



ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

▶ **ELECTRONIC JOURNAL** • **ЯНВАРЬ 2019 № 01 (43)** •

СВИДЕТЕЛЬСТВО РОСКОМНАДЗОРА Эл № ФС 77-65699. INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER 2542-081X

Математические и инструментальные методы экономики

Экономическая теория

аграрное право

Гражданское право предпринимательское право семейное право муниципальное право

Бухгалтерский учет

Судебная деятельность

прокурорская деятельность уголовно-исполнительное право

Уголовное право и криминология административный процесс

Уголовный процесс

Социология

Корпоративное право

денежное обращение и кредит конституционный судебный процесс

природоресурсное право

Конфликтология

Информационное право

Этнополитика

международное частное право

Гражданский процесс арбитражный процесс

Экономика и управление народным хозяйством

судебно-экспертная деятельность оперативно-розыскная деятельность

Политическая культура и идеологии

Правозащитная и правоохранительная деятельность

Мировая экономика

финансовое право

бюджетное право

экологическое право

энергетическое право политическая социология

Криминалистика

Международное право земельное право конкурентное право

право социального обеспечения

налоговое право

Европейское право

Конституционное право история учений о праве и государстве

ИЗДАТЕЛЬСТВО: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru). САЙТ ЖУРНАЛА: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)

Вопросы права, социологии и экономической теории

VIII Международная заочная научно-практическая конференция





Вопросы науки и образования

№ 1 (43), 2019

Москва
2019



Сборник научных трудов по материалам
VIII Международной заочной научно-практической
конференции

Вопросы права, социологии и экономической теории

(Москва, 16-17 января 2019 года)

Научно-практический журнал «Вопросы науки и образования»
подготовлен по материалам VIII Международной заочной
научно-практической конференции
«Вопросы права, социологии и экономической теории»

**Главный редактор
КОТЛОВА А.С.**

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство ПИ № ФС77 – 65699

Ссылка на издание

Вопросы права, социологии и экономической теории / Вопросы науки и
образования № 1 (43), 2019 // Сб. ст. по мат. VIII Международной заочной
научно-практической конференции (Россия, Москва, 16-17 января, 2019).
Москва. Изд. «Научные публикации», 2019. С. 29.

Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять
материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ**
указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

© ЖУРНАЛ «ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ»
© ИЗДАТЕЛЬСТВО «НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»

Содержание

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	4
<i>Мусальников Д.А.</i> КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ. ФАКТОРЫ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	4
<i>Носова Л.М.</i> СУТЬ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА.....	9
ТЕОРИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА. ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА.....	14
<i>Бессонова А.А.</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ РЕГЛАМЕНТОВ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ	14
<i>Алибекова А.М.</i> НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМУЩЕСТВА, ОТНОСЯЩЕГОСЯ К КЛАССУ «РОСКОШИ»: ИСТОКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ.....	19

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ. ФАКТОРЫ, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Мусальников Д.А.

*Мусальников Дмитрий Алексеевич – магистрант,
кафедра экономической теории,
факультет экономики и менеджмента,
Российская Академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
Уральский институт управления, г. Екатеринбург*

Аннотация: *в настоящей статье автором анализируется значение конкурентоспособности предпринимательских организаций в современных реалиях, факторы, оказывающие существенное влияние на конкурентоспособность предприятия. Отражены пути повышения конкурентоспособности предприятия. Особое внимание уделено параметрам оценки эффективности предпринимательства в условиях рыночной экономики в контексте формирования конкурентных преимуществ.*

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность, анализ, стратегия, преимущество, инновации.*

В современных экономических условиях ключевым параметром деятельности предприятия становится конкурентоспособность. Современные тенденции развития экономики, новые вызовы, стоящие перед субъектами экономической деятельности, обращают внимание на факторы конкурентоспособности предприятия и пути его повышения. В связи с этим, повышение конкурентоспособности предприятия приобретает особую актуальность. Понятие конкуренции составляет основу рыночной экономики, как главной движущей силы развития

взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. При всей элементарности понимания конкурентоспособности как способности выигрывать конкурентную борьбу, нет четкого определения конкурентоспособности. Различные исследователи придерживаются разных точек зрения в трактовке этого понятия. Выделим несколько понятий, которые наиболее полно отражают сущность конкурентоспособности. Конкурентоспособность — это способность определённого объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами. [1, с 37].

Конкурентоспособность - свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия и прочее [2, с 67].

Конкурентоспособность - это мера реальной силы организации в каждом сегменте, объективная оценка способности компании удовлетворить потребности каждого сегмента в сравнении с конкурентами [3, с. 28]. Конкурентоспособность предприятия представляет собой набор свойств, которые отличают ее от других субъектов на рынке. Конкурентоспособность предприятия — это молниеносная способность фирмы приспосабливаться к новым реалиям общества и функционировать даже в условиях кризисной экономики [4, с. 204]. Конкурентоспособность предприятия – экономическая категория, отражающая его способность выпускать конкурентоспособную продукцию, его конкурентные преимущества по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами [5, с. 21]. По мнению автора, конкурентоспособность предприятия необходимо определять, как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Конкурентоспособность является важнейшим критерием по оценке эффективности системы управления предприятия, ее умения эффективно использовать свой производственный,

научно-технический, финансовый и трудовой потенциал. Способность предприятия достигать собственных целей не постоянна. Она подвержена изменениям под влиянием как внешних, так и внутренних факторов. Внешние факторы можно условно разделить на группы:

- Экономические факторы (величина валового национального продукта, темпы инфляции, уровень безработицы и т.п.).

- Политические факторы (отношение государственной власти к различным отраслям экономики и регионам страны и т.п.).

- Рыночные факторы (жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость проникновения на рынок, распределение доходов населения и уровень конкуренции в отрасли).

- Технологические факторы (уровень развития науки и техники, возможности производства продукции).

- Международные факторы (изменения валютного курса, политических решений в странах присутствия).

- Факторы социального поведения (изменения социальных установок в обществе, движения в защиту интересов потребителей и т.п.).

И если внешние факторы возникают независимо от действий предприятия, то внутренними факторами конкурентоспособности предприятие должно и может управлять. К ним можно отнести:

- Структурные (системы управления предприятием),

- Ресурсные (эффективности использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов),

- Технические (использование передовых технологий в производстве),

- Управленческие (конкурентная стратегия предприятия, уровень компетентности сотрудников),

- Экономические (финансовая устойчивость функционирования предприятия).

Анализ и правильная оценка каждого из этих факторов позволит предприятию создать стратегию повышения

конкурентоспособности. Эта стратегия должна отражать те изменения, которые необходимо произвести на предприятии. Причем изменения должны быть достаточными и не являться самоцелью. Эти изменения могут касаться следующих аспектов:

- Внедрение инновационных технологий производства,
- Определение оптимальной цены готовой продукции для своего сегмента рынка,
- Оптимизация условий труда и мотивация сотрудников,
- Организация маркетинговых мероприятий,
- Выявление и даже формирование предпочтений потребителей,
- Снижение затрат на производство продукции,
- Поиск и изучение передового опыта предприятий в смежных и конкурирующих отраслях.

Подводя итоги необходимо отметить, что повышение конкурентоспособности — это очень трудоемкий и ресурсоемкий процесс. Непрерывное повышение конкурентоспособности предприятия может быть обеспечено только при условии долгосрочного, непрерывного и поступательного совершенствования всех факторов конкурентоспособности. Исходя из этого, следует четко планировать конкурентную стратегию.

Список литературы

1. *Захаров А.Н., Зокин А.А.* Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки, 2013. № 1–2.
2. *Коваленко А.И.* Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция, 2013. № 6 (42).
3. *Макдоналд М., Данбар Я.* Сегментирование рынка: Практическое руководство. М.: Изд-во «Дело и сервис», 2002. 288 с.

4. *Милантьев А.В.* Сущность и понятие конкурентоспособности / А.В. Милантьев // Студенческая наука XXI века: материалы VIII Международной студенческой научно-практической конференции. Чебоксары, 2016. № 1 (8). С. 204–210. ISSN 2413-3825.
 5. *Мокронос А.Г.* Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие / А.Г. Мокронос, И.Н. Маврина. Екатеринбург: Изд-во Уральского Университета, 2014. 194 с.
-

СУТЬ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Носова Л.М.

*Носова Луиза Маратовна – магистрант,
факультет психологии,
Башкирский государственный педагогический университет
им. Мифтахетдина Акмуллы, г. Уфа*

Аннотация: в статье раскрывается понятие лояльности персонала, описывается лояльность по уровням от низкого до более высокого уровня лояльности (лояльность на уровне атрибутики; лояльность на уровне поведения; лояльность на уровне способностей; лояльность на уровне убеждений). В статье проанализированы виды лояльности персонала, такие как: преданность в силу долгосрочного сотрудничества, лояльность на основе эмоций, нормативная преданность.

Ключевые слова: лояльность, лояльность сотрудников, преданность.

В мировой практике принято, что лояльность – это уважительное и корректное отношение к чему или кому-либо, а также исполнение норм и правил, даже несмотря на внутреннее несогласие с ними. В организациях под лояльностью подразумевается качественная характеристика, которая определяет верность сотрудника организации, согласие с целями и задачами и даже открытые трудовые мотивы.

Лояльность персонала – это элемент, которому уделяется много внимания со стороны отдела персонала, бизнес-тренеров в коммерческой отрасли. Чем же характеризуется лояльность персонала:

- разделение ценностей,
- честность и верность по отношению к работодателю,
- чувство гордости по отношению компании, открытая его демонстрация,
- готовность оказать помощь, принести что-либо в жертву ради благополучия бизнеса.

Лояльность сотрудников заключается в принятии ценностей, правил компании и готовность им следовать. Более того, лояльный сотрудник поддерживает руководство и топ-менеджмент вне зависимости от правильности принятых решений.

Современные психологи определяют несколько уровней лояльности сотрудников. Все они значат следующее: чем выше уровень лояльности сотрудника, тем более надежен сотрудник [2, с. 39].

1. Лояльность на уровне атрибутики. Данный уровень формален. Сотрудник, который носит или использует какой-либо из атрибутов компании может вести себя по-разному, но при этом, общество ждет какого-либо конкретного поведения. Это происходит за счет связи атрибута компании и ее целей. Так, например, сотрудник, который носит шарф с логотипом компании, по мнению общества, должен быть вежлив и учтив, но это не всегда может быть таковым.

2. Лояльность на уровне поведения. Более высокий уровень, который подразумевает соблюдение правил сотрудников, в том числе и нерегламентированных документально. Так, например, в части компании принято поздравлять сотрудников с днем рождения или, например, принято каждый год ходить в театр. Именно эти мелочи создают благоприятный климат в организации. За счет их поддержки, можно сформировать лояльность всех сотрудников.

3. Лояльность на уровне способностей. Это один из высоких уровней приверженности компании. Данный уровень зависит напрямую от HR-отдела: уровень подразумевает, что люди в коллективе подобраны таким образом, что принципы организации совпадают с их личностными принципами. Как следствие, у людей совпадает уровень ожидаемого и требуемого. Сотрудники, которые лояльны на уровне способностей крайне ценны для организации: они ориентируются в текущей ситуации на рынке, инициативны и заинтересованы в коммерческом успехе компании. Такие сотрудники видят взаимосвязь,

согласно которой от успеха компании зависит их собственный успех и карьерный рост.

4. Лояльность на уровне убеждений. Данный уровень подразумевает полное принятие принципов, убеждений и целей организации. В этом случае ценности компании равны личностным ценностям сотрудника. Вместо формального подчинения приходит открытая приверженность. Данному уровню обычно соответствуют должности топ-менеджмента, руководства, а также сотрудники, которые работают достаточно давно или были у основания компании. Такой сотрудник будет вкладывать все силы, все время в развитие компании. Подобная верность – это редкость в крупных современных российских компаниях.

В то же время сотрудники также ждут взаимного доверия и уважения. Если от руководства нет справедливого или уважительного отношения, если в компании нет возможности для проявления себя и карьерного роста, то сотрудник изначально не будет лояльным. Лояльность – это, своего рода, партнерские отношения.

Отмечая лояльность персонала, ее можно подразделить на несколько условных видов:

1. Преданность в силу долгосрочного сотрудничества. Сотрудник пробыл в компании достаточно долго, привык к правилам, к отношению в коллективе. Его уход, смена работы значит, что он потеряет доверие со стороны руководства (а на новом месте ему заново придется доказывать это). Лояльность такого типа схожа с привычкой.

2. Лояльность на основе эмоций. Этот вид подразумевает, что у сотрудника схожие цели с организацией (например, помощь природе). Сотрудники, лояльные эмоционально, склонны к взаимопомощи, генерации дополнительных идей и высокой продуктивности работы. Такая лояльность, как правило, встречается у сотрудников благотворительных организаций и политических партий, где все задачи и цели прозрачны и понятны изначально.

3. Нормативная преданность. Это тот случай лояльности, когда сотрудник осознает необходимость работы в компании.

И эта преданность подкрепляется не только регулярной денежной мотивацией, но и поощрением работы, демонстрацией важности сотрудника и т.д. В следствии чего, сотрудник работает в том числе и из-за чувства долга [3, с. 27].

Лояльность – это, прежде всего, относительное явление. Человек может быть лоялен к организации в целом, к руководителю или же только к своему отделу. Таким образом, лояльность – социальное качество, которое возникает при определенных социальных взаимодействиях. Обязательным элементом возникновения лояльности являются объект и субъект общения.

При всем этом лояльность практически невозможно измерить. Трудно определить степень нелояльности или лояльности коллектива. Но периодически различные компании проводят среди сотрудников опросы, анкетирования, которые позволяют выявить недостатки и достоинства в организации.

Работа на лояльность – это долгий путь, который должен быть поддержан среди руководства и сотрудников отдела персонала. Работа над лояльностью персонала должна осуществляться непрерывно и иметь ряд целей и задач. Осуществление такой работы позволит сформировать ядро компании, которое приведет компанию к успеху и поможет решить ряд проблем.

Список литературы

1. *Андрющенко О.В.* Лояльность в организациях: теоретико-методологический аспект. Автореф. дисс...канд. социол. наук. М., 2011.
2. *Доминяк В.И.* Организационная лояльность: основные подходы // Менеджер по персоналу, 2006. № 4. С. 34-40. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://dominiak.ru/publ/publ15.html/](http://dominiak.ru/publ/publ15.html) (дата обращения: 5.10.2018).

3. *Почебут Л.Г.* Оценка лояльности сотрудника к организации. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности: / Под ред. Г.С. Никифорова, М.А. Дмитриевой, В.М. Снеткова. СПб.: Речь, 2001.

ТЕОРИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА. ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ РЕГЛАМЕНТОВ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ

Бессонова А.А.

*Бессонова Алёна Александровна - магистрант,
кафедра теории и методологии государственного и
муниципального управления,
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
Уральский федеральный университет им. первого
Президента России Б.Н. Ельцина,
г. Екатеринбург*

Аннотация: в данной статье рассмотрены понятие и сущность административного регламента, значение и необходимость использования данного нормативного правового акта при осуществлении государственного контроля.

Рассмотрены основные причины необходимости совершенствования административных регламентов по осуществлению государственного контроля. В статье сформулированы актуальные направления по совершенствованию административного регламента по осуществлению государственного контроля.

Ключевые слова: административный регламент, государственный контроль, федеральные органы исполнительной власти.

В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» административным регламентом является нормативный правовой акт, устанавливающий порядок предоставления государственной или муниципальной услуги и стандарт предоставления государственной или муниципальной услуги [1]. Такие

нормативно-правовые акты выступают основой правового регулирования любой административной процедуры.

Внедрение административных регламентов, которые являются составной частью организационного обеспечения исполнения основных функций современного государства, а также играют одну из важнейших ролей в вопросе качества предоставления государственных функций, играет существенную роль в построении эффективного государственного управления.

На сегодняшний день административные регламенты являются единственными нормативными правовыми актами, регулируемыми административные процедуры, которые содержат всю необходимую информацию, предусмотренную законодательными актами, актами Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, необходимую как для граждан, так и для должностных лиц (сроки, перечень документов, основания для отказа, ответственность и порядок обжалования действия (бездействия) должностных лиц, контактная информация и пр.). Административные регламенты устанавливают преимущественно внутриорганизационные процедуры, а также опосредуют деятельность различных государственных органов (законодательных, исполнительных, судебных и т.д.) [2]. Они регулируют общественные отношения, правовая регламентация которых обусловлена нормативными правовыми актами о правовом статусе и компетенции органов исполнительной власти, но которая ими непосредственно не регулируется.

В настоящее время применение административных регламентов имеет ряд проблем, которые неразрывно связаны с эволюцией идеи административного регламента как одного из ключевых регуляторов управленческой деятельности, поскольку именно практика определяет основные тенденции развития этого правового института. Такие проблемы в последнее время вызывают большой интерес у исследователей, который, в первую очередь, вызван констатацией факта недостаточной эффективности

действующих административных регламентов, а также пониманием того, что недостаток эффективности является следствием нерешенности ряда проблем, в том числе на теоретическом уровне. Можно выделить четыре группы таких проблем [3]:

1) проблемы, которые возникают вследствие несоблюдения разработчиками установленных требований к структуре и содержанию административных регламентов;

2) проблемы, связанные с противоречием положений административных регламентов и действующего законодательства;

3) проблемы, возникающие в связи с недостатками правового регулирования порядка разработки административных регламентов;

4) проблемы, вытекающие из нерешенности некоторых важных аспектов разработки и утверждения административных регламентов.

Вышеперечисленные проблемы применения административных регламентов резко снижают эффективность их применения. Решение этих проблем зависит от обеспечения качества разработки проектов административных регламентов и полностью находится под ответственностью разработчиков [3].

В современное время совершенствование административных регламентов получает все большую популярность с целью их соответствия текущему состоянию российского законодательства. Постоянное и своевременное совершенствование административных регламентов является неотъемлемой частью нормативно-правовой системы, так как их модернизация способствуют повышению его эффективности.

О необходимости четкой и точной регламентации порядка работы каждого контрольного ведомства с целью повышения качества государственного управления отметил Премьер-министр Дмитрий Медведев на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам 19 октября 2016 года [4].

Совершенствование системы административных регламентов должно учитывать накопленный практический опыт по их принятию и исполнению. В связи с чем, решение выявленных проблем может проводиться по двум основным направлениям. Первое из которых является основным путем и должно быть направлено на полную реализацию потенциала, содержащегося в действующих административных регламентах, где одним из способов может явиться практическая реализация элементов административного судопроизводства на основании действующих административных регламентов, что будет способствовать ликвидации существенного пробела и значительному сокращению противоречий в действующем законодательстве. Второе направление должно быть ориентировано на освобождение административных регламентов от детального описания всех внутренних и внешних процедур осуществления государственных функций и предоставления государственных услуг путем оптимизации их структуры [5].

Таким образом, постоянное и своевременное совершенствование административного регламента по осуществлению государственного контроля (надзора) является неотъемлемой частью нормативно-правовой системы, так как его модернизация способствуют формированию строгой системы процедур при одновременном упрощении, повышении доступности для потребителей, что в итоге приведет к повышению эффективности административных регламентов по осуществлению государственного контроля.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/ (дата обращения: 10.01.2019).

2. *Давыдов К.В.* Административные регламенты федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации: вопросы теории / Под ред. д-ра юр. наук, проф. Ю.Н. Старилова. Монография — М.: NOTA BENE. [Электронный ресурс], 2010. Режим доступа: http://www.law.vsu.ru/structure/admlaw/personal/books/davydov_monography.pdf/ (дата обращения: 10.01.2019).
 3. *Буряга В.О.* Административные регламенты: некоторые проблемы применения // Отрасли права. [Электронный ресурс], 2015. Режим доступа: <http://отрасли-права.рф/article/8776> (дата обращения 10.01.2019).
 4. Заседание президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам. [Электронный ресурс], 2015. Режим доступа: <http://government.ru/news/24931/> (дата обращения 10.01.2019).
 5. *Федотов В.В.* Актуальные направления совершенствования административных регламентов по предоставлению государственных (муниципальных) услуг // Журнал по юриспруденции «Вопросы российского и международного права». [Электронный ресурс], 2015. № 10. Режим доступа: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-law-2015-10/4-fedotov.pdf/> (дата обращения 10.01.2019).
-

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ИМУЩЕСТВА, ОТНОСЯЩЕГОСЯ К КЛАССУ «РОСКОШИ»: ИСТОКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Алибекова А.М.

*Алибекова Асият Мурадовна – студент,
Юридический институт*

Дагестанский государственный университет, г. Махачкала

Аннотация: *в последнее время в политических кругах активизируется обсуждение вопроса о реформировании системы налогообложения недвижимости, а также о введении налога на роскошь. В статье анализируется имущество, относящееся к классу «роскоши». Автором обобщена практика внедрения налога на роскошь в России и в зарубежных странах.*

Ключевые слова: *налог, налогообложение, предметы роскоши, имущество, налог на роскошь.*

УДК 336.22

На современном этапе развития прослеживается необходимость оптимизации налоговой системы России. Плоская шкала налогообложения, которая действует около 20 лет выполнила свою позитивную историческую роль. Одинаковая ставка налога на малоимущих и тех, кто может позволить себе предметы роскоши, вызывает социальную напряженность и лишает бюджеты разных уровней существенных доходов, которые можно было бы направить на социально значимые проекты и в условиях нестабильной экономической ситуации получить более сбалансированный бюджет, не прибегая к заимствованиям.

Одним из направлений решения данной проблемы является введение налога на роскошь, который в той или иной степени решит проблему социального неравенства. Но не всегда он может быть признан удачным, поэтому налог на роскошь относится к налогам, введение которых должно

предваряться широкой общественной дискуссией и глубокой экспертной проработкой.

При рассмотрении вопроса о целесообразности введения налога на роскошь в России необходимо творческое осмысление и использование зарубежного опыта в данной сфере. Во многих странах действует повышенный налог на сверх-доходы, который имеет различные формы, что позволяет говорить о многообразии зарубежного опыта. Наиболее успешным считается налог на богатство, принятый во Франции в 1982 г. эффективность применения налога на роскошь во Франции, можно отметить, что наибольшее число поступлений в бюджет происходит от обложения дорогой недвижимости.

В Великобритании аналогом налога на роскошь является Гербовый сбор на дорогую недвижимость, который уплачивается при ее покупке. Налогом на роскошь в чистом виде такое обложение назвать нельзя, однако очевидно, что в Великобритании действует специальная система налогообложения для особого сегмента – богачей.

Налог на предметы роскоши рассматривается в нашей стране в течение многих лет.

Мера по введению налога на роскошь в России могла бы решить задачи в сфере социальной политики, пополнения федерального бюджета и улучшения уровня жизни бедного населения за счет средств богачей, но вместе с тем стоит отметить о наличии многих нерешенных проблем, которые требуют особого внимания в том числе и на законодательном уровне.

В юридической практике и в научной литературе нет общепризнанного единого определения термина « роскошь », что в свою очередь является препятствием для формирования единой концепции налога на роскошь.

Современное понимание роскоши связано с эксклюзивными дорогостоящими товарами и услугами высокого качества, доступными узкому кругу потребителей, однако уже два десятилетия исследователи пытаются сформулировать общее определение роскоши, которое

наиболее полно и четко описало бы эту категорию товаров со всей ее противоречивостью и субъективностью. Пока специалисты так и не выработали общепринятого определения роскоши, которое закрепилось бы в научной литературе, но существует множество мнений и подходов к этому вопросу.

Рассмотрим различные трактовки данного термина.

Роскошь - это:

- товары, которые продаются дороже по сравнению с товарами, обладающими теми же потребительскими свойствами;

- излишества в комфорте, в удовольствиях;

- товары, спрос на которые растет с увеличением доходов^[1]

Противоречивость понятия «роскошь» отмечали еще древнегреческие философы. В академической среде вокруг роскоши до сих пор ведется много дискуссий. Существует целый ряд трудностей, с которыми сталкиваются исследователи роскоши, пытаясь выработать единое определение люксовых товаров. Во-первых, термин «роскошь» широко употребляется в быту по отношению к различным товарам, услугам и образам жизни. В бытовом аспекте ключевой ориентир при определении понятия «роскошь» - излишество (избыток), однако этот параметр отличается высокой степенью относительности и субъективности. Во-вторых, классификация индивидом конкретного товара как роскоши во многом зависит от дохода и предпочтений самого индивида и ситуации, в которой данный товар оценивается. Саймон Кемп утверждает, что восприятие потребителем товара как роскоши зависит от двух факторов - самого потребителя и ситуации. Потребитель влияет на восприятие товара, прежде всего, через свой доход и предпочтения. Кроме того, восприятие роскоши варьируется от общества к обществу, т.е. зависит от культуры, религии, традиций, а также изменяется со временем. Кристодулидес, Микаэлиду и Ли приводят в качестве примера автомобиль, который

воспринимается как обычный товар в развитых странах и как люксовый в развивающихся.

Четких критериев, определяющих принадлежность объекта к предметам роскоши, не существует. Количественные и качественные параметры роскоши меняются в зависимости от уровня социально-экономического развития общества.

Общественное мнение в России по вопросу товаров роскоши анализировал Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): к роскоши общественное мнение относит, прежде всего, элитную жилую недвижимость - виллы, коттеджи, большие квартиры, наличие нескольких квартир (48% респондентов); дорогие импортные автомобили (29%); антиквариат, картины, драгоценности (19%); такие транспортные средства, как личный самолёт, вертолёт, большая яхта (16%). Только 4% граждан отнесли к роскоши дорогую одежду, мобильные телефоны, мебель. Около 2% относит к роскоши владение барами, ресторанами и магазинами; 1% считает роскошью возможность отдохнуть за границей. Каждый третий затруднился ответить, а 64% считают, что понятие роскоши субъективно и зависит от места проживания.

К формам налогообложения «роскоши» и «сверхпотребления» вполне обоснованно можно отнести:

- имущественное налогообложение физических лиц в виде обязательных единовременных или регулярных платежей, связанных с приобретением объектов или владением предметами, попадающими под категорию «роскошь»;

- косвенное взимание налога при приобретении некоторых товаров;

- прогрессивный налог на доходы физических лиц;

- обособленный, специально введенный налог на роскошь, который представляет собой взимание платы за объекты потребления, несущие в себе информацию об относительной зажиточности или богатстве их владельца.

На территории России на протяжении всей ее истории применялись все перечисленные формы налогообложения (за исключением последней). В силу специфичности объекта

последняя из перечисленных форм налогообложения, хотя и нашла отражение в законопроектах, не получила практического применения[2].

Таким образом, в юридической практике и в научной литературе нет общепризнанного единого определения термина « роскошь», что в свою очередь является препятствием для формирования единой концепции налога на роскошь.

На наш взгляд, налог на роскошь – это один из вариантов подоходного налога. Подоходный налог, если он взимается в виде прогрессивной шкалы, где люди с высокими доходами платят повышенную ставку налога, тоже можно рассматривать как один из вариантов налога на роскошь. Подоходный налог или налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ) по сравнению с другими видами налогов довольно «молод». Впервые он был введен в Англии в 1798 г. в виде утроенного налога на роскошь. Этот налог, построенный на чисто внешних признаках (обзаведение мужской прислугой, владение каретой и т.п.), действовал вплоть до 1816 г. При вторичном его введении в 1842 г. он уже более-менее отвечал основным критериям, положенным в основу принципа подоходного налогообложения.

Россия стала второй в мире страной, после Великобритании, которая еще в царствование Александра Первого ввела налог на роскошь.

Так же, как и в Англии, поводом стала необходимость пополнить госбюджет в условиях войны с Францией. Но идея введения «подоходного» — как это тогда формулировалось — налога существовала давно. Согласно закону от 11 февраля 1812 года, к уже существовавшим податям и пошлинам добавился процентный сбор с собственности и доходов от недвижимости, включая имения и жилые дома. Этот сбор взимался вне зависимости от того, откуда именно извлекался доход, а также независимо от звания владельца. Исключение составили только члены императорской фамилии. С другой стороны — доходы ниже 500 рублей в год от обложения указанным сбором освобождались. В

результате основным сословием, которое должно было платить данный налог, оказалось дворянство. В 1820 году налог на доходы богатых был отменен под предлогом того, что он не имеет значительного влияния на финансовое положение в стране.

В дальнейшем было еще несколько попыток введения прогрессивного налогообложения на доходы, недвижимость и имущество. В 1880, 1892 и 1906 годах, но они не были успешными. Исключение составляют два налога, принятых в 1885 году — налога с доходов от процентных бумаг и дополнительного налога с торговых и промышленных предприятий, извлекающих сверхприбыль.

Уже в годы Первой мировой войны Государственная дума приняла закон о прогрессивном налогообложении граждан. Взимание этого налога начиналось с годового дохода физического лица в 1000 рублей. Интересен факт, что левые партии в Думе настаивали на планке в 600 рублей, а правительство — в 700. То есть победила позиция приоритетного обложения именно богатых представителей общества. При этом годовой доход свыше 400 тысяч рублей в год облагался уже не процентной ставкой — в 12,5%, а фиксированной суммой в 120 тысяч рублей.

В марте 1917 года Временное правительство повысило ставку прогрессивного налога до 30 процентов. Для владельцев предприятий этот сбор вместе с военным налогом на прибыль составил 90 процентов от суммы доходов. В октябре 17 большевики, придя к власти, фактически ничего нового в этом вопросе не предложили, а просто увеличили размер этого налога до максимума — в 100 процентов. То есть стали забирать у собственников все доходы. А вскоре отобрали и саму собственность — причем у всех, а не только у богатых.

Кроме того, уже с 1924 г. в СССР была введена прогрессивная шкала подоходного налога. Налог исчислялся по ставкам, дифференцированным по группам плательщиков и размеру дохода. В Большой советской энциклопедии подоходный налог в СССР описан так: «Ставки подоходного

налога прогрессивные: более низкие для первой и наиболее высокие для последней группы плательщиков. Максимальная ставка налога с заработной платы рабочих и служащих — 13% (при заработной плате свыше 100 руб. в месяц). Для отдельных категорий плательщиков установлены значительные льготы». Например, для литераторов и работников искусства, годовой доход которых превышал 300 тыс. руб., налог составлял 104 204 руб. + 55% с суммы, превышающей 300 000 руб. С доходов свыше 70 тыс. руб., полученных от некооперированных кустарно-ремесленных промыслов, строений, от сельского хозяйства в городских поселениях и с других доходов сумма налога составляла 38 646 руб. + 81% с суммы, превышающей 70 тыс.

В современной России налог на предметы роскоши был введен законом РСФСР от 6 декабря 1991 года № 1993-1 «Об акцизах» с 01.01.1992 г. как косвенный налог, включаемый в цену товаров и оплачиваемый покупателями.

В 2010 году впервые Государственной Думой Российской Федерации был рассмотрен законопроект № 442151–4 «О внесении изменений в часть первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части установления налога на предметы роскоши)» [4]. Налогоплательщиками признавались лица — собственники имущества, признаваемого объектом налогообложения. Объектами налогообложения являлись: 1) жилые дома, квартиры, дачи и иные строения, помещения и сооружения, земельные участки (доли в них) стоимостью более 15 млн. рублей; 2) автомобили, самолеты, вертолеты, теплоходы, яхты, парусные суда, катера, зарегистрированные в установленном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации, стоимостью более 2 млн. рублей; 3) драгоценные металлы, драгоценные камни и изделия из них, произведения живописи и скульптуры стоимостью более 300 тысяч рублей. Налоговой базой признавалась рыночная стоимость имущества по состоянию на 1 января каждого года. Налоговая ставка варьировалась исходя из предмета налогообложения и рассчитывалась по прогрессивной шкале.

Данный законопроект не учитывал то, что выбранные объекты налогообложения уже являлись налогооблагаемыми (по налогам на имущество для физических и юридических лиц), и, таким образом, реализация предлагаемых изменений привела бы к двойному налогообложению имущества, а также к увеличению налоговой нагрузки на физических и юридических лиц.[5].

Следующая попытка введения налога на роскошь на территории Российской Федерации была реализована в 2012 году, путем внесения на рассмотрение Государственной Думой Российской Федерации законопроекта № 28997–6 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации, изменения в статью 13 части первой Налогового кодекса Российской Федерации и изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части введения налога на объекты роскоши)» [6]. Налог на роскошь должен был стать платой за отказ от инвестиций в развитие — в пользу сверхпотребления и тщеславия и не должен был затронуть средний класс. Однако законопроект не был одобрен Советом Государственной Думы Российской Федерации в связи с несоблюдением требований части 3 статьи 104 Конституции Российской Федерации, а именно: «законопроекты о введении или отмене налогов, освобождении от их уплаты... могут быть внесены только при наличии заключения Правительства Российской Федерации».

С 1 января 2014 года на территории Российской Федерации начал действовать новый закон на роскошь в виде обложения транспортных средств стоимостью свыше 3 млн. рублей. В три раза транспортный налог увеличился для хозяев машин стоимостью от 10 до 15 миллионов рублей и свыше 15 миллионов рублей в случае, если с момента выпуска этих транспортных средств прошло не более 10 и 20 лет соответственно. Последнюю попытку введения налога на роскошь предприняли законодатели от партии «Справедливая Россия», доработав законопроект № 66360–6 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской

Федерации, изменения в статью 13 части первой Налогового кодекса Российской Федерации и изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части введения налога на объекты роскоши)» от 2012 года [7]. Тем не менее, 23 апреля 2014 года Государственная Дума РФ отклонила его.

Таким образом, можно сделать вывод, что налог на предметы роскоши был в РФ почти 10 лет в составе акцизов. Налог на предметы роскоши рассматривается в нашей стране в течение многих лет. Мера по введению налога на роскошь в России могла бы решить задачи в сфере социальной политики, пополнения федерального бюджета и улучшения уровня жизни бедного населения за счет средств богачей, но вместе с тем стоит отметить о наличии многих нерешенных проблем, которые требуют особого внимания в том числе и на законодательном уровне.

Список литературы

1. *Дождева Е.Е.* Перспективы развития налогообложения предметов роскоши // Региональное развитие. № 3,4. 2014. С. 240.
2. *Шакирова Р.К.* Концепция налога на роскошь: зарубежный опыт, отечественная практика и альтернативы // Вестник Томского государственного университета. Экономика, 2016. № 1 (33). С. 255.
3. *Гусев Д.* Превратности фортуны: во Франции реформируют налог на «богатство». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://ru.rfi.fr/frantsiya/20171021-prevratnosti-fortuny-vo-frantsii-reformiruyut-nalog-na-bogatstvo/> (дата обращения: 29.01.2019).
4. Интернет-портал. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/%28SpravkaNew%29?OpenAgent&RN=28997-6&02/> (дата обращения: 29.01.2019).

5. Николаева Е.В. Анализ законопроектов введения налога на роскошь в Российской Федерации // Молодой ученый.2014. №8. С. 557-559. [Электронный ресурс] Режим доступа <https://moluch.ru/archive/67/11286/> (дата обращения: 29.01.2019).
6. Интернет-портал. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://constitution.kremlin.ru/> (дата обращения: 29.01.2019).
7. Интернет-портал. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации [Электронный ресурс]// Режим доступа: [http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/\(Spravka\)?OpenAgent&RN=66360-6&02/](http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/(Spravka)?OpenAgent&RN=66360-6&02/) (дата обращения: 29.01.2019).

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

ИЗДАЕТСЯ С 2016 ГОДА
ВЫХОДИТ 1 РАЗ В МЕСЯЦ

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»

АДРЕС РЕДАКЦИИ:
153008, Г. ИВАНОВО, УЛ. ЛЕЖНЕВСКАЯ, Д. 55, 4 ЭТАЖ
ТЕЛ.: +7 (910) 690-15-09.

[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)
EMAIL: [INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)

ИЗДАТЕЛЬ:
ООО «ОЛИМП»
УЧРЕДИТЕЛЬ: ВАЛЬЦЕВ СЕРГЕЙ ВИТАЛЬЕВИЧ
117321, Г. МОСКВА, УЛ. ПРОФСОЮЗНАЯ, Д. 140



ИЗДАТЕЛЬСТВО «НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»
[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru)

Вопросы права, социологии и экономической теории VIII Международная заочная научно-практическая конференция (Москва. 16-17 января 2019 года)

 **РОСКОМНАДЗОР**
СВИДЕТЕЛЬСТВО ЭЛ № ФС 77–65699

 **INTERNATIONAL STANDARD
SERIAL NUMBER 2542-081X**

Российская
книжная палата
ТАСС

Google
scholar™



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ