Для активного позиционирования на мировом рынке туристических услуг государства и компании должны использовать маркетинговые технологии [8]. С помощью маркетинговой деятельности международная туристическая фирма способна предлагать, реализовывать свои услуги: в нужном количестве, на доступном для нее рынке, с актуальной ценовой политикой, в нужное время, которые максимально будут удовлетворять выбранную группу потребителей туристических услуг [9].

Так же применение маркетинга в международном туризме позволяет заниматься планированием будущих действий, использованием технологических и управленческих средств, разработкой новых идей и нового продукта, ценообразованием, реализацией туристических услуг и их территориальным и коммуникативным распределением. Международные туристические фирмы проводят собственные маркетинговые исследования, целью которых является выявить, проанализировать и предугадать нужды потребителей туристических услуг.

Список литературы

1. Климовец О.В., Шеховцов Н.Н. Государственно-частное партнерство как фактор роста международной конкурентоспособности региона // Экономика устойчивого развития. 2015. – № 2 (22). – С. 131-135.

2. Климовец О.В. Постолимпийские стратегии России // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2015. – № 1 (65). – С. 181-186.

3. Klimovets M.V. Practice of outsourcing for strategic purposes by russian and foreign companies // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – Т. 6. № 36. – С. 193-200.

4. Климовец М.В. Аутсорсинг как новая форма международного разделения труда // Международный журнал экспериментального образования. –2015. – № 11-1. – С. 29-30.

5. Климовец М.В. Сущность и причины развития международного производственного аутсорсинга в мировой экономике // Экономика устойчивого развития. – 2015. – № 2 (22). – С. 127-131.

6. Климовец М.В. Интеграция аутсорсинга в существующую модель бизнеса // Вестник ИМСИТ. – 2015. – № 1 (61). – С. 23.

7. Климовец О.В. Совершенствование тарифной политики обязательного пенсионного страхования в России // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы: Материалы XVI Международной научно-практической конференции, 2015. – С. 319-323.

8. Климовец О.В. Конкурентные преимущества стран-экспортеров нефти в условиях волатильности цен на углеводороды // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 3-3. С. 375-377.

9. Шеховцов Н.Н., Климовец О.В. Основные направления развития государственно-частного партнерства при реализации стратегических интересов государства в условиях глобализирующейся экономики // Креативная экономика. –2015. – Т. 9. № 6. – С. 711-720.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Тонкошкурая О.Г.

Академия маркетинга и социально-информационных технологий ИМСИТ, Краснодар,
e-mail: new_economics@mail.ru

Устойчивое развитие любой экономической системы невозможно без появления малых или частных предприятий [1]. Элементы малого предпринимательства зародились очень давно, но основное развитие пришлось на середину 80-х годов, начало положил Закон СССР «Об индивидуальной трудовой деятельности» от 19.11.1986 г. Появление рыночных отношений, увеличивающаяся потребность в товарах и услугах, способствовали созданию кооперативов, которые стали прообразом малых предприятий [2]. Количество их росло. Кооперативы не требовали крупных стартовых вложений, имели высокую скорость оборота денежных средств, быстро реагировали на любые изменения рынка, поэтому объемы произведенных и проданных ими товаров, и услуг возрастали [3].

В истории развития малого предпринимательства в России можно условно выделить пять ступеней.

Период с 1986 г. по 1991 г. – первая ступень в истории развития отечественного предпринимательства. В это время происходило зарождение и стихийное развитие малого бизнеса, накопление капитала, увеличение доли частной собственности, развитие нормативно-правовой базы. 4 июня 1990 года Законом «О предприятиях в СССР» вводится такое понятие как «малое предприятие» [4].

Вторая ступень развития с 1992г. по 1994г. совпала с массовой приватизацией государственного имущества. В этот период количество малых предпринимательских структур увеличилось в три раза, что способствовало повышению занятости и самозанятости населения [5]. Но при этом возросло криминальное влияние на развитие бизнеса: рэкет, взятки и другие противоправные действия. Со стороны государства малые предприятия получили различные льготы. В 1992 году они были перерегистрированы и получили организационно-правовую форму.

На третьей ступени развития с 1995 по 1997 гг. прирост малых предприятий значительно сокращается. В связи с высокими рисками при ведении бизнеса, банки проводят избирательную политику кредитования в отношении малых предприятий [6], что приводит к нехватка свободных денежных средств. Кроме того, основная масса бизнеса была сконцентрирована в торгово-посреднической сфере, что способствовало насыщению рынка и снижению возможности быстрого получения прибыли [7]. Для дальнейшего развития малых предприятий необходимо было осваивать другие сферы деятельности. Государством разрабатываются программы поддержки малого бизнеса в производственной и инновационной сферах. Давление криминала ослабло.

Четвертая ступень развития (с 1998 г. по 2001 г.) совпала с августовским кризисом 1998 года. Финансовая база малого бизнеса была уничтожена. Реализация инвестиционных проектов прекратилась. Потребительская ак-

тивность населения снизилась. Многие малые предприятия приостановили или совсем прекратили деятельность. Но сама структура малого предприятия: простота управления, быстрая мобилизация финансовых средств, внедрение достижений науки и техники, гибкость, – позволила быстрее восстановиться после кризиса и занять свободные ниши на рынке [8].

Пятую ступень развития (с 2002г.) характеризуют существенные изменения в сфере налогообложения. В июле 2002 года вступил в силу новый Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц», который упрощает процедуру регистрации малых предприятий. Для совершенствования налогообложения субъектов малого предпринимательства принят Федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 101-ФЗ «О внесении изменений в главы 26.2 и 26.3 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах, а также о принятии утративших силу отдельных положений законодательных актов РФ».

Проведя анализ развития малого предпринимательства можно сделать вывод, что формирование и развитие происходило в сложных экономических, социальных, политических условиях. Несмотря на поддержку со стороны государства, современные малые предприятия вынуждены работать в постоянно изменяющихся экономических условиях, связанных с мировым кризисом, девальвацией рубля [9].

Говоря о роли малого бизнеса в целом в экономике России, хочется вернуться к словам Д.А. Медведева на саммите G20 в Сеуле «хорошее состояние малого и среднего бизнеса – это не только показатель стабильности отдельных экономик, но и фактор, который напрямую влияет на ситуацию в экономике глобальной».

Список литературы

1. Климовец М.В. Аутсорсинг как новая форма международного разделения труда // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11-1. – С. 29-30.

2. Климовец М.В. Сущность и причины развития международного производственного аутсорсинга в мировой экономике // Экономика устойчивого развития. – 2015. – № 2 (22). – С. 127-131.

3. Климовец М.В. Интеграция аутсорсинга в существующую модель бизнеса // Вестник ИМСИТ. – 2015. – № 1 (61). – С. 23.

4. Климовец О.В. Совершенствование тарифной политики обязательного пенсионного страхования в России // Стратегия развития страховой деятельности в РФ: первые итоги, проблемы, перспективы: Материалы XVI Международной научно-практической конференции, 2015. – С. 319-323.

5. Климовец О.В. Конкурентные преимущества стран-экспортеров нефти в условиях волатильности цен на углеводороды // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. –№ 3-3. – С. 375-377.

6. Климовец О.В., Шеховцов Н.Н. Государственно-частное партнерство как фактор роста международной конкурентоспособности региона // Экономика устойчивого развития. –2015. – № 2 (22). – С. 131-135.

7. Климовец О.В. Постолимпийские стратегии России // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2015. – № 1 (65). – С. 181-186.

8. Шеховцов Н.Н., Климовец О.В. Основные направления развития государственно-частного партнерства при реализации стратегических интересов государства в условиях глобализирующейся экономики // Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. № 6. – С. 711-720.

9. Klimovets M.V. Practice of outsourcing for strategic purposes by russian and foreign companies // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – Т. 6. № 36. – С. 193-200.

ПОВЫШЕНИЕ ДОХОДОВ РФ ОТ ЭКСПОРТА УГЛЕВОДОРОДОВ В УСЛОВИЯХ НИЗКИХ ЦЕН НА НЕФТЬ

Цыпкин К.О.

Академия маркетинга и социально-информационных технологий ИМСИТ. Краснодар, e-mail: new_economics@mail.ru

В конце 2014 г. случилось существенное падение цен на нефть, от уровня около 100–110 долларов за баррель на протяжении большей части года до уровня примерно 65 долларов за баррель в начале декабря [1]. Падение стоимости нефти значительно отразилось и на цене природного газа поставляемого РФ на экспорт, ввиду привязки цены природного газа к рыночной стоимости нефти (стоимость газа снизилась на 36% по сравнению с 2014г).

При снижении в 2015 году средней цены нефти со 100 долл. до 50 долл. за баррель, выпадающие доходы бюджета только от нефтяных налогов, по оценкам, могут составить около 2,1 трлн. рублей [2] . При более серьезном падении цены, до 40 долл. в среднем за год, доходы бюджета могут снизиться уже на 3,1 трлн. рублей, что составляет 14% и 21% запланированных доходов федерального бюджета соответственно [3]. В сложившейся рыночной ситуации компенсировать снижение доходов федерального бюджета возможно за счет повышения эффективности работы предприятий нефтепереработки и транспортных компаний.

В условиях низкой цены на нефть необходимо увеличивать производство и экспорт нефтепродуктов, которые имеют более высокую добавленную стоимость по сравнению с сырой нефтью [4].

Однако для более ощутимого эффекта в данном направлении целесообразно выполнение ряда условий:

– глубина переработки нефти должна быть как можно более высокой (не менее 75%), т.е. предпочтительно производить и экспортировать премиальные высокоэкологичные виды топлива, такие как высокооктановые бензины и дизельное топливо с низким содержанием серы [5];

– транспортные затраты на экспорт нефтепродуктов должны быть минимизированы; экономически целесообразен трубопроводный транспорт нефтепродуктов, т.к. минимизируется дальности транспортировки, реализуется ритмичность согласованной работы поставщиков и потребителей, наименьшая потеря продукта,