

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ

2/2016

научно-практический журнал

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ЛЯЩЕНКО Н.А., КВАРЧИА О.В.

Финансовая поддержка предпринимательства – один из основных приоритетов экономики.....4

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ЯКОВЛЕВА-ЧЕРНЫШЕВА А.Ю.

Управленческий анализ взаимодействия организаций в рекреационном кластере.....10

ТОРДИНАВА И.К.

Анализ и оценка качества и конкурентоспособности предприятий санаторно-курортной отрасли.....15

КАЛИНУШКИН В.С.

Розничная торговля в России и ее современные тенденции.....21

ГАЙДАМАКА И.И., БЕЛОВА Н.Н., МЕЛЬНИК Е.А.

Проблемы создания государственно-частного партнерства в инновационном развитии рекреационного сектора региона КМВ.....23

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

РОГАНЯН С.А., ЮХНОВЕЦ Л.Ю.

Оптимизация финансовой стратегии предприятия посредством налогового планирования.....29

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ФИЛОНОВА Э.А., БЕРДЫШЕВ О.К.

УПРАВЛЕНИЕ И
ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ
ISSN 2312-9778

Главный редактор
**А.Ю. Яковлева-
Чернышева**

Компьютерная верстка
С.К. Исталиева

Технический редактор
Н.А. Разливинская

Корректор
И.И. Карелова

Адрес редакции:
Россия, 354000, г. Сочи,
ул. Орджоникидзе, 10а,
e-mail:

economika-i-upravlenie@mail.ru

Подписано в печать
01.11.2016 года
Усл. п.л. 11. Тираж 500 экз.
Отпечатано в типографии
Международного
инновационного университета
Заказ № 48

© Международный инновационный
университет, 2016

www.econommanagement.ru

Анализ состава, структуры и динамики показателей
прибыли ООО «Пегас».....34

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ
ЗАЙКОВ В.П.

Эволюция налоговых отношений с позиций
истории налогообложения и развития
государственности.....42

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ
ФЕДОРЕНКОВ В.В.

Принцип перераспределения ущерба в пространстве
и времени как инструмент анализа убыточности
обязательного страхования гражданской
ответственности владельцев транспортных
средств.....49

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО
МАРКЕТИНГА

ВЕЛИЧКО Н.Ю., БУБЕНЕЦ И.Г.

Измерение лояльности клиентов в условиях
конкуренции.....57

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И
МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

**СТЕПАНОВ С.Г., РЫКОВА Ю.С.,
ДРЁМИН А.С.**

К вопросу о совершенствовании способов
управления муниципальным имуществом.....61

АННОТАЦИИ.....66

ОБ АВТОРАХ.....77

CONTENTS

ECONOMICS THEORY

LYASHENKO N.A., KVARCHIA O.V.

Business financial support is one of the main priorities of the economics. Pp. 4-10

SECTORAL AND REGIONAL ECONOMICS

YAKOVLEVA-CHERNYSHEVA A.Y.

Management analysis of enterprises cooperation in recreational cluster. Pp. 10-15

TORDINAVA I.K.

Analysis and assessment of quality and competitiveness of enterprises in resort sphere.
Pp. 15-20

KALINUSHKIN V.S.

Retailing in russia and its current trends. Pp. 21-23

GAYDAMAKA I.I., BELOVA N.N., MELNIK E.A.

The problem of creating a public-private partnership in innovative development of the recreational sector of the region kmv. Pp. 23-29

ECONOMICS OF ENTERPRISE

ROGHANYAN S.A., YUKHNOVETS L.Y.

Enterprise financial strategy optimization through tax planning. Pp. 29-34

ECONOMIC ANALYSIS

FILONOVA E.A., BERDYSHEV O.K.

Analysis of composition, structure and dynamics of profit indicators ltd. «Pegasus». Pp. 34-41

TAXES AND TAXATION

ZAIKOV V.P.

Evolution of fiscal relations from the taxation history and statehood development standpoints. Pp. 42-49

FINANCE AND CREDIT

FEDORENKOV V.V.

The principle of reapportionment of costs in space and time as a tool to analyse real loss of compulsory civil liability insurance of motor vehicles owners. Pp. 49-57

THE PROBLEMS OF MODERN MARKETING

VELICHKO N.Y., BUBENETS I.G.

Measurement customer loyalty in a competitive environment. Pp. 57-60

STATE AND MUNICIPAL MANAGEMENT

STEPANOV S.G., RYKOVA J.S., DREMIN A.S.

On improvement of managing municipal property methods. Pp. 61-65

SUMMARY. Pp. 66

OUR AUTHORS. Pp. 77

Лященко Н.А., Кварчия О.В.

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ПРИОРИТЕТОВ ЭКОНОМИКИ

Предпринимательская деятельность все глубже проникает во все сферы жизнедеятельности российского социума и государства. Место и роль государства в экономике каждой страны определяются эффективностью применяемых мер и средств государственного регулирования, с помощью которых решаются те или иные социально-экономические и иные задачи. В рамках государственных программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства наиболее востребованной была и остается поддержка финансовая [16].

Для успешного развития кредитования малого и среднего бизнеса в России очень важно, чтобы не только клиенты были более добросовестными при выполнении условий кредитных договоров, но и банки при информировании о них своих потенциальных заемщиков [4, с.161].

Доступность же кредитных ресурсов для предпринимателей является одним их приоритетов экономики. В то же время уровень кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства оставляет желать лучшего. Причины существующего положения кроются в отсутствии надежных заемщиков, несоответствии заемщика предъявляемым условиям, отсутствии обеспечения займов, непрозрачности осуществляемой предпринимательской деятельности и т.д. [6, с. 97]. Ограниченность предложения кредитных ресурсов для субъектов малого и среднего предпринимательства и отсутствие конкурентного рынка услуг по кредитованию способствуют сохранению высоких процентных ставок. При этом рост кредитов по сегменту малого и среднего предпринимательства выше, чем в экономике в целом.

В этой связи представляется важным создание и внедрение эффективной системы государственной финансовой поддержки таких субъектов. Правительство Российской Федерации рассчитывает за счет упрощенного кредитования не только увеличить долю малого и среднего предпринимательства в ВВП, но и изменить его отраслевую структуру, т.е. развивать неторговые и инновационные секторы рынка [5, с. 55].

Тем не менее, вопрос кредитных ставок для малого и среднего предпринимательства так и остается нерешенным. В России обещание государства сделать процентные ставки по кредиту для малого и среднего бизнеса не более чем 11% не

реализуется, более того, и предпосылок для этого нет. Все упирается в фондирование, т.к. банки привлекают вклады под 9 - 12%, и, чтобы не работать в убыток, им необходимо занимать деньги под значительно больший процент.

Вопрос о компенсации банку государством неполученных доходов может решаться только в случае погашения части процентов по вкладам. Если же взять государственные гарантии, то банк может от таких сделок обанкротиться. Реально действующий механизм, способный сбалансировать интересы кредитора и заемщика в вопросе размера кредитных ставок, на сегодняшний момент отсутствует [7, с.154].

Принятая Правительством Российской Федерации вместе с Банком России Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации [3] предполагает повышение эффективности использования через государственные институты (банки развития) ресурсов, выделяемых по государственным программам. Также предполагается активизировать работу гарантийных фондов развития малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации. Тем не менее, конкретных предложений по существенному снижению ставок кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства до сих пор нет.

Важнейшим фактором, сдерживающим кредитование МСБ, остается дефицит долгосрочных кредитных ресурсов. Однако крупные банки - лидеры по работе с сегментом МСБ столкнулись с проблемой, связанной с работой ВЭБ по финансированию заемщиков. В случае отсутствия дополнительной капитализации данного института поддержки участники рынка - субъекты МСБ - почувствовали объективные сложности при получении долгосрочного финансирования на доступных условиях, которые сегодня может обеспечить только господдержка [9, с.137].

Несмотря на создание новых инструментов господдержки, негативные тенденции в экономике продолжают развиваться, что сводит положительный эффект от этих механизмов практически к нулю [8, с.40].

Планируется развивать механизмы секьюритизации портфелей кредитов МСБ. Последнее, в свою очередь, влечет за собой необходимость создания активно функционирующего рынка таких ценных бумаг, что могло бы быть осуществлено, в том числе посредством расширения Ломбардного списка Банка России.

Одновременно предполагается расширение практики использования кредитов, предоставленных МСБ, в качестве нерыночного актива для выдачи кредитов Банка России, обеспеченных активами и поручительствами в порядке, установленном Положением Банка России от 12.11.2007 №312-П «О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных активами или поручительствами»[1]. Это в значительной степени повысит интерес банков к данным инструментам.

Сегодня ведется значительная работа по комплексной поддержке и стимулированию деятельности МСБ на государственном уровне [14; 15].

Реализуются мероприятия по созданию федерального гарантийного фонда под названием «Агентство кредитных гарантий», которое занимается оказанием комплексной гарантийной поддержки соответствующим региональным органи-

зациям и способствует развитию кредитования МСБ.

Гарантийный обеспечительный механизм, который предлагает АКГ, позволит повысить доступность кредитных ресурсов для МСБ, особенно принимая во внимание существенное смягчение критериев отбора проектов и клиентов, в том числе снятие ограничений по структуре собственности и численности работников. Кроме того, АКГ планирует развивать и другие бизнес-направления по партнерству с банками: фондирование в Банке России под кредиты, обеспеченные гарантиями АКГ (в соответствии с Положением № 312-П)[1]; предоставление гарантий за банк перед Банком России, обеспеченных портфелем кредитов МСБ. Внедрение данных продуктов в линейку АКГ позволит расширить доступ к кредитным ресурсам предприятиям малого и среднего бизнеса и может стать серьезным стимулом для развития МСБ. Институт государственного гарантирования в России уже существует. При этом гарантии чаще всего предоставляются государством не напрямую. Бюджетные средства направляются в форме субвенций в специализированные гарантийные организации (гарантийные фонды), учрежденные субъектами РФ, которые в свою очередь выступают гарантами перед банками в отношении конкретных ссуд заемщикам - субъектам МСБ. По данным Минэкономразвития, за последние шесть лет под гарантии таких фондов было предоставлено свыше 200 млрд руб. кредитов.

Банк России по мере своих возможностей также готов содействовать развитию данного института, а именно рассмотреть вопрос об отнесении гарантий фонда к обеспечению I категории качества в соответствии с требованиями Положения Банка России от 26.03.2004 № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности»[2], что также должно облегчить получение кредитов для организаций МСБ. На данный момент поручительства гарантийных фондов субъектов РФ могут быть отнесены только ко II категории качества.

Кроме того, разработан проект постановления Правительства РФ «Об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельных видов юридических лиц», в соответствии с которым предполагается дальнейшее увеличение минимальной квоты. В частности, предусмотрено, что заказчики будут обязаны осуществлять закупки у субъектов малого и среднего предпринимательства в следующем размере:

- с 1 января 2015 г. до 31 декабря 2016 г. - не менее 18% совокупного годового объема договоров, заключенных заказчиками;

- с 1 января 2017 г. - не менее 25% совокупного годового объема договоров, заключенных заказчиками.

Расширение участия представителей малого предпринимательства в системе госзакупок осуществляется в соответствии со ст. 30 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», вступившего в действие с 1 января 2014 г., отражено, что заказчики (за некоторыми исключениями, в частности, в случае обеспечения обороны страны, безопасности государства

и т.д.) обязаны осуществлять закупки у субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций в размере не менее 15% совокупного годового объема закупок, предусмотренного планом-графиком.

Данные мероприятия реализуются в соответствии с планом мероприятий (дорожной картой) «Расширение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием».

В случае эффективного функционирования данного механизма обеспечение малых и средних организаций рынком сбыта производимой продукции и оказываемых услуг (чему будет способствовать привлечение таких организаций к выполнению государственного заказа) позволит поднять развитие МСБ в России на новый уровень [10, с.102].

Развитие экономики во многом зависит от геополитической ситуации, от ускорения оттока капитала и замедления инвестиционной активности, что негативно сказывается на темпах прироста ВВП. Дополнительным драйвером для кредитования малых и средних предприятий может стать рост импортозамещающих производств как реакция на применение Правительством РФ ответных продуктовых санкций в отношении ЕС, который даст новый толчок развитию бизнеса в России [10, с.100].

Развитие института кредитования малого предпринимательства - процесс достаточно сложный, успех которого зависит от последовательной реализации действенных мер всестороннего характера и направленности. К мерам, направленным на развитие кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства, следует отнести: совершенствование системы оценки платежеспособности субъектов малого и среднего предпринимательства; создание новых кредитных программ; снижение процентных ставок; улучшение условий кредитования, в том числе внедрение стандартизированных процедур, позволяющих снизить себестоимость операций по кредитованию и сократить срок рассмотрения заявок; снижение кредитных рисков путем применения различных схем гарантирования и обеспечения кредитов; привлечение крупных субъектов предпринимательской деятельности к поручительству за субъектов малого и среднего предпринимательства; совершенствование нормативных требований Банка России (что позволит снизить процентные ставки по кредитам); расширение субсидирования процентной ставки по кредитам; осуществление мер, направленных на повышение прозрачности деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства; развитие инфраструктуры поддержки; образовательная, в том числе правовая, работа в среде малого и среднего предпринимательства; создание региональных и муниципальных фондов поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, оказывающих, в том числе помощь в сборе документации для получения кредита, развитие альтернативных способов финансового обеспечения [11, с.9].

В настоящее время процессы льготного кредитования малого и среднего предпринимательства зависят от государственных программ, доказавших свою недостаточную эффективность. Поэтому следует законодательно закрепить право

на получение льгот при кредитовании, а не возможность льготного кредитования данных субъектов. При этом специальные фонды должны компенсировать соответствующую разницу кредитным организациям не по своему усмотрению, а по факту заключения льготной кредитной сделки. В настоящее время объективно существует двусторонняя потребность (как предпринимателей, так и кредитных организаций) в законодательном закреплении соответствующей льготы [12, с.11].

Эффективным способом решения проблемы кредитования может стать активное использование на финансовом рынке института финансовой аренды. Получение финансовой аренды (лизинга) на приобретение основных средств для малого и среднего предпринимателя проще и дешевле, чем получение банковского кредита, тем более, когда данные сделки обеспечиваются государственными субсидиями на оплату авансового платежа

Рассматривая организацию кредитного процесса и систему управления кредитным риском, следует отметить, что особое значение приобретают следующие проблемы:

- рост издержек по выдаче кредитов;
- трудность получения достоверной и доступной информации о заемщиках (как юридических, так и физических лицах);
- просроченная задолженность заемщиков перед банком.

Снижение экономической активности и ухудшение финансового состояния малого и среднего бизнеса привели к ускорению роста просроченной задолженности в этом сегменте. В ответ банки начали устанавливать более высокие требования к клиентам и сокращать беззалоговое кредитование - один из основных драйверов роста рынка. Дополнительное давление на динамику кредитования оказало снижение спроса со стороны бизнеса вследствие роста стоимости кредитов: сказались повышение ключевой ставки Банка России и ухудшение доступа банков к западным рынкам капитала [13, с.28].

По нашему мнению, наиболее предпочтительной и интересной для российских реалий могла бы стать такая мера поддержки МСБ, как субсидирование процентной ставки по банковским кредитам.

Как было отмечено выше, развитию МСБ в России в существенной степени препятствует отсутствие источников финансирования его деятельности, не говоря уже об инвестициях. Указанное обстоятельство связано, с одной стороны, с невозможностью выхода небольших организаций на фондовые рынки из-за несоответствия основных параметров их деятельности (период функционирования, капитализация, оборот, выручка и т.д.) предъявляемым биржами требованиям, с другой - с отсутствием достаточно емкого рынка банковских кредитов и слишком высокой стоимостью заимствования на кредитном рынке.

В связи с этим субсидирование государством платы за пользование заемными средствами (данная мера успешно реализуется, например, в Китае) может оказать значительное благоприятное воздействие на развитие данного сегмента кредитования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Положение Банка России от 12.11.2007 №312-П «О порядке предоставления Банком России кредитным организациям кредитов, обеспеченных активами или поручительствами»
2. Положения Банка России от 26.03.2004 № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности»
3. Заявление Правительства РФ № 1472п-П13, Банка России № 01-001/1280 от 5 апреля 2011 г. « О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года» // Вестник Банка России. - 2011. - № 21.
4. Акопов Г.Л. Сеть «Интернет» - коммуникативное пространство для политического дискурса// Право и политика. – 2011. – №5. – С. 842-848.
5. Астахов В.П. Кредитные операции. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.- 455с.
6. Берулава, Г.А. Влияние современных информационных технологий на коммуникативные характеристики личности / Г.А. Берулава // Гуманизация образования. – 2013. – №6. – С. 10-15.
7. Берулава, М.Н. Методологические основы инновационной сетевой концепции развития личности в условиях информационного общества / М.Н. Берулава, Г.А. Берулава // Вестник Университета Российской академии образования. – 2010. – №4. – С. 8-11.
8. Величко Н.Ю., Подурец А.С.Тенденции развития стратегического инвестирования в России//Экономическое развитие России: тенденции, перспективы: сборник статей по материалам I Международной научно-практической студенческой конференции: в 4 томах. - Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, - 2015. - С. 54-57
9. Викулин А.Ю. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О кредитных историях» (постатейный). - М.:ИнфраМ, 2013.-549с.
10. Ильясов С.М. Устойчивость банковской системы. Механизмы управления. Региональные особенности. - М.:Юнити - Дана, 2013. - 362с.
11. Лященко Н.А. Предприниматели и предпринимательство в России. // Гуманизация образования, 2013.- №2 – С.39-41.
12. Молчанов А.В. Коммерческий банк в современной России: теория и практика. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 629с.
13. Экономика: мировой исторический опыт и современные проблемы монография. Книга 3/под ред. М.М. Скореева. - Ставрополь: Логос, 2014. - С.27-61.
14. Яковлева-Чернышева А.Ю. Некоторые аспекты управления развитием малого предпринимательства в Республике Крым / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина // Сборник материалов IV международной научно-практической конференции «Современное государство: проблемы социально-экономического развития», Саратов, 17 сентября 2014 г. – С. 97-99.
15. Яковлева-Чернышева А.Ю. К вопросу о развитии малого предпринимательства в Республике Крым на современном этапе/ А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина // Сборник материалов II международной научно-практической конференции «Экономика. Теория и практика», Саратов, 13 августа 2014 г. – С. 146-147.
16. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические аспекты управ-

ления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: Наука и просвещение, 2016. – С. 36-49.

17. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности управленческих решений в процессах функционирования и развития предприятия // Материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов «Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах», Сочи, 27 апреля 2016 г. – Сочи: Международный инновационный университет, 2016. – С. 104-107.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Яковлева-Чернышева А.Ю.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕКРЕАЦИОННОМ КЛАСТЕРЕ

Научно обоснованный анализ и оценка кластерного взаимодействия организаций, функционирующих в рекреационной сфере, – одна из важнейших предпосылок дальнейшего развития рекреационных кластеров, что определяет актуальность разработки соответствующей методики.

Участники рекреационного кластера реализуют в кластерном взаимодействии свои предпринимательские возможности, определяемые их текущим состоянием и перспективами развития. Предпринимательские возможности рекреационных организаций в кластерном взаимодействии характеризуются тем, какие потоки тех или иных видов ресурсов они могут предложить для обмена с другими участниками рекреационного кластера. Одновременно привлекательность участия в кластере для рекреационных организаций определяется тем, какие существующие в нем потоки ресурсов они могут получить в процессе кластерного взаимодействия. Исходя из этого, построим алгоритм позиционирования рекреационных организаций в кластере, включающий последовательную реализацию ряда этапов.

На первом этапе определяется круг участников, с которыми взаимодействуют исследуемые рекреационные организации, исходя из особенностей организации процесса обслуживания отдыхающих или осуществления каких-либо дополнительных видов предпринимательской деятельности (потребители рекреационных и сопутствующих услуг, поставщики материальных ресурсов и услуг, организации финансовой, образовательной инфраструктуры, конкурирующие рекреационные организации, органы управления и др.).

На втором этапе анализируются входящие и исходящие потоки различных ресурсов, используемые во взаимоотношениях между исследуемыми рекреационными организациями и участниками кластера. Для этого строится аналитическая таблица, по строкам которой отражаются входящие и исходящие потоки ресурсов, с помощью которых рекреационные организации взаимодействуют с другими участниками кластера.

Количество столбцов определяется числом участников рекреационного кластера, взаимодействие с которыми анализируется (табл. 1).

В таблице используются следующие обозначения:

Таблица 1 – Анализ взаимодействия рекреационных организаций с участниками рекреационного кластера*

№№ п/п	Потоки ресурсов <i>i</i>	Участники <i>j</i>	Показатели использования потоков ресурсов						
			X1	X2	...	Xn	Y	Zi (Zo)	Ri(Ro)
	<i>Входящие потоки</i>								
1	Финансовые		x11	x 12	...	x 1n	y1	z1	r1
2	Потоки услуг		x 21	x 22	...	x 2n	y2	z2	r2
3	Материальные		x 31	x 32	...	x 3n	y3	z3	r3
4	Трудовые		x 41	x 42	...	x 4n	y4	z4	r4
5	Информационные		x 51	x 52	...	x 5n	y5	z5	r5
	<i>Исходящие потоки</i>								
6	Финансовые		X61	x 62	...	x 6n	y6	z6	r6
7	Потоки услуг		x 71	x 72	...	x 7n	y7	z7	r7
8	Материальные		x 81	x 82	...	x 8n	y8	z8	r8
9	Трудовые		x 91	x 92	...	x 9n	y9	z9	r9
10	Информационные		x 101	x 102	...	x 10n	y10	z10	r10

* Составлено автором

i – индексы потоков ресурсов между рекреационными организациями и участниками кластера;

j – индексы участников кластера, участвующих во взаимодействии с рекреационными организациями;

X_{*j*} – *j*-тый участник, с которым рекреационные организации взаимодействуют в кластере;

x_{*ij*} – количество обращений рекреационных организаций к *i*-тому виду входящих или исходящих потоков в процессе взаимодействия с *j*-тым участником кластера в течение анализируемого периода;

y_{*i*} – общее количество контактов рекреационных организаций по *i*-тому виду потоков за анализируемый период, как во взаимодействии с участниками кластера,

так и в контактах с контрагентами, не участвующими в кластере;

z_i – коэффициент, характеризующий степень взаимосвязи рекреационных организаций с участниками кластера по i -тому виду потоков:

$$z_i = \left(\sum_{j=1}^n x_j \right) / y_i. \quad (1)$$

На третьем этапе оценивается значимость потоков, по которым рекреационные организации взаимодействуют с участниками кластера. В этих целях производится ранжирование отдельно по входящим (R_i) и исходящим (R_o) потокам ресурсов с учетом приоритетов исследуемых организаций:

$$R_i = \sum_{i=1}^5 r_i = 1. \quad (2)$$

$$R_o = \sum_{i=6}^{10} r_i = 1. \quad (3)$$

На четвертом этапе осуществляется оценка привлекательности участия в рекреационном кластере для рекреационных организаций при помощи расчета коэффициента I_i , характеризующего интенсивность взаимодействия по входящим потокам ресурсов:

$$I_i = \sum_{i=1}^5 r_i * z_i. \quad (4)$$

Поскольку все участники кластера получают определенные конкурентные преимущества в процессе кластерного взаимодействия, то можно сказать, что чем выше значение коэффициента I_i , тем больше возможностей по использованию этих преимуществ имеют рекреационные организации, тем выше для них привлекательность рекреационного кластера.

На пятом этапе определяются предпринимательские возможности рекреационных организаций в кластерном взаимодействии посредством оценки интенсивности взаимодействия по исходящим потокам, производимой при помощи расчета коэффициента I_o :

$$I_o = \sum_{i=6}^{10} r_i * z_i. \quad (5)$$

На шестом этапе производится обобщение и интерпретация полученных результатов. Для этого строится матрица, по горизонтали которой располагаются значения коэффициента I_o , характеризующие предпринимательские возможности, а по вертикали – значения I_i , показывающие степень привлекательности участия в кластере для рекреационных организаций (рис.1).

Привлекательность рекреационного кластера	Высокая $0,67 \leq I_i < 1$	1	2	3
	Средняя $0,33 \leq I_i < 0,67$	4	5	6
	Низкая $I_i \leq 0,33$	7	8	9
		Низкие $I_o \leq 0,33$	Средние $0,33 \leq I_o < 0,67$	Высокие $0,67 \leq I_o < 1$
		Предпринимательские возможности рекреационных организаций		

Рис. 1. Матрица «предпринимательские возможности рекреационных организаций – привлекательность рекреационного кластера»*

*Составлено автором

В результате построения матрицы мы получаем девять позиций, характеризующихся разными вариантами сочетаний степени привлекательности кластера и предпринимательских возможностей рекреационных организаций.

1 – позиция, свидетельствующая о том, что для повышения уровня своих предпринимательских возможностей в очень привлекательном рекреационном кластере, рекреационным организациям необходимо внести существенные корректировки, направленные на оптимизацию их деятельности, с целью наращивания исходящих потоков ресурсов, в которых заинтересованы участники кластера ($0,67 \leq I_i < 1$; $I_o \leq 0,33$);

2 – относительно благоприятное сочетание высокого уровня привлекательности кластера и средних предпринимательских возможностей рекреационных организаций ($0,67 \leq I_i < 1$; $0,33 \leq I_o < 0,67$);

3 – наиболее благоприятное сочетание высокого уровня востребованности потоков ресурсов, предлагаемых рекреационными организациями с активным использованием преимуществ, которые предоставляет им участие в кластере ($0,67 \leq I_i < 1$; $0,67 \leq I_o < 1$);

4 – относительно неблагоприятное сочетание, когда интенсивность пото-

ков достаточно привлекательна, но деятельность рекреационных организаций недостаточно эффективна, чтобы соответствовать требованиям рекреационного кластера ($0,33 \leq I_i < 0,67$; $I_o \leq 0,33$);

5 – позиция в середине матрицы, которая требует дополнительного исследования причин, по которым рекреационные организации могут в перспективе переместиться в диапазоны высоких или низких значений коэффициентов ($0,33 \leq I_i < 0,67$; $0,33 \leq I_o < 0,67$);

6 – относительно благоприятное сочетание, характерное для ситуации, когда предпринимательские возможности рекреационных организаций высокие, но число участников в кластере велико, поэтому интенсивность взаимодействия недостаточно высока ($0,33 \leq I_i < 0,67$; $0,67 \leq I_o < 1$);

7 – ситуация, когда уровень интенсивности потоков очень низкий, что может свидетельствовать о возможном отсутствии рекреационного кластера как такового ($I_i \leq 0,33$; $I_o \leq 0,33$);

8 – относительно неблагоприятное сочетание, когда низкой привлекательности рекреационного кластера соответствуют средние предпринимательские возможности рекреационных организаций ($I_i \leq 0,33$; $0,33 \leq I_o < 0,67$);

9 – позиция, свидетельствующая, что рекреационным организациям нецелесообразно участвовать в кластере ($I_i \leq 0,33$; $0,67 \leq I_o < 1$).

На заключительном, седьмом этапе строится прогноз ожидаемой динамики интенсивности кластерного взаимодействия рекреационных организаций, определяющей уровень привлекательности кластера и предпринимательских возможностей рекреационных организаций, при помощи трендовых моделей прогнозирования.

Высокий уровень корреляции между ростом показателя привлекательности рекреационного кластера и предпринимательских возможностей в пределах одной организации означает, что повышение интенсивности взаимодействия участников кластера с рекреационной организацией по входящим потокам влечет за собой повышение интенсивности взаимодействия этих участников по исходящим потокам внутри рекреационного кластера и наоборот. В этот процесс оказываются вовлеченными все новые группы рекреационных организаций, взаимодействующих с ними вспомогательных организаций, поставщиков материальных ресурсов, услуг и других участников кластера.

Таким образом, возникает своего рода мультипликативный эффект, усиливающий интенсивность кластерного взаимодействия, повышающий привлекательность участия в кластере для организаций и побуждающий их к максимальному использованию своих предпринимательских возможностей внутри него.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акопов Г.Л. Сеть «Интернет» - коммуникативное пространство для политического дискурса / Г.Л. Акопов // Право и политика. – 2011. – № 5. – С. 842-848.
2. Яковлева-Чернышева А.Ю. Методические рекомендации по осуществ-

влению управленческого анализа кластерного взаимодействия в рекреационной сфере/ А.Ю. Яковлева-Чернышева // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2016. – №3(9). – С. 106-111.

3. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические подходы к формированию рекреационного кластера// Российское предпринимательство. – 2011. – Т.1. - №1. – С. 130.

4. Яковлева-Чернышева А.Ю. Методологические подходы к формированию инфраструктуры предпринимательской деятельности в рекреационном кластере / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Общество. Среда. Развитие. – 2010. – №4. – С. 23-26.

5. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические аспекты управления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: Наука и просвещение, 2016. – С. 36-49.

6. Яковлева-Чернышева А.Ю. Концептуальные основы управления устойчивым развитием предпринимательских структур / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина, А.В. Кузнецов // Социально-экономические и правовые основы развития экономики. – Уфа, 2015. – С. 239-250.

Тординава И.К.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Состояние конкурентной среды санаторно-курортного предприятия определяется различными факторами, действующими в экономической, социальной, правовой, технологической и других сферах. Рассмотрим некоторые позиции качества и конкурентоспособности ОЦ «Санаторий «Юг» на основе SWOT – анализа. Анализ использования потенциала и анализ конкурентов позволяет выявить относительные преимущества ОЦ «Санаторий «Юг» в конкуренции. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества, - это превосходство в ресурсах (более высокое качество, низкие цены и др.) и лучшее мастерство, умение (связанное с эффективностью выполнения всех видов деятельности организации, работой всех ее служб). Расположение комплекса, предложение гостям товаров и услуг широкого ассортимента, более высокое качество и по значительно более низким ценам, чем конкуренты.

Сильные стороны комплекса - использование грамотного менеджмента, высокое качество предоставляемых услуг и квалификация персонала, гибкая система цен, номера с видом на море; собственный оборудованный парк и пляж,

расположение недалеко от моря и центра города, обслуживание в номерах, охраняемая автостоянка, ресторан и кафе, тренажерный зал, киноконцертный зал, инфраструктура для проведения конференциальных мероприятий, экскурсионные услуги, спортивные площадки, бассейн, охрана.

Слабые стороны: недостаточно продуктивно работающая организационно-управленческая система на предприятии, не весь номерной фонд реконструирован.

Возможности: реконструкция номерного фонда, расширение объема предоставляемых услуг, совершенствование и корректировка организационной структуры.

Угрозы: усиление позиций конкурентов, близость и доступность альтернативных курортов.

Сравнительный анализ конкурентов. ОЦ «Санаторий «Юг» по параметрам и можно отнести к категории трех звезд. Оснащение номера. Все конкуренты в номерах имеют примерно схожий набор услуг в номерах, а именно: душ, радио, телевизор (спутниковое телевидение), телефон, ковровое покрытие, кондиционер (в номерах «люкс»), холодильник, отопление, балкон, сервис в номер. Сервисные услуги. ОЦ «Санаторий «Юг» выигрывает тем, что большинство сервисных услуг предоставляются гостям бесплатно. Количество всех предоставленных услуг является общим из решающих показателей конкурентоспособности. Ценовая политика. «Кристалл» хотя и не является лидером по низким ценам обычных номеров, зато и не выходит из этого интервала цен. Цена одноместного номера от 1797 руб., двухместного – 1900, в классе люкс соответственно - 4000, 6000, 8000 рублей.

Таблица 1 - Стоимость проживания в двухместном номере (с полным пансионом и лечением) в 2015 году, руб.

Здравница	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
«Смена»	1465	1665	1865	2065	2380	1865	1740
ОЦ «Санаторий «Юг»	1432	1487	1797	1797	1797	1642	1587
«Лазаревское»	1390	1415	1550	1620	1620	1600	1515
«Волна»	1500	1610	1760	1800	1800	1690	1600
«Ромашка»	1450	1530	1660	1760	1760	1560	1515
«Южный»	-	1512	1715	1750	1750	1650	1580
«ВВС»	1890	1905	2235	2450	2450	2450	2335
«Гренада»	1960	1983	2750	2750	2750	2500	2400
«Колос»	1530	1630	1960	2150	2150	2150	1840
«Одиссея»	1438	1538	1894	1994	1994	1694	1538

По данным опроса, проведенного в 2015 году по заказу Ассоциации туроператоров Краснодарского края из 42 атрибутов, характеризующих отдых и лечебно-оздоровительные услуги, объединенных по качеству проживания, качеству оздоровления, качеству питания и развлекательным мероприятиям ОЦ «Санаторий

«Юг» опередил своих ближайших конкурентов по трем позициям – питанию, развлечениям, оздоровлению, но отстал по позиции – качество проживания. Предоставление номера проживания, питания, комплекса услуг, способного удовлетворить потребности гостей в оздоровлении, полноценном отдыхе, иногда совмещенном с условиями деловой активности. Возможно ли сокращение затрат в структуре себестоимости предприятия? Анализ формирования себестоимости показывает, что именно здесь необходимо искать резервы снижения затрат. Самыми «тяжелыми» статьями в себестоимости являются расходы на продукты питания (23,14%), заработную плату (18,09%) и лечебные процедуры и медикаменты (17,62%), хозяйственные расходы (16,14%).

В том числе хозяйственные расходы включают расходы на теплоснабжение (2,74%), электроэнергию (2,31%), водоснабжение и канализацию (5,2%), расходы на стирку белья (0,60%), транспортные расходы (0,67%) и содержание помещений (5,5%). Особенное беспокойство у экономистов вызывает рост расходов на водоснабжение и канализацию с 2,5% в 2013 году до 5,22% в 2014 году.

Продукты питания (23,14%). В течение года наблюдается рост денежной суммы расходов на питание с 558 рублей в сутки в 1 квартале до 729 рублей в 4 квартале; По данной статье нельзя допускать большой экономии, т.к. это ведет к снижению калорийности пищи и качества ее приготовления. Но если ограничить число поставщиков продуктов с 15 на сегодняшний день до 5-7 крупных, то можно сэкономить 10-15% расходов. Заработная плата с начислениями (18,09%). Включает в себя основную и дополнительную заработную плату. Единственный способ экономии по этой статье - увольнение сотрудников в зимний период. Но это затруднительно из-за требований трудового законодательства, несправедливо по отношению к постоянным работникам, снижает квалификацию персонала. Тем не менее, необходимо пересмотреть штатное расписание и провести финансовый расчет целесообразности сохранения всех сотрудников на рабочих местах в зимний период. Кроме того, возможно увеличение заработной платы в летний период за счет прибыли от реализации коммерческих путевок. Лечебные процедуры (5,1%). Этот небольшой процент расходов обусловлен тем, что в данную статью включаются только стоимость медикаментов, медспецматериалов, расходы на мацестинские ванны и медицинские процедуры, которые в ограниченном количестве входят в путевку.

В комплексе продолжается широкое развитие дополнительных платных услуг, что, безусловно, положительным образом влияет на качество обслуживания клиентов. Объем реализации платных услуг в 2015 году вырос по отношению к 2014 году в 1,4 раза. Средства от предпринимательской деятельности, связанной с оказанием платных услуг составили 6,4 млн. рублей. В качестве замечания отметим, что у потребителей со средним уровнем дохода есть нарекания на такие аспекты обслуживания, как плохая работа санузлов - 12%, отсутствие индивидуальных средств гигиены - 12%; плохая шумо- и светоизоляция номеров - 10%, отсутствие программ НТВ плюс - 9%, изношенность постельного белья, полотенец, работу лифтов - 6%, отношение охраны - 5% и другие.

Общая стратегия совершенствования системы управления бизнесом в ОЦ «Санаторий «Юг» воплощается в жизнь через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как краткосрочные и среднесрочные планы управления. ОЦ «Санаторий «Юг» ведет грамотную ценовую политику, характеризующуюся соответствием цены и качества предоставляемых услуг, ориентированную на потребителя со средним уровнем дохода.

Основным направлением развития комплекса должна стать ориентация на повышение комфортности отдыха: доступность необходимых услуг, завершенность комплекса оздоровительных мероприятий, внедрение прогрессивных форм обслуживания, разнообразие услуг. Повышение комфортности непосредственно мест проживания имеет безграничные возможности и может включать в себя широкий спектр изменений, начиная от оборудования номеров кондиционерами, к примеру, и заканчивая предоставлением в номерах банных халатов. Однако, такие нововведения, повышая уровень обслуживания, неизбежно повысят цену путевок и переориентируют предприятие на новый сегмент рынка потребителей, отличающийся более высокими доходами. Например, одним из дополнительных средств улучшения условий отдыха рекреантов может быть благоустройство пляжной полосы, которое несет в себе не только социальный, но и экономический эффект: предполагаемая прибыль составит 144057,13 рублей, предполагаемый срок окупаемости проекта составит 15 месяцев (при операционном периоде пляжного комплекса - 4 месяца, проект окупится через 3,5 года), рентабельность проекта составит 15;5 %. При учете выплат срок окупаемости уменьшится до 8 месяцев или 2-х лет.

ОЦ «Санаторий «Юг» имеет также превентивные варианты смены бизнеса – диверсификация и специализация действующего бизнеса с ориентацией на семейный отдых, расширение числа сфер деятельности комплекса - работа во все периоды, кроме июня, июля и августа месяца в качестве учебно-тренировочной спортивной базы футбольного клуба «Шинник» из Ярославля, а также изменение структуры видов бизнеса – изменение ассортимента видов услуг оздоровительного, санаторного, развлекательного характера, формирование фирменного стиля, накопление конкурентных преимуществ, применение новых технологий оздоровления и развлечений, новая рекламная политика и другие.

Таким образом, система управления бизнесом ОЦ «Санаторий «Юг» представляет собой совокупность методов, способов, инструментов, процедур по планированию, организации, мотивации и контролю всей деятельности. Материально-техническая база, финансы и кадровый персонал позволяют сделать вывод, что культурно – оздоровительный комплекс вполне успешно функционирует на рынке санаторно-курортных услуг. Показатели оценки эффективности аппарата управления и его организационной структуры, системы управления, характеризующие эффективность, выражаются через конечные результаты деятельности организации и затраты на управление: объем, прибыль, себестоимость, объем капитальных вложений, качество продукции, сроки внедрения новой техники и другие. А также показатели, характеризующие содержание и организацию процесса управления,

в том числе непосредственные результаты и затраты управленческого труда: текущие расходы на содержание аппарата управления, эксплуатацию технических средств, содержание зданий и помещений, подготовку и переподготовку кадров управления.

Совершенствование системы управления в условиях растущей конкуренции на рынке туристских и санаторно-курортных услуг, нестабильности и недостаточного уровня материально-технического, кадрового и финансового обеспечения оказывает существенное влияние на экономическую и социальную результативность. При этом направления совершенствования системы управления, ее структурных элементов, функциональных связей с учетом целевых приоритетов, диверсификации развития, совершенствование методов хозяйствования заключается в комплексном подходе, который обеспечивает осуществление функций и стратегий предприятия. Формирование системы мер, способов и методов управления и состоит из стратегического анализа (внешняя и внутренняя среда, финансовые, человеческие, технологические, информационные и др. ресурсы), стратегического выбора (формирование корпоративной стратегии, оценка стратегии и т.д.) реализация стратегии (организационная структура, ресурсы, люди и т.д.) учета, мониторинга, контроля, а также требует выявления сильных и слабых сторон, бизнес-диагностики, управленческого анализа, анализа конкурентов, реальной оценки собственных ресурсов и возможностей.

В итоге совершенствование системы управления рекреационно-оздоровительным и лечебно-курортным бизнесом выступает как средство сохранения конкурентоспособности бизнеса и как элемент страховки от возрастающих коммерческих рисков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берулава М.Н. Методологические основы инновационной сетевой концепции развития личности в условиях информационного общества / М.Н. Берулава, Г.А. Берулава // Вестник Университета Российской академии образования. – 2010. – №4. – С. 8-11.
2. Берулава Г.А. Роль методологических оснований в разработке образовательных технологий / Г.А. Берулава // Гуманизация образования. – 2015. – №6. – С. 4-18.
3. Берулава Г.А. Влияние современных информационных технологий на коммуникативные характеристики личности / Г.А. Берулава // Гуманизация образования. – 2013. – №6. – С. 10-15.
4. Берулава Г.А. Методологические основы развития личности в системе высшего образования / Г.А. Берулава // Вестник практической психологии образования. – 2009. – №4. – С. 27.
5. Величко Н.Ю. Совершенствование управления маркетингом в сфере го-

стинично-туристских услуг (на примере курортного региона): дис.... канд. эконом. наук. - Научно-образовательный центр Российской Академии образования, Сочи, 2004.

6. Величко Н.Ю. Удовлетворенность потребителей образовательных услуг как источник конкурентного преимущества университета // Гуманизация образования. - 2015. - № 4. - С. 69-74.

7. Леонов Д.А., Бургун Н.В., Седнев Х.Н. Анализ работы номерного фонда «SWISSOTEL Сочи Камелия» // Управление и экономика в XXI веке. - 2015. - № 2. - С.19-30.

8. Современная модель эффективного бизнеса: монография/Н.Ю.Величко, Н.А. Гончарова, В.В.Заболоцкая и др./Под общ. ред. С.С.Чернова. - Книга 10. -Новосибирск: ООО «Агенство «СИБПРИНТ», 2012. - С. 94-107.

9. Современные теории менеджмента: научная коллективная монография/Е.В. Петрухина, Е.В. Симонова, Гужина Г.Н. - Орел: ООО «Научное обозрение», 2014. - С.69-85.

10. Тординава И.К., Федоров О.В. Разработка предложений по повышению рентабельности финансовой деятельности санатория. // Экономика и управление в современной России: теория и практика. - Сочи: Международный инновационный университет, 2015. - С.106-115

11. Тординава И.К., Шестерикова М.И. Разработка предложений по повышению рентабельности финансовой деятельности санатория «Волна» (ЗАО) // Управление и экономика в XXI веке. - 2015. - № 2. - С.12-18.

12. Яковлева-Чернышева А.Ю. Ценовая политика санаторно-курортной организации как фактор ее конкурентоспособности / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Горные науки и технологии. – 2014. – № 1. – С. 51.

13. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические аспекты управления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: Наука и просвещение, 2016. – С. 36-49.

14. Яковлева-Чернышева А.Ю. Концептуальные основы управления устойчивым развитием предпринимательских структур / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина, А.В. Кузнецов // Социально-экономические и правовые основы развития экономики. – Уфа, 2015. – С. 239-250.

15. Яковлева-Чернышева А.Ю. Методологические подходы к формированию инфраструктуры предпринимательской деятельности в рекреационном кластере / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Общество. Среда. Развитие. – 2010. - №4. – С. 23-26.

Калинушкин В.С.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И ЕЕ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Розничная торговая сеть – совокупность розничных торговых предприятий и других торговых единиц, размещенных на определенной территории с целью продажи товаров и обслуживания покупателей. Принятие решений в розничной торговой сети осуществляется централизованно. За последние годы на отечественном розничном рынке появились десятки торговых сетей, которые успешно развиваются. На сегодняшний день функционирует множество российских сетевых торговых организаций, такие как «Магнит», «Пятерочка», «Перекресток», «Патэрсон», а также иностранных, например, MetroCash&Carry, Auchan, Marktkauf, Spar, Billa.

Развитие розничных сетей на сегодняшний день испытывает стремительно усиливающееся давление со стороны конкурентного окружения, и это, безусловно, сказывается на их финансовых показателях. Кроме того, вследствие политических и экономических потрясений в 2015 году в России впервые за 15 лет произошло квартальное снижение реальных доходов населения, что вызвало сжатие потребительского спроса, а это в свою очередь привело к упадку оборотов розничной торговли в России.

Россияне оказались вынуждены менять свои потребительские привычки и перешли к режиму экономии. Это сразу же почувствовал на себе сектор розничной торговли. Доход среднестатистической семьи в 2015 году по сравнению с 2014-м снизился на 5-7%. Переход россиян к режиму экономии уже повлек за собой снижение объемов производства. Так, по данным мониторинга Минэкономразвития за январь-октябрь 2015 года, объемы выпуска одежды в России уменьшились в годовом исчислении на 22,6%, обуви — на 16,3%. Продажи непродовольственных товаров, на которых теряющие свои доходы люди экономят в первую очередь, сократились сразу на 12,5%. Мотивация потребителей сильно изменилась. В условиях кризиса пользователи «боятся» больших покупок и отдают предпочтение дискаунтерам.

Тем не менее, падение рынка происходит неравномерно, некоторые его сегменты чувствуют себя достаточно неплохо, и даже на фоне снижения спроса есть игроки, которые по-прежнему уверенно растут. В первую очередь, это относится к сегменту продовольственного ритейла. К примеру, о положительных итогах года отчитались такие крупнейшие розничные продуктовые сети, как «Магнит» (по итогам года сеть нарастила чистую прибыль на 23% до 59 млрд. рублей), «Дикси» (выручка увеличилась на 18% до 273 млрд. рублей), X5 RetailGroup (выручка

возросла на 27% до 804 млрд. рублей). В отличие от малого бизнеса, крупные компании смогли гораздо легче перенести экономические трудности и падение курса рубля, они быстро переключились на новых поставщиков и по-прежнему поддерживают широкий ассортимент продукции.

На данный момент в розничной сфере торговли наблюдаются следующие тенденции:

1) Устранение несоответствий спроса и предложения.

Несоответствие предложения потребностям людей может проявляться в чем угодно: в ассортименте, в уровне сервиса, в планировке и отделке магазина. Только определив, где проходит «разрыв» между потребностями людей и предложения, торговая сеть может переломить ситуацию.

2) Контроль затрат.

Успешные предприятия розничной торговли эффективны в интеграции своих поставщиков, производителей, складов, помещений и транспортных посредников в единую цепь, с целью минимизации общесистемных затрат, удовлетворяя уровни обслуживания, необходимые для своих клиентов. Они ищут и используют инновационные технологии по всей цепочке поставок, чтобы снизить затраты и обеспечить ценность для своих клиентов.

3) Консолидация в отрасли розничной торговли.

Многочисленные розничные торговые сети сталкиваются с неминуемыми проблемами, так как они не в состоянии обеспечить более высокий уровень прибыли по сравнению с их более проницательными конкурентами. Как следствие, наблюдается значительная консолидация крупных розничных торговых сетей.

4) Развитие онлайн-сервисов.

Многие компании рассчитывают показать положительную динамику, делая ставку на разные онлайн-сервисы, включающие онлайн-кредитование, прогрессивные способы доставки и оплаты. Так, за первые девять месяцев 2015 года выручка интернет-магазина «М.Видео» увеличилась на 36% до 13,4 млрд. рублей, что составляет около 7,5% оборота всей сети.

Таким образом, несмотря на усложнение условий предпринимательской деятельности, розничные торговые сети, действующие в России, продемонстрировали на протяжении последних лет жизнеспособность, умение адаптироваться к меняющимся условиям и повышать эффективность бизнес-процессов. Можно говорить о том, что менеджмент наиболее эффективных их представителей обеспечивает устойчивое функционирование и развитие торговых предприятий, несмотря на высокую степень неопределенности предпринимательской среды и ухудшение макроэкономической ситуации вследствие снижения объемов платежеспособного спроса. Этому способствуют современные тенденции, наблюдающиеся на рынке розничной торговли, включающие устранение несоответствий спроса и предложения, контроль затрат, процессы консолидации и внедрение прогрессивных технологий, включающих развитие онлайн-сервисов.

ЛИТЕРАТУРА

1. О текущей ситуации в экономике Российской Федерации по итогам первого полугодия 2015 года. Электронный ресурс. Режим доступа: сайт Министерства экономического развития Российской Федерации
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов. Электронный ресурс. Режим доступа: сайт Министерства экономического развития Российской Федерации.
3. Розничная торговля. Прогнозы на 2016 год. Электронный ресурс. Режим доступа: сайт Агентства экономической информации «Пройм»
4. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности процесса управления устойчивым развитием предпринимательских структур // Транспортное дело России. – 2014. – №6. – С. 110-112.
5. Яковлева-Чернышева А.Ю. Некоторые подходы к исследованию факторов устойчивого развития предпринимательских структур // Управление и экономика в XXI веке. – 2013. – №2. – С. 3-10.
6. Яковлева-Чернышева А.Ю. Формирование методологических подходов к управлению социально-экономической системой предпринимательства// Транспортное дело России. – 2012. – №2. – С. 19-21.
7. Яковлева-Чернышева А.Ю. Формирование концептуальных подходов к исследованию предпринимательства как социально-экономической системы/ Т.П. Левченко, А.Ю. Яковлева-Чернышева // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. - №5. – С. 2.
8. Годовые отчеты ГК «Диски», «Магнит», «X5 Retail Group» за 2015 год.

Гайдамака И.И., Белова Н.Н., Мельник Е.А.

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕКРЕАЦИОННОГО СЕКТОРА РЕГИОНА КМВ

Различные формы долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса на взаимовыгодных условиях во всем мире и в нашей стране стали теми инструментами, которые позволяют решать общественно значимые задачи, соблюдая баланс интересов частного и государственного партнеров. Государственно-частное партнерство (ГЧП) - это институциональный и организационный альянс, организуемый для реализации масштабных и локальных проектов в широком спектре сфер деятельности: от развития отраслей промышленности и научно-исследовательских конструкторских работ до обеспечения общественных услуг. Развитие многообразных национальных и международных проектов ГЧП во всех регионах

мира, их широкое распространение и разнообразие форм позволяют выделить этот вид сотрудничества государства и бизнеса в качестве характерной черты современной экономики [4].

Общепринятые классификации выделяют множество разнообразных организационно-правовых форм ГЧП. Наиболее распространены среди них, такие как контрактная, которая применяется для реализации общественно необходимых и полезных видов деятельности посредством административного договора между государством (органом местного самоуправления) и частной фирмой. Это может быть договор аренды в традиционной форме аренды, в том числе и в виде лизинга. Часто применяется также концессионное соглашение, при которой государство (муниципальное образование) как собственник имущества предлагает партнеру (частному лицу, фирме и т.п.) выполнять в течение длительного срока оговариваемые в соглашении функции. С позиций права собственности ГЧП - это разнообразные модели, использующие преимущества уже существующих и новых форм партнерств. При реализации проектов ГЧП применяются различные механизмы сотрудничества государственных структур и предприятий частного бизнеса. Они различаются объемами передаваемых частному партнеру правомочий собственности, масштабами инвестиционных обязательств сторон, принципами распределения рисков, мерой ответственности за проведение различных видов работ. Из всех механизмов ГЧП в Российском законодательстве получили развитие лишь несколько. Следует отметить, что все эти формы сотрудничества замечательно подходят к вновь создаваемым объектам, для осуществления крупномасштабных инвестиций в общественную инфраструктуру, так как в подобных проектах присутствуют наибольшие риски, и, безусловно, участие государства их минимизирует.

При этом государство как носитель власти является одновременно субъектом публично-правовых отношений, так и гражданско-правовых, поскольку становится участником хозяйственного оборота. Государство во всех формах партнерства обеспечивает приоритет общественных интересов, поскольку сохраняет властные функции, определяет правовые рамки, обязательные для всех остальных участников альянса. В качестве активного участника хозяйственного оборота государство также реализует свои экономические интересы (эффект от проекта) и осуществляет не только целеполагающую, но и контрольную функцию. Частный предприниматель в стремлении получить максимальную прибыль реализует собственные интересы, при этом обеспечивая партнерству необходимый импульс развития. Границы разделения возможных рисков, степень делегирования полномочий, условия передачи и использования результатов, как правило, закрепляются в договорах в каждом отдельном случае. Именно поэтому такая форма взаимодействия остается постоянно новой, развивающейся и изменяющейся в зависимости от потребностей каждого конкретного проекта, места и времени.

Тем не менее, в многообразии моделей и структур ГЧП выделяются общие характерные черты. Это, как правило, длительные сроки действия соглашений; специфические, эксклюзивные схемы финансирования проектов; тщательный

отбор участников на основе конкурсов; распределение рисков между участниками на основе соответствующих договоренностей сторон. Также специфичны сферы распределения полномочий между партнерами: государство устанавливает цели проекта, определяет стоимостные и качественные параметры, осуществляет мониторинг реализации проектов, правовую и организационную поддержку. Частный же партнер занимается оперативной деятельностью на разных стадиях проекта - разработкой, финансированием, строительством и эксплуатацией, управлением, практической реализацией услуг потребителям.

Поскольку эта форма становится все более востребованной и перспективной в России, то потенциал отечественных регионов по привлечению инвестиций постоянно оценивается в Центре развития ГЧП и в Торгово-промышленной палате РФ. В число субъектов-лидеров входят Санкт-Петербург, Татарстан, Новосибирская, Свердловская, Нижегородская и Воронежская области. Эксперты отмечают, что в реализуемых по схеме ГЧП проектах 87,4% составляют частные инвестиции, а наиболее востребованной формой сотрудничества бизнеса и государства стали концессионные соглашения, составляющие 53% всех проектов [5]. На сегодняшний день в России принято решение о реализации более 1400 проектов ГЧП, по которым заключены соглашения [7].

Если изначально в мировой практике ГЧП использовались главным образом в отраслях инфраструктурного комплекса, то сейчас есть немало примеров успешной реализации альянсов в сфере услуг, например, в здравоохранении. В нашей стране также имеются примеры успешного партнерства в здравоохранении, реализуемого через обязательное и добровольное страхование граждан. В ряде случаев частные медицинские организации осуществляют работу по отдельным направлениям отраслевых целевых программ, таких как нацпроект «Здоровье», программы государственных гарантий обеспечения граждан РФ бесплатной медицинской помощью и др. Партнерство в здравоохранении осуществляется также в сфере фармацевтического бизнеса и производства лекарственных препаратов; производстве медицинского оборудования, инвентаря, медицинских изделий, расходных материалов. Развиваются с его помощью медицинские биотехнологии; производство компьютерных технологий и разработка систем учета, создание банков данных и организации расчетов за оказанную помощь между производителями и потребителями; эксклюзивные медицинские услуги повышенного качества и комфортности. Осуществляется развитие материально-технической базы лечебно-профилактических учреждений.

При министерстве здравоохранения РФ был создан Координационный совет по государственно-частному партнерству в данной отрасли. После вступления в силу Закона № 224-ФЗ о ГЧП [1] разработаны методические рекомендации по применению механизмов государственно-частного сотрудничества в области здравоохранения. Развернута работа по созданию подзаконных актов для улучшения работы инвесторов и учреждений здравоохранения [2]. В Министерстве здравоохранения РФ рассматриваются более 20 ГЧП-проектов с использованием различных способов привлечения внебюджетных инвестиций в объеме более 10

млрд. рублей.

Также имеется положительный опыт работы ГЧП в сфере туризма, где, как правило, реализуются комплексные проекты по созданию особых экономических зон туристско-рекреационного типа, федеральных или региональных целевых программ. Также разрабатываются некоторые целевые проекты по отдельным направлениям или задачам развития туристической отрасли [8]. В последние пять лет в субъектах РФ реализуются 65 региональных целевых программ развития туризма, финансирование которых составляет по предварительным оценкам около 37 млрд. руб. Из них из внебюджетных источников около 32 млрд. руб., или почти 85% от общей суммы [3].

Среди реализуемых проектов в области туризма более 10 находятся на территории СКФО (КБР, КЧР, Дагестан). При этом Ставропольский край, занимая 43 место в рейтинге активности развития ГЧП, в настоящее время не реализует ни одного проекта. Это говорит о том, что имеющийся инвестиционный потенциал региона пока используется недостаточно активно. Особенно актуально это для объектов санаторно-курортного комплекса, который является ведущим кластером, способным в наибольшей степени обеспечить рост региональной экономики, стать «полюсом роста» региона СКФО. Анализ показал, что среди заявленных проектов в основном вновь вводимые и только один по поводу реконструкции [9].

Недостаточно активное вовлечение санаторно-курортного комплекса в эти перспективные формы сотрудничества, по нашему мнению, заключается в том, что санаторно-курортная деятельность не получает должного внимания и адекватной оценки как важная составляющая структуры отраслей хозяйства нашей страны. Согласно распространенной классификации курортная деятельность относится к лечебному туризму, на том основании, что ее услуги оказываются в пределах рекреационного времени, требуют перемещения из постоянного места проживания, удовлетворяют не только оздоровительные потребности, но и познавательно-развлекательные. Но при этом данный вид рекреации реализуется только в специальных местностях, обладающих набором бальнеоресурсов, а наиболее существенная составляющая этого вида рекреации - лечение, которое должно проводиться под врачебным контролем, по утвержденным методикам и стандартам. Эти аспекты деятельности курируются министерством здравоохранения. Вопросы стратегического развития санаторно-курортной отрасли отнесены к сфере компетенции Ростуризма. На деле же санаторно-курортный сектор не получает достаточного внимания, поскольку не является гетерогенным элементом для этих структур. Реформирование российской экономики привело к изменению организационно-правовых форм и структуры собственности на курортные объекты. Децентрализация системы санаторно-курортной помощи между министерствами, ведомствами, общественными организациями, акционерными обществами и частными лицами привела к зависимости развития санаторных учреждений от интересов и возможностей собственников. Разрушение структуры управления санаторно-курортным комплексом и централизованной системы реализации услуг привело к упадку материальной базы курортов, поскольку изменились источники и

способы их финансирования. Пренебрегая социальной значимостью курортного сектора, собственники стремятся его все более коммерциализировать, оценивая эффективность не в медицинском или социальном аспекте, а в экономическом. Естественно, что данная сфера не может быть такой же высокодоходной, как например, добывающие отрасли промышленности. Невысокая норма прибыли не обеспечивает финансовые интересы самих здравниц, интересы муниципалитетов и регионов, на территории которых располагаются курорты. Кроме того, территориальные стратегии развития на многих давно существующих курортах, как, например, КМВ, не совпадают, а порой и прямо противоречат интересам собственников курортных объектов. Все эти обстоятельства снижают заинтересованность потенциальных инвесторов в финансировании и эксплуатации курортных объектов хозяйствования.

В то же время низкая эффективность деятельности санаторно-курортного комплекса негативно отражается на экономике региона в целом. Ведомственная разобщенность здравниц и инфраструктурных объектов (парки, терренкуры, грязе- и водолечебницы), недостаток средств на их содержание, а зачастую и нежелание собственников что-либо менять, разрушают положительный имидж отечественных курортов, приводят к перманентной распродаже бывшего общенационального достояния [6]. Естественно, что муниципальные и региональные власти, не имея полномочий вмешиваться в вопросы управления этой собственностью, также не заинтересованы в ее адекватном обновлении.

Отмеченные процессы в управлении собственностью не отвечают целям и задачам развития рекреационного комплекса. По нашему мнению, необходимо решить задачу формирования эффективного собственника. Учитывая высокую социальную значимость санаторно-курортного комплекса в оздоровлении нации, его существенную роль в современной системе здравоохранения необходимо неиспользуемую или неэффективно используемую собственность передавать в управление, реструктуризировать, акционировать и т.д. на конкурсной основе. Для чего идеально подходят формы и механизмы ГЧП. Такой подход не только расширяет возможности использования собственности для привлечения инвестиций в развитие здравниц, но и позволяет исправить просчеты, допущенные в процессе разграничения собственности курортов между государственными, федеральным и муниципальным уровнями власти, следствием которых явился неоправданно низкий удельный вес муниципальной, региональной собственности в составе санаторно-курортного комплекса. Данный просчет можно исправить посредством передачи части акций администрациям городов-курортов с целью получения муниципалитетами доходов от собственности и контроля за эффективностью использования через участие в советах.

Таким образом, ГЧП обеспечивает в сфере рекреации ряд преимуществ. Бизнес снабжает финансовыми ресурсами, профессиональным опытом, эффективным управлением, гибкостью и оперативностью в принятии решений, способностью к новаторству. Государство обеспечивает правомочия собственника, возможность предоставления налоговых и иных льгот, гарантий, а также материальных и финан-

совых ресурсов. В ГЧП оно получает возможность заняться исполнением своих основных функций - контролем, регулированием, соблюдением общественных интересов. По мере развития ГЧП в сфере инфраструктуры государство может постепенно смещать акценты в своей деятельности с конкретных проблем строительства и эксплуатации объектов на административно-контрольные функции. Неизбежные предпринимательские риски при этом перераспределяются в сторону бизнеса. Общественная же значимость ГЧП заключается в том, что в итоге выигрывает общество как потребитель более качественных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» Консультант плюс : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pppi.ru/sites/default/files/akon_o_gchp (дата обращения 20.03.2016).

2. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pppi.ru/sites/default/files/> (дата обращения 20.03.2016).

3. Власова Т.И. Государственно-частное партнерство – один из основных факторов динамичного развития индустрии туризма и гостеприимства // Материалы международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», Петрозаводск-Кондопога, 8-10 июня 2010 г. - С.49-52

4. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика / Экономический портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://institutiones.com/general/partnerstvo.html> (дата обращения 22.03.2016).

5. Куркин К. У регионов есть потенциал . Эксперт онлайн [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://expert.ru/northwest/2014/21/u-regionov-est-potentsial> (дата обращения 28.03.2016).

6. Мельник Е.А. Проблемы функционирования санаторно-курортного сектора КМВ в условиях экономического кризиса // Сб. научных трудов 3-й ежегодной конференции преподавателей, студентов и молодых ученых СКФУ «Университетская наука-региону», Пятигорск, 2015. - Т.2. - С.116-121

7. Развитие государственно-частного партнерства в России в 2015–2016 годах. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП / Исследование Ассоциации «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития Российской Федерации. – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. – 36 с.

8. Центр развития государственно-частного партнерства [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pppcenter.ru/29/novosti/pppcenter-news> (дата обращения 22.03.2016).

9. Яковлева-Чернышева А.Ю. Государственно-частное партнерство как

инструмент оптимизации кластерного взаимодействия в рекреационной сфере // Транспортное дело России. – 2011. – №11. – С. 120-122.

10. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретико-методологические аспекты управления предпринимательством в санаторно-курортной сфере // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: Наука и просвещение, 2016. – С. 36-49.

11. Единая информационная система государственно-частного партнёрства в РФ. Отрасли. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.pppi.ru/region> (дата обращения 14.10.2016).

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Роганян С.А., Юхновец Л.Ю.

ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В России налоговая нагрузка довольно высока, поэтому многие пытаются сократить свои расходы именно за счет снижения налогового бремени [1, с. 166].

Существует два варианта снижения налоговой нагрузки (Рисунок 1): законный и незаконный. К незаконным методам относят уклонение от уплаты налогов посредством занижения налогооблагаемой базы, фальсификации бухгалтерской и налоговой отчетности и прочего. Преимуществом данных методов оптимизации является их доступность и дешевизна. Но существуют и минусы в виде рисков при выявлении данных нарушений фискальными органами власти. В связи с развитием фискальной системы, предприятия все реже прибегают к данным методам и переориентируются на законные методы, получившие название методы оптимизации или минимизации налогообложения [2, с. 260]. Целью этих методов является не противодействие фискальной системе, которое влечет применение налоговых санкций или уголовную ответственность, а законное высвобождение активов с целью дальнейшего их использования в экономической деятельности. Оптимизация налогообложения позволяет налогоплательщику правомерно избежать или уменьшать обязательные выплаты в бюджет или получать отсрочку по обязательным выплатам в бюджет, производимым в виде налогов, сборов, пошлин и других платежей и, следовательно, не влечет неблагоприятных последствий для налогоплательщика. Недостатками методов законной налоговой оптимизации являются высокая стоимость и необходимость специальных знаний. Достоинством

же является отсутствие вероятности, что налоговая проверка выявит на предприятии нарушения налогового законодательства. Главный же плюс применения законных методов оптимизации - это положительный эффект в долгосрочной перспективе [3, с.134].

Оптимизация налогообложения на предприятии осуществляется в рамках налогового планирования, которое в свою очередь является частью налоговой деятельности предприятия [4, с. 44]. Мнение о том, что налоговая деятельность на предприятии ограничивается начислением и уплатой налогов, а также предоставлением соответствующей отчетности ошибочно. К налоговой деятельности можно отнести такие виды работ как: стратегическое, текущее, оперативное налоговое планирование; налоговый учет; подготовка и сдача налоговой отчетности; взаимодействие с фискальными органами в ходе текущей деятельности, в ходе проверок деятельности предприятия; контроль соблюдения сроков налоговых выплат; контроль формирования и изменения объектов налогообложения.



Рисунок 1. Варианты снижения налоговой нагрузки

К основным методам оптимизации в сфере налогообложения можно отнести: использование пробелов в существующих законах; выбор организационно-правовой формы предприятия; разработка грамотной учетной политики для использования оптимальных законодательно предусмотренных вариантов исчисления налогов; выбор режима налогообложения; выбор наиболее выгодного с точки зрения налогообложения места расположения организации или структурных подразделений; использование налоговых льгот; отсрочка уплаты налогов; разделение или замена отношений при осуществлении сделок; налоговое планирование с использованием договорных отношений (рисунок 2) [5, с. 134].

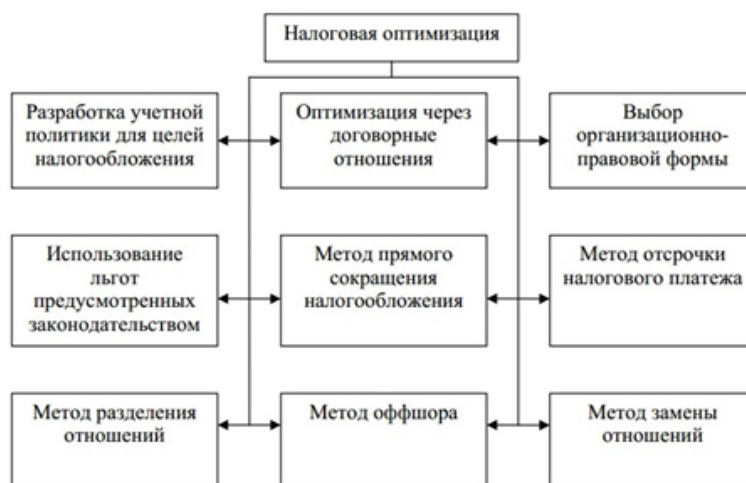


Рисунок 2. Методы оптимизации налогообложения

Существующие схемы оптимизации налогообложения это лишь шаблоны, окончательный вариант оптимизации разрабатывается для каждого предприятия индивидуально с учетом факторов внутренней и внешней среды предприятия, которые могут повлиять на стабильность и устойчивость его функционирования и развития [11; 12].

В последние годы фискальные органы предъявляют все более жесткие требования к предприятиям, пристальное внимание уделяется деятельности предприятий с точки зрения выявления фактов уклонения от налогов. В связи с этим, компании, использующие какие-либо механизмы снижения налоговой нагрузки, должны внимательно относиться к тем критериям, которые проверяющие органы используют при определении добросовестности налогоплательщика. Это позволит своевременно реагировать и корректировать действия для защиты интересов предприятия.

Грань между законной и незаконной оптимизацией довольно размытая, и наше законодательство не содержит определений таких понятий как «налоговая оптимизация» и «уклонение от уплаты налогов». Это ставит предприятия в крайне не выгодное положение, так как любое действие по уменьшению налоговой нагрузки, осуществляемое в рамках действующего законодательства, может трактоваться фискальными органами по-разному, а в некоторых случаях может быть признано уклонением от уплаты налогов, которое, согласно законодательству, может повлечь уголовное наказание по статье 199 Уголовного кодекса РФ [6, с. 180].

Когда предприятие в своей деятельности для уменьшения налоговой нагрузки использует явно противоправные приемы и методы, для фискальных органов не составит труда признать такие действия уклонением от уплаты налогов. Однако если предприятие действует строго в рамках существующего законодательства, фискальным органам будет сложно однозначно квалифицировать его

действия.

В законе не установлены правила для налоговой оптимизации, и, соответственно, все, что не запрещено законодательно, можно отнести к налоговой оптимизации, а не к уклонению от налогов. Но если брать во внимание судебную практику, такие «правила» существуют. В целях единообразия судебной практики еще в 2006 году Пленум ВАС РФ выпустил постановление, в котором дается оценка обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды. В данном документе дается определение понятия «налоговая выгода» как уменьшение размера налоговой обязанности, в частности, уменьшения налоговой базы, получения налогового вычета, налоговой льготы, применения более низкой налоговой ставки, а также получение права на возврат (зачет) или возмещение налога из бюджета [7, с. 8].

Одним из важных моментов документа является закрепление презумпции добросовестности налогоплательщика, иными словами, действия налогоплательщика, в результате которых получена налоговая выгода считаются экономически оправданными, а сведения, содержащиеся в налоговой декларации и бухгалтерской отчетности, - достоверными. Из этого следует, что факт получение необоснованной налоговой выгоды должен быть доказан фискальными органами. Проанализировав вышеуказанное постановление, можно выделить основные принципы, соблюдение которых обязательно для признания налоговой оптимизации законной:

1. Добросовестность, честность налогоплательщика.
2. Преимущество экономического смысла над юридической формой.
3. Наличие деловой цели.
4. Реальности экономической деятельности [8, с. 43].

Для того, чтобы не выходить за рамки действующего законодательства при осуществлении деятельности по оптимизации налогообложения, предприятию необходимо соблюдать ряд правил:

Во-первых, не применять схемы оптимизации налогообложения ради самих схем, все схемы должны иметь экономическое обоснование.

Во-вторых, для каждого предприятия методы налоговой оптимизации должны разрабатываться индивидуально, с учетом внутренней и внешней среды предприятия.

В-третьих, при разработке методов оптимизации, необходимо консультироваться с юристами, специализирующимися в данной отрасли.

В-четвертых, необходимо еще на этапе разработки оценить все возможные проблемы и их последствия, а не решать проблемы по ходу их возникновения.

В-пятых, необходим постоянный контроль над действиями, производимыми на предприятии для оптимизации налогообложения.

В-шестых, нельзя санкционировать меры, направленные на существенное уменьшение размера налоговых обязанностей.

В-седьмых, нельзя нарушать законодательство Российской Федерации [9, с. 62].

На сегодняшний день существующая необходимость в использовании предприятиями механизмов оптимизации в налогообложении противоречит принципу эффективности налогообложения, согласно которому налоги не должны оказывать влияние на принятие экономических решений, либо это влияние обязано быть наименьшим.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что налоговая оптимизация необходима каждому предприятию, так как это позволяет высвободить дополнительные денежные средства, которые будут использованы в деятельности фирмы, что позволит увеличить прибыль предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величко Н.Ю., Юхновец Л.Ю., Варданян А.А. Стимулирующая налоговая политика как основа поддержки малых инновационных предприятий // Экономика и социум. - 2015. - № 4 (17). - С. 166-170.

2. Величко Н.Ю., Гладуша Б.В. Уголовная ответственность за неисполнение обязанностей налогового агента // «Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки»: Электронный сборник статей по материалам XIX студенческой международной научно-практической конференции. - Новосибирск: Изд. «СибАК», - 2014. - № 4 (19). - С. 257-262. - Режим доступа: URL:[http://www.sibac.info/archive/guman/4\(19\).pdf](http://www.sibac.info/archive/guman/4(19).pdf)

3. Величко Н.Ю., Гладуша Б.В., Гоцадзе Э.И. Основание введения уголовной ответственности за неисполнение обязанности налогового агента // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «Тенденции развития экономики и менеджмента», Казань. 2014. - С. 133-135

4. Величко Н.Ю., Завольская Н.Б. Актуальные проблемы реализации уголовной ответственности за уклонение от уплаты налогов // Государство и право в XXI веке. - 2015. - № 1. - С. 43-48.

5. Величко Н.Ю., Гладуша Б.В., Гоцадзе Э.И. Основания для введения уголовной ответственности за неисполнение обязанностей налогового агента // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. Инновационный центр развития образования и науки. - 2014. - С. 133-135

6. Ветрила Е.В. Анализ материалов уголовного дела о нераскрытом преступлении, предварительное следствие по которому приостановлено // «Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах»: материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов. - Сочи: Международный инновационный университет. - 2016. - С. 178-184.

7. Ветрила Е.В. Актуальные проблемы борьбы с преступностью на современном этапе / Ветрила Е.В., Кассихина В.Е., Сплавская Н.В., Юрова К.И., Пация Д.В. Коллективная монография. - Сочи, 2015.

8. Лященко Н.А. Азбука налогового планирования предпринимательской

деятельности // Управление и экономика в XXI веке. - 2015. - №1. - С. 11-17.

9. Сплавская Н.В., Кулешова Л.В. Виктимологические особенности преступности в курортном городе // «Правовые и социально-экономические проблемы современной России: теория и практика»: материалы IV Международной научно-практической конференции. - Пенза, - 2015. - С. 62-68.

10. Сплавская Н.В. Инновационные технологии формирования продуктивных когнитивных и поведенческих стереотипов в сфере правовых отношений // Гуманизация образования. - 2012. - № 2. - С. 42-47.

11. Яковлева-Чернышева А.Ю. Некоторые подходы к исследованию факторов устойчивого развития предпринимательских структур // Управление и экономика в XXI веке. – 2013. – №2. – С. 3-10.

12. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности управленческих решений в процессах функционирования и развития предприятия // Материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов «Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах», Сочи, 27 апреля 2016 г. – Сочи: Международный инновационный университет, 2016. – С. 104-107.

13. Яковлева-Чернышева А.Ю. Концептуальные основы управления устойчивым развитием предпринимательских структур / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина, А.В. Кузнецов // Социально-экономические и правовые основы развития экономики. – Уфа, 2015. – С. 239-250.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Филонова Э.А., Бердышев О.К.

АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ ООО «ПЕГАС»

Прибыль предприятия является главной целью любой предпринимательской деятельности. Значение прибыли усиливается с переходом экономики государства на основы рыночного хозяйства, поскольку, получив финансовую самостоятельность и независимость, предприятие любой формы собственности вправе решать, на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений.

В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли, т.е. к такому ее объему, который позволял бы предприятию не только прочно удерживать позиции сбыта на рынке своей продукции, но и обеспечивать динамичное развитие его производства в условиях

конкуренции. При этом следует помнить, что прибыль - это главный источник финансовых ресурсов предприятия, формирующий собственный капитал и обеспечивающий его развитие. Помимо этого, прибыль - основа принятия инвестиционных решений и инновационной деятельности предприятия. В условиях рыночной экономики величина прибыли определяет направления инвестирования.

Проведем анализ состава, структуры и динамики показателей прибыли на примере ООО «Пегас». Предприятие создано в форме общества с ограниченной ответственностью. Полное наименование – Общество с ограниченной ответственностью «Пегас». Местонахождение предприятия: 354057 Краснодарский край, город Сочи, улица Невская, дом 5

Согласно штатному расписанию в организации трудится 15 человек:

- директор;
- главный бухгалтер;
- бригадиры;
- производители работ;
- кассир;
- водитель.

Организационная структура предприятия показана на рис. 1

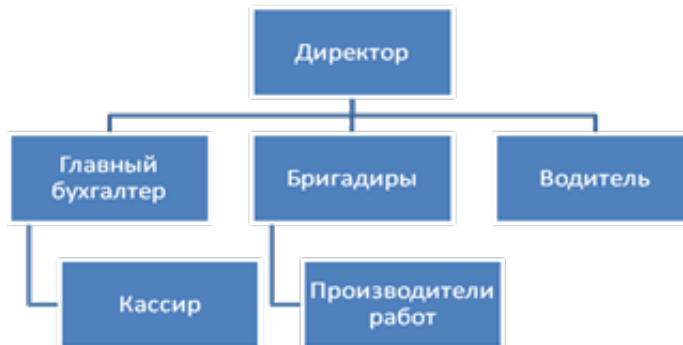


Рис. 1. Организационная структура ООО «Пегас»

Организационная структура ООО «Пегас» линейная. Линейная организационная структура - самая простая бюрократическая иерархическая структура управления.

Целью деятельности общества является извлечение прибыли. Предприятие осуществляет следующие виды деятельности: строительство зданий и сооружений; производство общестроительных работ; производство общестроительных работ по возведению зданий; производство прочих строительных работ; строительство фундаментов и бурение водяных скважин; производство бетонных и железобетонных работ; монтаж металлических строительных конструкций; производство каменных работ; производство прочих строительных работ, требующих специальной квалификации.

По итогам 9 мес. 2015 г. предприятие показало следующие финансовые результаты: выручка от реализации продукции – 14951 тыс. руб; затраты на про-

изводство реализованной продукции – 13921 тыс. руб.; результат от реализации продукции – 1030 тыс. руб. налоги – 197 тыс. руб.; чистая прибыль – 452 тыс. руб.

На основании данных отчетности предприятия (отчет о прибылях и убытках) представим данные о финансовых результатах в агрегированной форме (табл. 3) для их последующего анализа.

Таблица 1. Финансовые результаты деятельности ООО «Пегас», тыс.руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	9456	14951
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	8804	13921
Валовая прибыль	652	1030
Коммерческие расходы	0	0
Управленческие расходы	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	652	1030
Проценты к получению	0	0
Проценты к уплате	0	0
Прочие доходы	0	7
Прочие расходы	467	387
Прибыль (убыток) до налогообложения	185	650
Текущий налог на прибыль	109	197
Чистая (нераспределенная) прибыль (убыток) отчетного периода	76	452

В целом можно отметить, что предприятие работает с прибылью, размер выручки и прибыли постоянно увеличивается. Однако представляется, что размер прибыли невелик относительно масштабов деятельности.

Проанализируем финансовые результаты деятельности предприятия более подробно.

В таблице 2 представим структуру балансовой прибыли предприятия (прибыли до налогообложения), в таблице 3 структуру доходов предприятия, а в таблице 4, взаимосвязанную с ней структуру расходов предприятия.

Таблица 2. Структура балансовой прибыли (прибыли до налогообложения) ООО «Пегас»

Показатели	2014	2015
Прибыль от продаж, тыс.руб.	652	1030
Прибыль от продаж (в % к прибыли до налогообложения)	352%	158%
Сальдо прочих доходов и расходов, тыс.руб.	(467)	(380)
Итого, балансовая прибыль (прибыль до налогообложения), тыс.руб.	185	650

На основании данных таблицы, можно отметить, что основное влияние на формирование балансовой прибыли ООО «Пегас», как и на большинстве предприятий, оказывало поступление прибыли от продаж. Влияние прочей деятельности было менее значительным, причем сальдо от прочей деятельности было отрицательным. Графически формирование прибыли до налогообложения отражено на рисунке 2.

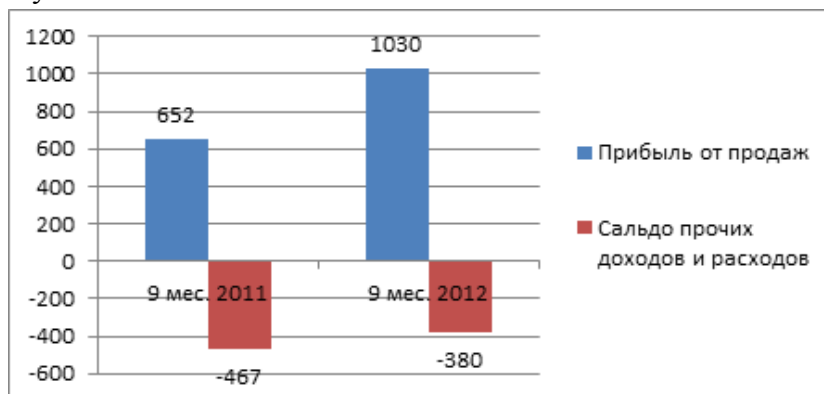


Рис. 2. Финансовый результат от различных видов деятельности предприятия

Заметим сразу, что относительно существенный вклад в итоговый финансовый результат прочей деятельности связан с низкой рентабельностью основной деятельности, а не с масштабами прочей деятельности. Это подтверждается, в частности, результатами анализа структуры доходов ООО «Пегас» - где не менее 99% приходится на выручку от основной деятельности.

Таблица 3. Структура доходов ООО «Пегас»

Показатель	2014 г.	2015 г.
Выручка (в % к общей сумме доходов)	100%	99,3%
Прочие доходы (в % к общей сумме доходов)	0%	0,7%

Структура доходов ООО «Пегас» за 9 месяцев 2015 года представлена графически на рисунке

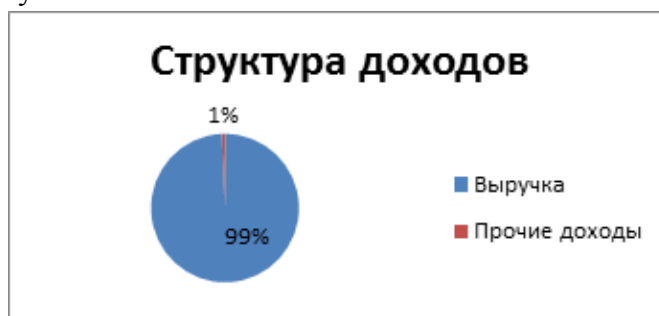


Рис. 3. Структура доходов ООО «Пегас» (2015г), %

Таблица 4. Структура расходов ООО «Пегас»

Показатели	2014 г.	2015 г.
Расходы по обычным видам деятельности (в % к сумме расходов)	97,3%	94,9%
В т.ч. себестоимость проданных товаров (в % к сумме расходов)	97,3%	0%
В т.ч. коммерческие расходы (в % к сумме расходов)	0%	0%
В т.ч. управленческие расходы (в % к сумме расходов)	0%	0%
Прочие расходы (в % к сумме расходов)	2,7%	5,1%

Структура расходов ООО «Пегас» взаимосвязана со структурой дохода: более 90% составляют расходы по обычным видам деятельности. Общая сумма данных расходов складывается целиком из себестоимости реализуемых товаров. Также 2-5% всех расходов предприятия составляют прочие расходы. В целом можно отметить, что структура доходов и расходов ООО «Пегас» взаимосвязана.

Структура расходов ООО «Пегас» за 2015 год представлена графически на рисунке 4.



Рис.4. Структура расходов ООО «Пегас» (2014 г), %

Таблица 5. Динамика изменений показателей прибыли

Показатели	2014 г.	2015 г.
Прибыль от продаж, тыс.руб.	652	1030
изменение за год, тыс.руб.		378
темп роста, %		158%
Сальдо операционных доходов и расходов, тыс.руб.	(467)	(380)
изменение за год, тыс.руб.		-87
Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	185	650
изменение за год, тыс.руб.		465
темп роста, %		351%

В таблице 5 представлена динамика показателя балансовой прибыли (прибыли до налогообложения) и показателей прибыли, определяющих его суммарный итог (прибыль от продаж, сальдо от операционной деятельности, сальдо от внереализационной деятельности). Динамика показателя чистой прибыли и его удельный вес в балансовой прибыли представлены на рисунке 5.

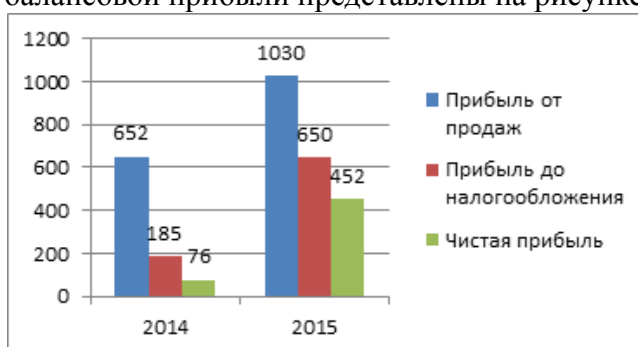


Рис. 5. Динамика показателя чистой прибыли и соотношения с балансовой прибылью и прибылью от продаж, тыс.руб.

Проанализируем более подробно структуру выручки от продаж ООО «Пегас» - соответствующие расчеты представлены в таблице и на рисунке 6.

В таблице 6 представлена динамика показателей, формирующих выручку предприятия, на рисунке их структура.

Таблица 6 - Динамика показателей, формирующих выручку

Показатели	2014 г.	2015 г.
Выручка, тыс.руб.	9456	14951
изменение за год, тыс.руб.		5495
темп роста, %		158%
Себестоимость реализации, тыс.руб.	8804	13921
изменение за год, тыс.руб.		5117
темп роста, %		158%
Коммерческие расходы, тыс.руб.	0	0
изменение за год, тыс.руб.		0
темп роста, %		0
Управленческие расходы, тыс.руб.	0	0
изменение за год, тыс.руб.		0
темп роста, %		0
Прибыль от продаж, тыс.руб.	652	1030
изменение за год, тыс.руб.		378
темп роста, %		158%

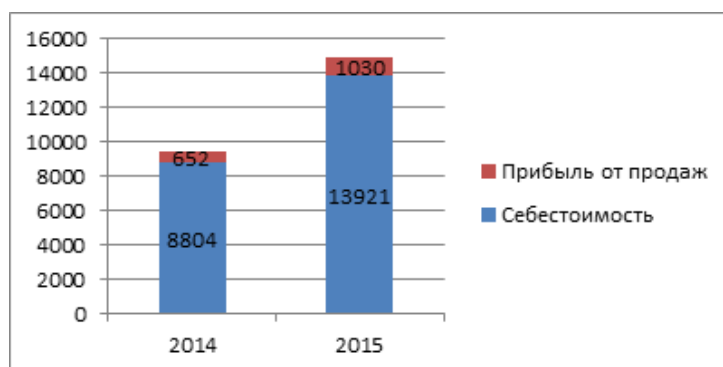


Рис. 6. Структура выручки от продаж (2015 г), тыс.руб., %

Заметим также, что в структуре выручки от продаж – прибыль от продаж занимает незначительный удельный вес, составляя на протяжении рассматриваемого периода около 7%. Фактически данный показатель идентичен рентабельности продаж и незначителен.

В таблице 7 приведен анализ формирования чистой прибыли предприятия.

Таблица 7. Налогообложение и чистая прибыль ООО «Пегас»

Показатели	2014 г.	2015 г.
Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	185	650
Налог на прибыль, тыс.руб.	109	197
Справочно: уровень налогообложения прибыли (в % к прибыли до налогообложения)	59%	30%
Чистая прибыль, тыс.руб.	76	452
Изменение чистой прибыли к предыдущему году, тыс.руб.		376
Темп изменения чистой прибыли к предыдущему году		595%

Следует заметить, что уровень налогообложения прибыли исследуемого предприятия изменялся в зависимости от ставки налога, а также от применения различных налоговых вычетов, из-за которых фактический уровень налогообложения был несколько ниже установленного действующими ставками.

В целом динамика изменения показателя чистой прибыли исследуемого предприятия изменялась в соответствии с изменением показателя прибыли до налогообложения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ в управлении финансовым состоянием коммерческой организации / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов. - М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2012. 240 с.: ил.
2. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация / Пер. с англ. - М.: Финансы и статистика, 2011.
3. Бородина В.В. Формирование и учет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) организации // Аудиторские ведомости. - 2013. - № 7. - С. 51-57.
4. Варпаева И.А. Бухгалтерский учет в подготовке управленческих решений по использованию прибыли // Все для бухгалтера. - 2012. - № 3. - С. 23-27.
5. Дмитриева Е. Финансовый анализ деятельности компаний. // Консультант. - 2011. - N 15. - С. 26-33.
6. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Анализ финансовой отчетности коммерческой организации: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 240 с.
7. Казакова Н.А., Белякова Э.И., Федченко Е.А. Совершенствование методики предварительного анализа отчетности организаций-налогоплательщиков на основе унифицированных аналитических процедур // Международный бухгалтерский учет. - 2012. - N 17. - С. 35-41.
8. Современная модель эффективного бизнеса: монография/Н.Ю.Величко, Н.А. Гончарова, В.В. Заболоцкая и др./Под общ. ред. С.С.Чернова. - Книга 10. - Новосибирск: ООО «Агентство «СИБПРИНТ», 2012. - С. 94-107.
9. Тординава И.К. Управленческий анализ в деятельности торговых предприятий// Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах материалы внутривузовской научно-практической конференции для преподавателей и аспирантов. Сочи: Международный инновационный университет. - 2016. - С. 138-141.
10. Тординава И.К., Демченко О.Н. Роль управленческого анализа в торговом предприятии // Новая наука: Стратегии и векторы развития. - 2016. - № 4-1 (76). - С. 53-55.
11. Экономика: мировой исторический опыт и современные проблемы монография. Книга 3/под ред. М.М. Скорева. - Ставрополь: Логос, 2014. -С.27-61.
12. Яковлева-Чернышева А.Ю. Теоретические основы управления устойчивым развитием коммерческой организации// Управление и экономика в XXI веке. - 2015. - №2. - С. 5-11.

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Зайков В.П.

ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ С ПОЗИЦИЙ ИСТОРИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

В мировой практике на сегодня сложились две базовые модели рыночной экономики: либеральная и социально-ориентированная. Они различаются в главном: ролью государства в экономике, степенью его вмешательства (регулирования) в социально-экономические процессы, включая процессы, происходящие в налоговой сфере [12]. Либеральная модель рыночной экономики характеризуется относительно низким уровнем совокупной налоговой нагрузки, а государство в малой степени регулирует налоговые процессы, не вмешивается в деятельность налогоплательщика. Напротив, в социально-ориентированной модели, характеризующейся достаточно высоким уровнем налогового бремени, государство предоставляет налогоплательщику значительные социальные льготы и гарантии, является активным участником налоговых отношений. Последнее выражается в широком информировании государством налогоплательщика по вопросам исчисления и уплаты налогов, принятии законодательных мер по прозрачному функционированию налоговых органов, в результате национальная налоговая система является мощным инструментом экономического регулирования производства валового продукта, воздействия на отраслевую структуру и динамику развития экономики и предпринимательства.

Регулируя налоговые отношения, что конкретизируется в величине налогов, поступающих в бюджет, государство имеет тем самым возможность стимулировать или сдерживать активность бизнеса, развивать нужные отрасли экономики или, наоборот, сдерживать такое развитие в тех отраслях, где наблюдается перепроизводство продукции или образуется теневой капитал. Налоговые платежи и сборы являются главным источником формирования бюджета государства, и, следовательно, государственная налоговая политика и является базой формирования общей экономической политики и способом воздействия государства на экономику. В этой связи вполне объяснимо, что в науке о государстве проблемам взимания налогов и установления налоговых отношений, отвечающих потребностям экономики, уделяется большое внимание. Так, известный мыслитель П. Прудон говорил, что «вопрос о налоге есть вопрос о государстве», а К. Маркс утверждал, что «в налогах воплощено экономически выраженное существование государства» [9].

Устойчивое и эффективное функционирование налоговой системы, правильно выстроенные налоговые отношения системы служат признаком высокого уровня развития государства [6; 7]. Но в каждой исторической эпохе развития государственности в зависимости от географического расположения той или иной страны налогообложение имело свои особенности. Проведем краткий исторический экскурс в данный вопрос, полагая, что исследование периодизации налогообложения и налоговых отношений в разрезе эволюционных изменений сущностных признаков государственности очень важна не только для уяснения трансформаций налоговых систем, но и для оценки современных тенденций в их развитии, выявления основных факторов, определяющих сегодня содержание налоговых отношений.

Подходы современных исследователей к периодизации развития налоговых систем различны [1; 4; 8; 10 и др.]. В развитии налогообложения рассматриваются три и четыре периода, сводится в один исторический период Древний мир и Средневековье или он разделяется, объединяется последнее XX-е столетие и начавшееся новое столетие, или они рассматриваются как отдельные периоды и т.д. Вместе с тем, все разнообразие подходов, по нашему мнению, можно свести к двум вариантам.

Первый вариант периодизации. Выделяются наиболее существенные признаки налогообложения, например, степень развитости налоговой системы, количество налогов и др.

Второй вариант. Привязка периодизации в налогообложении к истории развития человеческой цивилизации и государственности. Например, Древний мир, падение Римской Империи, 35 тыс. лет до н.э. до 476 г. (1 этап), Средние века, с 476 по 1492 гг. (2-й этап), Открытие Америки, с 1492 по 1789 гг. (3-й этап), Великая Французская революция и конец Второй мировой войны, с 1789 по 1945 гг. (4-й этап), Современная история, с 1946 г. по н.в. (5-й этап).

Некоторые авторы (например, Барулин С.В. [2]) предлагают рассматривать этапы в налогообложении с точки зрения эволюции теории налогов, с чем мы не можем в полной мере согласиться, поскольку имеет место большое множество самых различных теорий, группировка которых по временному признаку достаточно сложна и, следуя логике авторов, нужно рассматривать несколько десятков периодов (этапов). Вместе с тем, бесспорно, что с течением времени налоги стали играть все большую роль в формировании доходов государства и использоваться как инструмент регулирования экономических процессов, соответственно этому зарождались определенные налоговые, которые в последующем трансформировались и совершенствовались.

Проанализировав разные подходы, мы пришли к мнению, что в периодизации налоговых систем и налоговых отношений лучше всего использовать сочетание исторического (государственного) признака с параллельным выделением наиболее значимых теорий в налогообложении. В этом контексте и будет излагаться далее материал.

Финансовым событием, с которого собственно и начинается история нало-

говых отношений, является появление денег в Древнем мире (приблизительно, начало VII в. до н.э.). В первом периоде истории налогообложения, налоги начинают взиматься в доход государства в денежной форме [13] и, как отмечают исследователи Грачёва Е.Ю., Ивлиева М.Ф. и Соколова Э.Д., «по мере развития товарно-денежных отношений налоги принимают денежную форму...» [5, с. 24]. Полагаем, что первый период в истории налоговых отношений можно считать завершённым с появлением научных теорий в XIII-XVI вв. Среди них можно особо выделить:

- Фому Аквинского (1226-1274), который называл налоги узаконенной формой грабежа государством народа;

- Диомеда Карафа (? – 1487), который утверждал, что основным доходным источником государства должно быть обложение объектов недвижимости и денежного капитала (так называемые, «домены»);

- Жана Бодена (1530-1597), который впервые употребил термин «финансы» и ввел свою классификацию доходов государства, состоящую из семи пунктов, в числе которых к категории «налоговых» доходов он относил домены, пошлины с торговой деятельности (аналог современного ЕНВД) и ввоза-вывоза товаров (аналог таможенных платежей).

Второй период в истории налогообложения, с нашей точки зрения, начался в XVII-XVIII вв., что связано с продолжительными войнами, завершившимися «перекройкой» государственных границ и изменением государственной политики в части формирования структуры государственной казны. Значимой позицией в государственных доходах становятся налоги с завоеванных народов. В этот же период стали появляться множество экзотических налогов (например, в России, «налог на право носить бороду») и налогов на промысел (на деятельность).

В теоретическом плане большую роль сыграла теория эквивалентного обмена, основной тезис которой состоял в определении налога как эквивалентной платы населения страны государству за охрану общественного порядка, национальную безопасность, возможность решать имущественные споры в суде и т.д. Это подробно описывает в своих книгах известный российский историк финансов Пушкарева М.В. [11].

Второй по значимости в этом периоде следует считать классическую теорию налогов, основоположником которой является Адам Смит (1723-1790), который первым научно определил понятие «налоговая система» и сформулировал четыре базовых принципа налогообложения (равенства и справедливости, удобства (уплаты налога), определенности (исчисления) и экономичности (минимум государственных затрат на взимание налога), на которых должна строиться такая система. В дальнейшем классическая теория налогообложения была развита усилиями таких известных экономистов, как Давид Риккардо (1772-1823), Джон Стюарт Милль (1806-1873) и рядом других. Таким образом, можно считать второй период в истории налогообложения и налоговых отношений завершённым к началу XX-го столетия, прямые и косвенные налоги окончательно утвердились в налоговых системах большинства государств.

Третий период в истории налогообложения начинается в XX веке, когда на примере России зафиксирован первый исторический опыт обобществления собственности и образования государства социалистического типа. Доходы СССР и позже других социалистических государств стали формироваться на принципе перераспределения доходов государственных и коллективных предприятий, и при этом частная собственность была вытеснена на второстепенные позиции с точки зрения ее налогообложения. Как отмечает исследователь Борисов Е.Ф., «широкое развитие получили два типа обобществления (общее доленое и общее совместное), а частная собственность утратила свое главнейшее финансово-экономическое предназначение» [3, с. 187].

Вместе с тем, в отличие от практики социалистических государств, в первой половине XX-го столетия происходили экономические процессы совсем иного плана. Мировой экономический кризис (1929-1933 гг.) продемонстрировал очевидную несостоятельность классической теории налогообложения в новых экономических условиях и указал на необходимость пересмотра роли государства в регулировании экономики. Так появилась кейнсианская «Теория занятости, процента и денег», создателем которой по праву считается Джон Кейнс (1883-1946), согласно которой предполагается активная роль в регулировании налогообложения и процессов формирования государственных (бюджетных) доходов.

Таким образом, третий период в истории налогообложения и налоговых отношений можно охарактеризовать как период сочетания налоговых (условно) отчислений в результате обобществления собственности (социалистические страны) и одновременно утверждением форм государственного экономического (налогового) регулирования (капиталистические страны).

Реалии мирового устройства по окончании второй мировой войны, утверждение ведущей роли в мировой экономике США, череда кризисов 70-80-х годов, идеи «рейгономики» инициировали, на наш взгляд, начало четвертого (современного) этапа в истории налогообложения. Появилась неоклассическая теория финансов, которая, в отличие от кейнсианской, отводит государству достаточно скромную, и можно даже сказать, пассивную роль в регулировании экономических процессов. Значительный вклад в развитие новой теории налогов внес А. Лаффер, установивший численную зависимость между налоговой ставкой (процент) и доходами бюджета (Laffer curve).

Характеризуя современный этап в развитии налогообложения, отметим, что основная часть доходов государства обеспечивается налоговыми поступлениями, но в рыночных, достаточно изменчивых условиях, налоговые поступления сложно планировать, особенно в периоды кризиса, что иллюстрирует сегодняшняя ситуация с формированием государственного бюджета России. Относительная условность налогового планирования очевидна, и колебания налоговых поступлений в бюджет являются следствием как внешних, так и внутренних факторов, из которых главным, на наш взгляд, является эффективность регулирования налоговых отношений со стороны государства. В условиях глубокой зависимости экономики страны от состояния мировых рынков, как в случае

для России - мирового рынка энергоресурсов - налоговые поступления ничем не гарантируются, а их планирование приобретает форму прогнозных сценариев. В дополнение также следует сказать, что на протяжении всего XX столетия зарубежная практика налогообложения опирались на различные теоретические концепции и научные школы (таблица 1).

Таблица 1. Периодизация налогообложения и налоговых отношений (предложено автором)

Период	Примерная продолжительность	Характерная черта (признак) периода
Первый	IV тыс. до н.э. - XVI в. н.э.	Натуральное обложение. Возникновение и развитие денежной форм налогообложения. Домены (налогообложение имущества и капитала). Зарождение налоговых теорий.
Второй	XVII – XIX вв.	Широкое распространение (как постоянных) государственных (прямых и косвенных) налогов и сборов. Налогообложение промыслов. Классическая теория налогов.
Третий	Начало XX в. – до 50-60-х годов	Сочетание налоговых (условно) отчислений в результате обобществления собственности (социалистические страны) и одновременно, утверждение форм государственного экономического (налогового) регулирования (капиталистические страны). Кейнсианство.
Четвертый	70-80-е годы XX в. – по н.в.	Пассивная (условно) роль государства в регулировании налоговых отношений. Сложность планирования налоговых поступлений в бюджет. Неоклассическая теория налогообложения.

Рассматривая вопрос периодизации и эволюции налогообложения, нельзя немного не сказать о вкладе российских ученых в становление налоговой науки и некоторых узловых моментах формирования современной российской налоговой системы. Зарождение, развитие, трансформация отечественной финансовой науки и одного из ее основных разделов «налоговая наука», имеет давнюю историю и национальные особенности, присущие только России.

Так, первые попытки формулировки бюджетно-налоговых проблем и путей их разрешения были сделаны еще в XVII-XVIII вв. (второй период в развитии налогообложения согласно предлагаемой нами периодизации) Ю. Крижаничем, Г. Котошихиным, И.Т. Посошковым и были в дальнейшем успешно продолжены Н.И. Тургеневым, М.Ф. Орловым, А.И. Якубовичем, А. Бестужевым, Н.А. Добролюбовым, А.И. Герценом, Н. Огаревым и др.

Период второй половины XIX – начала XX вв. можно охарактеризовать как научное оформление российской финансовой школы в лице ее видных представителей, таких как И.Я Горлов (теория финансов и финансовая статистика),

Е.Г. Осокин, В.А. Лебедев (финансовое право), И.И. Янжул, И.Х. Озеров (основы финансовой науки).

Пропуская советский период, как нехарактерный в плане эффективного налогообложения, отметим, что политика перестройки (1985-1990 гг.) положила начало новому этапу развития налоговой науки и формирование принципиально новой налоговой системы с ее налоговыми отношениями в России. Переход к рыночной экономике (1991-1993 гг.) придал мощный импульс к рыночному оформлению налоговой системы и формированию государственной налоговой политики. Уже в эти первые, «рыночные» годы, Правительством РФ было однозначно определено, что наше государство не может существовать без мощного финансового обеспечения, которое формируется главным образом за счет налогов. В свою очередь, развитие рыночной экономики требует активного государственного вмешательства в сферу регулирования налоговых отношений путем использования соответствующего налогового механизма. При этом рынок, его инфраструктурные элементы служат неким узловым пунктом, связывающим бюджет и налоги, максимально выражают форму и содержание только зарождающихся рыночных экономических отношений. С 1 января 1992 г. в России была введена налоговая система, призванная способствовать интеграции российской экономики в мировое экономическое пространство, развитию рыночных отношений, решать давно назревшие социально-экономические задачи.

В конце 1990-х гг., с принятием Налогового Кодекса как фундаментального законодательного акта, регулирующего налоговые отношения, стала меняться принципиальным образом и проводимая государственная налоговая политика. Налоги стали рассматриваться не только с позиции выполнения ими фискальной функции, но и как инструмент регулирования экономических процессов в стране.

В дальнейшем, в ходе налоговой реформы в 2000-2008 гг. были реализованы важнейшие мероприятия части коренного обновления налоговой системы, среди них:

- были упразднены экономически неоправданные «оборотные» налоги и налог с продаж, что обеспечило заметное снижение налогового бремени;
- введен единый социальный налог (правда, с несколько меньшей эффективной ставкой) и возможностью снижения налогоплательщиком суммы налога при увеличении размера зарплатных выплат;
- снижены налоговые ставки по НДС и усовершенствована система налоговых вычетов по нему;
- снижена налоговая ставка и введен новый порядок исчисления налога на прибыль, приближенный к нормам международной практики;
- реформирована система ресурсного налогообложения путем установления прямой зависимости от объема изъятия природных ресурсов;
- упрощен режим налогообложения малого бизнеса;
- проведена реформа имущественных налогов, предусматривающая снижение числа объектов налогообложения и новый механизм исчисления земельного

налога с ориентацией на кадастровую стоимость земли;

- удалось обеспечить более-менее равномерное распределение налоговой нагрузки среди налогоплательщиков, в том числе за счет отмены неэффективных налоговых льгот.

Кроме этого, в результате налоговой реформы достаточно заметно повысилась эффективность налогового администрирования, что в целом привело к росту объемов налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

В завершение отметим, что анализ эволюции системы налоговых отношений характеризует их тесную взаимозависимость с особенностями социально-экономического устройства государства на этапах его развития. В нынешних условиях дальнейшего развития рыночных отношений в России, становится все более очевидным необходимость дальнейшей разработки теоретических аспектов современной налоговой науки для целей совершенствования национальной системы налогообложения. Полагаем, что без этого нельзя обеспечить должную эффективность практики налогообложения и реализации налоговых отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абакарова Р.Ш. Теория и история налогообложения: учеб. пособие / Р.Ш. Абакарова. - Махачкала: ДГИНХ, 2013. - 118 с.
2. Барулин С.В. Налоговый менеджмент: учеб. пособие / С.В. Барулин, Е.А. Ермакова, В.Е. Степаненко. - М.: Дашков и К, 2011. - 272 с.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: учебник / Е.Ф. Борисов. М.: ТК «Велби»; Проспект, 2007. - 544 с
4. Воробьев Ю.Ф. Налоги: история, теория, практика / под общ. ред. М. В. Конотопова. М.: Издательство «Палеотип», 2006. - 176 с
5. Грачёва Е.Ю. Налоговое право: учебник/ Е.Ю. Грачева, М.Ф. Ивлиева, Э.Д. Соколова. - М.: Юристъ, 2005. - 223 с.
6. Зайков В.П. Управленческие решения в государственном налоговом менеджменте / В.П. Зайков, А.Н. Рыжова // Всероссийская научно-практическая конференция по итогам 2014 года: Материалы всероссийской заочной научно-практической конференции по экономике и гуманитарным наукам (Краснодар. 25 декабря 2014 г.). - Краснодар: ЦНТИ, 2014.- С. 182-186.
7. Зайков В.П. Налоговые критерии в аспектах формирования современной системы налогового менеджмента / В.П. Зайков // Итоги научно-исследовательской работы за 2012 год: материалы конференции. Краснодар: Кубанский ГАУ, 2013. - С.322.
8. Майбуров И.А. Теория и история налогообложения / И.А. Майбуров, Н. В. Ушак, М. Е. Косов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 422 с.
9. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс // Соч. 2-е изд. - Т 4. - С. 308.
10. Перонко И.А. Теория и история налогообложения: учеб. пособие/ И.А. Перонко, А.И. Горелко. - Краснодар: «Феникс - 2000», 2008. - 512 с
11. Пушкарева. В.М. История финансовой мысли и политики налогов: учеб.

пособие/ В.М. Пушкарева. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 256 с.

12. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. - М.: ИНФРА-М, 2010. - VI. - 826 с.

13. Тедеев А. А. Налоговое право: учебник/ А.А. Тедеев, В.А. Прыгина. - М.: Эксмо, 2004. - 864 с.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Федоренков В.В.

ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ УЩЕРБА В ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА УБЫТОЧНОСТИ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

В настоящее время вопросы государственной тарифной политики в обязательном страховании гражданкой ответственности владельцев транспортных средств (далее в тексте – ОСАГО) крайне обострились и вышли за рамки только научных и профессиональных дискуссий. Проблема ценообразования в этом виде страхования имеет остро выраженную социальную направленность, так как затрагивает материальные интересы почти 40% всех граждан Российской Федерации, которые выступают потребителями этой страховой услуги. В связи с этим, крайне настоятельно заявила о себе общественная потребность в разработке и реализации адекватной, взвешенной и эффективной системы управления обязательным страхованием гражданской ответственности владельцев транспортных средств со стороны государства. основополагающим условием совершенствования этой системы является реальное представление об убыточности этого вида страхования.

Современный этап реформы системы ОСАГО характеризуется непоследовательными, разнонаправленными и, вероятнее всего, малообоснованными мерами государственного регулирования. Так называемому «страховому лобби», состоящему из руководителей крупнейших страховых компаний, в большинстве случаев удается успешно проводить свои цеховые инициативы, в частности, по увеличению страховых тарифов, формализации

новых расценок на восстановительный ремонт, внедрению «натуральной» формы выплаты страхового возмещения, применения процедур обязательного досудебного рассмотрения претензий и прочие. Причем основным аргументом, обосновывающим необходимость этих нововведений, выступает, якобы, постоянно растущая убыточность ОСАГО, делающая этот вид страхования экономически невыгодным для страховых компаний.

Вместе с тем, фактические цифры реальной убыточности обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств опровергают эти доводы.

Рассмотрим вопросы реальной убыточности обязательного страхования гражданской ответственности через базовый принцип экономической категории «страхование» - перераспределение ущерба в пространстве и времени.

Во-первых, раскладка ущерба во времени в связи со случайным характером возникновения чрезвычайных событий выходит за рамки одного хозяйственного года. Крупных убытков может не быть несколько лет подряд, поэтому определить время их наступления не возможно. В связи с этим возникает необходимость резервирования в благоприятные годы запасного фонда, с тем чтобы он служил источником возмещения чрезвычайного ущерба в неблагоприятном году [9, с.15-16]. Законодатель совершенно верно и очевидно реализовал этот принцип в профильном Законе. В соответствии с п. 2 ст. 22 Закона Российской Федерации от 25.04.2002 N 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», «в случае, если при осуществлении обязательного страхования разница между доходами и расходами страховщика за год превышает 5 процентов от указанных доходов, сумма превышения направляется страховщиком на формирование страхового резерва для компенсации расходов на осуществление страховых выплат в последующие годы» [1]. В последующих редакциях Закона этот страховой резерв получил название стабилизационный резерв по обязательному страхованию [2].

В целях определения размеров накопленного страховщиками стабилизационного резерва проведем ретроспективный макроэкономический анализ убыточности ОСАГО в период с 2003 по 2014 годы, т.е. с момента начала реализации этого вида страхования до начала кардинальных изменений в ОСАГО. В рассматриваемый период обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств развивалось весьма динамично, поступательно и стабильно, без влияния каких-либо факторов, имеющих существенные или даже катастрофические последствия для финансового результата (например, резкое изменение тарифов, кардинальное увеличение или уменьшение объектов страхования, чрезвычайные разрушительные явления и т.п.). В 2014 году произошли ключевые изменения параметров функционирования рынка, а именно, увеличение лимита выплаты по имуществу со 120 до 400 тыс. рублей на одного потерпевшего, увеличение лимита выплаты по здоровью со 160 до 500 тыс. рублей на человека, повышение тарифов в октябре 2014 года (на 23-30%), введение таблиц выплат на случай

причинения вреда жизни и здоровью и ряд других [7].

Именно в этот период показатель уровня выплат практически сравнялся с показателем реальной нетто-убыточности ОСАГО, что в решающей степени упрощает расчет коэффициента реальной убыточности этого вида и размера совокупного стабилизационного резерва. Показатель уровня выплат, представляющий собой процентное отношение суммы выплат к поступившим страховым платежам в отчетном периоде, используется страховщиками в оперативном анализе деятельности страховой организации для регулярного контроля за обеспечением финансовой устойчивости страховых операций и соответствия убыточности страховой суммы действующим нетто-ставкам. Существенной особенностью показателя уровня выплат является его неточность, приближенность в оценке финансовых результатов осуществления того или иного вида страхования. Это происходит потому, что данный показатель в пределах конкретного отчетного периода не учитывает целый ряд важнейших экономических параметров, например, заявленных в прошлом периоде, но неурегулированных убытков, произошедших, но не заявленных в отчетном периоде убытков, дополнительные выплаты по судебным решениям в пределах срока исковой давности и т.д. Вместе с тем, при анализе убыточности любого рискованного вида страхования в пределах более длительных статистических периодов, расчетный коэффициент убыточности-нетто, который соотносит данные по резервам убытков и заработанной премии, и показатель уровня выплат имеют устойчивую тенденцию к сближению и становятся практически одинаковыми, различаясь коэффициентом математической погрешности. Это происходит в силу того, что на периоде 3 и более лет нивелируются такие показатели, как наличие незаработанной премии, оплата убытков прошлых периодов, наличие произошедших, но не заявленных убытков, возврат части премии при досрочном расторжении договоров страхования и т. п.

Таким образом, учитывая эти обстоятельства, рассматривая большие статистические периоды, можно с достаточной долей вероятности оценить реальный коэффициент убыточности и, соответственно, комбинированный коэффициент убыточности и размер стабилизационного фонда на основе показателя уровня выплат. Именно в период с 2003 по 2014 год уровень выплат вплотную приблизился к реальному коэффициенту убыточности.

Для рассмотрения показателей убыточности ОСАГО существенное значение имеет то обстоятельство, что Законом Российской Федерации от 25.04.2002 N 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», постановлениями Правительства РФ и нормативными документами Российского союза автостраховщиков были изначально определены особенности осуществления страховщиками операций по обязательному страхованию. В частности, законодательно определялась структура тарифной ставки, норма прибыли страховщиков, размеры отчислений в резервные фонды РСА, предельные размеры комиссионного вознаграждения страховым посредникам и т.д.[4]. Так, например, структура страхового тарифа

ОСАГО, согласно Постановлению Правительства РФ № 739 от 8 декабря 2005 г. «Об утверждении страховых тарифов по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, их структуры и порядка применения страховщиками при определении страховой премии», должна быть такой:

- 77 % - нетто-ставка (предназначенная для текущих страховых выплат);
- 3 % - отчисления в РСА (в резерв компенсационных выплат);
- 20 % - расходы на ведение дела [3].

В рассматриваемый период действовало и ограничение по комиссионному вознаграждению в 10%.

Таким образом, показатель 77 % являлся точкой безубыточности в ОСАГО.

Теперь рассмотрим показатель коэффициента убыточности ОСАГО и нормативного комбинированного коэффициента убыточности через показатель уровня выплат. Как свидетельствует официальная статистика [8], за период с 2003 года по 2014 год страховщиками собрано 1011, млрд. рублей страховой премии, а выплачено – 551,87 млрд. рублей страхового возмещения. Таким образом, уровень выплат, а, следовательно, показатель убыточности этого вида страхования составил 54,55%. Даже в самые «неблагоприятные» для страховщиков годы – 2010 (сборы - 92,72 млрд. руб., выплаты - 54,39 млрд. руб., уровень выплат - 58,66%), 2013 (сборы - 135,12 млрд. руб., выплаты - 78,1 млрд. руб., уровень выплат - 57,8%), и 2014 (сборы 150,37 млрд. руб., выплаты - 89,07 млрд. руб., уровень выплат - 59,2%) – уровень выплат не превышал 60%, что весьма далеко до крайнего показателя точки безубыточности в ОСАГО. Исходя из структуры страхового тарифа, средний комбинированный коэффициент, под которым понимается отношение суммы выплат - нетто, изменения резерва убытков-нетто и расходов на ведение дела и управленческие расходы к разности взносов - нетто, уменьшенных на величину отчислений от страховых премий и изменения резерва незаработанной премии – нетто, был также далек от 100% и составлял около 78%. Таким образом, убыточность страховых операций по ОСАГО во все годы действия этого обязательного вида была более, чем приемлемой, при этом доходность от операций ОСАГО должна была составить 20-22%. Высокая доходность ОСАГО позволяла страховщикам зачастую нарушать требования, установленные к предельному значению комиссионного вознаграждения агентам и посредникам. Причем показатель комиссионного вознаграждения в 10% от суммы страховой премии разными страховщиками превышался в 3-4 раза, а по отдельным категориям договоров (например, полисы, приобретаемые нерезидентами при въезде на территорию РФ из-за границы РФ) вознаграждение могло достигать до 50-60%. Конечно, в финансовой отчетности вознаграждение сверх норматива камуфлировалось под выплаты по различным договорам возмездного оказания услуг, договорам на оказание информационных, рекламных и тому подобных услуг, что не меняло существо реальной аквизиции. Фактическое превышение допустимого показателя комиссионного вознаграждения свидетельствовало о достаточно большом запасе прочности применяемых тарифов страхования с

точки зрения убыточности.

Учитывая рассчитанные нами показатели коэффициента убыточности и нормативного комбинированного коэффициента убыточности, размер возможного накопленного совокупного стабилизационного резерва должен был бы составить более трехсот миллиардов рублей. Оставив в стороне возможный стратегический инвестиционный потенциал этого резерва [6], заметим, что накопленного фонда вполне хватило бы на покрытие убытков всех страховщиков в течении - 5-7 лет, а вопрос повышения тарифов сам собой потерял бы актуальность. Однако, «убыточные» показатели ОСАГО формируются страховщиками по итогам каждого отдельного отчетного года, видимо, без учета этого резерва. В результате страховому сообществу удалось пролоббировать повышение в 2014 и 2015 годах страховых тарифов, что, на наш взгляд, не имело серьезных актуарных обоснований.

Во-вторых, принцип перераспределения ущерба в пространстве и времени подразумевает, в частности, раскладку ущерба между территориальными единицами. Данный принцип чаще всего связывают со страхованием имущества от стихийных бедствий, но в полной мере он характерен и для ситуации с ОСАГО. Федеральным Законом определена обязанность страховщика ОСАГО иметь представительства во всех субъектах Российской Федерации для урегулирования страховых претензий. Крупнейшие страховые компании России, как правило, имеют и продающие подразделения во всех или большинстве регионов РФ. Система филиалов и представительств позволяет гибко управлять убыточностью на уровне страховой компании, диверсифицировать риски [5].

Однако, несмотря на накопленный стабилизационный резерв, начиная с 2008 года все чаще стали звучать заявления страховщиков о нарастающей убыточности обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств и его «нерентабельности» из-за увеличения так называемых «убыточных» и даже «токсичных» регионов. По разным подсчетам «неблагополучных» с точки зрения страховщиков регионов насчитывается до 25, а это в любом случае меньше трети от общего числа всех субъектов Российской Федерации. Убыточность в проблемных регионах в силу экономической природы страхования должна покрываться доходами, полученными в благополучных регионах, а их, как уже было сказано, гораздо больше. Таким образом, с точки зрения раскладки ущерба в пространстве ситуация вполне контролируемая, диверсификация риска предельной убыточности нормальная. Кроме того, анализ макроэкономических показателей сборов и выплат по ОСАГО ведущих страховщиков свидетельствует об отсутствии кардинальных динамических изменений убыточности. Весьма показательна динамика реализации ОСАГО одного из основных игроков на региональном рынке этого вида страхования - группы компаний «Росгосстрах» в Краснодарском крае. Тем более, что именно этот регион признается топ-менеджментом страховщика одним из самых убыточных в Российской Федерации и даже вынудил руководство резко сократить объем продаж.

Динамика сборов и выплат «Росгосстраха» в Краснодарском крае РФ (тыс. руб.) [8].

Годы	Сборы	Динамика, %	Выплаты	Динамика, %	Уровень выплат, %
2004	761 849		405 086		53,2
2005	807 477	106	516 502	127,5	63,96
2006	849 112	105	613 200	119	72,2
2007	926 684	109	625 871	102	67,5
2008	935 594	101	701 811	112	75
2009	1 161 109	124	718 425	102	61,9
2010	1 305 443	112	780 028	108,5	59,75
2011	1 550 301	119	716 678	92	46,2
2012	1 861 711	120	967 927	135	52
2013	1 460 310	78	940 220	97	64,4
2014	2 686 186	184	1 244 094	132	46,3
Итого	14 305 776		8 229 842		57,5
2015	5 454 941	203	3 039 467	244	55,7
6 мес. 2016	1 584 591	29	3 360 097	110,5	212
Итого	21 345 308		14 629 406		68,5

Из приведенной статистики видно, что в рассматриваемом в данной статье периоде стабильного развития рынка ОСАГО (2003-2014 гг.) группа компаний Росгосстрах также поступательно наращивала объемы сборов страховых премий в регионе, а «слухи о запредельной убыточности региона», мягко говоря, сильно преувеличины. Относительное падение сборов в 2013 году было компенсировано достаточно бурным ростом объемов продаж в последующие два года. Динамика выплат в целом соответствовала динамике продаж, средний уровень выплат, как и показатель убыточности, не превысил 58%, что также соответствовало убыточности ОСАГО на рынке РФ. Накопленный в этом периоде условный региональный стабилизационный резерв должен был составить не менее 2 млрд. руб. Все это свидетельствовало о нормальном развитии ситуации, однако существенное падение сборов в первой половине 2016 года привело к резкому росту уровня выплат, что неизбежно вызовет ухудшение финансовых результатов по итогам года, если не будут предприняты серьезные шаги по оптимизации расходов. Но это скорее рукотворный кризис руководства компании, нежели результат воздействия объективных факторов. Кроме того, другие основные игроки рынка ОСАГО в Краснодарском крае увеличили показатели объемов сборов, демонстрируют стабильный уровень выплат. Так, например, «РЕСО-Гарантия» в 2015 году собрала в регионе 904 123 тыс. руб. премии, выплатила – 417 906 тыс. руб., а за первое полугодие 2016 - 628 943 тыс. руб. и 288 527

тыс. руб. соответственно, поддерживая стабильный уровень выплат примерно 46%. «АльфаСтрахование» в 2015 году собрало в регионе 208 139 тыс. руб. премии, выплатила – 132 783 тыс. руб., а за первое полугодие 2016 - 152 350 тыс. руб. и 76 103 тыс. руб. соответственно, обеспечивая уровень выплат 50% и 64% соответственно. Еще лучше результаты деятельности «Ингосстраха» и «СОГАЗа». Так, первый страховщик в 2015 году собрал в регионе 129 059 тыс. руб. премии, выплатил – 52 438 тыс. руб., а за первое полугодие 2016 - 341 246 тыс. руб. и 59 566 тыс. руб. соответственно, обеспечивая уровень выплат 40,6% и 17,5% соответственно. «СОГАЗ» в 2015 году собрал в регионе 348 021 тыс. руб. премии, выплатил – 100 539 тыс. руб., а за первое полугодие 2016 - 278 906 тыс. руб. и 898 65 тыс. руб. соответственно, обеспечивая уровень выплат 28,9% и 32,2% соответственно [8]. То есть, в то время, когда одни страховщики под предлогом «токсичности» региона сворачивают продажи полисов ОСАГО, их коллеги наращивают объемы, сохраняя приемлемый уровень убыточности и показывая прибыль. Очевидно, показатели убыточности каждой конкретной страховой компании определяются не только географией региона, но и уровнем компетентности менеджмента страховщика. Мы проанализировали ситуацию с убыточностью только в одном проблемном с точки зрения страховщиков регионе. В соответствии с принципом раскладки ущерба в пространстве и времени, убытки, понесенные в одной территориальной единице, должны быть компенсированы доходами, полученными в других регионах. Но, как свидетельствует анализ, даже Краснодарский край, названный «неблагополучным» (при этом, весьма относительно) регионом для одних страховщиков, является вполне успешным для других.

Подводя итог исследованию, нельзя не констатировать, что убыточность обязательного страхования гражданской ответственности, несомненно, растет. Этот процесс вызван, прежде всего, объективными факторами: ростом стоимости заменяемых частей автомобилей, инфляционными процессами, распространением с июня 2012 г. действия Закона РФ «О защите прав потребителей» на страховые услуги и другими. Серьезно сокращается база доходов страховщиков ОСАГО в результате постоянной борьбы государственных органов власти с навязыванием страховщиками дополнительных страховых услуг к полису обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, возрастают убытки в результате деятельности так называемых «автоюристов» по защите прав страхователей. Однако, учитывая объективные статистические данные, используя в качестве инструмента анализа убыточности принцип распределения убытков в пространстве и времени, а также факты практической реализации услуги обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, в указанном периоде корректнее говорить не об убыточности в целом этого вида страхования, а, скорее, уменьшении прибыльности ОСАГО, потере сверхдоходов страховыми компаниями. Все это вызывает резкое сопротивление страхового лобби и попытки сохранить существующий статус-кво, использование им для достижения своих

цеховых целей очередного мифа об «экономической нецелесообразности» осуществления этого вида страхования для страховщиков [10], ужесточения условий обслуживания клиентов. Все эти обстоятельства необходимо учитывать при осуществлении целенаправленного государственного регулирования системой обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Российской Федерации от 25.04.2002 N 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств». Режим доступа: URL: <https://rg.ru/2002/05/07/osago-dok.html>
2. Закон Российской Федерации от 25.04.2002 N 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (действующая редакция, 2016). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36528/
3. Постановление Правительства РФ № 739 от 8 декабря 2005г. «Об утверждении страховых тарифов по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, их структуры и порядка применения страховщиками при определении страховой премии». Режим доступа: <http://base.garant.ru/188945/>
4. Агеев Ш.Р., Федоренков В.В. Страхование гражданской ответственности (Федеральный Закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств». Комментарий): Учебное пособие. - М.: Изд-во Гос. Университета управления, 2002. - 128 с.
5. Величко Н.Ю., Осадчая Н.Н. К вопросу об управлении рисками в страховании // Science Time. - 2015. - № 4 (16). - С. 102-109.
6. Величко Н.Ю., Подурец А.С. Тенденции развития стратегического инвестирования в России//Экономическое развитие России: тенденции, перспективы: сборник статей по материалам I Международной научно-практической студенческой конференции: в 4 томах. - Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, 2015. - С. 54-57.
7. Кайгородова Г.Н. Исследование российского рынка автострахования // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы. Материалы XVI Международной научно-практической конференции. - Ярославль, 2015. - С. 60-64.
8. Официальный сайт Центрального Банка РФ. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
9. Рейтман Л.И. Страховое дело. - М.: Банковский и биржевой научно-консультационный центр, 1992. - 346 с.
10. Федоренков В.В. Шесть мифов страхования // Современные страховые

технологии. - №02 (43), март-апрель 2014. – С.51-54.

11. Яковлева-Чернышева А.Ю. Формирование методологических подходов к управлению социально-экономической системой предпринимательства / А.Ю. Яковлева-Чернышева // Транспортное дело России. – 2012. – №2. – С. 19-21.

12. Яковлева-Чернышева А.Ю. Некоторые подходы к исследованию факторов устойчивого развития предпринимательских структур // Управление и экономика в XXI веке. – 2013. – №2. – С. 3-10.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Величко Н.Ю., Бубенец И.Г.

ИЗМЕРЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В современных условиях большинство рынков обладает высоким уровнем конкуренции и непрогнозируемой динамикой развития. При этом потребители становятся весьма требовательными к продукции, полному объему информированности о ее свойствах, наличии аналогичных предложений на рынке и имеют неограниченные возможности выбирать наиболее лучший товар или услугу [3]. Сегодня покупатели одного бренда, не задумываясь могут переключиться на товары или услуги конкурента, предложит тот более интересные условия. В силу динамично трансформирующейся внешней среды, компаниям сложно охватывать новые рынки и располагать в свою пользу новых потребителей. Учитывая все вышеизложенное, значимым фактором любого бизнеса служат длительные отношения с его потребителями.

Таким образом, главная задача маркетологов – это увеличение лояльности клиентов. Преобразование безразличных к компании потребителей в лояльных и установление с ними надежных долговременных отношений имеет огромное значение для деятельности организации.

В первую очередь необходимо учесть, что измерить лояльность очень сложно. В анализируемой нами литературе присутствует множество подходов к измерению лояльности. Анализ [1-7] показал, что множественные способы измерения лояльности можно свести к следующей систематизации:

1) метод «разделения потребностей» - наиболее распространенный метод, появившийся в 50-е годы в США. В основе этого метода лежит идея, что степень лояльности потребителей можно отобразить в численном виде. Лояльность потребителя в пределах исследуемого подхода определяется на анализе данных о том, с какой частотой и в какой пропорции осуществляется покупка определенного товара или услуги в сравнении с другими.

Таким образом, получается, что если потребитель 4 раза из 10 обращается за оказанием услуги определенной категории, то в рамках данного метода доля повторных покупок определится на уровне 40%. Следовательно, мы приходим к выводу, сформированному целым рядом исследователей [2], [3], [4], [5], [6] «... если доля повторных покупок составляет 67%, то такой потребитель относится к лояльным, а потребители, уровень повторных покупок которых меньше 67%, являются «перебежчиками»». Недочетом этого метода, на наш взгляд, служит обстоятельство того, что потребители покупают определенную услугу, не являясь при этом лояльными к компании, которая ее оказывает.

2) Традиционный подход – метод, в рамках которого вводится определение «намерения о покупке» бренда перед совершением этой покупки. Если намерения покупателя зафиксированы на уровне «высоких», то можно утверждать, что такой потребитель будет лояльным. Одним из главных пробелов рассматриваемого метода является то, что иногда запрашиваемая услуга не доступна для потребителя. Так, магазины сети «Бахетле», например, имеются не во всех городах, но, несмотря на это, у этих магазинов есть лояльные потребители даже в условиях недоступной для потребителей сети.

3) Конверсионная модель приверженности (Conversion Model TM).

В пределах этой модели Jan Hofmeug и Butch Rice предлагают использовать четыре основных ключевых критерия [6, с. 72], позволяющие измерять степень/уровень приверженности:

- Удовлетворенность торговой маркой.
- Наличие и качество альтернативы.
- Важность выбора бренда.
- Степень неуверенности или двойственности отношения (для окончательного выбора необходим стимул).

Удовлетворенность торговой маркой. Суть этого критерия заключается в следующем: чем больше уровень удовлетворенности, тем больше вероятность преобразования удовлетворенности торговой маркой в приверженность данной марке. При этом «...понимание природы удовлетворенности полностью не раскрывает причин тех или иных поступков потребителей» [2, с. 70];

Альтернативы. Главными критериями, по которым потребители не меняют свою приверженность к одной организации на другую, является тот факт, что они ощущают, что альтернативы даже хуже, чем те, которыми они уже пользуются [1, с.18]. При этом необходимо принимать во внимание, что оценка осуществляется с учетом конкурирующих позиций;

Важность выбора бренда. В отношении данного критерия Jan Hofmeug и

Butch Rice подчеркивают, что «...выбор бренда, как и продуктовой категории, должен представлять для потребителя какой-то интерес. Чем большее значение для потребителя имеет выбор бренда, тем больше вероятность того, что он потратит время на то, чтобы принять окончательное решение относительно того, какой бренд выбрать» [6, с.24]. Если же ситуация характеризуется отсутствием удовлетворенности услуги, то лояльный потребитель, на наш взгляд, будет проявлять большую снисходительность по отношению к нему. Одновременно, нам бы хотелось отметить, что этот уровень снисходительности находится в прямой зависимости с уровнем приверженности.

Степень двойственности отношения или неуверенности. Этот критерий является самым основным. Как отмечает Hofmeur J., «...чем более не уверен потребитель по поводу выбора того или иного бренда, тем более вероятно то, что он будет откладывать окончательное решение о покупке до последнего момента. Поэтому для таких потребителей необходим стимул, который они получают уже непосредственно в магазине, так как именно там происходит окончательный выбор» [6, с.25].

Несколько иным подходом в пределах конверсионной модели лояльности является способ, который предложил David A. Aaker [5, с.30.]. Им был очерчен круг ключевых моментов, необходимых для учета при определении лояльности потребителей:

- Наблюдение за моделями покупательского поведения (показатели повторной покупки; процент покупок; количество купленных брендов);
- Учет затрат на переключение («риск изменений»);
- Удовлетворение (ключевой фактор);
- Хорошее отношение к бренду (надбавка к цене, которую покупатели готовы заплатить за бренд);
- Приверженность (во главу угла данного показателя поставлено количество взаимодействий приверженных потребителей с иными категориями потребителей, которые так или иначе связаны с этим брендом).

4) Измерение лояльности клиентов с помощью индекса Net Promoter Score. Все больше компаний внедряют данный индекс в качестве ключевого показателя эффективности своей деятельности [7].

• В основе измерения NPS лежит убеждение, что лояльность клиента к компании - это:

- повторное обращение клиента в компанию;
- покупки дополнительных продуктов (например, аксессуаров к купленному продукту или продуктов другой продуктовой линейки);
- рекомендация знакомым обращаться в компанию;
- конструктивный отзыв о продуктах и услугах компании в ходе опроса.

Обычно для измерения NPS используют сайт или рассылку по электронной почте. В редких случаях это может быть телефонный обзвон или бумажные анкеты в точках продаж. Многие компании практикуют измерение NPS в различных точках контакта с клиентом, например, индивидуальный опрос клиента,

который: только что купил продукт; пользовался продуктом шесть месяцев; обратился в контактный центр за поддержкой; посетил сайт компании; посетил точку продаж компании и т.д. Таким образом, общий индекс NPS компании может складываться из различных частных индексов, объединенных с помощью весовых коэффициентов. Иногда NPS используют также для оценки лояльности партнеров и даже собственных сотрудников.

Отметим, что лояльность потребителей на рынке услуг имеет смысл измерять тогда, когда компания хочет получить от клиентов четкий вектор развития своих продуктов и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Величко Н.Ю. Совершенствование программ лояльности клиентов в гостиничной индустрии//Современные научные достижения и инновационные технологии в гуманитарной и технической сферах материалы внутривузовской научно - практической конференции для преподавателей и аспирантов. - Международный инновационный университет, 2016. - С. 164 -171.

2. Величко Н. Ю. Удовлетворенность потребителей образовательных услуг как источник конкурентного преимущества университета // Гуманизация образования. – 2015. – № 4. – С. 69–74.

3. Бубенец И.Г. Фактори, що мають вплив на розвиток підприємницької діяльності в торгівлі // Динамика современной науки: тезисы доклада X Междунар. наук.-практ. конф. – София, 2014. – Т. 2. – С. 40–43.

4. Широченская И. П. Основные понятия и методы измерения лояльности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С.36-45.

5. Aaker D. Managing Brand Equity. - N.Y., Free Press, 1991. P. 15-39.

6. Hofmeyr J. and Rice B. Commitment-Led Marketing. — John Wiley and Sons, 2000. — P. 1-185, С.25.

7. Измерение лояльности клиентов и анализ результатов NET PROMOTER SCORE [Интернет ресурс]. - Режим доступа: <http://www.a-klik.org/uploads/1/3/0/5/13059370/1.pdf>.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Степанов С.Г., Рыкова Ю.С., Дрёмин А.С.

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СПОСОБОВ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ

В настоящее время различают два основных пути повышения эффективности использования имущества муниципальных учреждений – автономизация и внешнее управление.

Автономизация подразумевает переход муниципальных учреждений в статус автономных учреждений и закрепление за ними доходов от деятельности и использования переданного им имущества [2]. Внешнее управление подразумевает передачу управления имуществом муниципальных учреждений управляющей компании. При этом за муниципальным учреждением закрепляется время использования недвижимого имущества. Не используемое учреждением время в недвижимом имуществе реализуется управляющей компанией на рынке.

Факторы, влияющие на повышение эффективности использования муниципального недвижимого имущества при переходе муниципальных учреждений в статус автономных:

- учреждение наиболее эффективно использует муниципальное имущество, так как оно может приносить доход непосредственно самому учреждению;
- улучшение качества услуг – увеличение количества клиентов – (с целью получения дополнительного дохода) – увеличение загрузки используемого имущества;
- избавление от лишнего имущества в целях снижения расходов на его содержание.

Из этого видно, что перевод муниципальных учреждений в автономную форму создает условия для повышения эффективности управления, владения, использования имущества муниципалитета учреждениями, в качестве учредителя которых он выступает. Бюджетная эффективность по расчету от использования городского имущества при этом практически не повышается.

Смысл эффективности здесь заключается в ином: для расходной части бюджета снижение затрат на содержание движимого и недвижимого имущества не произойдет [3]. Все расходы по его содержанию будут включены в расчеты нормативных затрат при формировании муниципального задания для этих организаций. Следовательно, повышения бюджетной эффективности от использования городского имущества, которое передано учреждениям в оперативное управление, не произойдет. Более эффективным, с нашей точки зрения, будет

направление, по которому организуется внешнее управление имуществом организаций, так как это направление позволит, не неся увеличения бюджетных затрат на содержание городского недвижимого имущества в организациях, получить дополнительные доходы в бюджет города от передачи имущества в аренду. При этом такие доходы согласно законодательству будут становиться доходами непосредственно городского бюджета.

Исходя из позиции организации процесса внешнего управления, можно использовать два возможных варианта:

- с выводом имущества с баланса учреждений в муниципальную казну;
- с сохранением имущества на балансе учреждений.

В первом случае возможно создание отдела по управлению имуществом учреждений в структуре органа по управлению имуществом городской администрации с одновременным выводом имущества учреждений в казну. Отдел предоставляет имущество в аренду (безвозмездное пользование) другим учреждениям с почасовым использованием для проведения образовательных и иных процессов.

Во втором - создание отдела по управлению имуществом учреждений в структуре органа по управлению имуществом городской администрации (по типу централизованной бухгалтерии), имущество остается на балансе учреждений. Отдел организует процесс содержания имущества путем проведения конкурсов на оказание клининговых услуг, текущего, капитального ремонта, закупки оборудования.

Важно отметить, что при реализации любого из вариантов внешнего управления необходимо привлечение достаточно большого количества специалистов, ответственных за управление недвижимым имуществом конкретных учреждений (управляющих).

Однако данное обстоятельство не является единственным риском реализации внешнего управления имуществом городских организаций.

Такой подход, при котором имущество выводится из состава казны города, может быть связано со следующими основными рисками:

- вывод имущества с баланса муниципальных учреждений влечет за собой уменьшение базы для расчета налогов, поступающих в городской бюджет по налогу на имущество организаций, что может повлечь за собой привлечение должностных лиц местного самоуправления к ответственности за уход от налогов;
- в случае изъятия у муниципальной организации имущества, которое она непосредственно использует для осуществления своей деятельности, может повлечь за собой лишения учреждения лицензии, что порождает необходимость передачи имущества учреждению на праве аренды;
- неизбежное падение качества услуг, оказываемых учреждением, и рост социальной напряженности, вызванные конфликтом интересов учреждений и управляющих;
- «раздувание» бюрократического аппарата при отсутствии убедительных для местного сообщества аргументов;

- предсказуемое неприятие внешнего управления со стороны работников муниципальных организаций (учителей, врачей, работников культуры и спорта и т.д.), которые составляют основу городской интеллигенции и которые имеют очень большой авторитет и влияние в обществе при решении большинства общественных вопросов, включая выборы во все уровни власти.

Вариант с сохранением имущества на балансе учреждений сопряжен, по большому счету, с тем же перечнем рисков, за исключением первых двух.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что реализация варианта внешнего управления при некотором повышении бюджетной эффективности использования имущества будет отрицательно сказываться на процессе оказания учреждениями услуг, что и является основным смыслом их существования.

По нашему мнению, лучшим вариантом для повышения эффективности использования имущества, которым наделяются городские организации, станет вариант, который представлен на рисунке 1.

При организации данного механизма мы исходим из условия, что городские организации оказывают услуги:

- на сформированном рынке, где сегодня уже работают учреждения частной формы собственности;
- на конкурентном рынке, на котором работают учреждения частной формы собственности, но их очень мало, и существующие административные разрешительные барьеры не позволяют этот рынок увеличивать и развивать;
- на рынке с отсутствием конкуренции по причине, что функционирование частных учреждений запрещено или сильно ограничено законодательно.



Рис. 1. Механизм повышения эффективности управления недвижимым имуществом городских организаций

Мы считаем, что лучшим и рациональным способом для повышения эффективности использования имущества организаций, которые работают на неконкурентных и частично конкурентных рынках, должна стать работа по их переводу в автономную форму, а также перевод на аутсорсинг непрофильных для них направлений.

Такая форма работы организаций позволит повысить интенсивность использования имущества организации, как для основных, так и для коммерческих видов использования, и одновременно не будет порождать отрицательной реакции организаций по той причине, что дополнительные доходы, которые они будут получать от использования имущества организации, будут оставаться у них в собственном распоряжении. Это также позволит создать более благоприятные условия для устойчивого функционирования и развития организаций, способствуя целенаправленному осуществлению прогрессивных изменений в их деятельности [4; 5].

Бюджетная эффективность в этом случае будет выражаться в резком повышении качества предоставляемых услуг и снижении при этом цен, предлагаемых конкурирующими между собой на конкурсах организациями одного профиля за получение муниципального заказа, который ежегодно проводит администрация города между автономными организациями.

Одним из влиятельных способов повышения эффективности использования имущества городских организаций, которые уже сегодня работают на конкурентных рынках, может стать и преобразование в коммерческие организации или муниципальные предприятия.

В этом случае созданные муниципальные предприятия станут конкурировать с организациями частной формы собственности, при этом продолжая выполнять функции, для исполнения которых они были созданы. Они, таким образом, смогут как бы «подстраховывать» еще не развитые секторы рынка, но необходимые для решения обязательных вопросов местного значения. Форма же коммерческой организации, в которую они будут переведены, даст им право и возможность привлекать кредитные ресурсы в банках, которые им необходимы для реализации инвестиционных проектов, модернизации и технического перевооружения.

Схема реализации конкурентной борьбы в секторах рынка, совпадающих с вопросами местного значения, может быть реализована в выпуске муниципальных сертификатов, дающих право на оплату муниципальным образованием получения услуги по, например, дополнительному образованию детей. При этом платежи по сертификатам могут осуществляться, как муниципальным организациям, так и организациям с частной формой собственности. Это позволяет привлечь в сектор оказания услуг, соответствующих вопросам местного значения, частные инвестиции.

Бюджетная (финансовая) эффективность в этом случае выражается в повышении качества услуги и снижении ее цены, а также в дополнительных поступлениях в бюджет, которые будут платить арендаторы за землю, и иных налого-

вых поступлениях.

Исходя из сказанного, предложенный механизм позволит:

- повысить качество оказываемых услуг муниципальными организациями;
- уменьшить расходы бюджета на покупку данной услуги, согласно необходимости исполнения местных обязательств, за счет более полного использования имущества организаций и снижения стоимости услуги в условиях рыночной конкуренции, так как они оказываются на конкурентном рынке;
- гарантировать обязательное, предусмотренное законодательством, предоставление муниципальной услуги за счет сохранения городского имущества и организационных структур при сохранении муниципального контроля;
- сохранить социальную стабильность и не допустить напряженности в коллективах муниципальных организаций, прежде всего социальной сферы, а также среди населения города [1].

Таким образом, мы полагаем, что самым результативным способом повышения эффективности использования муниципального имущества, находящегося на балансе муниципальных организаций, является внедрение конкуренции на рынок муниципальных услуг и стимулирование заинтересованности учреждений в наиболее полном использовании муниципального имущества. Это может быть достигнуто автономизацией муниципальных учреждений, оказывающих услуги на неконкурентных и условно конкурентных рынках, и преобразованием в коммерческие организации учреждений, оказывающих услуги на конкурентных рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 года №131-ФЗ
2. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» от 08.05.2010 N 83-ФЗ
3. Лушникова Т.Ю. Об оценке эффективности управления муниципальным имуществом// Вестник Челябинского государственного университета. - 2015. - № 1 (356). С.47.
4. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности процесса управления устойчивым развитием предпринимательских структур// Транспортное дело России. – 2014. – №6. – С. 110-112.
5. Яковлева-Чернышева А.Ю. Некоторые подходы к исследованию факторов устойчивого развития предпринимательских структур // Управление и экономика в XXI веке. – 2013. – №2. – С. 3-10.
6. Яковлева-Чернышева А.Ю. Концептуальные основы управления устойчивым развитием предпринимательских структур / А.Ю. Яковлева-Чернышева, А.В. Дружинина, А.В. Кузнецов // Социально-экономические и правовые основы развития экономики. – Уфа, 2015. – С. 239-250.

АННОТАЦИИ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Лященко Н.А., Кварчия О.В.

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ПРИОРИТЕТОВ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена проблемам развития кредитования малого и среднего бизнеса в России, перспективам развития института кредитования малого предпринимательства. Место и роль государства в экономике каждой страны определяются эффективностью применяемых мер и средств государственного регулирования, с помощью которых решаются те или иные социально-экономические и иные задачи. В рамках государственных программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства наиболее востребованной была и остаётся поддержка финансовая. В настоящее время процессы льготного кредитования малого и среднего предпринимательства зависят от государственных программ, доказавших свою недостаточную эффективность. Поэтому следует законодательно закрепить право на получение льгот при кредитовании, а не возможность льготного кредитования данных субъектов. Эффективным способом решения проблемы кредитования может стать активное использование на финансовом рынке института финансовой аренды.

Ключевые слова: предприниматель и предпринимательство, бизнес, рыночная экономика, кредитование, банки, льготы, малый и средний бизнес.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Яковлева-Чернышева А.Ю.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕКРЕАЦИОННОМ КЛАСТЕРЕ

В статье предложен алгоритм позиционирования рекреационных организаций в кластере, включающий последовательную реализацию ряда взаимосвязанных этапов. Исходной посылкой разработки методических рекомендаций

является тезис, что участники рекреационного кластера реализуют в кластерном взаимодействии свои предпринимательские возможности, определяемые их текущим состоянием и перспективами развития. При этом предпринимательские возможности рекреационных организаций в кластерном взаимодействии характеризуются тем, какие потоки тех или иных видов ресурсов они могут предложить для обмена с другими участниками кластера.

Ключевые слова: рекреационная сфера, кластерное взаимодействие, предпринимательские возможности, рекреационные организации.

Тординава И.К.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ

В данной статье рассматриваются актуальные для современного рынка санаторно-курортных услуг условия конкурентных преимуществ их функционирования.

Ключевые слова: санаторно-курортная отрасль, конкурентная среда, конкурентный анализ, маркетинг, сегментация, позиционирование.

Калинушкин В.С.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И ЕЕ СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

В статье рассматриваются современное состояние и тенденции развития розничных торговых сетей в России. Показано, что эффективный менеджмент обеспечивает устойчивое функционирование и развитие торговых предприятий, несмотря на высокую степень неопределенности предпринимательской среды и ухудшение макроэкономической ситуации вследствие снижения объемов платежеспособного спроса.

Ключевые слова: розничная торговля, розничная торговая сеть, менеджмент, онлайн-сервисы.

Гайдамака И.И., Белова Н.Н., Мельник Е.А.

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕКРЕАЦИОННОГО СЕКТОРА РЕГИОНА КМВ

В данной научной статье рассматривается возможность развития такой актуальной формы сотрудничества, как государственно-частное партнерство (ГКЧ) в рекреационном (санаторно-курортном) секторе региональной экономики Кавказских Минеральных Вод (КМВ). Рассмотрены проблемы функционирования курортных учреждений и обоснованы предпосылки создания государственно-частных альянсов с использованием различных механизмов их реализации.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, рекреационный сектор экономики, механизмы реализации партнерства, формы взаимодействия.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Роганян С.А., Юхновец Л.Ю.

ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В условиях сложившейся рыночной ситуации практически все предприятия испытывают финансовые трудности, которые могут быть вызваны различными причинами, например, снижением покупательского спроса, высоким уровнем конкуренции, ценовым демпингом и так далее. Поэтому предприятия вынуждены искать пути повышения прибыльности за счет повышения доходов и сокращения расходов, для того чтобы остаться «на плаву».

Ключевые слова: налог, налоговая нагрузка, оптимизация налогообложения, налоговые вычеты, налоговые льготы.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Филонова Э.А., Бердышев О.К.

АНАЛИЗ СОСТАВА, СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИБЫЛИ ООО «ПЕГАС»

В статье рассматриваются актуальные вопросы анализа состава, структуры и динамики показателей прибыли коммерческой организации. Проведен факторный анализ формирования чистой прибыли по материалам исследуемого предприятия.

Ключевые слова: анализ, прибыль, финансовый результат, налогообложение прибыли.

НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Зайков В.П.

ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ С ПОЗИЦИЙ ИСТОРИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Для правильного понимания сущности налоговых отношений, по мнению автора, необходимо проводить оценку их эволюции с позиций истории налогообложения и развития государственности. Подходы современных исследователей к периодизации развития налоговых систем различны, но все их разнообразие можно свести к двум вариантам: а) выделяются наиболее существенные признаки налогообложения; б) привязка к истории развития человеческой цивилизации и государственности. В статье автором обосновывается оценка эволюции по четырем периодам как компромисс отмеченных вариантов.

Ключевые слова: налог, налоговые отношения, эволюция, периодизация, налоговая система, подход.

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Федоренков В.В.

ПРИНЦИП ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ УЩЕРБА В ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА УБЫТОЧНОСТИ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

В статье анализируются дискуссионные вопросы реальной убыточности обязательного страхования ответственности владельцев транспортных средств. В качестве инструмента анализа используется принцип перераспределения убытка в пространстве и времени. Рассматриваются показатели убыточности ОСАГО в период наиболее стабильного развития этого вида страхования (2003-2014 гг.). На примере «неблагополучного» рынка ОСАГО в Краснодарском крае опровергается миф о «сверхубыточных» регионах. На основе анализа макроэкономических показателей динамики рынка ОСАГО показана реальная убыточность через экономический показатель уровень выплат.

Ключевые слова: обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, ОСАГО, показатель убыточности, уровень выплат, стабилизационный резерв, перераспределение ущерба в пространстве и времени, мифы страхования.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Величко Н.Ю., Бубенец И.Г.

ИЗМЕРЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В данном исследовании осуществлен обзор современных методов измерения лояльности клиентов компаний. По результатам проведенного анализа различных источников, а также итогов уже осуществленных исследований нами

рекомендованы потенциальные пути расширения используемых на отечественном исследовательском рынке подходов измерения лояльности потребителей на современном рынке услуг.

Ключевые слова: маркетинг, конкуренция, удовлетворенность, лояльность, оценка лояльности.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Степанов С.Г., Рыкова Ю.С., Дрёмин А.С.

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СПОСОБОВ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ

В статье рассматриваются особенности управления муниципальным имуществом, используемым муниципальными бюджетными, автономными и казенными организациями, предлагаются способы повышения эффективности его использования муниципального имущества.

Ключевые слова: муниципальное имущество, автономные организации, бюджет, казна, эффективность.

SUMMARY

ECONOMICS THEORY

Lyashenko N.A., Kvarchia O.V.

BUSINESS FINANCIAL SUPPORT IS ONE OF THE MAIN PRIORITIES OF THE ECONOMICS

The article deals with problems of lending to small and medium-sized businesses in Russia, the prospects of development of small business lending institution. The place and role of the state in the economy of each country determines the effectiveness of control measures taken by the State and the means of solving certain socio-economic and other problems. Within the government programs to support small and medium businesses the financial support has been and remains the most popular one. Currently, the processes of soft bank lending to small and medium-sized businesses depend on government programs that have proven their lack of effectiveness. Therefore, it is necessary to legislate the right to receive allowances in lending, rather than the possibility of concessional lending to these entities. An effective way to solve the lending problem is to use actively the institution of financing lease at the financial market.

Keywords: entrepreneur and entrepreneurship, business, market economy, loans, banks, allowances, small and medium businesses.

SECTORAL AND REGIONAL ECONOMICS

Yakovleva-Chernysheva A.Y.

MANAGEMENT ANALYSIS OF ENTERPRISES COOPERATION IN A RECREATIONAL CLUSTER

The article suggests an algorithm of positioning recreational organizations in the cluster, including the consistent implementation of a number of interrelated stages. The starting point for the development of guidelines is the thesis that the participants realize the recreational cluster in the cluster cooperation their entrepreneurial capabilities,

determined by their current state and development prospects. At the same time entrepreneurial opportunities of recreational organizations in the cluster cooperation are characterized by the interaction, which streams of different types of resources they can offer to share with other members of the cluster.

Keywords: recreational sphere, cluster cooperation, business opportunities, recreational organizations.

Tordinava I.K.

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF QUALITY AND COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN RESORT SPHERE

This article discusses relevant to the current resort services market conditions and competitive advantages their functioning.

Keywords: resort industry, the competitive environment, competitive analysis, marketing, segmentation, positioning.

Kalinushkin V.S.

RETAILING IN RUSSIA AND ITS CURRENT TRENDS

The article examines the current state and trends of the retail chains in Russia. It shows that effective management ensures stable operation and development of commercial enterprises, despite the high degree of uncertainty of the business environment and the deterioration of the macroeconomic situation due to lower volumes of effective demand.

Keywords: retail, retail network, management, online services.

Gaydamaka I.I., Belova N.N., Melnik E.A.

**THE PROBLEM OF CREATING A PUBLIC-PRIVATE
PARTNERSHIP IN INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE
RECREATIONAL SECTOR OF THE REGION KMV**

This research article examines the possibility of development of such relevant forms of cooperation as public-private partnerships (sweep) to the recreational (Spa) sector of the regional economy of the Caucasian Mineral Waters (KMV). The article considers problems of functioning of the Spa facilities and substantiated background for the establishment of public-private alliances using a variety of mechanisms for their implementation.

Keywords: public-private partnership, the recreational sector, the implementation mechanisms and partnership forms of interaction.

ECONOMICS OF ENTERPRISE

Roghanyan S.A., Yukhnovets L.Y.

**ENTERPRISE FINANCIAL STRATEGY
OPTIMIZATION THROUGH TAX PLANNING**

In the current market situation, almost all companies are experiencing financial difficulties, which may be caused by various reasons, such as a consumer demand drop, a high level of competition, price dumping, and so on. Therefore, enterprises are forced to look for ways to improve profitability by increasing income and reducing costs in order to keep «head above water».

Keywords: Tax, tax load, optimization of taxation, tax deductions, tax credits.

ECONOMIC ANALYSIS

Filonova E.A., Berdyshev O.K.

**ANALYSIS OF COMPOSITION, STRUCTURE
AND DYNAMICS OF PROFIT INDICATORS LTD. «PEGASUS»**

The article deals with current issues of analysis of the composition, structure and dynamics of indicators of commercial organizations profits. It presents factor analysis

of the formation net profit based on the company under study.

Keywords: analysis, profit, financial result, income taxes.

TAXES AND TAXATION

Zaikov V.P.

EVOLUTION OF FISCAL RELATIONS FROM THE TAXATION HISTORY AND STATEHOOD DEVELOPMENT STANDPOINTS

For a proper understanding of tax relations, according to the author, it is necessary to assess their evolution from the standpoint of the history of taxation and the statehood development. The approaches of modern researchers to periodization for the development of tax systems vary, but all their diversity, can be reduced into two ways: a) singling out the most significant signs of taxation b) binding to the history of the human civilization and the statehood development. In this article the author justifies assessment of the four periods evolution, as a compromise of the following standpoints.

Keywords: tax, tax relations, evolution, periodization, the tax system, approach.

FINANCE AND CREDIT

Fedorenkov V.V.

THE PRINCIPLE OF REAPPORTIONMENT OF COSTS IN SPACE AND TIME AS A TOOL TO ANALISE REAL LOSS OF COMPULSORY CIVIL LIABILITY INSURANCE OF MOTOR VEHICLES OWNERS

The paper analyzes the controversial issues of the real loss of compulsory civil liability insurance of owners of motor vehicles. It presents the principle of reapportionment of costs in space and time as a tool for analysis. The author studies the loss ratio of compulsory third party car insurance in the most sustainable development period (2003-2014). By the example of compulsory civil liability insurance "disadvantaged" market of Krasnodar region it argues against the myth of highly unprofitable regions. Based on the analysis of macroeconomic indicators civil liability insurance market dynamics shows the actual loss ratio through economic indicator –

level of payments.

Keywords: compulsory civil liability insurance of owners of motor vehicles, compulsory third party car insurance, loss ratio of the sum insured, loss ratios and combined net loss ratio - net redistribution of damage in space and time, insurance myths.

THE PROBLEMS OF MODERN MARKETING

Velichko N.Y., Bubenets I.G.

MEASUREMENT CUSTOMER LOYALTY IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT

The study reviews modern methods of measuring customer loyalty. According to the results of the different sources analysis, as well as the results of research already carried out it recommends the potential ways to expand customer loyalty measurement approaches in the modern services market used in the national market research

Keywords: Marketing, competition, satisfaction, loyalty, loyalty assessment.

STATE AND MUNICIPAL MANAGEMENT

Stepanov S.G., Rykova J.S., Dremín A.S.

ON IMPROVEMENT OF MANAGING MUNICIPAL PROPERTY METHODS

The article discusses the peculiarities of municipal property management, used by the municipal budget, autonomous and state organizations; it suggests ways to improve the effectiveness of municipal property use.

Keywords: municipal property, autonomous organization, budget, treasury, efficiency.

ОБ АВТОРАХ

Лященко Наталья Алексеевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Кварчия Олег Валерьевич - преподаватель, Сухумский открытый институт (г. Сухум), e-mail: fondro@mail.ru

Яковлева-Чернышева Анна Юрьевна - доктор экономических наук, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Тординава Инга Кишвардовна - кандидат педагогических наук, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Калинушкин Владислав Сергеевич - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Гайдамака Иван Иванович - доктор медицинских наук, профессор, Ставропольский государственный медицинский университет (г. Ставрополь), e-mail: fivelen-90385@mail.ru

Белова Наталья Николаевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: Nataly-aushev@yandex.ru

Мельник Елена Анатольевна - кандидат экономических наук, доцент, Ставропольский государственный медицинский университет (г. Ставрополь), e-mail: ivelen-90385@mail.ru

Роганян Светлана Анатольевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Юхновец Лиана Юрьевна - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Филонова Энза Александровна - преподаватель, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Бердышев Олег Константинович - магистрант, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Зайков Владимир Полиевктович - доктор экономических наук, доцент, профессор, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: zaykovvp@yandex.ru

Федоренков Виталий Владимирович - кандидат философских наук, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Величко Наталья Юрьевна - кандидат экономических наук, доцент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Бубенец Ирина Георгиевна - кандидат экономических наук, доцент, Харьковский государственный университет питания и торговли (г. Харьков), e-mail: fondro@mail.ru

Степанов Сергей Григорьевич - кандидат педагогических наук, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Рыкова Юлия Сергеевна - начальник экономического отдела управления по образованию администрации города (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

Дрёмин Александр Сергеевич - студент, Международный инновационный университет (г. Сочи), e-mail: fondro@mail.ru

OUR AUTHORS

Lyashenko Natalya Alekseevna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Kvarchia Oleg Valerievich - Lecturer, Sukhumi open University (Sukhumi), e-mail: fondro@mail.ru

Yukhnovets Liana Yurievna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Tordinava Inga Kishvardovna - Candidate of Pedagogics, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Kalinushkin Vladislav Sergeevich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Gaydamaka Ivan Ivanovich - Doctor of Medical Sciences, Professor, Stavropol State Medical University (Stavropol), e-mail: ivelen-90385@mail.ru

Belova Natalia Nikolaevna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, International Innovative University (г. Сочи), e-mail: Nataly-aushev@yandex.ru

Melnik Elena Anatolyevna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Stavropol State Medical University (Stavropol), e-mail: ivelen-90385@mail.ru

Roghanyan Svetlana Anatolievna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Yukhnovets Liana Yurievna - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Filonova Enza Alexandrovna - Lecturer, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Berdyshev Oleg Konstantinovich - Master student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Zaikov Vladimir Polievktovich - Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of Economics, management and technical disciplines, International Innovative University (Sochi), e-mail: zaykovvp@yandex.ru

Fedorenkov Vitaliy Vladimirovich - Candidate of Philosophy Sciences, International Innovation University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Velichko Natalya Yurievna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Bubenets Irina Georgievna - Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (Kharkiv), e-mail: fondro@mail.ru

Stepanov Sergei Grigorievich - Candidate of Pedagogical, Sciences, International Innovative university (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Rykova Julia Sergeevna - The Head of Economic Management Department of Education Sochi City Administration (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Dremin Alexander Sergeevich - student, International Innovative University (Sochi), e-mail: fondro@mail.ru

Условия публикации для авторов научно-практического журнала “Управление и экономика в XXI веке”

Для публикации оригинальной статьи авторы должны соблюдать следующие требования подачи материалов в редакцию:

1. Статья, информация об авторе (авторах), подписанный автором (авторами) лицензионный договор в двух экземплярах, копия квитанции об оплате должны быть представлены лично или присланы по почте заказным письмом на почтовый адрес редакции. Статья подписывается автором на каждой странице. В конце статьи подпись автора заверяется печатью отдела кадров. Статья предоставляется также в электронном виде по адресу: economika-i-upravlenie@mail.ru

2. Аннотация, отражающая основное содержание статьи должна быть изложена на русском и английском языках, содержать не более 200 слов (5-8 строк) и быть структурированной.

3. Ключевые слова должны быть на русском и английском языках (5-7 слов).

4. Статья представляется в виде файла, подготовленного в редакторе MS Word, размер шрифта - 11 п, гарнитура шрифта - Times New Roman, междустрочный интервал - одинарный.

5. Поля: левое - 3,2, правое - 3,2, нижнее - 4, верхнее - 4 см.

6. Объем статьи (включая библиографию) от 5 до 8 страниц машинописного текста. В объем статьи не включаются аннотация и ключевые слова.

7. Информация об авторе (авторах) на русском и английском языках должна быть представлена на отдельном листе (и в электронном варианте) в следующем виде: 1) фамилия, имя и отчество полностью; 2) ученая степень; 3) ученое звание; 4) должность; 5) место работы; 6) место учебы или соискательства; 7) для докторантов и аспирантов - название научной специальности;

8) домашний адрес; 9) контактные телефоны; 10) адрес электронной почты. Коллективная статья должна иметь подписи всех авторов.

8. Для аспирантов - справка о том, что автор статьи является аспирантом, заверенная печатью образовательного учреждения.

9. Рецензия доктора наук (для лиц без ученой степени и кандидатов наук) должна быть заверена личной подписью рецензента и печатью отдела.

10. Ссылки на литературные или иные источники по тексту оформляются числами, заключенными в квадратные скобки (например, [1]). На все цитаты должны быть ссылки. Ссылки должны быть последовательно пронумерованы. Библиографические ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

Автор статьи несет полную ответственность за точное воспроизведение цитирования, за точность данных, приведенных в списке литературы. Оформление ссылок регламентировано ГОСТ Р 7.0.5.-2008.

11. Библиографический список в алфавитном порядке, озаглавленный «Литература», приводится в конце статьи и входит в общий объем. Описание источников, включенных в список, выполняется в соответствии с существующими библиографическими правилами, Государственным стандартом (ГОСТ 7.1-2003) «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и практика составления». При оформлении списка литературы обязательно указываются следующие данные:

- для книг - фамилия и инициалы автора, полное название книги, место издания, издательство, год издания, том или выпуск и общее количество страниц;

- для статей в периодических изданиях - фамилия и инициалы автора, название статьи, полное название журнала (сборника), год издания (для сборника - также место издания и издательство, том, номер (выпуск), первая и последняя страницы статьи;

- для статей в неперидических изданиях (книгах) - фамилия и инициалы автора, название статьи, полное название книги (сборника), место издания, издательство, год издания, первая и последняя страницы статьи;

- для тезисов и текстов докладов на конференциях (семинарах, симпозиумах) - фамилия и инициалы автора, название доклада, полное название сборника тезисов или трудов конференции, дата и место проведения конференции, том, номер (выпуск), первая и последняя страницы тезисов или текста доклада;

- для препринтов - фамилия и инициалы автора, название работы, место (город), год издания, количество страниц (номер препринта/название научного учреждения или учебного заведения);

- для патентов и авторских свидетельств - вид патентного документа, его номер, название страны, выдавшей документ, индекс МКИ, название изобретения, автор(ы), дата подачи заявки, дата публикации и сведения об официальном издании, где опубликованы сведения о патентном документе, сведения о приоритете;

- для депонированных рукописей - фамилия и инициалы автора, полное название рукописи, наименование организации, год издания, общее количество страниц, место депонирования;

- для диссертаций - фамилия и инициалы автора, полное название, шифр специальности, дата защиты и утверждения, место защиты.

Примеры библиографических записей:

1. Гиндин, И.Ф. Требования дворянства и финансов-экономическая политика царского правительства в 1880-1890-х годах [Текст] / И.Ф.Гиндин, М.Я.Гефтер // Исторические заметки. - 1957. - № 4. - С.34-64.

12. В тексте статьи все сокращения используются только после упоминания полного термина. Должны использоваться только стандартные сокращения (аббревиатуры). При использовании терминов следует, как правило, придерживаться соответствующей международной номенклатуры.

13. Оригиналы статей автору не возвращаются. Редколлегия оставляет за собой право отклонения статей, не соответствующих настоящим требованиям. В случае отклонения статьи автору направляется соответствующее уведомление.

Редакция просит обратить особое внимание на необходимость строгого следования приведенным образцам. Статью необходимо отправить по электронному адресу economika-i-upravlenie@mail.ru и по почте: 354000, г.Сочи, ул.Орджоникидзе, 10а. Научно-практический журнал “Управление и экономика в XXI веке”.

Основные тематические рубрики журнала

- Экономическая теория;
- Отраслевая и региональная экономика;
- Экономика предприятия;
- Математические методы в экономике;
- Информационные технологии в экономике;
- Бухгалтерский учет;
- Экономический анализ;
- Аудит;
- Налоги и налогообложение;
- Финансы и кредит;
- Развитие банковской сферы
- Менеджмент в образовании
- Проблемы современного маркетинга
- Мировая экономика и международные экономические отношения;
- История экономики;
- Менеджмент организации;
- Государственное и муниципальное управление;
- Организация научных исследований
- Особенности подготовки специалистов экономического профиля
- Управление персоналом;
- Научная жизнь.

Main topical rubrics of the journal

- Economics Theory;
- Sectoral and Regional Economics;
- Economics of Enterprise;
- Mathematical Methods in Economics;
- Information Technology in Economics;
- Accounting;
- Economic Analysis;
- Audit;
- Taxes and Taxation;
- Finance and Credit;
- Development of Bank Sphere;
- Management in Education
- The problems of Modern Marketing
- Global Economics and International Economic Relations;
- The History of Economics;
- Corporate Management;
- State and Municipal Management;
- Organization of Scientific Researches
- The peculiarities of Preparation of Specialists in Economics
- Human Resource Management;
- Scientific Life.

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА В XXI ВЕКЕ
научно-практический журнал

РЕДКОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА:

ЯКОВЛЕВА-ЧЕРНЫШЕВА А.Ю., доктор экономических наук,
(главный редактор);
ВАСИЛЬЧУК О.И., доктор экономических наук;
ВЕРШИНИН В.П., доктор экономических наук;
КЛЕВЛИН А.И., доктор экономических наук;
ЛЯЩЕНКО Н.А. (зам.глав.ред.), кандидат экономических наук;
НИКИТИН М.В., доктор экономических наук;
ТУМАНЯН Ю.Р., доктор экономических наук;
ШУРЕМОВ Е.Л., доктор экономических наук;
ЯЗЫДЖАН А.З., доктор экономических наук;
ЯРОЩУК А.Б., доктор экономических наук.

EDITORIAL BOARD:

YAKOVLEVA-CHERNYSHEVA A.Y., Doctor of Economic Sciences,
(Editor-in-chief);
VASILCHUK O.I., Doctor of Economic Sciences;
VERSHININ V.P., Doctor of Economic Sciences;
KLEVLIN A.I., Doctor of Economic Sciences;
LYASCHENKO N.A., (Deputy Chief Editor), Candidate of Economic Sciences;
NIKITIN M.V., Doctor of Economic Sciences;
TUMANYAN Y.R., Doctor of Economic Sciences;
SHUREMOV E.L., Doctor of Economic Sciences;
YAZYDZHAN A.Z., Doctor of Economic Sciences;
YAROSCHUK A.B., Doctor of Economic Sciences.