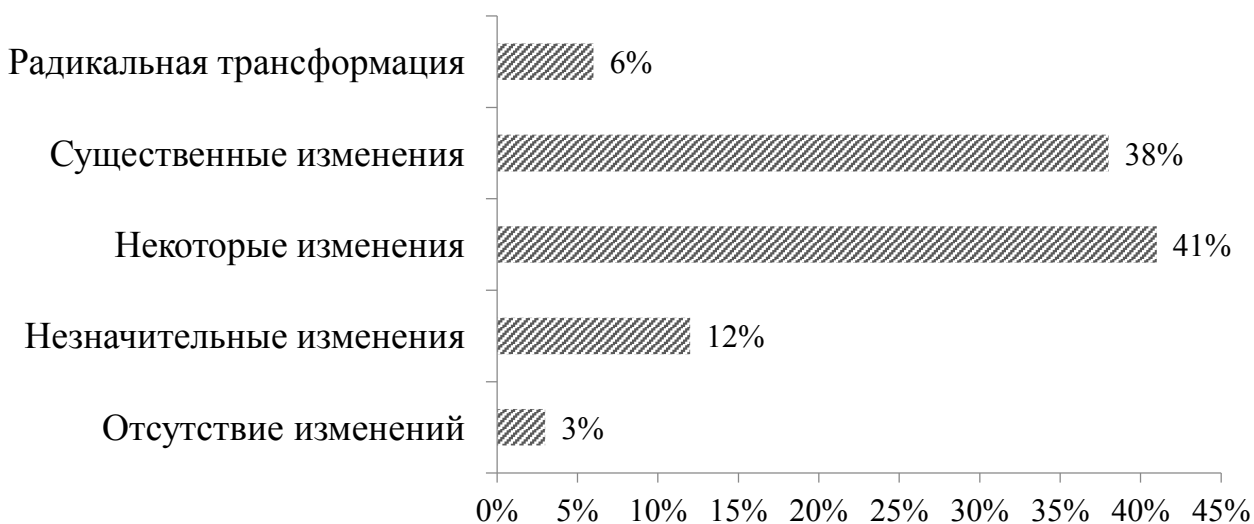


Рис 1. Глубина трансформации основного направления деятельности организации в течение следующих трех лет [19-21]

Радикальная трансформация предполагает внедрение принципиально новой модели ведения бизнеса и получения выручки, проведение комплексной трансформации процессов, функций, структур и институтов предприятия.

Существенные изменения подразумевают разработку и производство новых продуктов и услуг, которые будут либо предлагаться наравне с существующими, либо преобладать в товарной номенклатуре.

Некоторые изменения – внедрение инноваций и новых форм ведения бизнеса при общем сохранении логики экономической модели предприятия и преобладании «старой» товарной номенклатуры.

Незначительные изменения предусматривают проведение отдельных (локальных) улучшений на предприятии без заметной трансформации его бизнес-модели.

Отсутствие каких-либо изменений – сохранение модели деятельности предприятия и товарной номенклатуры без каких-либо трансформаций.

Наибольшие предпосылки для трансформации и институциональных преобразований имеют индустриальные компании и промышленные комплексы, экономическая модель которых включает множество рутинных бизнес-процессов и операций, поддающихся быстрой цифровизации.

Необходимо заметить, что многие непроизводственные сектора бизнеса обладают гораздо большим потенциалом для оцифровки своих бизнес-процессов, нежели промышленные компании. Так, более половины руководителей технологических подразделений в секторе телекоммуникаций (57%), СМИ (57%) и технологий (56%) сообщают о существенной и радикальной трансформации своих предприятий [19-21].

Важно заметить, что необходимость проведения институциональных преобразований и цифровой трансформации не зависит от размера, масштаба деятельности, штатной численности, периода существования и иных параметров работы промышленных предприятий, а возникает под влиянием научно-технического прогресса и глубинных структурных изменений в экономике.

Специалисты и эксперты KPMG отмечают, что вероятность цифровой трансформации в небольших и недавно созданных компаниях такая же, как и в более крупных и давно существующих. Вместе с тем вероятность радикальной трансформации в компаниях с более короткими сроками вывода продуктов на рынок по сравнению с конкурентами в два раза выше (13% по сравнению с 6% в среднем) [19-21].

В числе важных цифровых технологий и инноваций, которые могут стать основой цифрового развития промышленного комплекса, видятся инструменты анализа больших массивов данных («Big Data») и интеллектуального исследования данных (Data Mining), машинного обучения (Machine Learning), трехмерного моделирования и печати, виртуальной и дополненной реальности и т.д. [18]

Для выбора технологических и цифровых приоритетов развития руководством предприятий могут быть использованы результаты исследований авторитетных консалтинговых и аудиторских компаний – Pricewaterhousecoopers и KPMG. Так, периодические опросы топ-менеджмента крупнейших отечественных компаний, проводимые PwC, позволяют оценить потенциальную полезность перспективных технологий и возможность их влияния на стратегию компании (таблица 1) [18].

Таблица 1

Оценка востребованности технологий и их влияния на стратегию компании [23]

Вид технологии	Доля руководителей, полагающих, что технология окажет влияние на стратегию компании в ближайшие 2-3 года, %		Изменения в оценках за год, п.п.
	2017 г.	2018 г.	
3D-печать	26%	70%	+ 44 п.п.
Виртуальная реальность	30%	78%	+ 48 п.п.
Дополненная реальность	24%	74%	+ 50 п.п.
Робототехника	55%	70%	+15 п.п.
Блокчейн	24%	67%	+ 43 п.п.
Интернет вещей	66%	63%	- 3 п.п.
Искусственный интеллект	65%	56%	- 9 п.п.

Степень принятия технологий на предприятиях и организациях, определенная в рамках исследований KPMG, представлена на рис. 2



Рис 2. Степень принятия технологий на предприятиях и организациях [19-21]

По данным KPMG, анализ больших данных и машинное обучение, роботизация бизнес-процессов и производственных операций, чат-боты являются одними из самых распространенных и популярных технологий в бизнесе. Отдельные инструменты из их числа уже использует более половины компаний, участвующих в исследовании [19-21].

Около 50% респондентов KPMG сообщают, что проводят роботизацию бизнес-процессов по технологии RPA и активно внедряют чат-боты [19-21].

Среди тех предприятий, которые внедряют RPA для автоматизации административных бизнес-процессов, около 50% компаний применяют более 4 роботов в режиме промышленной эксплуатации [19-21].

Чат-боты чаще всего используются для процессов обслуживания клиентов и автоматизации операционного блока. 23% компаний (46% от тех, кто внедряет чат-боты) уже ввели хотя бы одного чат-бота в промышленную эксплуатацию [19-21].

Также 37% опрошенных компаний указали, что они используют продвинутую аналитику или машинное обучение в одном или нескольких операционных процессах. В планах компаний на ближайшие 2 года развитие решений на базе технологий больших данных, проектирование решений на базе искусственного интеллекта, а также продолжение роботизации бизнес-процессов и дальнейшее развитие чат-ботов [19-21].

Индустриальным комплексам необходимо развивать управленческие, сенсорные и аналитические функции, чтобы своевременно адаптироваться к динамично меняющимся условиям внешней среды и потребностям своих сотрудников и контрагентов. При таком широком распространении высокотехнологичных продуктов, услуг и инноваций очень важно, чтобы каждое предприятие имело эффективные инструменты сбора, обработки и анализа экономических данных, на основе которых будут приниматься те или иные управленческие решения [19-21].

Активное развитие цифровой экономики создает условия для трансформации организационной структуры промышленных комплексов и предприятий.

На рис. 3 представлено изменение доли компаний, в штате которых имеется директор по цифровым технологиям или другой руководитель, выполняющий аналогичные функции.

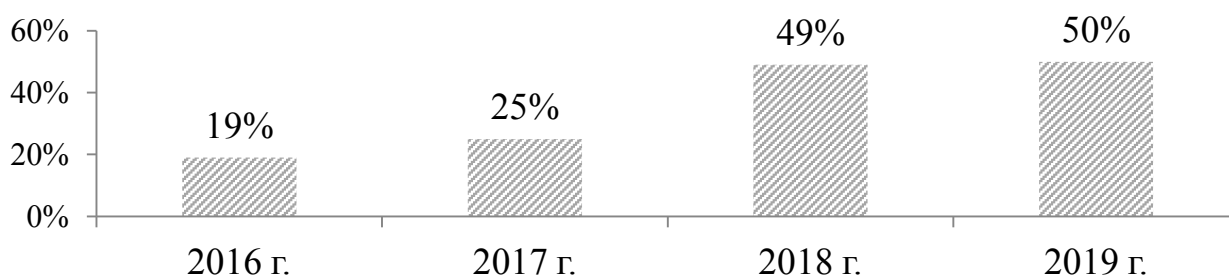


Рис 3. Предприятия и организации, имеющие директора по цифровым технологиям или другого руководителя, выполняющего аналогичные функции [19-21].

Необходимо заметить, что доминирующее большинство респондентов, участвующих в социологических исследованиях KPMG, ежегодно сообщают об усилении роли и влияния директора по информационным технологиям на предприятии (рис. 4).

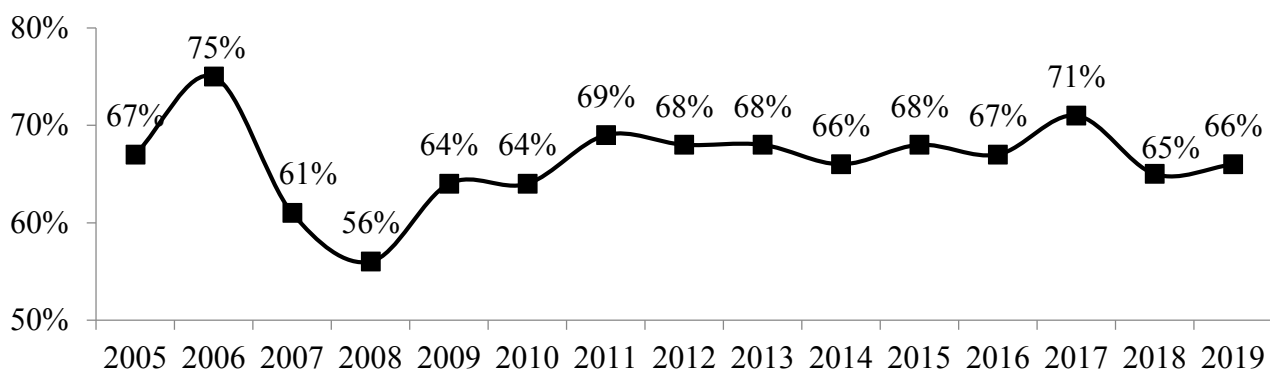


Рис 4. Доля респондентов исследования KPMG, отметивших усиление влияния директора по информационным технологиям, по годам [19-21].

На сегодняшний день цифровые преобразования становятся одним из главных факторов мирового экономического роста [12]. Вместе с тем, сама по себе цифровая трансформация промышленных систем не может быть эффективной, если не является частью более фундаментальных, комплексных и глубинных изменений, проводимых в ответ на разнородные культурно-социальные, технологические, структурные и другие сдвиги в мировой экономике.

Список использованной литературы:

1. Боев, А. Г. Об актуальности развития инновационных экосистем в промышленных комплексах / А. Г. Боев // Эффективность организации и управления промышленными предприятиями: проблемы и пути решения: материалы III Международной научно-практической конференции [Электронный ресурс]. – Воронеж: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», 2020. – с. 21-25

2. Индекс глобальной конкурентоспособности. Гуманитарная энциклопедия // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018. [Электронный ресурс] URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info>.

3. Боев А. Г. Использование SCRUM-метода при реализации проекта по внедрению цифровой платформы промышленного предприятия / А. Г. Боев, С.И. Воронин // Организатор производства. 2019. Т.27. No2. С 16-26

4. Веблен, Т. Теория праздного класса. Пер. с английского [Текст] / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

5. Шумпетер И. Теория экономического развития / И.Шумпетер - Москва: Прогресс, 1982. – 455 с.

6. Норт, Д. Институты, институциональ-ные изменения и функционирование эконо-мики\ Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

7. Деминг, Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг ; Пер. с англ. — 5-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 419 с.

8. Ходжсон, Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной инсти-туциональной экономической теории / Пер. с англ. - М.: Дело, 2003. 464 С.

9. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Крат-кий курс / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2016. - 496 с.

10. Клейнер, Г.Б. Особенности процессов формирования и эволюции социально-экономических институтов в России / Препринт # WR/2001/126. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. С. 56.

11. Левин К. Разрешение социальных конфликтов / [Пер. с англ. И. Ю. Авидон]. - СПб.: Речь, 2000. - 408 с.

12. Anisimov Y.P., Zhuravlev Y.V., Kuksova I.V., Balabanova E.I., Zhilnikov A.Y., Elagina T.V. Spatial analysis of the development of innovative potential of enterprises. Proceedings of the Voronezh State University of Engineering Technologies. 2019;81(1):391-396. (In Russ.).

13. Розанова Н. М., Линева И. В. Цифровая модель для современного бизнеса // Журнал экономической теории. - 2019. - Т. 16. - No 1. - С. 46-59.
14. Ruutu S., Casey T., Kotovirta V. Development and competition of digital service platforms: a system dynamics approach // Technological Forecasting and Social Change. - 2017.
15. Боев А.Г. Содержание и особенности процесса институциональных преобразований промышленных комплексов в условиях цифровой экономики // Экономика в промышленности. – 2020. – № 13(1). - С.18-28.
16. Г. Греф. Стенограмма открытой лекции в БФУ им. И. Канта (июль, 2017 г.). [Электронный ресурс]:URL:<https://www.kantiana.ru/news/142/211897/>
17. Азизкулов Д. М. Цифровая экономика: понятие, особенности и перспективы на российском рынке // Вектор экономики. –2018. – № 3 (21). – С. 62 – 72.
18. Боев А. Г. Процедура внедрения цифровой платформы промышленного комплекса на основе методов проектного управления / А. Г. Боев, Ю. П. Анисимов, С. И. Воронин // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2021. Т. 18. № 1. С. 5–17.
19. Исследование «Цифровые технологии в российских компаниях», KPMG (январь, 2019 г.). [Электронный ресурс]: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2019/01/ru-ru-digital-technologies-in-russian-companies.pdf>.
20. Исследование по цифровизации и инновационной открытости российских предприятий KPMG (август, 2020 г.). [Электронный ресурс]: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2020/08/innovations-report-kpmg-asi.html>
21. Результаты опроса СIO «Новый взгляд на развитие ИТ», HARVEY NASH и KPMG (2019 г.), [Электронный ресурс]: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2019/09/ru-ru-harvey-nash-kpmg-cio-survey-2019.pdf>
22. А. Аптекман, В. Калабин. Отчет McKinsey & Company «Цифровая Россия: новая реальность» (июль, 2017 г.). [Электронный ресурс]: URL:<https://>

www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Midle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx

23. Опрос членов советов директоров российских компаний – 2018. «Корпоративное управление цифровыми технологиями», Pricewaterhousecoopers (2018 г.). [Электронный ресурс]: <https://www.pwc.ru/ru/corporate-governance/assets/russian-boards-survey/russian-boards-survey-pwc-2018-r.pdf>

© А. Г. Боев, 2021

Д.Н. Джунусова

канд. юрид. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «АГТУ»,

г. Астрахань, РФ

**СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВОГО МОРЕПЛАВАНИЯ:
ИСТОРИКО-ПРАВОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

Аннотация

Современная система морского торгового права формировалась во многом посредством накопления исторического опыта предыдущих поколений при осуществлении правового регулирования морской торговли. Историко-правовое исследование правовых основ регулирования общественных отношений, возникающих в процессе торгового мореплавания, позволяет уяснить, каким образом складывался механизм этого регулирования в российских условиях, выявить его закономерности, а также использовать опыт правового регулирования в данной сфере в ходе нынешних преобразований.

Ключевые слова:

Законодательство, история развития, торговое мореплавание, морское право, устав о купеческом водоходстве, свод законов Российской Империи, кодекс торгового мореплавания

Зарождение судоходства связано с теми далекими временами, сведениями о которых современный человек не располагает. Толчок первым попыткам мореплавания, вероятнее всего, дало рыболовство в устьях рек, у побережья морей. Вслед за этим последовал процесс обмена продуктами и изделиями, то есть морская торговля. Стремление древних людей освоить морские

пространства, расширить свои знания о соседних землях, осуществить их колонизацию привело к развитию мореплавания в широком смысле.

Как известно, первые отрывочные письменные свидетельства о славянах, оставленные античными авторами, относятся к I-II вв. нашей эры. Начиная с этого времени и в течение многих веков славянские племена заселяли и осваивали обширную территорию европейской части нашей страны, спускались на долблёнках (плоскодонных лодках, выдолбленных из ствола одного дерева) по Днепру, Бугу, Днестру, добираясь до Константинополя по Черному морю, которое в разные времена именовалось Великим, Эвксинским, Понтийским или Крымским морем, а в X-XIV вв. в древнерусских, арабских, иудейских и западных источниках упоминается как Русское море [1, с. 464, 479]. В наиболее раннем из дошедших до нас древнерусских летописных сводов, «Повести временных лет», говорится: «А Дънепръ вьтечетъ в Понтъское море тръми жерелы, еже море словеть Руськое...». Со второй половины IX века и вплоть до начала XI в. славяне осуществляли плавание на судах в Хвалынском (Каспийском) море в начале с целью совершения набегов на прибрежные государства, затем в целях ведения торговли.

Как отмечает Ю.Б. Шубников, на Руси в первые века ее существования, положения, касавшиеся регламентации морской торговли, закреплялись разрозненно, в отдельных международных договорах, торговых обычаях и местных (княжеских) актах [2, с. 120]. Повесть временных лет сообщает о заключении мирных договоров между Русью и Византией в 911, 944 и 971 гг., в которых впервые закрепляются положения относительно порядка осуществления торгового мореплавания.

Положения Договора 911 года, определившего порядок выкупа пленных, виды наказаний за преступления, совершенные греческими и русскими купцами в Византии, правила ведения судебного процесса и наследования, помимо всего прочего создавали благоприятные условия для взаимной торговли, устанавливали взаимные обязательства по оказанию помощи купцам и судовладельцам.

Русская Правда, которая в трудах исследователей рассматривается как свод законов, свод обычаев или даже как сборник судебных решений [3, с. 67, 76], содержала в себе норму об ответственности за кражу ладьи, которая для купцов являлась источником существования: «...Вор за ладью платит 60 кун в казну, а хозяину за морскую 3 гривны, ...если не может лицом возратить украденного...» [4]. Также предусматривалась ответственность купца при осуществлении морской перевозки: «...Ежели чужие товары или деньги у купца потонут, или сгорят, или будут отняты неприятелем, то купец не отвечает, ни головою, ни вольностью и может разложить платеж в сроки: ибо власть Божия и несчастья не суть вина человека. Но если купец в пьянстве утратит вверенный ему товар или промотает его, или испортит от небрежения: то заимодавцы поступят с ним, как им угодно: отсрочат ли платеж, или продадут должника в неволю...».

Акт более позднего периода – Псковская судная грамота, – по сути, базировавшийся на положениях Русской Правды, отдельных постановлениях псковского веча, обычаях, договорах князей и судебной практике, более подробно регламентировал гражданско-правовые отношения. Это было связано с тем, что жители северо-западной Руси активно участвовали в морской торговле.

Распад Древнерусского государства на удельные княжества во второй четверти XII века и последовавший за этим период феодальной раздробленности Руси привели к ослаблению внешнеэкономических связей, и, конечно же, торгового мореплавания. Это сопровождалось постепенной утратой равноправного положения русских купцов во внешней торговле с иностранцами как на Черном море, так и на Балтике [5, с. 32-33].

Укрепление торговых связей Русского государства с другими странами и приток в связи с этим иностранных купцов начались лишь с конца XV в., во времена правления Ивана III, проводившего успешную политику объединения русских земель вокруг Москвы и освобождению от власти Большой Орды. В Судебнике 1497 г. конкретизированы положения ст. 54 Русской Правды в

Пространной редакции о правах и обязанностях купца в отношении вверенного ему для использования в торговом обороте чужого имущества. Если товар утрачен вследствие несчастного случая («... истонет, или згорить, или рать возметь, ...»), купец был обязан возвратить взятое имущество без процентов. Если же оно было следствием вины ответчика («... пропиет или иным каким безумием погубит товар свой без напразднства, ...»), то в качестве наказания виновного предусматривалась его выдача истцу «головою на продажу», то есть обращение в холопы [6, с. 59].

Статьей 58 Судебника 1497 г. закреплялся порядок рассмотрения всех возникающих между иностранцами споров, при этом в качестве основного доказательства при их разрешении устанавливалась присяга – крестное целование, право принятия или предложения которой принадлежало ответчику.

Судебником 1550 года данные положения были дополнены указанием на порядок разрешения споров между иностранцами и русскими людьми. При этом право принесения присяги решалось жребием.

Период с середины XVI в. и последующее столетие были исключительно тяжелыми для России. Затяжная Ливонская война, в результате которой была проиграна борьба за выход к Балтийскому морю, Смутное время, крестьянские войны, польская интервенция – все эти трагические события способствовали ухудшению социально-экономического развития страны, раздробленности и запутанности законодательства.

Начало царствования Алексея Михайловича ознаменовалось проведением реформы законодательства и созданием Соборного Уложения 1649 г., основой для подготовки которого послужили судебники 1497 и 1550 гг., указные книги приказов, Кормчая книга, Литовский статут 1588 г. Принятие Соборного Уложения, отдельные нормы которого действовали вплоть до начала XX в., способствовало в дальнейшем закреплению практики обнародования издаваемых властью законов и иных актов.

Важнейшим периодом в истории развития торгового мореплавания является время реформаторской деятельности Петра I: начало отечественного

судостроения, выход России к Балтийскому морю, развитие морской торговли через порты Архангельск и основанный в 1703 г. Санкт-Петербург, усиление законодательного содействия отечественному торговому мореплаванию.

В 1712 году Петр I учреждает Коммерц-коллегию, осуществлявшую управление в сфере торговли, в том числе в сфере торгового мореплавания и портовой деятельности; в 1717 году Указом Петра была образована Адмиралтейств-коллегия как высший орган управления военно-морскими делами в России. Обе коллегии действовали вплоть до реформ 1802 г., когда с образованием министерств управление собственно торговым мореплаванием перешло в ведение Министерства коммерции, а управление военно-морскими делами – в ведение Министерства морских сил, которое в 1815 году было переименовано в Морское министерство.

В 1720 г. был принят Устав об эверсах. Эверсы представляли собой небольшие, длиной около 15 м и шириной около 7 м плоскодонные одномачтовые парусные суда, которые использовались для морского промысла и рыболовства, перевозки грузов [7, с. 487]. Положениями Устава регулировались отношения между морскими перевозчиками («хозяева эверсов») и грузовладельцами («купецкие люди»).

13 (24) января 1720 года был обнародован «Устав морской о всем, что касается доброму управлению в бытности флота на море» (далее – Морской устав), в котором закреплялись правила, касающиеся организации флота, обязанностей членов экипажа, порядка службы на судах. Морским уставом утверждены были также русские судовые флаги, порядок производства сигналов и правила о салютах.

В связи с тем, что к этому времени наблюдается явный приоритет осуществления морской торговли, государство начинает уделять особое внимание становлению пограничного и таможенного контроля в морских портах. Так, в 1723 году издан был «Регламент шкиперами прочим приходящим на торговых кораблях в порты Российскаго государства, дабы ведали, как поступать, и чего остерегаться во оных»; 31 января 1724 г. были приняты

Морской торговый регламент и устав, «...по которому все высшего и нижнего чина персоны, как подданные, так и иностранные, а наипаче купцы и корабельщики, которые в сие государство приезжают и отъезжают, все послушливо поступать имеют...» [8].

Морской торговый регламент установил порядок захода иностранных торговых судов в российские порты, правила передвижения и стоянки судов в портах, погрузки и разгрузки товаров, уплаты пошлин и сборов. Этим актом купцам и корабельщикам вменялось в обязанность предоставлять «цолльнерам, или пошлинным сборщикам» полную информацию о судне и перевозимом грузе.

Основную роль в формировании законодательства о торговом мореплавании следует отнести принятому Екатериной II Уставу купеческого водоходства по рекам, водам и морям, объявленного специальным Манифестом от 25 июня 1781 года. Во введении к Уставу разъяснялись причины его принятия: «...Российское купеческое водоходство в последних годах царствования Нашего коли кое приращение получило, ясно оказывается по числу кораблей и судов ныне по разным водам плавающих. Флаг Наш торговый поставлен в отличное уважение не токмо от народов, с которыми имеем Мы особенныя постановления; но и от тех, с коими никаких у Нас нет договоров, и Мы видим с удовольствием, что российския суда предпочтительно от всех ищутся в настоящее время...» [9]. Вместе с тем, указывалось на «...недостаток узаконений в части купеческаго водоходства, от коего происходили те неудобства, что во многих случаях принуждены были взаимствовать помощь от Законов Иностранных часто и не свойственных образу управления и состоянию Империи Нашей...; то сие и служило поводом к различным непорядкам и спорам в препятствие торговли...».

В соответствии с главой I Устава вводилась процедура регистрации судов, которые следовало «по построении на верфи засвидетельствовать», лишь после чего им разрешалось иметь и поднимать свой флаг. Для предотвращения возникновения излишних убытков хозяевам кораблей и судов предписывалось использовать суда «приличной величины и крепости, дабы по глубине и мелководию могли ходить с безопасностью», избегать перегрузки судов.

Корабли или суда должны были строиться таким образом, чтобы перевозимые на них вещи (груз, товар) хранились «или под крышкою, или за ключом, или печатью, или от повреждения или кражи, или иной утраты безопасно пребывало».

В отношении найма лиц на принадлежащие им суда их хозяева должны были руководствоваться вводимой впервые Уставом кадровой политикой. Только тех лиц, которые хорошо разбирались в судоходстве («корабельщиков или судовщиков, кормчих или штурманов, и лотцов, знающих ход рек и вод, глубины или мелкости тех рек или вод весенней, летней или осенней воды, пороги явные или потаенные, карчи, или камни, или мели, по коим им вести корабль или судно»), предписывалось допускать к присяге. Следует отметить, что обычай приносить присягу (давать клятву верности) при поступлении на службу, берет начало с древнейших времен и сохранился до настоящего времени. Смысл его заключался, прежде всего, в установлении определенных отношений между тем, кто принимал к себе на службу (военную, государственную) и вступавшим на эту службу. В данном случае присяга или крестное целование представляло собой определенный ритуал, связанный с приобщением лиц к профессиональному кругу корабельщиков.

Присягаемый произносил текст («формуляр») присяги, согласно которому он обязывался добросовестно управлять вверенным ему кораблем или судном с грузом: в случае пожара на судне не только тушить его, но и спасать судно и груз; в случае нападения воров и разбойников не оставлять судно, обороняться, чтобы судно и груз не достались им в руки. Имена «присяжных» вносились в маклерскую книгу в особый реестр, что давало возможность, в случае необходимости, облегчить поиск знающих морское дело лиц для найма их на суда.

Если же таковых при пристанях или в городах было недостаточно, рекомендовалось «поступать соразмерно возможности», принимать для работы на судно и «неприсяжных» не запрещалось.

Положениями глав II-V Устава определялись права и обязанности членов экипажа судна («корабельщика или судовщика», «штурмана или кормчего», плотника, «корабельных или судовых служителей и водоходцев и прочих на корабле или судне находящихся»), устанавливалась ответственность за ненадлежащее выполнение ими своих функций.

Главой VI вводились «Образец договора или контракта корабельщика или судовщика с корабельными или судовыми служителями или водоходцами», форма списка всех лиц, нанятых на судно, с указанием платы каждому, а также устанавливалась обязанность корабельщика или судовщика по выдаче «морским служителям на военном корабле» провизии согласно утвержденным нормативам.

Главой VII Устава определялись договорные отношения судовладельца и корабельщика или судовщика, связанные с наймом судна в целях перевозки груза, главой VIII – права и обязанности хозяев корабля или судна.

В соответствии с главой IX Устава предусматривалось введение должности маклера, избираемого «обществом граждан» той части города, на которую распространялись его полномочия. В его обязанности входило составление реестров «присяжных корабельщиков или судовщиков, кормчих или штурманов», «водоходцев», а также регистрация письменных договоров или контрактов, заключаемых по вопросам найма судов, их постройки или покупки «общим иждивением», укомплектования судна экипажем.

Во второй части Устава, изданной 23 ноября 1781 г., в главе X, предусматривающей порядок страхования морских судов и грузов, было впервые официально сформулировано определение понятия страхования: «...Застрахование есть: буде кто корабль или судно, или товар или груз, или иное что для предохранения несчастливого случая или опасности, или истребления или разорения, за некоторую плату, соразмерно долготе и свойству пути или времени года, или иным обстоятельствам, отдаст обществу, учрежденному для предохранения несчастливых случаев, и получит от оногo письменное обязательство во уверение, что страховое общество обязуется платить полную

цену отданного на страх корабля или судна, или товара, или груза, или иного чего...». Также в данной главе закреплялись положения о «лживом страховании», о правовом статусе страховых обществ, приводился «образец страхового обязательства противу всех опасностей».

Глава XI «О конвое или защите» устанавливала мероприятия по защите торговых судов военными кораблями или совместные действия купеческих судов для защиты от внешних опасностей, а также ответственность за невыполнение условий о защите.

В главе XII «О аварии или приключении» содержалась первая отечественная классификация аварий (приключений) по видам (простое и частное, большое и общее, малое, взаимного вреда), определялся порядок распределения убытков.

Положениями заключительной, XIII главы «О крушении или гибели, о награде спасения и о лотцах», предоставлялись покровительство и защита всем судам, терпящим кораблекрушение, устанавливалось вознаграждение членам экипажа при осуществлении спасания, предусматривалась ответственность за неоказание помощи терпящим бедствие судну, людям или грузу, а также регламентировались отношения между корабельщиком и лоцманом.

Несмотря на обилие принятых в период правления Петра I и позднее законодательных актов, в том числе в сфере торгового мореплавания, состояние морского законодательства в России явно не соответствовало потребностям отечественного мореплавания. Требовалось его упорядочение, а это, в свою очередь, зависело от систематизации российского законодательства в целом. Работы, которые велись в этом направлении на протяжении XVIII в. и были продолжены в XIX в., завершились в 1830 году изданием первого Полного собрания законов от Соборного Уложения до конца царствования Александра I. На его основе была проведена систематизация в форме инкорпорации, результатом которой явилось составление свода законов Российской империи, вступившего в «законную свою силу и действие» с 1 января 1835 года. Основная группа норм морского права содержалась в книге третьей части второй XI тома

Свода законов под общим наименованием «О договорах и обязательствах особенных по торговому судостроению и мореплаванию» и распределялась по четырем разделам. В соответствии со статьями раздела первого «О договорах и обязательствах по торговому судостроению», государство поощряло строительство, оснащение и ремонт морских судов любым лицом, «без различия преимуществ по состоянию». С этой целью «всем состояниям российских подданных, равно обществам и торговым сословиям» было разрешено «учреждать на собственной земле, при морях, озерах и судоходных реках частные верфи» [10]. Губернское и местное начальство обязывалось содействовать «всеми предоставленными им способами к благосостоянию общественных и частных верфей», при этом оно не должно было вмешиваться в их хозяйственную деятельность. Помимо этого, при постройке судов для плавания на Черном и Азовском морях предоставлялась ссуда, право на получение которой имели только лица, согласившиеся строить суда по чертежам, составленным «черноморским начальством».

В целом судостроение осуществлялось по произвольным чертежам, желающие из числа судовладельцев могли вносить их на рассмотрение и утверждение в Департамент мануфактур и внутренней торговли, а также в конторы морских начальств в Архангельске, Херсоне и Астрахани. Для облегчения постройки судов разной величины и вида Морскому министерству поручалось составление чертежей с подробными сметами «полагая до шестнадцати разных образцов».

По просьбе судовладельца для постройки мореходного судна ему мог быть предоставлен флотский корабельный инженер и несколько «чинов морского рабочего экипажа».

В книгу третью части второй XI тома Свода законов вошли также разделы о договорах и обязательствах по торговому мореплаванию, о бодмерее и авариях или морских убытках, о застраховании морском.

В издании 1887 г. Устав торговый был подвергнут существенной переработке. Книга вторая Устава, именуемая «О морской торговле», состояла

уже из шести разделов: «О мореходных торговых судах», «О торговом мореплавании», «О бодмерее и займе припасов на море», «О аварии», «О помощи и спасении в случаях кораблекрушения и о принадлежности потопленных вещей», «О морском страховании».

В 1875 г., ввиду хаотического состояния портового управления в России, правительство создает специальную комиссию с целью разработки вопросов о портовой полиции и об организации государственного надзора за судоходством. Результатом работ комиссии явилось утвержденное Александром III в 1891 г. «Положение об административном заведовании торговым мореходством и о портовой полиции в приморских торговых портах». Документ предусматривал учреждение портовой полиции с целью наблюдения за торговым мореходством и морскими промыслами; в портах были введены должности капитанов портов, их помощников, механиков и других предусмотренных штатом должностных лиц и нижних чинов, составлявшие портовое управление; созданы особые по портовым делам присутствия, состоявшие из должностных лиц разных ведомств, городского головы, председателей биржевого комитета и комитета торговли и мануфактур и 2 членов от купечества и возглавляемые губернатором или градоначальником. Управление морскими портами осуществлялось Министерством внутренних дел.

В 1903 году Отделение Свода законов в составе Государственной канцелярии переиздала Устав торговый, и в новой редакции в книгу вторую Устава, содержащего изложение русского морского права, вошел раздел «О взимании корабельного и попутного сборов». В связи с проведением в 90-х гг. XIX в. реформы управления торговым мореходством «Положение об административном заведовании торговым мореходством и о портовой полиции в приморских торговых портах» было заменено в 1901 г. новым «Положением о местном управлении приморскими торговыми портами». В 1902 г. в Устав включено «Положение о Добровольном флоте» (до этого действовали Временное положение 1886 г. и Временное положение 1892 г.), в 1907 г. – «Положение о съездах судовладельцев») [11].

Являясь составной частью Свода законов Российской империи, представлявшего собой механическое соединение законов, изданных в разные периоды, Устав торговый в части регулирования торгового мореплавания основывался главным образом на Уставе купеческого водоходства 1781 г., а также на положениях Дополнительного постановления о торговом судостроении и мореходстве 1830 г., внесшего на тот момент ряд изменений по некоторым направлениям в сфере русского торгового мореходства. Архаичность норм морского права, невозможность внесения в них принципиальных изменений, обусловленная инкорпоративной формой систематизации Свода законов Российской империи, приводили к консервации дефектов российского законодательства в сфере торгового мореплавания в рассматриваемый период и стали тормозом на пути его дальнейшего развития. В 1901 году правительство учредило Особое Собрание для составления проекта уложения о торговом мореплавании. В 1909 году работы по подготовке данного документа были закончены, после чего началось редактирование проекта и составление к нему объяснений. Переработанный в новой редакции проект Уложения о торговом мореплавании с объяснениями был подготовлен к опубликованию отдельными томами в период с 1911 года по 1913 год, но законодательного оформления он так и не получил.

Свод законов действовал вплоть до 30 ноября 1918 года, когда был издан Декрет ВЦИК «О Народном Суде Российской Социалистической Федеративной Советской Республики (Положение)», статья 22 которого обязывала народные суды при рассмотрении всех дел применять декреты Рабоче-Крестьянского Правительства, а в случае отсутствия или неполноты такового «руководствоваться социалистическим правосознанием» [12]. Примечание к указанной статье отныне запрещало ссылаться в приговорах и решениях на «законы свергнутых правительств».

Начало формирования и становления советского морского права ознаменовалось принятием актов, направленных на сохранение отечественных морских судов. Так, Декретом СНК РСФСР от 24.11.1917 приостанавливалось

действие соответствующих статей Свода законов о праве продажи, залога и отдачи по чартер-партии русских торговых судов в руки иностранцев. Все сделки по передаче русских судов за границу, заключенные после 19 июля 1914 года, признавались недействительными. Запрещалось выводить из России «все проданные, заложенные и законтрактованные по таким сделкам суда» [13].

26 января 1918 г. был принят Декрет СНК РСФСР «О национализации торгового флота», в соответствии с которым судоходные предприятия, принадлежащие акционерным обществам, паевым товариществам, торговым домам и единоличным крупным предпринимателям и владеющие морскими и речными судами всех типов, служащими для перевозки грузов и пассажиров, со всем движимым и недвижимым имуществом, активом и пассивом этих предприятий объявлялись общенациональной неделимой собственностью Советской Республики.

Нормализация отношений Советского государства с зарубежными странами, начавшаяся после заключения временного торгового соглашения между Советской Республикой и Великобританией 16 марта 1921 г., открыла широкие перспективы использования международных морских перевозок. В этот период принимаются акты, касающиеся вопросов организации национализированного флота: положения о праве плавания под морским торговым флагом РСФСР, о судовых документах, о судовом экипаже морского торгового флота РСФСР, декреты о приписке морских судов к порту, о морском транспорте. В 1922 г. были объявлены декреты о порядке перевозки иностранными судами пассажиров и грузов в морских сообщениях РСФСР, о порядке проверки личного состава иностранных торговых судов и о пропусках и пребывании иностранных моряков в портовых городах РСФСР.

В дальнейшем правовая регламентация общественных отношений, регулируемых морским правом, осуществлялась в рамках Кодексов торгового мореплавания СССР 1929 г. и 1968 г.

В связи с принятием в 1929 г. КТМ СССР был отменен ряд ранее изданных актов по вопросам торгового мореплавания, принятых ЦИК и СНК СССР, а

также внесены изменения в Консульский устав СССР, в Положение о регистре Союза ССР и др.

КТМ СССР 1929 г. являлся большим законодательным актом, состоящим из четырнадцати глав и девяти приложений. В нем были систематизированы правила о судне, об экипаже судов, о морской перевозке в заграничных сообщениях и каботаже, о морской буксировке, об общей и частной авариях, о возмещении убытков от столкновения судов, о вознаграждении за оказание помощи на море, об ответственности судовладельца, о привилегированных требованиях, о договоре морского страхования, о задержании судов, о сроках исковой давности по морским спорам. В приложениях к Кодексу закреплялись нормы: о радиоустановках на морских судах (Приложение I); о судоводителях и судовых механиках (Приложение II); об основаниях и порядке временного запрещения капитанам, их помощникам и механикам морского торгового флота Союза ССР занимать соответствующие должности (Приложение III); о минимуме состава судового экипажа (Приложение IV); о государственных морских лоцманах (Приложение V); о портовых лоцманах (Приложение VI); о регистрации договоров чартерпартии и коносаментов (Приложение VII); о диспашерах, о порядке составления диспаш и о морских протестах (Приложение VIII); о затонувшем в море имуществе (Приложение IX).

Первые значительные изменения, внесенные в КТМ СССР 1929 г., были связаны с национализацией некоторых категорий частновладельческих судов, проведенной на основании постановления ЦИК И СНК СССР от 30 апреля 1930 года. Национализации подлежали морские суда грузоподъемностью свыше 50 тонн, речные и озерные суда грузоподъемностью свыше 25 тонн, морские, речные и озерные суда, снабженные двигателями мощностью свыше 15, а в отдельных районах, список которых утверждался Народным Комиссариатом Путей Сообщения, – свыше 20 индикаторных сил. В собственность государства переходили частновладельческие суда, составляющие во владении одного лица излишек сверх одного морского судна, двух речных или озерных судов и одного самоходного речного или озерного судна. Национализации не подлежали

спортивные суда, лодки и ялики, в том числе моторные, если мощность их двигателей не превышала 10 индикаторных сил.

Устанавливалось, что за истребление, порчу и сокрытие судов, подлежащих национализации, лица привлекаются к ответственности в гражданском и уголовном порядке как за истребление, повреждение и присвоение государственного имущества.

Также были отменены несколько приложений к КТМ СССР 1929 г. Так, в 1930 г. в связи с изданием Положения о дисциплинарных взысканиях на транспорте было отменено Приложение III. Постановлением ЦИК СССР № 109, СНК СССР № 2413 от 17.10.1934 лоцманская служба была передана в ведении Народного комиссариата водного транспорта, в связи с чем было отменено Приложение VI, а Приложение V излагалось в новой редакции. Однако с принятием в 1952 г. Положения о государственной морской лоцманской службе Приложение V также было признано утратившим силу.

С течением времени КТМ СССР 1929 г. устарел. Произошли изменения, связанные с изданием нормативных актов в сфере планирования работы морского торгового флота страны и административно-правового регулирования отношений в сфере мореплавания. Это вызывало необходимость пересмотра КТМ СССР 1929 г. и разработки нового кодифицированного акта в данной сфере.

КТМ СССР 1968 г. был утвержден Указом Президиума Верховного Совета СССР от 17 сентября 1968 г. и введен в действие с 1 октября 1968 г.

Структурно и содержательно КТМ СССР 1968 г. отличался от прежнего. Так, в Кодексе появились несколько новых глав: глава IV «Морские порты», глава VII «Планирование и организация перевозок грузов», глава XIX «Претензии и иски». Нормы, которые ранее содержались в приложениях к Кодексу 1929 г., теперь образовали самостоятельные главы Кодекса 1968 г. либо были распределены по другим главам. Всего в Кодексе содержались 309 статей, объединенных в девятнадцать глав.

Как и все советское законодательство в целом, КТМ СССР 1968 г. был призван отвечать интересам административно-командной системы экономики,

характерными чертами которой являлись жесткий централизм хозяйственной жизни на базе государственной собственности на средства производства, директивное руководство всеми сферами жизни общества.

КТМ СССР 1968 г. устанавливал, что морские суда находятся в собственности государства либо в собственности колхозов, иных кооперативных или общественных организаций. В собственности граждан могли находиться лишь суда валовой вместимостью не более 10 регистровых тонн, которые не могли использоваться их владельцами для «извлечения нетрудовых доходов» [14].

Кодекс закреплял положение, согласно которому «перевозка грузов осуществляется на основе государственных планов перевозок грузов, утверждаемых в установленном порядке» (ст. 106). В свою очередь, это приводило к тому, что при осуществлении морских перевозок к отношениям между государственными судоходными предприятиями, кооперативными и общественными организациями применялись положения главы VII «Планирование и организация перевозок грузов», а к отношениям с участием иностранных лиц – главы VIII «Договор морской перевозки груза».

Перестройка и распад СССР, переход страны на рыночный путь экономики, провозглашение частной собственности и другие значительные изменения в российском гражданском законодательстве, а также присоединение России к ряду международных соглашений, отражающих тенденции развития международного морского права, настоятельно требовали внесения соответствующих корректив в национальное законодательство в сфере торгового мореплавания. КТМ СССР 1968 г. был совершенно не приспособлен к экономической конъюнктуре, складывающейся в условиях перехода к рынку. Существовала объективная необходимость в разработке и принятии нового закона, который отвечал бы современным требованиям регламентации деятельности в сфере торгового мореплавания.

Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации (КТМ РФ) был принят 30 апреля 1999 года. В качестве исходного начала для регулирования

имущественных отношений, возникающих из торгового мореплавания, КТМ РФ закрепил равенство, автономию воли и имущественную самостоятельность их участников (ч. 2 ст. 1).

В Кодексе установлена система регистрации судов, прав на них и сделок с ними, основанная на признании гражданским законодательством морского судна недвижимой вещью и придании акту регистрации правоустанавливающего значения. Хотя в Кодексе отсутствует глава о морских портах (правовой режим морских портов определяется в настоящее время Федеральным законом от 08.11.2007 № 261-ФЗ), в его отдельной главе содержатся положения о государственном портовом контроле, выполняющим важную роль с точки зрения обеспечения безопасности мореплавания. Также введены новые главы, посвященные правовому регулированию договоров фрахтования судна без экипажа (бербоут-чартер), договоров морского агентирования и морского посредничества, морского залога и ипотеки судов, специальных видов ответственности за причинение ущерба окружающей среде, ареста судов. В отличие от действовавшего ранее КТМ СССР 1968 г., которым закреплялись лишь несколько коллизионных норм в статье 14, в КТМ РФ включен раздел XXVI «Применимое право», насчитывающий 14 статей (ст.ст. 414-427) и формирующий развернутую систему коллизионных норм по широкому кругу отношений, связанных с торговым мореплаванием с участием иностранных граждан или иностранных юридических лиц или осложненных иным иностранным элементом.

Таким образом, в формировании и развитии законодательства о торговом мореплавлении можно выделить три этапа: досоветский (до 1917 г.), советский (1917-1991 гг.), постсоветский (с 1991 г. по настоящее время). В том или ином этапе, в свою очередь, можно выделить определенные периоды.

Так, используя в качестве критерия содержательные особенности систематизации правовых норм, регулирующих отношения в сфере морской торговли, для досоветского этапа (с X века до 1917 г.) можно выделить три периода:

1) с X по XV в., когда правила, регламентирующие морскую торговлю, носили стихийный, разрозненный характер, и закреплялись в отдельных международных договорах, торговых обычаях и местных (княжеских) актах;

2) с XVI века до конца 20-х годов XIX века, в течение которого можно наблюдать усиление содействия отечественному торговому мореплаванию со стороны государства посредством создания специализированных органов управления и систематизации законодательства в данной сфере в различных уставах и регламентах;

3) с 30-х годов XIX в., когда в Своде законов Российской империи была осуществлена первая кодификация законодательства о торговом судостроении и мореплавании, и продолжавшийся до 1917 г.

Советский этап развития законодательства в сфере торгового мореплавания (с 1917 по 1991 гг.) можно разделить на следующие периоды:

1) переходный период (с 1917 по 1929 г.), когда в Советском государстве издаются акты, касающиеся вопросов организации национализированного флота, в виде декретов и положений;

2) с 1929 г. до 1968 г. – период действия первого Кодекса торгового мореплавания СССР;

3) с 1968 г. по 1991 г. – период действия второго Кодекса торгового мореплавания СССР.

В рамках постсоветского этапа развития законодательства в сфере торгового мореплавания (с 1991 г. по настоящее время) пока можно выделить два периода:

1) с 1991 г., когда в стране произошли перемены в государственной и экономической жизни страны, до 1999 года;

2) с принятия в 1999 г. рыночного по своей сути Кодекса торгового мореплавания Российской Федерации по настоящее время.

Список использованной литературы

1. Бухарин М.Д. Возникновение понятие «Черное море» в средневековых географических традициях / Monumentum Gregorianum. Сборник статей памяти

академика Г.М. Бонгард-Левина. Российская академия наук, Институт всеобщей истории; ответственный редактор А.И. Иванчик. – М.: Издательский дом «Граница»: Клио, 2013. – 549 с.

2. Шубников Ю.Б. О периодизации истории становления законодательства торгового мореплавания России [Текст] // Ленинградский юридический журнал. – 2018. – № 1 (51). – С. 119-126.

3. Петров К.В. К вопросу о правовой природе Русской Правды [Текст] // Ленинградский юридический журнал. – 2016. – № 1. – С. 67-77.

4. Замыслов В.А. «Русская Правда» Ярослава. Ярослав Мудрый. Историческая диалогия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://litresp.ru/chitat/ru/3/zamislov-valerij-aleksandrovich/yaroslav-mudrij-istoricheskaya-dilogiya/3> (дата обращения: 08.02.2021).

5. Геманов В.С. История российского флота: учебное пособие для курсантов и слушателей всех специальностей морских учебных заведений. – 2-е изд., доп., испр. – Калининград: Янтарный сказ, 2009. – 584 с.

6. Российское законодательство X-XX веков. В 9 т. Т. 2: Законодательство периода образования и укрепления Русского централизованного государства / Отв. ред.: Горский А.Д.; Под общ. ред. О.И. Чистякова. – М.: Юридическая литература, 1985. – 520 с.

7. Морской энциклопедический справочник в 2 т. Т. 2: О-Я / Под редакцией Н.Н. Исанина; сост. К. Г. Абрамян [и др.]. – Л.: Судостроение, 1987.

8. Морской торговый регламент и устав. [Утвержден 31 янв. 1724 г.] 16 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://нэб.рф/catalog/000199_000009_003358997/ (дата обращения: 12.02.2021).

9. Устав купеческого водоходства 1781 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://нэб.рф/catalog/000199_000009_004103760/viewer/ (дата обращения: 12.02.2021).

10. Сводъ законовъ Россійской имперіи. Томъ одиннадцатый. Часть II. Уставы кредитный, торговый, о промышленности фабричной и заводской, и

уставъ ремесленный. СПб: Издательство: Тип. Второго Отделения Собственной Е.И.В.Канцелярии, 1857. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://runivers.ru/lib/book7372/388215/> (дата обращения: 12.02.2021).

11. Сводъ законовъ Россійской имперіи. Въ пяти книгахъ. Сводъ Законовъ Россійской Имперіи. Том XI, Часть II. С.-Петербург: Русское Книжное Товарищество «Деятель», 1912. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://civil.consultant.ru/reprint/books/250/5.html> (дата обращения: 12.02.2021).

12. Декрет ВЦИК от 30.11.1918 «О Народном Суде Россійской Социалистической Федеративной Советской Республики (Положение)» // СУ РСФСР. – 1918. – № 85. – Ст. 889.

13. Декрет СНК РСФСР от 24.11.1917 «О воспрещеніи продажи, заклада и отдачи по чартегъ-партіи русскихъ торговыхъ судовъ въ руки иностранныхъ подданныхъ или учреждений» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.lawmix.ru/sssrf/19148>. (дата обращения: 02.03.2021).

14. Кодекс торгового мореплавания Союза ССР (утв. Указом Президиума ВС СССР от 17.09.1968) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://нэб.рф/catalog/000202_000006_029ee52e-3890-421d-8745-f5f5625242f1_14249/ (дата обращения: 21.03.2021).

© Джунусова Д.Н., 2021

Жаркова Ю.С.

доцент, канд. экон. наук, доцент РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов-на-Дону, РФ

Бричка Е.И.

канд. экон. наук, доцент РГЭУ (РИНХ)

г. Ростов-на-Дону, РФ

РЫНОК АКЦИЙ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ

Аннотация

Нефтяная промышленность – ведущая отрасль российской экономики, именно поэтому акции российских нефтяных компаний за последнее десятилетие демонстрируют высокие темпы роста, будучи локомотивом фондового рынка. В связи со сложившейся обстановкой вызванной пандемией вся экономика России попала в зону риска. Угроза новых санкций в сторону нашей страны по причине изменения власти в США, повлекшее за собой возникновение напряженной обстановки между Западом и Россией ставят под угрозу ряд перспективных нефтяных проектов, при этом не давая возможности развитию инновационных технологий в данной сфере.

Все это обуславливает динамику изменений цен на акции нефтяных российских компаний, поскольку они реагируют на изменение во внешней политике посредством колебания цен.

Предметом исследования являются теоретические, практические вопросы, связанные с функционированием рынка акций нефтяных компаний в России.

Объектом исследования являются акции российских нефтяных компаний.

Целью работы является изучение ряда проблем, связанных с текущим состоянием акций российских компаний в нефтяной сфере деятельности, а также выявлением положительных сторон инвестирования в акции таких организаций.

Ключевые слова:

Ценные бумаги, рынок акций, фондовый рынок, акционерные общества,
инвестиции, нефтяные компании

Zharkova Yu.S.

Associate Professor, Cand. econom. Sci.,
Associate Professor
of the Russian State Economic University (RINH),
Rostov-on-Don, RF

Brichka E.I.

Cand. econom. Sci., Associate Professor
of the Russian State Economic University (RINH),
Rostov-on-Don, RF

THE MARKET OF SHARES OF OIL COMPANIES IN RUSSIA

Abstract

The oil industry is the leading sector of the Russian economy, which is why the shares of Russian oil companies have shown high growth rates over the past decade, being the locomotive of the stock market. In connection with the current situation caused by the pandemic, the entire Russian economy fell into a risk zone. The threat of new sanctions against our country due to a change in power in the United States, which entailed the emergence of a tense situation between the West and Russia, jeopardize a number of promising oil projects, while preventing the development of innovative technologies in this area.

All this determines the dynamics of changes in prices for shares of Russian oil companies, since they react to changes in foreign policy through price fluctuations.

The subject of the research is theoretical, practical issues related to the functioning of the market for shares of oil companies in Russia.

The object of the research is the shares of Russian oil companies.

The aim of the work is to study a number of problems related to the current state of shares of Russian companies in the oil sector, as well as to identify the positive aspects of investing in the shares of such organizations.

Keywords:

Securities, stock market, stock market, joint stock companies, investments, oil companies

Введение

Активная государственная политика, направленная на разработку месторождений нефти в северных субъектах Российской Федерации, способствует созданию огромного потенциала для нефтяных компаний, поскольку сырьем и заказчиками они обеспечены на несколько лет вперед.

Однако в 2020 году из-за пандемии COVID 19, был значительно нарушен баланс спроса и предложения на мировом рынке нефти. Несмотря на быстрое принятие нового соглашения об ограничении добычи ОПЕК+, мировое производство нефти по итогам 2020 года превысило потребление на 1,1 млн барр. в день, цены стабилизируются на уровне 40-45 долл. США за 1 барр. На мировом нефтесервисном рынке завершится трехлетний период роста, продолжавшийся с 2016 года.

При этом несмотря на ухудшение экономической обстановки в мире, нефтегазовая отрасль в России по-прежнему имеет лидирующие позиции, опережая в том числе многие иностранные компании по ряду показателей.

В целом, добыча нефти и газа в России в 2020 году имела отрицательную динамику по сравнению с данными за 2019 год. Так, например, показатель добычи снизился на 8,6%, и составил 512,68 млн тонн. Более того, в декабре 2020 года добыча ресурсов снизилась на 11,1%, составив 42,5 млн тонн.

Еще в 90-е гг. свое распространение получила такая форма организации компаний нефтяной отрасли как вертикальная интеграция. Она представляла

собой монополистические объединения акционерных обществ, которые, в свою очередь, включали в себя все этапы добычи, переработки, логистики и торговли нефтепродуктами. На сегодняшний день из более чем 800 мировых компаний, функционирующих в сфере нефтяного бизнеса, около 20 интегрированных транснациональных нефтяных организаций составляют базис данной сферы деятельности. К одним из наиболее крупнейших среди них следует отнести такие корпорации как Shell, Mobil, Техасо, BritishPetroleum и др.

Среди основных причин, обуславливающих широкое распространение вертикально интегрированных нефтяных компаний, иначе называемых ВИНК, можно выделить следующие:

1. Монопольные объединения создаются для возможности занять лидирующие позиции на нефтяном рынке и получать прибыль путем вариации ценообразования в данной сфере.

2. Монопольные объединения эффективных организаций создаются для возможности экономии в связи с низкими издержками производства и сбыта нефтепродуктов, что повышает конкурентоспособность данной интеграции.

Следует отметить, что эти две причины могут одновременно инициировать создание вертикальной интеграции нефтяных компаний на мировом рынке.

Сбалансированное производство и сбыт продукции являются основным достоинством ВИНК. При падении цен на нефть, подразделения ВИНК, занимающиеся добычей нефтепродуктов, теряют прибыль, однако другие подразделения, занимающиеся переработкой и производством, способны увеличить прибыль, в результате чего потери одного подразделения компенсируются получением прибыли других. Такие ситуации возникали и в 80-е гг. XX в., когда падение цен на нефть в 3,6 раза не оказали существенное негативное влияние на финансовый результат компаний, поскольку за счет распределения нагрузки на структурные единицы они сумели сохранить прибыль.

Следует отметить, что в России существуют два вида нефтяных холдингов: чистый и смешанный.

Первый вид холдинга, имея контрольный пакет акций, осуществляет контроль и управление деятельностью других предприятий.

Второй вид холдинга подразумевает что, действуя в конкретной сфере, будь то добыча, переработка или транспортировка нефти, он вместе с тем функционирует в различных сферах экономики. За счет дивидендов, получаемых от принадлежащих холдингу акций, формируется его прибыль. При этом основным отличием холдинга от концернов является наличие конкуренции между дочерними компаниями, входящими в его состав. К тому же важным этапом в функционировании нефтяных холдингов заключается в необходимости перехода на «единую акцию», то есть конвертации акций всех структурных подразделений на общую акцию для всего холдинга.

Порядка 90% всей добываемой нефти в России приходится на 8 крупных нефтяных компаний с вертикально интегрированной структурой (рис. 1) [1. с. 261].



Рис. 1. Крупнейшие нефтяные компании России

Кроме перечисленных компаний, насчитывается порядка 150 мелких и средних добывающих предприятий.

На данный момент большинство компаний выпускают ценные бумаги, а именно акции, так как, в первую очередь, это выгодно. Благодаря выпуску акций,

компании привлекают деньги инвесторов для развития своего бизнеса, вследствие чего растёт капитализация компании. Таким образом, получаем, что чем больше инвесторов компания привлекает, чем большие суммы инвестируют в компанию, тем дороже стоит сама компания.

Рассмотрим цены на акции наиболее крупных компаний России. Так, например, ПАО «Газпром нефть». За 9 месяцев 2020 года чистая прибыль ПАО «Газпром нефть» составила 36 193 млн руб. против чистой прибыли за аналогичный период прошлого года в 319 973 млн руб. В связи с этим разводненная прибыль на 1 акцию составила 7,67 руб. против 67,82 руб. в аналогичном периоде 2019 года [2]. Следует отметить, что акции Газпром нефти на протяжении последних пяти лет двигались в резком восходящем тренде. Подъем котировок сопровождался двумя коррекционными волнами в 2017 и 2018 гг. В 2020 г. влияние эпидемиологической обстановки в мире и динамика изменений цен на нефть привели к возникновению понижающего тренда, акции ПАО «Газпром нефти» потеряли более половины стоимости от сложившихся ранее исторических максимумов. Однако, потенциал возвращения к восходящей тенденции сохраняется при снижении влияния пандемии и восстановлении спроса на энергоресурсы. По состоянию на 26 марта 2020г. цена акции ПАО «Газпром нефть» составляла 371 руб. (рис. 2).



Рис. 2. График изменения цены акций ПАО «Газпром нефть»

В целом же дальнейшая стратегия развития ПАО «Газпром нефть» рассчитана на длительный временной интервал, а именно планируется увеличение акционерной стоимости до 2025 года. Для достижения таких показателей предстоит увеличить рост добычи как нефти, так и газа до 100 млн. тонн. Безусловно, такие заявления требуют, как улучшения производственных процессов, так и инвестирования. К тому же, в нефтеперерабатывающей отрасли прогноз по организации прогнозирует консолидацию свыше 40 млн. тонн ежегодно, а смещение осуществляется в сторону выпуска продуктов с повышенной ценой.

Далее рассмотрим ПАО «НК «Роснефть». По итогам работы 9 месяцев 2020 года компания отразила убыток в 148 млрд. руб. против чистой прибыли в 626 млрд. руб., по итогам аналогичного периода прошлого года [3]. В связи с этим разводненный убыток на 1 акцию составил 17,70 руб., в аналогичном периоде 2019г. разводненная прибыль на 1 акцию была 51,90 руб. (рис.3).



Рис. 3. График изменения цены акций ПАО «НК «Роснефть»

На рисунке 3, мы можем наблюдать относительную стабильность котировок акций «Роснефти», что можно объяснить следующими факторами: высокое качество ресурсной базы, диверсификация рынков сбыта и высокая доля

долгосрочных контрактов. Также поддержку котировкам оказала покупка собственных акций на открытом рынке. Так по состоянию на 26 марта 2020г. цена акции ПАО «НК «Роснефть» составляла 582 руб.

Необходимо отметить, что ключевым фактором повышения цены акции в декабре 2020г. – марте 2021г. стало изменение долгосрочных прогнозов цен на нефть (с 47,5 доллара до 50 долларов за баррель), среднесрочных прогнозов финансовых показателей компании (ЕБИТДА, чистая прибыль и дивиденды), а также включение проекта «Восток Ойл» в оценку Роснефти (+\$1/ГДР).

Рассмотрев динамику цен на акции ПАО «НК «Лукойл», можно сделать следующие выводы. По итогам работы за 9 месяцев 2020 года компания отчиталась об убытке в 14,3 млрд. руб. против чистой прибыли за 9 месяцев 2019г. в 520,9 млрд. руб. В связи с этим разводненный убыток на 1 акцию составил 21,92 руб. против разводненной прибыли в 754,92 руб. в аналогичном периоде 2019 года [4]. По состоянию на 26.03.2020г. цена акции ПАО «НК «Лукойл» составила 6 283 руб. (рис. 4).

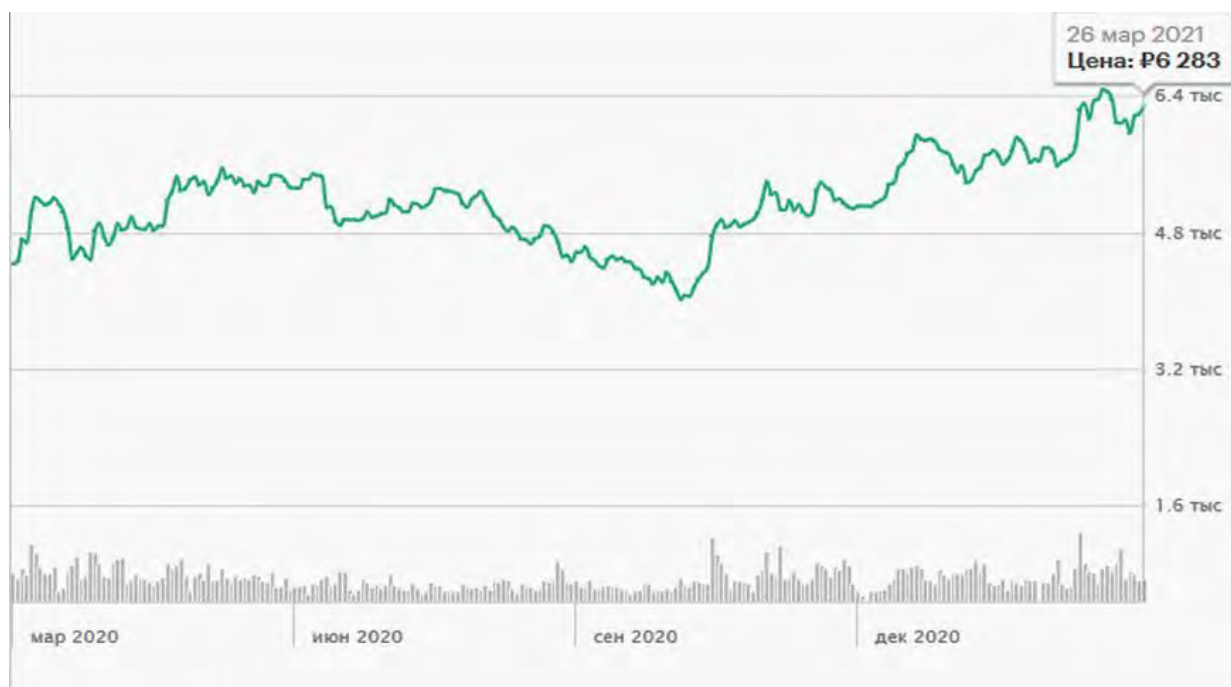


Рис. 4. График изменения цены акций ПАО «НК «Лукойл»

Стоит отметить, что динамика цены акций исследуемой компании не слишком подвержена серьезным колебаниям, однако некоторые условия

финансового рынка могут отразиться на графике как в виде краткосрочного колебания, так и в виде коррекции цены или смены основного тренда в будущих периодах.

Рассмотрев цены на акции нефтяных компаний, хотелось бы сделать вывод о том, что на получение таких финансовых результатов оказали влияние следующие условия:

- ограничения, введенные в связи с распространением коронавирусной ситуации, вследствие чего снизилась экономическая активность предприятий, и произошло падение спроса на углеводороды;
- изменение мировых цен на нефтепродукты;
- обменный курс рубля к доллару США и к Евро;
- ограничение объемов добычи нефти в связи с нормативами, установленными соглашением ОПЕК+;
- акциз и экспортные пошлины.

Более 40% всего экспорта в России составляют сырая нефть и продукты ее переработки, будучи существенным источником дохода для нашей страны. Стоит отметить, что Российская Федерация не является страной-членом ОПЕК, но представляет собой крупнейшего экспортера данной продукции в мировой экономике после Саудовской Аравии. Несмотря на то, что на территории нашей страны разведано более трех тысяч месторождений нефти, активно исследуются только половина из них.

Географическое положение России способствует ее взаимодействию со всеми мировыми нефтяными рынками, а для обеспечения поставок активно развиваются магистральные нефтепроводы и морские терминалы.

Страны Евросоюза являются главными потребителями российских энергоносителей. На сегодняшний день лидером по потреблению нефти, поставляемой из России в Азию, стал Китай. В 2020г. основной экспорт сырья на Американском рынке отправляется в США, однако доля поставки к общему объему экспорта нефтяных ресурсов Россией незначительна.

Несмотря на существенный объем нефтепродуктов, экспортируемых за рубеж, Россия полностью обеспечивает внутренние потребности страны в топливно-энергетических ресурсах. Не имея дефицита в сырье и продуктах нефтепереработки, стоит отметить, что цены на внутреннем рынке увеличиваются не меньшими темпами, чем на мировом. Безусловно, потребители задаются вопросом, с чем данная ситуация может быть связана.

Подобная тенденция имеет комплексный характер, поскольку нефтяные компании должны соответствовать уже сложившемуся положению на мировом рынке, вместе с тем учитывая снижение рентабельности своей деятельности на внутреннем рынке.

Среди положительных аспектов ценообразования акций нефтяных компаний России следует отметить следующие:

- государство, выступающее в роли стратегического инвестора;
- наличие достаточного количества запасов нефти, обеспечивающих потребность в данных ресурсах на годы вперед;
- использование инновационных технологий при добыче, переработке и транспортировке нефтяных ресурсов;
- существующая практика предоставления государственных льгот - списание долгов, инвестирование средств в дорогие проекты;
- играют ведущую роль в российской промышленности, будучи основным локомотивом экономического развития России.

Среди отрицательных аспектов рынка акций нефтяных компаний можно выделить тот факт, что покупка акций нефтяных компаний не подразумевает обширную диверсификацию, а падение мировых цен на нефть воздействует на котировки всей нефтяной отрасли России [5].

Также следует отметить, что стоимость акций нефтяных компаний России напрямую зависит от курса иностранных валют. Государство целенаправленно проводит политику девальвации рубля для возможного падения цен на черное золото за счет изменения курса доллара, что должно способствовать

компенсации падения прибыли ведущих компаний в сфере нефтяного бизнеса в России.

Безусловно, в 2020 году компании нефтяной отрасли столкнулись с рядом проблем [6]. Рассмотрим основные стратегические проблемы нефтяной отрасли и влияние, которое они оказывают на компании (табл. 1).

Таблица 1. Стратегические проблемы нефтяной отрасли и их влияние на деятельность компаний

Стратегические проблемы отрасли	Влияние проблемы на компании
Снижение объемов добычи нефти в России по сделке «ОПЕК+»	Перенос сроков реализации ряда нефтегазовых проектов и снижение спроса на услуги нефтесервисных компаний
Развитие собственных сервисов российскими ВИНК	Сокращение объемов открытого рынка, повышение конкуренции между оставшимися независимыми компаниями
Рост требований заказчиков к технологиям, санкции на покупку иностранного оборудования	Необходимость проводить программу технического перевооружения в условиях низкой рентабельности, роста долговой нагрузки и отсутствия свободных средств
Ухудшение качества запасов и снижение добычи в традиционных регионах	Усложнение технологий работ, необходимость мобилизации в удаленные регионы
Переход к конкуренции по цене в большинстве сегментов рынка	Внедрение эффективной операционной модели для выполнения работ с минимальной себестоимостью
Изменение мирового энергетического баланса в пользу возобновляемых источников энергии	Пересмотр продуктового портфеля и увеличение доли нефтегазовых заказчиков в выручке

Исходя из рассмотренных проблем, следует отметить, что перед нефтяной отраслью в настоящее время стоит ряд задач, способствующих обеспечению социально-экономической стабильности и развития. К таким задачам можно отнести:

1. Увеличение экспорта продукции и услуг отраслей топливно-энергетического комплекса (формирование общего рынка нефти и нефтепродуктов Евразийского экономического союза).

2. Сохранение уровня добычи нефти (разработка налоговых мер, которые позволят обеспечить замещение выбывающих из-за истощения месторождений объемов добычи нефти).

3. Увеличение качества и доступности нефтепродуктов на внутреннем рынке (разработка отечественных технологий глубокой переработки «тяжелой» нефти).

4. Создание условий для роста инвестиций в отрасль, пересмотр системы налогообложения.

5. Развитие внутреннего рынка сервисных, инжиниринговых и строительных услуг в нефтяной отрасли и расширение участия в нем российских организаций.

6. Завершение мер по модернизации нефтеперерабатывающей промышленности (инвестиционными программами вертикально интегрированных компаний планируется ввести более 50 установок вторичной переработки нефти, а также планируется увеличить рентабельность нефтеперерабатывающих заводов за счет внедрения цифровых технологий и увеличения энергоэффективности).

7. Организация торговли российскими маркерными сортами нефти на российских и иностранных биржах.

8. Разработка и внедрение отечественных технологий нефтегазохимии. (стимулирование увеличения выпуска крупнотоннажной нефтегазохимической продукции и сокращение импорта нефтегазохимической продукции, наращивание экспорта).

По мнению ряда экспертов, некоторые компании нефтегазовой отрасли на сегодняшний день не получили высокие оценки, несмотря на успешное функционирование в данной сфере деятельности. Сравнительные модели

демонстрируют, что цена акций занижена по сравнению с ценными бумагами зарубежных аналогов.

Поскольку стратегическим инвестором является Российская Федерация, то вводить торговые ограничения, дополнительные сборы и пошлины, и тем более банкротить нефтяные концерны государству невыгодно.

Среди потенциальных лидеров нефтяного сектора на 2021 г. можно отметить ПАО «НК «Лукойл», ПАО «Газпром нефть».

Акции ПАО «НК «Лукойл» интересны с точки зрения дивидендов и роста курсовой стоимости. Дивидендная доходность данной компании может быть выше, чем по акциям большинства компаний, дивиденды которых привязаны к чистой прибыли.

Позитивным моментом в деятельности корпорации может послужить сравнительная дешевизна по мультипликаторам относительно среднеотраслевых значений, высокая степень открытости, лояльность к миноритариям и менеджмент, заинтересованный в росте капитализации компании.

Что касается ПАО «Газпром нефть», то акции данной компании привлекательны при улучшении конъюнктуры на рынке нефти и росте квот на добычу в рамках ОПЕК+. Компания имеет существенный потенциал увеличения добычи ресурсов при росте цен. Также стоит отметить, что бумаги в последние месяцы отстают от более ликвидных представителей сектора. Это временное явление, связанное с притоками капитала. Постепенно акции должны начать сокращать разницу между лучшими ценами продавцов и покупателей относительно отраслевых конкурентов.

Все глобальные экономические кризисы за последние 50 лет сопровождали скачки цен на нефть. Проанализировав историю экономических кризисов и способы выхода из рецессии, можно констатировать, что страны использовали усиление государственного управления как основной способ выхода из кризиса (стратегическое планирование, законодательные инициативы, оценка рисков). Взаимопроникновение экономических связей между странами в мире за

последние десять лет выросло, следовательно, спад в мировой экономике приведёт к более масштабным изменениям, в сравнении с последним спадом в 2008 - 2009 годах. Развивающиеся страны показали рост ВВП даже в условиях глобальной рецессии. Для защиты экономики России от воздействия глобального спада необходимо учесть опыт предыдущих кризисов и сделать правильные шаги.

В целом же проведенный анализ, связанный с рассмотрением рынка акций, позволил выявить положительные и отрицательные аспекты инвестирования средств в покупку акций предприятий данной сферы деятельности.

Список использованной литературы:

1. Кузина, Е. Н. Россия на мировом рынке нефти / Е. Н. Кузина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. - 2020. - № 14 (304). - С. 260-262. - URL: <https://moluch.ru/archive/304/68482/> (дата обращения: 25.03.2021).

2. Официальный сайт ПАО «Газпром нефть» // Электронный ресурс [режим доступа: свободный] - <https://ir.gazprom-neft.ru>

3. Официальный сайт ПАО «НК «Роснефть» // Электронный ресурс [режим доступа: свободный] - <https://www.rosneft.ru/>

4. Официальный сайт ПАО «НК «Лукойл» // Электронный ресурс [режим доступа: свободный] - <https://lukoil.ru/>

5. Официальный сайт по котировкам и финансовым инвестициям Invedting.com // Электронный ресурс [режим доступа: свободный] - <https://ru.investing.com/>

6. Составлена на основании данных официального сайта Центрального диспетчерского управления топливно-энергетического комплекса // Электронный ресурс [режим доступа: свободный] https://www.cdu.ru/tek_russia

© Жаркова Ю.С., Бричка Е.И., 2021

Ягуткина Е.С.

Белгородский государственный аграрный

университет им. В.Я. Горина

г. Белгород

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЭВОЛЮЦИИ
МЕТОДОЛОГИИ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ
ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА**

Аннотация

В современном обществе наука и образование являются ключевыми секторами развития национальной экономики. В условиях усиления конкурентной борьбы на рынке новых технологий, открытий и знаний значение теории и практики инновационного маркетинга будет только возрастать. По мере усложнения стоящих перед обществом целей и задач концепция инновационного маркетинга непрерывно будет развиваться.

Ключевые слова:

Концепция, инновационный маркетинг, этапы, эволюция.
основные элементы, система инновационного управления.

Yagutkina E. S.

Belgorod State Agrarian University

c. Belgorod

**SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF THE EVOLUTION
OF THE METHODOLOGY OF THE MODERN CONCEPT
OF INNOVATIVE MARKETING**

Annotation

In modern society, science and education are key sectors of the national economy development. In the face of new technologies market, discoveries and knowledge competition, the importance of innovative marketing theory and practice will increase. The challenges and objectives of society become more complex, the concept of innovative marketing will continue to evolve.

Keywords:

Concept, innovative marketing, stages, evolution. key elements,
a system of innovative management.

Рассматриваемая категория «социально-экономические факторы эволюции методологии современной концепции инновационного маркетинга» - это система взаимосвязанных причин изменения целей и задач инновационного маркетинга, связанных с качественными и количественными изменениями тенденций развития процесса общественного воспроизводства. Ключевым моментом здесь является тройственная объективность создания и товарного обмена новых знаний. Во-первых, востребованность знаний, выражающаяся в их полезности. Во-вторых, качественное и количественное содержание общественного мультипликатора. В-третьих, нравственно-психологическое соответствие парадигме развития основных групп социально-активного населения.

В современной теории и практике инновационного маркетинга исследователи выделяют различные этапы эволюции развития. Бесспорно, все они имеют право на существование, поскольку в их основе лежат взаимосвязанные качественные и количественные характеристики. Другое дело, что по мере создания и накопления знаний одна и та же характеристика раскрывает свои новые и ранее неизвестные грани. Отсюда, современная концепция инновационного маркетинга, это своеобразное переосмысление прошлого с позиций настоящего, а так же индивидуального научного фантазирования исследователями в кажущейся логичности абсолютно нелогичных в меняющемся пространстве и времени

процессов и явлений. К тому же при детальном рассмотрении, в свете новых знаний и пониманий приходит осознание не парадоксальности и закономерности кажущимися незыблемыми парадоксов прошлого.

Поскольку, жизненно необходимыми товарами, занимающими наибольший удельный вес в структуре товарооборота являются продукты питания и сельскохозяйственное сырье, то представляется в качестве базового элемента использовать данную товарную категорию.

Ретроспективный анализ и основные этапы эволюции концепции инновационного маркетинга представлены в табл. 1.1. Безусловно, предлагаемая классификация носит условный характер. Для определенных видов инновационных товаров и услуг и отдельных государствах могут быть внесены адекватные изменения.

Табл. 1

Эволюция методологии современной концепции инновационного маркетинга

Годы	Условное название	Стратегия управления	Общие критерии эффективности	Конечная цель
	2	3	4	5
1860-1930 1 этап	Производственная	Продавать те продукты которые произвели	Min цены закупок, max цены продаж, optm производственных затрат	Увеличение объема продаж и прибыли
1930-1950 2 этап	Товарная	Предлагаемые товары должны быть лучше (качественнее), чем у других производителей	Оптимизация структуры товарооборота, предоставление предпродажных услуг	Минимизация торговых издержек, расширение ассортимента продуктов питания и сельскохозяйственного сырья
1950-1960 3 этап	Сбытовая	Обосновывается основные сегменты (группы покупателей)	Удовлетворение платежеспособного спроса населения	Минимизация сегментных потерь, углубление и расширение товарного ассортимента.
1960-1980 4 этап	Рыночная	Найти потребность и удовлетворить ее.	Завоевание новых рынков	Увеличение объема товарооборота
1980-1995 5 этап	Потребительская	Сформировать потребность и удовлетворить ее	Разработка новых продуктов питания	Психологическое увеличение количества обслуживаемых покупателей

1995 – 2020 6 этап	Социальная	Содействие здоровому образу жизни и нравственно – этическому развитию нации	Комплексное сервисное обслуживание покупателей, качественными товарами и услугами	Удовлетворение разнообразных вкусов потенциальных покупателей интересов партнёров и государства на основе расширения коммерческого и некоммерческого взаимодействия
2020-настоящее время 7 этап	Нейрономическая или управления потребителем поведением	Сформировать новую потребность на основе достижений научно-технического прогресса и удовлетворить ее	Материализация и монетизация новых знаний	Инжиниринг - и сервисное обслуживание продаваемых технологий. Научное образование зарубежных специалистов для обслуживания российских товаров за рубежом

Видеться, что как особая система в управлении эффективным производством и продажами различными товарными категориям мануфактурного производства концепция инновационного маркетинга начала формироваться в конце девятнадцатого - начале двадцатого века.

В это время, произошла научно-техническая революция, спровоцировавшая рост промышленности, нуждающейся в бесперебойном обеспечении сельскохозяйственным сырьем. Кроме оборонительного значения, приоритетной функцией развития городов стала функция самодостаточного и социально-стабильного развития. Динамичное увеличение численности городского населения, его высокой плотности стали своеобразным гарантом перспективности рынков сбыта. В основе зарождающейся практики концепции инновационного маркетинга приоритетными стали процессы интеллектуальной кооперации и инновационной интеграции. Первая категория предполагает извлечение междисциплинарного мультипликатора на основе объединения знаний из различных отраслей науки и образования. Вторая категория, образует синергетический эффект от снижении затрат хозяйствующих субъектов за счет специализации и концентрации хозяйствующих субъектов на отдельных этапах воспроизводственного процесса, с целью последующего объединения в конечном продукте. Изначально, концепция инновационного маркетинга, как нематериального актива рассматривалась как

процесс объединения знаний различных отраслей науки, и инновационной интеграции, основанной на функциональном разделении труда общественного воспроизводства между городом и деревней. Возникла необходимость обеспечения городского населения в продовольствии, мануфактурного производства в сельскохозяйственном сырье, а села в промышленных товарах и услугах. В это время, в городах сформировалось крупномасштабное, специализированное товарное производство. Как самостоятельная отрасль национальной экономики, стала развиваться пищевая и перерабатывающая промышленность, обособленно выделилась сеть предприятий массового питания. Объективно, возникла необходимость в бесперебойном удовлетворении постоянно возрастающих потребностей в сельскохозяйственном сырье, полуфабрикатах и готовых к употреблению продуктов питания. Твердо сформированный, платежеспособный спрос объективно порождал бесперебойное и гарантированное предложение. Повсеместно, возросла конкуренция, причем, не только между людьми, но и хозяйствующими субъектами рынка.

Систематизируя все вышесказанное, представляется целесообразным, *первый этап* эволюции концепции инновационного маркетинга ориентировочно обозначить в период *1860-1930гг.* В этот период теория управления оптово-розничной торговлей ориентировалась, главным образом, на решение текущих задач связанных с насыщением товарных рынков и удовлетворения хотя бы минимальных, жизненно-необходимых физиологических потребностей. Условно данную концепцию можно назвать как *«производственную»*. Стратегия управления торговли преследовала главную цель - увеличение объема продаж и прибыли. Необходимо было удовлетворять растущий спрос, вызванный развитием промышленности и увеличением численности населения городов. Эффективность управления оценивалась через базовые критерии, отражающие производственные затраты в торговле и уровень рентабельности торгово-посреднических операций [1,5]. Ключевым моментом данного этапа является то, что наряду с традиционными случайными сделками «spot», стали использоваться

систематизированные сделки «forward», а так же сетевые графики производства, закупок и продаж.

Безусловно, официальными родоначальниками концепции теории и практики инновационного маркетинга являются США. В этой стране впервые в ведущих университетах стал преподаваться самостоятельный курс организации и управления основных технологических процессов оптовой и розничной торговли. В качестве одного из критериев эффективности рассматривался поиск оптимального «нового» поставщика, предлагающего меньшую цену полезного эффекта. При этом инновационными поставщиками фактически считались производители снижающими предельные издержки традиционных товаров и услуг на основе внедрения инновационных технологий научно-технического прогресса. Определяющую роль в формировании концепции теории и практики инновационного маркетинга сыграл социально-экономический кризис 1929-1930г. Понимание организации торговли на основе непрерывных систематизированных исследований конъюнктуры рынка, форсайта потенциальных изменений спроса и предложения. Маркетинговый мониторинг стал охватывать абсолютно все стороны процесса общественного воспроизводства, включая моральное старение материальных активов.

Второй этап 1930-1950гг.. Его особенностью является то, что качественное изменение методологической концепции произошло под воздействием мирового социально-экономического кризиса. Снижение платежеспособного спроса, падение высоко-затратного производства, а вместе с ним рабочих мест, тотальная нищета и бедность явились основной причиной безальтернативности создания и внедрения новых технологий, способных создавать качественно иные с большой полезностью и меньшими затратами товары и услуги. Концепция инновационного маркетинга условно может быть охарактеризована, как «товарная», поскольку ставила целью найти потребности основных групп социально-активного населения с целью их последующего удовлетворения и получения прибыли. Особенностью данной концепции является увеличение глубины и ширины товарного ассортимента за счет

введения в товарный оборот новых видов товаров и услуг. Определяющее значение на их создание и продвижение оказывает внедрение в процесс общественного воспроизводства достижений научно-технических революций и научно-технического прогресса. Научно-техническая революция приводит к расширению товарного ассортимента за счет создания новых групп категорий товарного ассортимента. Соответственно, под воздействием научно-технического прогресса, происходит углубление товарного ассортимента, за счет различных модификаций базовых платформ и развития сервисной торговли.

На этом этапе в теории и практики управления организацией торговли стали использоваться критерии оптимизации структуры товарооборота, предоставления комплекса предпродажных и послепродажных услуг. На предприятиях торговли стало использоваться первое механическое и специализированное электрическое оборудование.

Третий этап 1950-1960гг.. Данный этап связан с окончанием второй мировой войны и последовавшими за этим транснациональной и трансконтинентальной логистических революций. Межстрановая торговля, бурное развитие мировых товарных рынков способствовали «сбытовой» концепции инновационного маркетинга. Промышленно развитые страны мира и, прежде всего, СССР и США разделив мировое пространство на сферы влияния использовали стратегию инновационные товары в обмен на сырье и первичную обработку сырья. При этом, надо отдать должное советскому правительству при импорте сырья взамен экспортировались не только промышленные товары высоких технологий, но и сами технологии. Так же экспортировались профессиональные знания, носителями которых являлись иностранные студенты, будущие специалисты для работы на советском оборудовании и советским технологиям. По сути своей данный этап можно охарактеризовать как «сбытовой» концепции инновационного маркетинга. Парадигма сбыта инновационных товаров и услуг сводилась к дуилету взаимосвязанных задач. Во-первых, содействовать преодолению колониальной зависимости развивающихся государств в сфере ограничения сбыта природного сырья, потребителем и

переработчиком которого были обрабатывающие предприятия СССР и экспортировать в них не только товары широкого потребления, а так же машины и оборудование. Во-вторых, инжиниринг технологий, оборудования и профессиональных знаний являлся фундаментом дружеских отношений и социальной стабильности основанной на взаимно выгодных расчетах.

Четвертый этап 1960-1980гг. условно можно охарактеризовать как новой индустриальной революции и рыночного хозяйства. Вопреки политическому ангажированию нонсенса о существовании административно-командной экономики и прочей нелепицы ужастиков об координационной экономики планового хозяйства в Советском Союзе и ряде других государств был построен развитой социализм с уровнем жизни о котором по прошествии нескольких десятилетий ностальгирует население постсоциалистического пространства. Аксиома социально-экономического развития не только человеческого, но и вообще разумного общества. предполагает товарный обмен как материальных, так и не материальных активов. Отсюда не рыночной экономики в принципе не бывает, и быть не может. Всеобщее понимание объективности товарно-денежных отношений и. прежде всего в странах построенного социализма позволяет охарактеризовать концепцию инновационного маркетинга, как «рыночную». Нужно было уже не только найти, но и предугадать новые все возрастающие потребности населения с целью их удовлетворения и получения прибыли. Инновации, знания, технологии все эти нематериальные товары нуждались в монетизации и получении прибыли для осуществления процесса расширенного инновационного производства. Конкуренция в сфере инновационных товаров и услуг, оценивалась с позиций извлечения прибыли, инновационной ренты относящихся к стратегии высоких конкурентных преимуществ, результаты которых в отличии от дифференциальных рент и их производных оставались в распоряжении вовлеченных в инновационную деятельность предприятий.

Пятый этап 1980-1995гг. Условно можно охарактеризовать как «потребительской» концепции. Принципиальным отличием является то, что

потребности в инновационных товарах уже не ищутся, а формируются исходя из тенденций развития научно-технического прогресса и качественного изменения уровня жизни населения. На смену парадигмы о поиске потребности и необходимости ее удовлетворения сформировалась парадигма о необходимости формирования потребности с целью ее последующего удовлетворения. С этого периода времени теория постиндустриального общества, стала приобретать вполне выраженные практические контуры. Формы и методы организации традиционной торговли стали дополняться формами и методами организации инновационной торговли. Понятно, что инновационному маркетингу стала отводиться одна из ключевых форм.

Шестой этап - 1995-2020гг. Отличительной особенностью здесь является формирование социального общества и необходимости понимания трансформации социально-стратификационных процессов, формирования новых групп социально-активного населения, с целенаправленно формируемыми потребностями. Маркетинговую концепцию условно можно охарактеризовать как «социальную», предполагающую сегментацию не только платежеспособного спроса, но и формирующих его социальных групп населения.

Седьмой этап – 2020г. -настоящее время . В самом общем смысле слова современная концепция инновационного маркетинга в оптово-розничной торговле сводится к содействию здорового образа жизни покупателей, поддержке отечественных производителей, формированию новых рабочих мест и процветанию нации. Целью управления является удовлетворение разнообразных вкусов потенциальных покупателей интересов партнёров и государства на основе расширения коммерческого и некоммерческого взаимодействия на основе комплексного сервисного обслуживания покупателей, качественными товарами и услугами. Поскольку современный инновационный маркетинг изначально предполагает разумное взаимодействие все участвующих в процессе производства и товарного обращения инноваций, то современную концепцию условно можно охарактеризовать как «нейроэкономическую». Ее

фундаментальная особенность – это разумное, созидательное взаимодействие всех групп социально-активного населения, объединенных общими целями и задачами.

Нейроэкономика постиндустриального общества предполагает разработку, принятие и реализацию креативных управленческих решений, динамичное развитие общества на основе инновационных прорывов научных революций и внедрения достижений научно-технического прогресса. Отсюда, система креативных коммуникаций должна включать в себя следующие основные элементы, схематично представленные на рис. 1.

1. Форсайт достижений научно-технических революций (НТР) и прогресса (НТП) предполагает, что здесь используется квартетный подход: а) обосновывается вероятность фундаментальных открытий, обладающих междисциплинарным синергетическим эффектом. В конкурентной борьбе постиндустриального общества побеждает та социально-экономическая система, которая создает новые знания и экспортирует образование; б) инновации научно-технического прогресса продлевают жизнь базовым моделям товаров и услуг; в) особенностью форсайта научных открытий является неформализованное мышление основанное на понимании логики алогичности социально-экономических процессов и явлений, а так же непарадоксальности, а. наоборот, закономерности непонятых для современниками парадоксов; г) возможность извлечения интеллектуальной и инновационной ренты, поскольку норма прибыли остается универсальным показателем эффективности

2. Обоснование систем эффективных коммуникаций Сложность проблемы заключается в том, что на смену традиционным коммуникациям, приходят креативные, которые от своих предшественников отличаются искусственным интеллектом и способностью к самообучению.



Рис. 1 Система креативных коммуникаций инновационного маркетинга

3. Обоснование универсальных критериев технического качества которые с учетом развития научно-технического прогресса можно выделить следующие системы показателей.

Гибкость – свойство системы коммуникаций приспосабливаться к изменяющимся условиям, целям и задачам, стоящих перед аппаратом управления хозяйствующих субъектов товарного обмена.

Надежность – комплексный показатель, характеризующий способность коммуникаций функционировать без специального обслуживания и ремонта технических средств управления, сбора, обработки и передачи информации в значительный период времени.

Технологическая совместимость – характеристика каждого отдельно взятого канала связи и всей системы коммуникаций в целом, отражающие соответствие действующим технологическим стандартам и возможность взаимодействия с аналогичными системами внешней среды и заинтересованных пользователей

Ремонтопригодность – свойство используемых технических средств управления, заключающееся в способности к предупреждению причин возникновения отказов, повреждений, поддержанию и восстановлению их работоспособного состояния путем проведения технического обслуживания и ремонтов. Для сохранения рабочего состояния системы коммуникаций в целом, используемые технические средства управления на время ремонта и профилактического обслуживания должны быть взаимозаменяемы.

Простота в эксплуатации - предполагает возможность использования различными группами социально-активного населения не обладающего специальными профессиональными навыками. *Многократность использования* – критерий качества предполагающий, что одни и те же информационные каналы, по мере необходимости, должны неограниченно использоваться в процессе управления.

Скорость обработки информационных потоков – показатель в значительной степени определяющий способность системы управления

своевременно принимать и реализовывать необходимые управленческие решения.

Простота и доступность технических средств связи – необходимое условие для их использования в системе современных коммуникаций, ориентированной на широкий спектр проблем и большой круг пользователей и различные слои населения.

4. Формирование критериев качества нейросетевого маркетинга оптово-розничной торговли инновационных товаров и услуг предполагает оценку систем предпродажного, организационно-технологического и послепродажного сервиса. Обобщающим знаменателем здесь является экономия предельных затрат и времени.

5. Технолого-экономическое обоснование системы коммуникаций должно учитывать реалии не только экономических процессов и явлений, но и научно-технологической политики, поскольку политика, является концентрированным выражением экономики. Здесь же следует «проигрывать» сценарии торгово-экономических войн и политических санкций, поскольку войны являются продолжением политики и экономики, только иными нелегитимными средствами.

6. Выбор оптимальных каналов креативной связи, которые постоянно совершенствуются, меняются под воздействием конъюнктуры рынка и научно-технического прогресса.

7. Обоснование критериев оценки эффективности системы управления коммуникациями, которые непрерывно развиваются и дополняются по мере усложнения стоящих перед инновационным развитием общества целей и задач.

Закключение. Современная концепция инновационного маркетинга прошла значительный путь своего развития, вызванный объективными факторами научно-технических революций и прогресса. Качественные и количественные изменения задач, стоящих перед обществом требуют новых, ранее неизвестных способов их решения, поэтому роль и значение инновационного маркетинга в обеспечении динамичного и стабильного развития будет только возрастать.

Список использованных источников:

1. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и тактика предприятия. М.: АО «Финстатинформ», 2018. 544 с.
2. Балакина Ю.Ю. Управление маркетингом, ориентированным на потребителя // Балтийский экономический журнал. 2018. №2 (12). С. 48–54.
3. Белова Н.Н. Кудрявцева Л.Б. Современные тенденции маркетинга // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2014. №1. С. 132–137.
4. Березкина Т.Е., Основы маркетинга. Практикум: Учеб. пособие. М.: Высш. школа, 2015. 656 с.
5. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пособие. М., 2013. 618 с.
6. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие / Варакута С.А., Егоров Ю.Н.М., 2017. С. 22.
7. Винслав Ю. Маркетинг в системе управления интегрированными корпоративными структурами // Рос. экон. журнал. 2017. №2. С. 58–68.
8. Вискова Е.О. Медведев Ю.В. Маркетинговая деятельность в период создания новой компании // Апробация. 2016. №1 (4). С. 14–15.
9. Герасименко В.В. Основы маркетинга. М.: ТЕИС, 2011. – 645 с.
10. Головлева Е.Л. Основы рекламы / Е.Л. Головлева. М.: ОАО «Московские учебники», 2018. 271 с.
11. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. М.: Финпресс, 2012. 578 с.
12. Гражданский Кодекс РФ. Ч. 1; Ч 2. (Действующая редакция. С изменениями и дополнениями на 25.02.2015 г.).
13. Ермолаев Т.Н. Маркетинг как ведущая функция управления предприятием // Актуальные проблемы экономических наук. 2012. №15–1. С. 93–97.
14. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», от 7 февраля 1992 года №2300-1. (Действующая редакция. С изменениями и дополнениями на 25.02.2015 г.).
15. Закон РФ от 27.12.1991 №2124–1 «О средствах массовой информации» (Действующая редакция. С изменениями и дополнениями на 25.02.2015 г.).

16. Иванова Е.А. Служба маркетинга как главное звено в управлении компанией // Проблемы современной экономики. 2019. №1. С. 156–161.
17. Казущик А.А. Маркетинг-менеджмент – интеграция функционального и институционального подхода к управлению маркетингом // Вестник экономической интеграции. 2018. №8 (65). С. 55–64.
18. Капон Н. Управление маркетингом: пер. с англ. / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. СПб. и др.: Питер, 2012. 832 с.
19. Коньшунова А.Ю., Проектное управление маркетинговой деятельностью // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. №44. С. 17–23.
20. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: ЮНИТИ, 2012. 544 с.
21. Кравченко М.В. Проблемы управления маркетингом в малом бизнесе // Экономика и предпринимательство. 2013. №4 (33). С. 509–513.
22. Кузнецов П.М. Комплексы маркетинга и специфика российского потребителя // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. №8 (149). С. 113–119.

© Ягуткина Е.С., 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Андрющенко О.В., Березина Е.С. Andryushchenko O.V., Berezina E.S. ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ EFFECTIVE SYSTEM OF TRAINING AND DEVELOPMENT OF PERSONNEL AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF MODERN ORGANIZATION	4
А. Г. Боев Bоеv A. G. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ MORTGAGE LENDING: PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT IN THE SEASIDE REGION	25
Д.Н. Джунусова СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВОГО МОРЕПЛАВАНИЯ: ИСТОРИКО-ПРАВОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ	41
Жаркова Ю.С., Бричка Е.И. Zharkova Yu.S., Brichka E.I. РЫНОК АКЦИЙ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ THE MARKET OF SHARES OF OIL COMPANIES IN RUSSIA	61
Ягуткина Е.С. Yagutkina E. S. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЭВОЛЮЦИИ МЕТОДОЛОГИИ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF THE EVOLUTION OF THE METHODOLOGY OF THE MODERN CONCEPT OF INNOVATIVE MARKETING	75

Международные и Всероссийские научно-практические конференции

По итогам научно-практической конференции авторам предоставляется сборник (в электронном виде), сертификат участника (в печатном и электронном виде), а также благодарность научному руководителю (при наличии) (в печатном и электронном виде).

Сборнику по итогам конференции присваиваются индексы УДК, ББК и ISBN. В приложении к сборнику будут размещены приказ о проведении конференции и акт с результатами ее проведения. Сборник будет размещен в открытом доступе в разделе "[Архив конференций](#)" (в течение 7 дней) и в научной электронной библиотеке eLibrary.ru (в течение 30 дней) по договору 242-02/2014К от 7 февраля 2014г.

Стоимость публикации 100 руб. за 1 страницу. Минимальный объем-3 страницы

С полным графиком актуальных конференций Вы можете ознакомиться на сайте aeterna-ufa.ru



ISSN 2410-6070 (print)

Свидетельство о регистрации
СМИ – ПИ №ФС77-61597

Журнал представлен в международном каталоге
периодических изданий **Ulrich's Periodicals Directory**.

Все статьи индексируются системой **Google Scholar**.

**Междисциплинарный международный научный
журнал «Инновационная наука»**

Размещение в "КиберЛенинке" по договору №32505-01

**Размещение в Научной электронной библиотеке eLibrary.ru
по договору №103-02/2015**

Периодичность: ежемесячно. Прием материалов до 3 числа
каждого месяца

Язык публикации: русский и английский

Формат: Печатный журнал формата А4

Стоимость публикации – 150 руб. за страницу

Минимальный объем статьи – 3 страницы

Размещение электронной версии журнала на сайте: в течение
10 рабочих дней

Рассылка авторских печатных экземпляров: в течение 12
рабочих дней



ISSN 2541-8076 (electron)

**Междисциплинарный научный
электронный журнал «Академическая
публицистика»**

Периодичность: ежемесячно. Прием
материалов до 23 числа каждого месяца
Язык публикации: русский и английский
Формат: Электронный научный журнал

Стоимость публикации – 80 руб. за
страницу

Минимальный объем статьи – 3 страницы

Размещение электронной версии журнала
на сайте: в течение 10 рабочих дней

Научное издательство

Мы оказываем издательские услуги по публикации: авторских и коллективных монографий, учебных и научно-методических пособий, методических указаний, сборников статей, материалов и тезисов научных, технических и научно-практических конференций.

Издательские услуги включают в себя **полный цикл полиграфического производства**, который начинается с предварительного расчета оптимального варианта стоимости тиража и заканчивается доставкой готового тиража.

Позвоните нам, либо пришлите нас по электронной почте заявку на публикацию научного издания, и мы выполним предварительный расчет.

Научное издание

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ
КАК ФАКТОР
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

МОНОГРАФИЯ

ВЫПУСК 47

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение Издательства может не совпадать с мнением авторов

Подписано в печать 08.04.2021 г. Формат 60x84/16.

Печать: цифровая. Гарнитура: Times New Roman

Усл. печ. л. 5,4. Тираж 500. Заказ 1403.



**Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»**

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<https://aeterna-ufa.ru>

info@aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68