

Правительство Рязанской области
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»
Факультет экономики

РОЛЬ МОЛОДЕЖИ
В АКТИВИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
В РЕГИОНЕ

Материалы
Международной студенческой
научно-практической конференции,
25–26 ноября 2010 г.

**ББК 65.9(2Рос)
Р68**

Рецензенты: *В.В. Текучёв*, д-р экон. наук, проф.
(РГАТУ им. П.А. Костычева)
Ю.В. Рокотянская, канд. экон. наук, доц.,
зам. министра экономического развития
и торговли Рязанской области

Р68 **Роль** молодежи в активизации бизнес-процессов в регионе : материалы
Международной студенческой научно-практической конференции,
25–26 ноября 2010 г. / отв. ред. В.С. Отто ; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есени-
на. – Рязань, 2010. – 128 с.

ISBN 978-5-88006-725-1

Рассматриваются проблемы молодежного предпринимательства, иннова-
ционного развития региона, государственного регулирования молодежно-
го предпринимательства, обучения молодежи предпринимательству (биз-
нес-проектирование, бухгалтерский учет, налогообложение, маркетинг,
анализ финансового состояния организации и т.д.)

Адресовано студентам, аспирантам, магистрантам высших учебных заве-
дений специалистам-практикам, представителям бизнеса и бизнес-сообществ.

*проблемы молодежного предпринимательства, бизнес-проектирование,
бухгалтерский учет, налогообложение, маркетинг, бизнес-сообщество.*

ББК 65.9(2Рос)

Редакционная коллегия:

В.С. Отто, канд. экон. наук, доц. (отв. ред.);
Н.А. Мишакова, канд. экон. наук, доц.;
Г.В. Карвицкая, канд. экон. наук, доц.;
О.В. Сычева, канд. экон. наук, доц.;
Ю.В. Рокотянская, канд. экон. наук, доц.

© Отто В.С., отв. ред., 2010
© Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Рязанский государственный университет
имени С.А. Есенина», 2010

ISBN 978-5-88006-725-1

*Аджиев А. - студент 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Сычева О.В.*

ИНТЕРНЕТ- ФОРУМ КАК СПОСОБ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ СТУДЕНТОВ

Проблема повышения качества российского образования в последние годы получает новый ракурс рассмотрения. Современная образовательная политика России должна учитывать общие тенденции мирового развития: переход к постиндустриальному, информационному обществу, значительное расширение масштабов межкультурного взаимодействия. В связи с этим особую важность приобретает формирование таких качеств у студенческой молодежи как коммуникабельность, толерантность, способность воспринимать и критически оценивать точку зрения оппонента по другую сторону информационного пространства.

Особое значение межкультурная коммуникация имеет для современного гуманитарного, экономического образования, что обусловлено активным включением России в международные бизнес-процессы. Именно студентам экономических специальностей предстоит осуществлять её в профессиональной сфере, а значит уже сегодня необходимо решать задачи по формированию и развитию своих коммуникативных умений в будущей профессиональной деятельности, расширять свою межкультурную компетентность. Современное образование призвано решать задачи по воспитанию межкультурной личности, а также обеспечивать готовность выпускников вузов к взаимодействию с другими людьми в процессе обмена культурными ценностями, знаниями в деятельности. Но сегодня, к сожалению, оно зачастую даёт лишь поверхностные знания в этой сфере, «теорию без практики».

Межкультурная компетентность будущего экономиста – это основанная на знаниях, умениях и опыте межкультурного общения способность, позволяющая решать профессиональные задачи и осуществлять профессиональную деятельность, которая в период глобализации подразумевает наличие навыков межкультурного общения [1].

Одной из активно используемых современных форм организации межкультурной коммуникации являются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). ИКТ – это сетевые технологии, использующие глобальную сеть Интернет для развития межкультурной компетентности. Использование ИКТ в образовательном процессе рассматривают как целенаправленный процесс компьютерной организации образовательной среды, коммуникации, направленный на более эффективное решение задач развития межкультурной компетентности студентов[2]. Наиболее часто в образовательном процессе используются: электронная почта, дискуссионные группы (телеконференции, Википедии, веб-форумы), интернет-конференции, электронные журналы, электронные библиотеки, чаты и т.д. [3].

На факультете экономики РГУ им. С.А.Есенина в 2010 г. был реализован

проект «Интернет-форум дискуссионного клуба Telecom-ДИАЛОГ» на базе интернет-форума <http://sotsium.ning.com/>, который ставил перед собой следующие цели:

установление долговременных контактов со студентами зарубежных университетов (Хоутон колледж - штат Нью-Йорк, США, Уэслиан колледж - штат Северная Каролина, США) и др.

исследование и обсуждение со студентами зарубежных вузов актуальных проблем общественного развития, и создание эффективного информационного поля для учебного и исследовательского процесса;

приобретение полемических навыков в дискуссиях с оппонентами и содействие реализации внутреннего потенциала студентов.

по результатам международных межуниверситетских коммуникаций написание исследовательских работ по соответствующей тематике.

Предметом обсуждения российских и американских студентов стали современные проблемы рыночного хозяйства, поднятые в книге известного американского писателя-социолога и экономиста Раджа Патела «Ценность – ничто» (Raj Patel «Value of nothing»). Работа велась в соответствии с рабочим планом Интернет-форума и включала несколько этапов, состоящих из собственно обсуждения вынесенных на Форум проблем, проведения тематических видеомостов и написания работ.

Дискуссия проводилась в течение 2-х семестров. Поставленные задачи в целом были решены. Студенты приобрели бесценный опыт межкультурного профессионального общения по множеству важных и актуальных вопросов экономики, бизнеса, национального хозяйственного менталитета.

Проведение форума показало важность и перспективность такого способа формирования у студентов элементов профессиональной межкультурной компетентности.

В то же время первый опыт подобного рода контактов выявил ряд проблем, над которыми необходимо задуматься и которые в будущем проекте необходимо преодолеть. Это прежде всего – проблема языкового барьера. Несмотря на то, что в проекте участвовали студенты, занимающиеся углубленным изучением языка, они постоянно сталкивались с трудностями профессионального перевода. Для российских студентов важным условием и мотивом работы на Форуме являлись неформальные контакты со своими сверстниками из-за океана, на которые американские студенты шли не достаточно активно. Разница в программах, во временных рамках учебных занятий и семестрового расписания создавало организационные трудности проведения видеомостов. Обнаружились и серьезные расхождения в подходах к написанию итоговых работ: эссе в США, научные статьи или доклады в России.

Выявленные проблемы не умаляют положительные результаты Форума, а лишь указывают на необходимость их учета и преодоления в последующих проектах.

Современное молодое поколение восприимчиво и открыто новой культуре, способно осознать свои стереотипы и предрассудки и избавляться от них.

Студенты, благодаря межкультурной коммуникации обогащают свой опыт, знания, преодолевают свое неприятие каких-либо различий в миропонимании. Использование ИКТ в повседневной и учебной жизни – норма для современного студента. Общение в чатах, на форумах, в социальных сетях создаёт возможности для развития коммуникативной компетентности, учит диалогу и деловому общению на основе взаимопонимания, уважения и принятия мнения другого, способствует совершенствованию способностей к критическому анализу информации. Межкультурное взаимодействие является хорошим средством развития культуры межличностных отношений в образовательном процессе университета, помогает установлению контактов и связей между всеми участниками диалога.

Использованная литература:

1. Raj Patel. The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy

2. <http://sotsium.ning.com/main/> - Интернет форум Sotsium.net

3. http://en.wikipedia.org/wiki/Raj_Patel

4. Новикова Л. А. Интернет как среда межкультурного общения в образовательном процессе вуза // Омский научный вестник. – Омск, 2006. № 5(40). – С. 167–170

5. Федоров А.О. Использование Википедии в преподавании. Международный научный конгресс «Человек в мире культуры: исследования, прогнозы», Аспирантские чтения «Молодежь – наука – культуры: прогностическая парадигма». – Казань: КГУКИ, 2007. – С. 134-137.

*Александров А., Григорьев С. - слушатели МосУ МВД РФ
Научн. рук.: к.э.н. Коноваленко С. А.*

РОЛЬ ОВД ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Молодежь – это наше настоящее и будущее. Сегодня в России появились социальные механизмы, способные вывести общество из хаоса. В первую очередь новыми возможностями воспользовалась молодежь, которая в значительной части обладает достаточным уровнем мобильности, интеллектуальной активности и здоровья. Именно поэтому очень важно не упустить сегодняшний день и поддержать как можно больше молодежных инициатив, в том числе и в сфере предпринимательства[5].

Сегодня существует множество барьеров развития молодежного предпринимательства, такие как конкуренция со стороны устоявшихся фирм, затрудненный вход на рынок предложения, излишние бюрократические процедуры при оформлении организационно-правовой формы собственности, преступные действия со стороны недобросовестных контрагентов, организованных преступных групп и сообществ, органов государственной власти.

Целью данной статьи является изучение преступных действий со стороны тех или иных лиц, как барьера развития молодежного предпринимательства, ха-

рактеристика некоторых уголовно-наказуемых методов, используемые злоумышленниками.

Предметом данного исследования является экономическая составляющая безопасности предпринимательской деятельности. Государство немаловажную роль по обеспечению защиты предпринимателей возложило на ОВД, так как известно, что именно эта структура занимается выявлением и раскрытием большинства преступлений, связанных с нарушением интересов лиц данной категории. Основными задачами в сфере защиты предпринимательской деятельности являются:

1) выявление, предупреждение и пресечение преступлений и правонарушений в налоговой сфере, а также сопутствующих им экономических правонарушений и преступлений;

2) выявление и пресечение преступлений в промышленности, защита прав акционеров и собственности, потребительского рынка от фальсифицированной и контрафактной продукции, противодействие легализации средств, полученных преступным путем, борьба с коррупцией, с преступлениями в кредитно-финансовой сфере, а также преступлений, связанных с незаконным предпринимательством, рейдерством и др.

Общая картина преступлений экономического характера по Рязанской области за последние 4 года представлена в табл. 1.

Таблица 1. Экономические преступления, совершенные в Рязанской области

Виды зарегистрированных преступлений		Период			
		2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Преступления экономической направленности		2119	1979	2571	1590
В т.ч.	Тяж. и особо тяж.	949	1082	1546	698
	В крупном и особо крупном размер.	140	135	156	122
	Незакон. Предприн.	13	7	13	7
Мошенничество экономического характера		523	427	1220	470
Налоговые преступления		215	217	214	217
В т.ч.	Тяж. и особо тяж.	30	32	27	37
	В крупном и особо крупном размер.	197	214	214	216
Эк. преступления, совершенные орг. преступн. группой		75	23	696	6
Организация преступного сообщества		2	5	3	1

Мы считаем, что особую угрозу для успешного развития молодежного предпринимательства таит в себе лжепредпринимательство и незаконная предпринимательская деятельность. К сожалению, по данным статистики до 70% предпринимателей так или иначе использовали или используют фирмы-однодневки в своей деятельности. По своей уголовно-правовой природе лжепредпринимательство заключается в создании коммерческой организации без намерения осуществлять предпринимательскую или банковскую деятельность. Существует множество вариантов использования подобных фирм в сфере бизнеса это, прежде всего, легализация денежных средств, добытых преступным путем, незаконная минимизация налогов, мошенничества экономического характера, например хищение денежных средств из бюджета путем незаконного возмещения НДС или, например, нецелевое использование средств бюджета на

развитие важных социально-экономических проектов и т.д. Как правило, фирмы-однодневки оформляются на подставных лиц, то есть умерших, потерявших паспорт, что позволяет перевести ответственность виновных лиц на другое совершенно непричастное лицо. Традиционным направлением является использованием зарубежных оффшоров. В них перечисляются денежные средства за якобы полученный товар или оказанные услуги. При этом цены, как правило, значительно завышают. В дальнейшем деньги по цепочке перечисляются на несколько дополнительно открытых счетов, обналчииваются или вкладываются в различные активы от имени организатора криминальной схемы или подставных лиц.

Перейдем к рассмотрению одной из главных проблем предпринимательства, а именно рейдерским захватам. Рейдерством принято считать силовое недружественное поглощение предприятия против воли его собственника, имеющего преимущественное положение на данном предприятии, и (или) его руководителя.

6 апреля 2010 года в Москве Президент РФ внес в Госдуму законопроект, призванный повысить эффективность противодействия рейдерским захватам. Но к сожалению, законодатель не дал определения «рейдерство», поэтому это явление, сопоставимое по степени цинизма и вредоносности с бандитизмом, по-прежнему не имеет конкретных очертаний. На наш взгляд, проблеме рейдерства, помимо государственных органов, определенное внимание должны уделять и предприниматели. По средствам усиления собственной безопасности, выявления различных факторов риска и выставления различных барьеров, для воспрепятствования деятельности рейдеров.

Список использованной литературы:

- 1) Федеральный закон РФ от 18 апреля 1991 г. N 1026-I "О милиции"
- 2) Уголовный кодекс РФ – М.: Юрист, 2010 г.
- 3) Налоговый кодекс РФ – М.: Юрист, 2010 г.
- 4) Федеральный закон от 01.07.2010 № 147-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и в статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации»
- 5) П.В. Шинкаренко. Девиз – «Полезно». Очерки деятельности региональных организаций Вольного экономического общества России. 1765-2010.-М.: Труды Вольного экономического общества России, 2010. – 392 с.

***Бандуркина Е. - студентка 4 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Мишакова Н.А.***

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕГИОНЕ

Финансовые вложения в любой сектор экономики – один из факторов процветания данной отрасли, начиная с конкретного предприятия и перерастая в благополучное развитие отдельных регионов, а в результате всей страны в целом. В условиях инновационного формирования экономики возрастает роль и значение инвестиций (как собственных, так и иностранных) в предприятия, за-

нимающиеся разработкой новых технологий.

Сегодня предприниматель внимательно подходит к выбору объекта финансовых вложений – это одна из самых главных проблем, так как многие ориентируются на быстрое получение прибыли. Все знают, что отдача от вложенных средств в науку и технологии приходит не сразу (например, спустя несколько лет), в результате чего наблюдается пассивность инвесторов в области инноваций.

Не сформировав единую целостную систему инвестирования инновационной деятельности, мы не сможем решить актуальные проблемы по выходу из кризисного состояния и перейти к устойчивому экономическому росту региональных предприятий. В результате чего необходимо срочно изменить ситуацию, сложившуюся в инвестиционной и инновационной сфере производственных хозяйственных систем, и предпринять экстренные меры по стимулированию инвестиций в инновации.

Чаще всего инвестор выбирает конкретные регионы, беря за основу привлекательность того или иного субъекта. Лидерами по получению инвестиций являются Московская, Ленинградская, Липецкая области, Краснодарский край, республика Татарстан. Их всех объединяет законодательная база, ориентированная на определенные льготы и субсидии для инвесторов, выгодное географическое положение, наличие множества крупных промышленных объектов, а также создание в этих субъектах РФ особых экономических зон, где концентрируются огромные денежные средства.

На сегодняшний момент разработано множество способов и критериев оценки конкурентоспособности региона. Следует отметить, что все факторы, входящие в ее анализ характеризуются конкретным набором показателей. Здесь рассматриваются: развитость рыночной инфраструктуры, характеристика экономического потенциала, общие условия хозяйствования, политические, социальные и социокультурные, организационно-правовые, финансовые и другие факторы.

Ведущие аналитики рейтингового агентства „Эксперт-РА“ разработали свою методику, которая стала одной из основных. На их взгляд, совокупный потенциал региона, включает в себя следующие показатели: инновационный, ресурсно-сырьевой, производственный, институциональный, потребительский, инфраструктурный, трудовой, финансовый.

Важно учесть еще и совокупный риск региона, который рассчитывается с учетом политических, экономических, социальных, криминальных, экологических, финансовых, законодательных рисков.

Также оценивают инвестиционную привлекательность региона с позиций территории или отрасли, используя модель, включающую в себя две составляющие:

- 1) экономическую отдачу (оценивает уровень доходности инвестируемых средств);
- 2) рискованность вложений (оценивает степень риска, связанного с рассматриваемым уровнем региона (территории или отрасли)).

Совокупность сформированных показателей отражает все стороны инвестиционного процесса, затрагивает внешние и внутренние факторы функционирования регионов как экономических систем, так и объектов инвестирования[7].

Существует также система показателей мониторинга инновационной конкурентоспособности регионов, которая учитывает уровень инновационного развития на основе ключевых индикаторов, которые можно найти в государственной статистике (см. табл.1). Все эти показатели в комплексе являются ориентиром для инвестора[6].

Таблица 1. Система показателей мониторинга инновационной конкурентоспособности регионов

Группа показателей	Показатели	Методика расчета
Показатели инновационной активности	Затраты на исследования и разработки на 1 занятого (Зи)	Отношение затрат на исследования и разработки к численности занятых в экономике региона
	Затраты на технологические инновации на 1 занятого (Зти)	Отношение затрат на технологические инновации к численности занятых в экономике региона
	Выпуск инновационной продукции на душу населения региона (Вип)	Отношение объема произведенной продукции к численности населения региона
	Патентная активность (Па)	Количество патентных заявок в расчете на 10 тыс. населения региона
	Инновационная активность организации (Иао)	Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций, %
	Исследовательская активность (Иа)	Удельный вес исследователей в общей численности населения региона, %
	Технологическая активность (Та)	Число созданных передовых технологий в расчете на 100 тыс.
Показатели инновационной восприимчивости	Производительность труда (Пт)	Отношение ВРП субъекта РФ к среднегодовой численности занятых в экономике региона (Гз)
	Фондоотдача (Фо)	Отношение ВРП субъекта РФ к стоимости основных фондов региона (ОФ)
	Экологичность производства (Эп)	Частное от деления ВРП субъекта РФ на объем выбросов вредных веществ в атмосферу, исходящих от стационарных источников в регионе

Определим теперь какими способами предприятие, регион может получить инвестиции, какие существуют их разновидности (классификация). Во первых все вложения можно подразделить на *государственные* инвестиционные ресурсы (бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, государственные заимствования, пакеты акций, имущество государственной собственности) и *иностраные* инвестиции.

Инвестирование на уровне государства или субъекта РФ может производиться за счет *собственных* средств, а также *привлеченных* из государственных кредитно-банковских и страховых систем, *заемных* средств в виде внешнего (международных заимствований) и внутреннего долга государства (государственных облигационных и прочих займов).

Что касается источников финансирования на уровне предприятия, то ими могут быть:

собственные средства (прибыль, амортизационные отчисления, страховые возмещения, нематериальные активы, временно свободные основные и оборотные средства);

привлеченные средства, полученные от продажи акций, а также взносы, целевые поступления и пр.;

заемные средства в виде бюджетных, банковских и коммерческих кредитов[1].

Если речь идет о выполнении целевых комплексных программ, приоритетных государственных проектов, то важнейшим источником разных форм инновационной деятельности являются *бюджетные ассигнования*.

Рассмотрим Рязанскую область как объект для инвестирования в инновационную деятельность. Одной из ведущих отраслей нашего региона является промышленность (в основном оборонная), на долю которой приходится более трети валового регионального продукта. Именно промышленный комплекс становится ядром инновационных разработок, проводимых в субъекте. Оборонные предприятия Рязанской области разрабатывают и производят высокотехнологичную современную продукцию, которая превосходит по многим параметрам зарубежные аналоги. Поэтому для экономики региона имеет большое значение развитие этих предприятий.

Помимо оборонных предприятий наиболее приоритетными направлениями в региональной промышленности являются: электроника и радиотехника, информационно-телекоммуникационные системы, медицинское оборудование и диагностические технологии, лекарства и медикаменты, переработка сельскохозяйственного сырья.

Одними из ведущих предприятий нашей области являются:

ОАО «Плазма» (входит в состав холдинга ОАО «Российская электроника») - научно-исследовательский институт газоразрядных приборов, состоящий из отдельных научно-производственных и производственных центров, занятых разработкой и изготовлением наукоёмких и высокотехнологичных изделий: газовых лазеров и систем на их основе, средств отображения информации (плазменных панелей, мониторов и др.), газоразрядных коммутирующих приборов, промышленной керамики.

Продукция и технологии ОАО «Плазма» используются во многих странах мира, включая страны СНГ, Европы, США, Израиль, Индию, Китай, Японию и Южную Корею[3].

ОАО «Корпорация «Фазотрон-НИИР» - лидер разработки и производитель радаров и радиолокационных систем управления вооружением различного типа самолётов и вертолётов, а также ракетно-пушечных, наземных и корабельных комплексов ПВО, средств отображения информации о состоянии систем космического корабля и космонавтов, метеорадаров и продукции гражданского назначения[8].

ЗАО «Геркон-авто» - специализируется на разработке и производстве изделий автомобильной и бытовой электроники и светотехники[2].

ОАО «Рязанский Радиозавод» - является динамично развивающимся лидером в отрасли по производству средств радиосвязи различного назначения[4].

Важно отметить, что научно-исследовательские работы проводятся еще и на таких крупных предприятиях, как: НИИ «Рассвет», ОКБ «Спектр», ФГУП КБ «Глобус», КБ ОАО завода «Красное знамя», Всероссийский НИИ механизации сельского хозяйства (ВНИИМС), ВНИИ коневодства и НИИ пчеловодства.

В области действует около 50 малых инновационных предприятий технико-внедренческого и производственного типа с численностью от нескольких до

100 человек, которые имеют большой опыт в разработках медицинской техники, оборудования для оснащения классов физики в школах и средних специальных учебных заведениях, создания солнечных энергоустановок, производства устройств радиосвязи. Возможности большинства малых предприятий позволяют им довести разработку инновационного продукта от идеи до экспериментального и опытного образца. Но зачастую затраты на коммерциализацию идеи, а также на маркетинг, освоение изделия в серийном производстве, рекламу и организацию сбыта, превышают затраты на реализацию идеи во много раз. Именно поэтому инвестиции в эти предприятия просто необходимы.

В Рязанской области создана *региональная инновационная система* (РИС), обеспечивающая поддержку НИОКР и внедрению инноваций в производство.

Нельзя забывать, что научно-исследовательские работы ведутся и в высших учебных заведениях Рязани.

Рязанский государственный радиотехнический университет проводит научную работу в области информационно-коммуникационных технологий, информационной безопасности, нанотехнологий, обработки и распознавания аэрокосмических изображений, биомедицинском приборостроении, силовой электроники, масс-спектрометрии, информационно-управляющих систем. Стратегическими партнёрами РГРТУ являются крупнейшие НИИ, предприятия оборонного и машиностроительного комплекса России.

Около 20 научно-исследовательских центров и лабораторий функционируют на базе *Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина*. Ведётся работа более чем по 50 фундаментальным направлениям: элементы и устройства вычислительной техники и систем управления, всеобщая и отечественная история, теория и методика обучения (по отраслям наук), физиология человека и животных, физика низкотемпературной плазмы, дифференциальные уравнения и др.

Научную работу ведут в *Рязанском государственном медицинском университете им. академика И.П. Павлова*. Сотрудники университета принимают участие в реализации программы Всемирной организации здравоохранения «Global Alliance against Chronic Respiratory Diseases (GARD) – Глобальный альянс против хронических лёгочных заболеваний», которая выполняется в сотрудничестве с НИИ пульмонологии Министерства здравоохранения и социального развития России.

Чтобы повысить эффективность научных исследований заключаются договоры о научно-техническом сотрудничестве с рядом организаций, в т. ч. с Проблемной лабораторией по изучению лекарственных средств (Москва), Елатомским приборным заводом, НПО «Биотех», ООО «Полиморф» (г. Москва), фирмами «МЕДЭЛ», Ferraris, Micro Medical Ltd. и др.[5].

При участии Правительства Рязанской области созданы региональные инновационные организации, такие как: «Инновационно-технологический центр им. В.Ф. Уткина» (некоммерческая организация) – ядро инновационной инфраструктуры Рязанской области, цель которого создание региональной инновационной системы, обеспечивающей эффективное взаимодействие предприятий и

организаций инновационной сферы между собой и с органами государственной власти для повышения эффективности производства, ускоренного внедрения новых научно-технических разработок и технологий, перехода региональной экономики на инновационный путь развития.

Рязанский фонд поддержки малых предприятий, работающих в научно-технической и производственной сферах, учреждён Правительством Рязанской области и Фондом поддержки малых форм предприятий, работающих в научно-технической и производственной сферах (фонд Бортника). Фонд осуществляет микрокредитование малых инновационных предприятий[5].

В Рязанской области формируются 2 промышленных округа. *Особая экономическая зона* промышленно-производственного типа в Пронском районе. *Инновационный промышленный округ* в районе посёлка Варские предназначен для размещения «чистых» предприятий, работающих на базе высоких технологий.

На территории области уже реализуется более 20 крупных инвестиционных проектов, в том числе с участием зарубежных компаний. Рязанская область имеет неплохую законодательную базу в поддержку инвестиционной деятельности на территории нашего региона.

Областной закон от 06.04.2009 г. №33-ОЗ «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Рязанской области».

Постановление Правительства Рязанской области от 23.04.2009 г. №106 «О мониторинге инвестиционной деятельности в Рязанской области»

Закон Рязанской области "Об инновационном развитии и государственной инновационной политике Рязанской области" от 13.11.2006 N 138-ОЗ.

Конечно, при таком огромном потенциале у нас есть и проблемы, которые требуют немедленного решения. Говоря о рейтинге инвестиционной привлекательности, проведенным агентством «Эксперт РА», Рязанская область расположилась на весьма скромном 47 месте среди 83 субъектов РФ, а то, что касается инвестиционных рисков, то наша область находится на 12 месте.

Поэтому, для того, чтобы повысить конкурентоспособность региона, нужно не только сохранять, но и наращивать научный, производственный, кадровый потенциал, а также усовершенствовать политику в тех областях, которые тормозят развитие инвестиционной привлекательности Рязанской области.

Список литературы

Дистанционный консалтинг: Инновационная деятельность МП [электронный ресурс]/ 2011 – Режим доступа: <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section6.html>

Завод ЗАО «Геркон-авто» [электронный ресурс]/ 2011 – Режим доступа: www.ga.com.ru

Завод ОАО "ПЛАЗМА" [электронный ресурс]/ 2011 – Режим доступа: <http://www.plasmalabs.ru>

Завод ОАО «Рязанский Радиозавод» [электронный ресурс]/ 2011 – <http://www.radiozavod.ru>

Инвестиции. Инновации. Бизнес. [электронный ресурс]: Инновационная деятельность Рязанской области/ – Режим доступа: <http://www.spb-venchur.ru/regions/35/innovatero.htm>

Карачурина Г.Г. Мониторинг инновационной конкурентоспособности регионов Российской Федерации [Текст]/Г.Г. Карачурина// Экономические науки. – 2010. – №2(63). – С. 229

Кобозев О.В. Анализ подходов к оценке инвестиционной привлекательности региона [Текст]/О.В. Кобозев// Экономические науки. – 2010. – №5(66). – С. 149-151

ОАО «Корпорация «Фазотрон-НИИР» [электронный ресурс]/ 2011 – Режим доступа: <http://www.phazotron.com>

*Безрукова И.- студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н.. Коннычева Н.А.*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Главная задача, которая стояла перед регионом в последние 2 года - восстановление экономики после кризиса. За этот период экономика прошла острую фазу кризиса и начала постепенно восстанавливаться.

По данным Росстата мы можем сравнивать степень восстановления региона в 2010 г. по сравнению с 2008 г., который условно можно считать докризисным, и с 2009 г., на который пришлась острая фаза кризиса в большинстве регионов и Рязанская область не является исключением.

Доходы областного бюджета в 2010 году относительно 2009 года увеличились на 15,31% и составили 30 468,9 тыс. руб. Если сравнивать доходы бюджета регионов ЦФО, то Рязанская область с этим показателем находится не на последнем месте, ниже Липецкая область, доходы бюджета которой составили 27 049,7 тыс. руб. А среди лидеров стоит отметить Белгородскую область, ее доходы составили 45 990,2 тыс. руб. И если рассматривать данный показатель по стране в целом, то такие регионы, как Республика Коми, доходы бюджета которой составили 39 909,8 тыс. руб. мы заметим, что Рязанская область не в числе лидеров, причем из выше упомянутых регионов и республики, только у нашего региона расходы на 2226,1 тыс. руб. превышают доходы.

Объем собственных доходов бюджета увеличился на 21,94% и составил 58,5% . Это произошло из-за снижения роста объема безвозмездных поступлений, который замедлился с 52,1% в 2009 году до всего 7,08%. Результат достаточно скромный и пока не дотягивает до уровней 2008 года и показателей других областей. Например, в Республики Коми доля собственных доходов в районе 79,8% .



Рисунок 1. Структура доходов бюджета Рязанской области за 2010 год.

По итогам 2009 года доходы областного бюджета увеличились с 23,37 млрд. руб. до 26,42 млрд. руб. или на 13,03% относительно 2008 года. Объем собственных доходов в абсолютном выражении снизился на 6,37%. Прежде всего это было вызвано снижением поступлений налога на прибыль организаций (-18,25% к 2008 году). Данный вид доходов отличается высокой волатильностью – в период кризиса он демонстрирует снижение поступлений вслед за объемами промышленного производства, но при восстановлении экономики региона демонстрирует столь же быстрый рост, что наблюдалось в начале текущего года в Рязанской области и других российских регионах. [3]

Еще один из ключевых источников собственных доходов бюджета – налог на доходы физических лиц – по итогам 2009 года продемонстрировал минимальное сокращение, несмотря на рост уровня безработицы, которая составила в декабре 2009 г 10,2 тыс. человек. Объем его поступлений снизился всего на 0,16%. Снижение поступлений налога на прибыль организаций удалось частично компенсировать за счет роста поступлений налогов на товары и услуги (на 35,05% относительно 2008 года) и налогов на имущество (на 12,45%). Таким образом, бюджет области продемонстрировал достаточно высокую гибкость источников формирования доходов. Снижение по одним статьям компенсировалось увеличением поступлений других видов налогов.

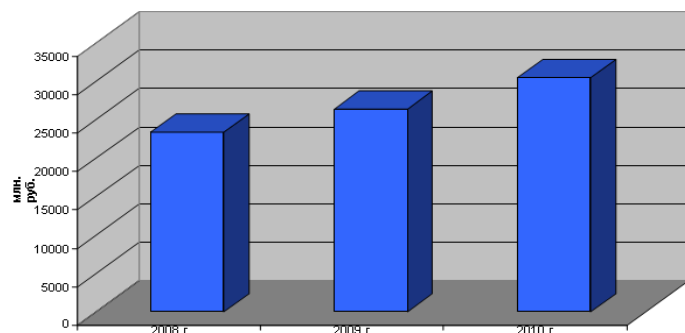


Рисунок 2. Динамика доходов бюджета Рязанской области.

В 2010 г поступления по крупнейшей статье доходов – налогу на прибыль организаций – выросли сразу на 40,07% и составили 5 524 746 тыс. руб. Данная

статья наиболее чувствительна к экономическому циклу и подобная динамика была вполне предсказуема. Улучшение ситуации на рынке труда и рост доходов населения за 12 месяцев 2010 года выросли на 3,9% привели к росту собираемости налога на доходы физических лиц на 8,01% и составили 5 477 988 тыс. руб. Другие крупные статьи собственных доходов также продемонстрировали позитивную динамику: Налоги на товары, услуги увеличился на 15,0% и составил 2 684 тыс. руб. ; Налоги на имущество 21,2% и составил 2 999 тыс. руб.

Для того, чтобы узнать, как изменятся показатели в текущем году, мы рассмотрим бюджет на 2011 год в редакции закона №1-ОЗ от 31.01.2011г. Доходы бюджета запланированы на уровне 26,674 млрд. руб. Это на 12,45% ниже уровней 2010 года, таким образом, прогноз более осторожный, но в дальнейшем будет корректироваться в сторону увеличения (в первую редакцию закона о бюджете на 2010 год был заложен объем доходов всего в 22 млрд. руб. при 30,47 млрд. фактического исполнения).

По всем крупным статьям собственных доходов предусмотрено увеличение поступлений и структура собственных доходов областного бюджета на 2011 год выглядит следующим образом:

- налог на доходы физических лиц – 28,9%;
- налог на прибыль организаций – 32%;
- налоги на имущество – 16,2%;
- акцизы – 15,3%;
- остальные налоговые и неналоговые доходы – 6,5%.

Параллельно объем безвозмездных поступлений должен снизиться до 5,613 млрд. руб. (-55,57%). В сочетании с ростом собственных доходов на 18,09% это приведет к росту доли последних в общем объеме доходов почти до 79%. Данный прогноз кажется излишне оптимистичным и в дальнейшем, вероятно, будет понижен. Хорошим результатом по итогам года может стать возврат к уровням 2008 года (~67%).

Тем не менее, нельзя не отметить позитивные тенденции в динамике собственных доходов бюджета, наблюдавшиеся в 2010 году. Дальнейшее улучшение экономической конъюнктуры (рост ВРП в 2011 году по прогнозу составит 5,2% после увеличения на 2,5% (оценка) в 2010 году) будет способствовать дальнейшему улучшению ключевых параметров бюджета.

Относительно января 2010 года уверенный рост демонстрируют ключевые налоговые статьи доходов: налог на прибыль организации увеличился на 27,99%, НДС на 8,96%, в то же время объем безвозмездных перечислений снизился на 73,28%.

Следует еще отметить негативные факторы. В 2008-2010 годах темпы роста государственного долга Рязанской области составляли 41,1-44,8%, вследствие необходимости поддержания экономики области в период кризиса и исполнения всех социальных обязательств, а также сбалансирования бюджета региона и бюджетов муниципальных образований. В результате доля собственных доходов области в их общем объеме снизилась с 66,82% в 2008 году до 55,35% в 2009 году.

Достаточно высокая долговая нагрузка и значительная доля краткосрочных обязательств в общем объеме являются одним из основных негативных факторов для кредитного профиля области (наряду с относительно невысокой долей собственных доходов).[1]

Объем государственного долга Рязанской области в 2009 году увеличился с 5,41 млрд. руб. до 7,84 млрд. руб. (+44,81%) на фоне сокращения поступлений ключевых налогов в условиях экономического кризиса. Привлеченные средства были направлены, прежде всего, на финансирование возросшего дефицита бюджета. В 2010 году госдолг увеличился до 11,208 млрд. руб. (+42,87% к 2009 году). По состоянию на 01.02.2011 года объем госдолга не изменился по сравнению с уровнями начала года и составляет 11 208 798 тыс. руб.

Естественно, кризис в промышленности отражается на покупательной способности населения и торговом обороте супермаркетов и магазинов и, следовательно, на наполнении бюджета региона налоговыми средствами.[2]

Между тем в Рязанской области может сложиться ситуация, что погашать дефицит бюджета – сегодня он составляет 3,8 млрд.рублей – будет нечем, так как бюджет просто не соберет требуемую сумму налогов. Хотя в Рязанскую область постоянно поступают дотации, к примеру, дотации от других бюджетов бюджетной системы РФ за 2010 г составили 4 360 141 тыс. рублей. А всего на 1.01.2011 г безвозмездные перечисления составили 12 634 128 тыс. руб., но их явно недостаточно.

Подводя итог, следует отметить основные проблемы формирования регионального бюджета:

1. Снижение доходных поступлений в связи с отменой налога на игорный бизнес. По данным финансово-казначейского управления, налог на игорный бизнес является одним из трёх основных налогов в бюджете Рязанской области. Вследствие его отмены областной бюджет потерял около 140 млн. руб.

2. Рост дефицита бюджета. Дефицит бюджета Рязанской области на 2011 год составит 3,5 миллиарда рублей. Верхний предел государственного внутреннего долга Рязанской области на 1 января 2012 года установлен в сумме 14 миллиардов 688 миллионов 292 тысячи рублей.

3. Вследствие увеличения дефицита бюджета наблюдался рост государственного долга, темпы роста которого в 2008-2010 годах составляли 41,1-44,8%. Только в 2009 году он увеличился с 5,41 млрд. руб. до 7,84 млрд. руб. А отсюда следует рост расходов бюджета. С 2008 г по 2010 г наблюдалось увеличение от 36,3 млрд. руб. до 42,1 млрд. руб.

Список литературы

1. Колпакова Г.М. Финансы. Денежное обращение. Кредит.[Текст] / Г. М. Колпакова – М.: Финансы и статистика, 2006 – 544 с. – с. 167 – 217.

2. Финансы: учебник [Текст] / С.А. Белозеров, Г.М. Бродский, С.Г. Горбушина; отв. ред. В.В. Ковалев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2010. – 928 с. – с. 269 – 347.

3. Официальный сайт Министерства финансов Рязанской области.

*Боева К. – студентка 2 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Ухов И.Р.*

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В настоящее время банковская система является необходимым условием функционирования рыночной экономики и стабильности всей кредитно-денежной системы. Состояние кредитно-банковской системы затрагивает материальные интересы почти каждого члена нашего общества, ущемление которых с неотвратимостью вызывает серьезные негативные политические, социально-психологические и иные последствия, способные расшатывать основы общества. Кроме того, кредитно-банковская система способна полноценно и стабильно действовать в условиях рынка лишь тогда, когда по структуре и функциям она адекватна рыночной экономике.

Для того чтобы лучше понимать роль банковского сектора в рыночной экономике, дадим определение основному понятию – «банк».

Банк – это финансово-кредитный институт, учреждение, производящее разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающее финансовые услуги правительству, предприятиям, организациям, гражданам и другим банкам.

Банки выпускают, аккумулируют, хранят, предоставляют в кредит, размещают, покупают и продают, обменивают деньги и ценные бумаги, контролируют движение денежных средств, обращение денег и ценных бумаг, оказывают услуги по платежам и денежным расчетам; осуществляют посреднические и трастовые операции.

Банковская система в качестве составной органической части входит в большую систему – экономическую систему страны. Это значит, что деятельность и развитие банков следует рассматривать в тесной связи с производством, обращением и потреблением материальных и нематериальных благ.

Действующие в стране банки могут иметь одноуровневую и двухуровневую организацию.

Одноуровневый вариант может быть реальным, когда в стране еще нет центрального банка, либо есть только одни центральные банки. В этом случае говорить о банковской системе еще рано. Банковская система как элемент цивилизованной рыночной экономики может быть только двухуровневой. Необходимость создания двухуровневой системы банков обусловлена противоречивым характером рыночных отношений: с одной стороны, они требуют свободы предпринимательства и распоряжения частными финансовыми средствами, но с другой стороны, этим отношениям необходимы определенное регулирование, контроль и целенаправленное воздействие. Создание двухуровневой системы позволило эффективно обуздать стихию рынка при сохранении свободы частного предпринимательства.

Различают две основные разновидности банков, образующих вместе двухуровневую систему:

Центральный банк – главный государственный банк страны, наделенный особыми правами. Центральный банк призван регулировать денежное обращение в стране, осуществлять денежную эмиссию, регулировать кредит и валютный курс, контролировать деятельность коммерческих банков, хранить резервы и запасы денежных средств и золота.

Коммерческие банки – чаще всего негосударственные банки, выполняющие широкий круг банковских операций, обслуживающие преимущественно предприятия, фирмы, организации, учреждения и оказывающие банковские услуги населению.

Центральный банк страны является главным звеном банковской системы любого государства, т.к. он является посредником между государством и экономикой. Осуществляя свою деятельность на макроуровне, он отражает общенациональный интерес, проводит политику не в интересах того или иного региона, той или иной группы отраслей народного хозяйства или предприятий, а в интересах государства в целом. При этом центральный банк не ставит своей задачей получение прибыли.

Центральный банк не имеет дела непосредственно с предпринимателями и населением. Его главной клиентурой являются коммерческие банки, выступающие в роли посредников между экономикой и центральным банком. Последний хранит свободную денежную наличность коммерческих банков, т.е. их кассовые резервы. Эти резервы исторически помещались коммерческими банками в центральный банк в качестве гарантийного фонда для погашения депозитов.

В качестве банкира правительства центральный банк выступает его кассиром и кредитором, в нем открыты счета правительства и правительственных ведомств. Центральный банк, как правило, осуществляет кассовое исполнение государственного бюджета. Доходы правительства, поступившие от налогов и займов, зачисляются на беспроцентный счет казначейства (министерства финансов) в центральном банке, с которого покрываются правительственные расходы.

В условиях хронического дефицита государственных бюджетов многих стран усиливается функция кредитования государства и управления государственным долгом. Под управлением государственным долгом понимаются операции центрального банка по размещению и погашению займов, организации выплат доходов по ним.

Центральный банк от имени правительства регулирует резервы иностранной валюты и золота, является традиционным хранителем государственных золотовалютных резервов. Он осуществляет регулирование международных расчетов, платежных балансов, участвует в операциях мирового рынка ссудных капиталов и золота. Центральный банк представляет свою страну в международных валютно-кредитных организациях.

Необходимо подчеркнуть, что все функции центрального банка взаимосвязаны. Кредитуя государство и банки, центральный банк создает тем самым кредитные орудия обращения. Осуществляя выпуск и погашение правительственных обязательств, он воздействует на уровень ссудного процента. Перечисленные функции центрального банка создают реальные предпосылки для

выполнения им функций регулирования всей денежно-кредитной системы страны, а тем самым и регулирования экономики. Функция денежно-кредитного регулирования и банковского надзора является на современном этапе важнейшей функцией центрального банка.

Коммерческие банки представляют второй уровень банковской системы. Они концентрируют деловую часть кредитных ресурсов. Современные коммерческие банки – это банки, непосредственно обслуживающие предприятия и организации, а также население, т.е. своих клиентов. Коммерческие банки являются основным звеном банковской системы. Они организуются на паевых (акционерных) началах и по форме собственности делятся на государственные, акционерные, кооперативные. Однако независимо от форм собственности коммерческие банки являются самостоятельными субъектами экономики. Их отношения с клиентами носят коммерческий характер. Основная цель функционирования коммерческих банков – получение максимальной прибыли.

Основными функциями коммерческих банков являются: мобилизация временно свободных денежных средств и превращение их в капитал; кредитование предприятий, государства и населения; расчетно-кассовое обслуживание клиентов.

Выполняя функцию мобилизации временно свободных денежных средств и превращая их в капитал, банки аккумулируют денежные доходы и сбережения в форме вкладов. Вкладчик получает вознаграждение в виде процентов или оказываемых банком услуг. Сконцентрированные во вкладах сбережения превращаются в ссудный капитал, используемый банками для предоставления кредита предприятиям, государству и населению. Заемщики вкладывают средства в расширение производства, покупку недвижимости и потребительских товаров, т.е. осуществляется финансирование промышленности, сельского хозяйства, торговли, других секторов экономики. Благодаря этому коммерческие банки постоянно и неразрывно связаны практически со всеми звеньями воспроизводственного процесса, что, в конечном счете, позволяет сбережения превращать в капитал.

Конкурентоспособность банковской системы и экономики в целом зависят от способности системы предоставлять высококачественные и адекватные по стоимости услуги финансового посредничества для всех российских экономических агентов, от крупного и среднего бизнеса до малых предприятий и физических лиц.

Банковский сектор способен эффективно содействовать государству в реализации базовых социальных функций посредством увеличения доступности финансовых услуг, что повышает вертикальную мобильность в обществе, ускоряет обновление элит, способствует развитию человеческого капитала. Человеческий капитал, в свою очередь, является базой инновационного развития экономики.

Выполнение сформулированных выше функций банковского сектора необходимо для удовлетворения базовых потребностей экономических агентов, включая нефинансовые предприятия, население и государство. Например, со-

действуя государству в реализации базовых социальных функций, финансовый сектор способен удовлетворить спрос населения на финансовые инструменты для защиты и повышения достигнутого уровня жизни. При выполнении функций банковского сектора существенно облегчается проведение самостоятельной экономической политики, сохранение макроэкономической стабильности при общем повышении эффективности экономики. Для нефинансовых предприятий трансформация сбережений в инвестиции означает, в первую очередь, повышение доступности кредитных ресурсов для пополнения оборотных средств, расширения производственной базы, обновления инфраструктуры.

Подводя итог, можно сделать вывод, что сегодня банковский сектор – ключевой провайдер краткосрочных ресурсов и один из важнейших "поставщиков" средне- и долгосрочных ресурсов. Банки выполняют разнообразные функции и выступают в сложные взаимоотношения между собой и другими субъектами хозяйственной жизни. Соответственно такому подходу денежно-кредитные функции банков раскрываются как имеющие прямую и обратную связи с процессом общественного воспроизводства. Совершенствование структуры банковского сектора будет способствовать достижению основных целей его развития, прежде всего повышению его экономической роли, удовлетворению спроса на банковские услуги, более качественному выполнению функций по трансформации сбережений в кредиты и инвестиции и развитию конкуренции в банковском бизнесе.

Список используемых источников:

1. «Деньги, кредит, банки» уч. под ред. О.И. Лаврушина
2. Благодатин А., Лозовский Л., Райзберг Б. «Финансовый словарь»
3. Алпатов Г.Е. «Деньги. Кредит. Банки»

*Бобылева Д. - студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: ст.преп. Городцова О.В.*

О ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ ПОТЕНЦИАЛЕ РОССИИ И РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Сегодня стратегическая задача социально-экономического развития нашей страны на длительную перспективу заключается в достижении такого уровня развития, который соответствовал бы статусу России как одной из великих держав мира. Достичь этого можно путем значительного подъема благосостояния народа, изменения структуры общества в пользу среднего класса, перехода от сырьевой экономики к экономике знаний и инновационному пути развития. Всесторонняя модернизация страны требует и соответствующий **человеческий потенциал**. Его роль сегодня понимается по-новому. Он выступает главным фактором повышения конкурентоспособности. В связи с этим инвестиции в человека, человеческий капитал, человеческий потенциал являются неотъемлемым элементом успешного развития предприятия, региона, страны.

Человеческий потенциал определяется как совокупность природных

врожденных способностей, дарований, творческого потенциала, морально-психологического и физического здоровья, накопленных и усовершенствованных в результате инвестиций знаний и профессионального опыта, необходимых для целесообразной деятельности в той или иной сфере общественного воспроизводства, приносящей доход их обладателю.

Для измерения развития человеческого потенциала используется такой показатель, как **Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП)** — интегральный показатель, рассчитываемый ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории. Он является стандартным инструментом при общем сравнении уровня жизни различных стран и регионов. Индекс публикуется ООН в ежегодном отчёте о развитии человеческого потенциала с 1990 года. При подсчёте ИРЧП учитываются 3 вида показателей:

Ожидаемая продолжительность жизни — оценивает долголетие.

Индекс ожидаемой продолжительности жизни

$$(LEI) = \frac{LE - 20}{83,2 - 20}$$

Уровень грамотности населения страны (среднее количество лет, потраченных на обучение) и ожидаемая продолжительность обучения.

$$\text{Индекс образования (EI)} = \frac{\sqrt{MYSI \times EYSI} - 0}{0,951 - 0}$$

Индекс средней продолжительности обучения

$$(MYSI) = \frac{MYS - 0}{13,2 - 0}$$

Индекс ожидаемой продолжительности обучения

$$(EYSI) = \frac{EYS - 0}{20,6 - 0}$$

Уровень жизни, оценённый через ВНД на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) в долларах США.

$$\text{Индекс дохода (II)} = \frac{\ln(GNIpc) - \ln(163)}{\ln(108,211) - \ln(163)}$$

ИРЧП является средней геометрической этих трёх индексов:

$$HDI = \sqrt[3]{LEI \times EI \times II}$$

LE — ожидаемая продолжительность жизни,

MYS — средняя продолжительность обучения населения в годах,

EYS — ожидаемая продолжительность обучения населения, ещё получающего образование, в годах,

GNIpc — ВНД на душу населения по ППС в долларах США.

Рейтинги всех стран мира по ИРЧП, рассчитываемые экспертами ООН, уже прочно вошли в практику международных сопоставлений. При определении рейтинга страны учитываются множество факторов, таких как положение в области прав человека и гражданских свобод, его возможность участия в общественной жизни, социальная защищённость, степень территориальной и социальной мобильности населения, показатели уровня культурного развития населения, доступа к информации, здоровья, уровня безработицы, состояния преступности, охраны окружающей среды и другие. В итоге все государства ран-

жируются на основе ИРЧП и классифицируются *четырьмя категориями*: страны с очень высоким уровнем ИРЧП (более 0,900); страны с высоким уровнем ИРЧП (от 0,800 до 0,899); страны со средним уровнем ИРЧП (от 0,500 до 0,799); страны с низким уровнем ИРЧП (менее 0,500).

Если Россия желает участвовать в системе мировых взаимосвязей, то ее человеческий потенциал на всех трех направлениях должен соответствовать мировым стандартам. И чтобы убедиться так ли это, рассчитаем ИРЧП за 2009 год, используя данные таблицы 1.

Таблица 1.

Расчет ИРЧП(2009 год)						
	ВВП на душу населения, дол США	Индекс дохода	ОПЖ, лет	Индекс долголетия	Индекс образования	ИРЧП
Россия	16100	0,889	68,7	0,770	0,910	0,854
Ряз.область	10100	0,810	67,7	0,755	0,913	0,823
Развивающиеся страны	59300	0,965	80,0	0,949	0,989	0,971

В 2009 году Россия входила в группу стран с высоким ИРЧП, занимая только 65 место в списке из 169 стран (в одной «компании» с Перу, Албанией и Казахстаном, позади не только экономически развитых, но и некоторых развивающихся стран), что говорит о значительном отставании России в деле формирования своего человеческого потенциала.

Рязанская область в рейтинге областей РФ по ИРЧП занимала 35 место.

В число пяти стран с наиболее высоким уровнем ИРЧП в 2010 году вошли: Норвегия -0,938, Австрия – 0,937, Новая Зеландия – 0,907, США -0,902, Ирландия – 0,895.

Рассмотрим более подробно каждый компонент комплексного показателя ИРЧП.

Здоровье и долголетие. Данный компонент ООН ставит на первое место, так как он является сердцевинной качества жизни. Именно здоровье нации играет главную роль в ее развитии и определяет качество человеческого потенциала страны. В 2010 году в 21 высокоразвитой стране мира показатель предстоящей продолжительности жизни (ППЖ) превысил 80 лет (лидером оказалась Япония - 82, 6 года). На этом фоне показатели России вызывают тревогу. В 2010 году Россия занимала 135 место по ожидаемой продолжительности жизни (65,5 года). Индекс долголетия в России составил 0,77, а в Рязанской области – 0,76.

В нашей стране наблюдается очень высокий уровень смертности. Причины смертности: злоупотребление спиртными напитками (18 л. чистого алкоголя на душу); распространение наркомании (около 2-2,5 млн. человек); курение (курит 39% россиян); преступления; дорожно-транспортные происшествия (гибнет более 30 тысяч человек в год) и пр.

К тому же доля затрат на здравоохранение в ВВП нашей страны составляет чуть более 5%, тогда как страны Европы выделяют на развитие здравоохранения в 2 раза, а США в 3 раза больше средств.

Чтобы решить проблему долголетия и здоровья, поднять свой рейтинг в

этом компоненте ИРЧП необходимо увеличивать расходы на реформирование системы здравоохранения.

Знание и образование. Этот компонент отражает уровень духовного и интеллектуального развития общества. Для определения уровня знаний и образования используют различные показатели (уровень грамотности взрослого населения, средняя продолжительность обучения, коэффициент охвата населения высшим образованием и т.п.), которые в своем большинстве в России достаточно высокие. По уровню грамотности наша страна занимает 15 место в мире. Индекс грамотности составляет 99,6.

Приятно отметить, что в последнее время индекс образования в Рязанской области (0,913) превышает индекс образования в среднем по стране (0,910).

Достойный уровень жизни. О данном показателе обычно судят по валовому национальному доходу (ВНД) на душу населения, исчисленному по паритету покупательной способности (ППС) в долларах США. В экономически развитых странах с «благополучной» экономикой этот показатель обычно составляет от 30 до 50 тысяч долларов и выше. Уровень жизни в России оставляет желать лучшего. Наша страна отстает по этому показателю от развивающихся стран в 4-5 раз (ВВП на душу населения=16,1 тысяч долл.), занимая 51 место в мире, а Рязанская область почти в 6 раз (ВВП на душу населения =10,1 тысяч долл.).

В последнее десятилетие показатели уровня жизни россиян растут, руководство страны предпринимает немало усилий для роста уровня жизни населения (растут пенсии, заработная плата, пособия, МРОТ, идет борьба с коррупцией и криминалом и пр.), однако уровень социально-экономического неравенства в стране еще очень высок.

Список использованной литературы:

- 1.Россия и страны мира. 2010. Официальное издание.- М.: Росстат – 2010.
- 2.http://www.pror.ru/art_mortality.shtml
- 3.<http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/>
- 4.<http://ru.wikipedia.org>

***Борисов С. – курсант 4 курса
АПУ ФСИН РФ***

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМЫ «ТАРГЕТ-КОСТИНГ» В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Система таргет-костинг – это концепция управления, поддерживающая стратегию снижения затрат и реализующая функции планирования производства, предупредительного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями.

Рассматривая причины возникновения системы, следует обратить внимание на заметно изменившийся облик бизнеса. Современные рынки являются изменчивыми, технологии прогрессируют очень быстро, что заставляет менеджеров использовать новые подходы к управлению.

Уже много лет система таргет-костинг используется на производственных предприятиях, особенно в инновационной отрасли. Таргет-костинг используют приблизительно 80% крупных японских компаний, таких как: Toyota, Nissan, Sony, Canon, а так же значительная часть американских и европейских компаний: Daimler/Chrysler, Procter & Gamble и др., которые добиваются качества и рентабельности своей продукции. Кроме сферы производства данную систему применяют предприятия, задействованные в сфере обслуживания, а также не-прибыльные организации.

Сама идея, положенная в основу концепции, несложна и революционна одновременно. Японские менеджеры, можно сказать, вывернули «наизнанку» традиционную формулу ценообразования:

Себестоимость + Прибыль = Цена

которая в системе таргет-костинг трансформировалась в равенство:

Цена – Прибыль = Себестоимость

Это простое решение позволило получить прекрасный инструмент предупредительного контроля и экономии затрат еще на стадии проектирования. Все участники производственного процесса - от менеджера до простого рабочего - работают, чтобы спроектировать и изготовить изделие, соответствующее целевой себестоимости.

Преимущества подхода:

- данный подход обеспечивает осмысление каждого нюанса, касающегося себестоимости. Менеджеры и служащие, стремясь приблизиться к целевой себестоимости, часто находят новые, нестандартные решения.

- необходимость постоянно удерживать в голове целевую себестоимость ограждает инженеров от искушения применить более дорогостоящую технологию или материал, так как это приведет к дополнительным затратам.

Главная преграда данного подхода состоит в том, что для успешного ее внедрения в организации должно быть налажено тесное взаимодействие между разными подразделениями и работниками: коллектив должен быть единой командой, осведомленной и принявшей цель своей совместной работы, действующей как единое целое. Разбалансированность внутреннего механизма, амбициозные действия спорящих за влияние менеджеров, неадекватная корпоративная культура - главные симптомы неблагополучной организации, в которой внедрение системы невозможно.

Таким образом, весь производственный процесс приобретает инновационный характер. Вначале определяется целевая себестоимость предполагаемого изделия. Затем разрабатывается пробный проект и выясняется, находится ли его сметная себестоимость в пределах целевой. Если нет, то вносятся необходимые изменения. И этот процесс продолжается до тех пор, пока не исчезает промежуток между сметной и целевой себестоимостью. Когда сметная себестоимость не превышает целевую оформляется конечный вариант, который передается в отделы производства.

Анализируя опыт использования системы западными компаниями можно выделить несколько недостатков:

- время разработки продукта может неоправданно увеличиваться из-за многочисленных итераций в процессе перепроектирования. Нужно вовремя остановиться. Не все продукты можно приспособить к рыночным условиям.

- неумелое применение концепции может негативно сказываться на людях, находящихся под прессингом своих руководителей, стремящихся во что бы то не стало достичь целевой себестоимости.

- могут возникнуть конфликты между проектировщиками, усиленно стремящимися снизить производственную себестоимость продукта, и маркетологами, которые часто отказываются даже рассматривать предложения о снижении затрат на сбыт и продвижение продукции к конечному потребителю.

В заключении целесообразно отметить те плюсы системы таргет-костинг, которые делают ее эффективным средством предпроектировочной оптимизации затрат.

- При использовании этой системы вся производственная деятельность предприятия координируется на целевой себестоимости.

- Таргет-костинг прекрасно совмещается с бюджетированием, планированием прибыли, формированием центров ответственности, различными стратегиями ценообразования и оценочными процедурами.

- При этой системе внимание фокусируется на внешних (рыночных), а не исключительно внутренних факторах.

Перечисленного вполне достаточно, чтобы понять ценность данной системы и подумать о возможности внедрения этой концепции в отечественную практику учета. Таргет-костинг является действенным способом в инструментарии современного менеджмента, который может оказать существенную помощь предпринимателям в организации эффективного производства.

*Глядковская С. - студентка 5 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Кузина Е. И.*

СОСТОЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. (НА ПРИМЕРЕ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Одним из важнейших факторов развития экономики региона являются внешнеэкономические связи. Внешнеэкономическая деятельность выступает как особый комплекс хозяйственной деятельности, тесно связанной одновременно и с национальной, и с мировой экономикой и обладающий в силу этого специфическими тенденциями развития. Можно по-разному сегодня оценивать эту сферу, однако совершенно очевидно, что внешняя экономическая деятельность остается ключевым направлением внутренней и внешней политики и является одним из немногих стабилизирующих факторов российской экономики. [1]

Рязанская область - регион с богатой историей и большими перспективами экономического развития. Рязанская область обладает рядом важных конкурентных преимуществ. Это выгодное географическое положение в самом центре Европейской части России, развитая транспортная и инженерная инфраструктура.

ра, высокие темпы развития экономики, внушительный кадровый потенциал. Рязанский регион считается одним из крупнейших научно-образовательных и культурных центров России.

Рязанская область является субъектом Российской Федерации, ориентированным на экспорт, т.к. в структуре внешнеторгового оборота наибольший удельный вес приходится на экспорт - 87%, а 13 % - на импорт. По данным Рязанской статистики внешнеторговый оборот по экспорту в 2009 году составил 2014,2 млн долларов, что на 1101,2 млн долларов меньше, чем в 2008 году. А внешнеторговый оборот по импорту в 2009 году составил 323,9 млн долларов, что на 318,7 млн меньше предыдущего оборота. Мы видим значительное снижение роста объемов внешней торговли. Снижение абсолютных показателей и темпов роста объемов внешней торговли в 2009 году обусловлено негативными явлениями в мировой экономике, повлекшими за собой финансовый спад и ослабление экспортного потенциала. В частности, это проявилось в сокращении количества рязанских предприятий и организаций - участников ВЭД, снижении экспортных поставок продукции топливно-энергетического комплекса, машиностроительной и кожевенной промышленности, импорта промышленного оборудования, одежды и обуви, продовольственных товаров и сырья. [2]

Существует множество путей развития внешнеэкономической деятельности и выхода её из кризисной ситуации. Например, необходимо обновление производственных фондов, внедрение новейших технологий производства; повышение уровня конкурентоспособности производимой продукции; повышение наукоемкой; привлечение иностранных инвестиций в производство; государственная поддержка и стимулирование внешнеэкономической деятельности области.

Следуя всему вышесказанному, уже в 2010 году снижение по области в целом было преодолено. По данным Рязанской таможни, в 2010 году внешнеторговый оборот Рязанской области составил 3,1 млрд. долл. США, увеличившись на 44% по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года. В 2010 году на 50% увеличилось количество участников внешнеэкономической деятельности (по сравнению с 2009 годом).

Основными экспортными группами Рязанской области являются продукция топливно-энергетического комплекса, машино-, станко- и приборостроения, черной и цветной металлургии, кожевенной промышленности. Среди стран – потребителей нашей продукции основными партнерами из стран дальнего зарубежья являются: Бельгия (23 %) – туда экспортируют минеральное топливо, нефть и продукты перегонки; Франция (16 %) - ядерные котлы, оборудование, механические устройства, оптические, измерительные, медицинские аппараты; Германия (6 %) медь и изделия из неё; а также Китай, Швейцария, Италия, США, Дания, Венгрия, Великобритания, Австрия, Польша. Все остальные (64 страны) – 2 %. Из стран СНГ на Украину (12 %) и в Беларусь (9 %) область поставляет черные металлы, необработанные шкуры и выделанную кожу. К экспортёрам Рязанской области можно также отнести Казахстан, Таджикистан, Молдавию. Крупнейшими экспортёрами являются такие компании как ОАО

«Тюменская нефтяная компания»; ООО «Мет-Слав»; ЗАО «Русская кожа»; ОАО «Сафьян»; ООО «Корпорация «Аэрокосмическое оборудование»»; ОАО «Рязанское химволокно»; ООО «СФАТ-Рязань»; ЗАО «Промышленные катализаторы»; ООО «ЭРЭСПО-ИМПЭКС»; ООО «Рязанский завод вискозного волокна».

Основу импортной группы Рязанской области составляет продукция химической промышленности (в том числе средства защиты растений и препараты для обработки кожи) и промышленное оборудование. В части импорта лидируют государства из стран зарубежья: США (28 %) – импортируют в область мыло, поверхностно-активные органические вещества, моющие средства и прочие химические продукты, а также электрические машины и оборудование; Италия (6 %) – прочие химические продукции; Сингапур (5 %); Объединённые Арабские Эмираты (3 %); Турция (2 %), все остальные страны (68 стран) – 13 %. Из стран СНГ: Беларусь (8 %) - в область привозят стекло и изделия из стекла ; Украина (7 %) - ядерные реакторы, котлы, электрические машины, железнодорожные локомотивы; Эстония (6%) и т.д. Крупнейшими импортерами являются: филиал ООО «Инвестагропром-Рязань»; ООО «ИМЭКС Нефтепродукт»; ООО «СФАТ-Рязань»; ЗАО «Русская кожа»; ЗАО «Рязанская нефтеперерабатывающая компания»; ООО «ТНК-Рязань»; ОАО «Рязский Элеватор»; ООО «Рязанская международная транспортно-экспедиционная компания №2» и ООО «Аутомотив лайтинг». [3]

Сегодня Рязанская область нуждается в крупных инвестициях. И они в регион идут. В Правительство поступает много предложений от крупных отечественных и зарубежных холдингов, готовых разместить у нас свои производства. В последний год в экономику Рязанской области поступило более 3 млрд руб. инвестиций из-за рубежа, и это в основном за счет крупных инвесторов в промышленной сфере. Подтверждением высокой инвестиционной привлекательности Рязанской области стало повышение агентством «Фитч Рейтинг» (Fitch Ratings) рейтингов региона. [4]

Привлекаются финансовые средства как в развитие действующих производств, так и в открытие новых. Примером может служить сотрудничество региональных властей и компании Гардиан по строительству одного из крупнейших в России заводов по производству стекла. Также примером может являться подписание соглашения, в рамках которого предусмотрено строительство в Михайловском районе современного завода по производству цемента сухим способом. Его мощность составит около 8 млн т в год по клинкеру. Подобное Соглашение было подписано с компанией «Форт», которая будет строить в Рязанском районе фармацевтическое производство. Область заключила еще одно Соглашение о социально-экономическом сотрудничестве, в рамках которого в области будет построен комплексный завод-автомат по производству кирпича мощностью 60 млн шт. в год. Сегодня ведется работа по поиску инвесторов для реализации проектов компании «Интерконвент» при поддержке Правительства области для создания индустриального парка в Касимове. По строительству логистического центра в Дягилево уже ведутся переговоры с соинвесторами, доля привлекаемых средств составит порядка 60%.

Идёт работа по созданию положительного имиджа Рязанской области и повышению ее инвестиционной привлекательности. В 2010 году организованы визиты в Рязанскую область Чрезвычайных и Полномочных Послов Швейцарии, Израиля и Вьетнама, Торгового представителя Китая. Главным мотивом проведенных имиджевых мероприятий стала популяризация создаваемых в Рязанской области особой экономической зоны промышленно-производственного типа, инновационных и технологических парков, и привлечение отечественных и зарубежных инвесторов.

В заключении хотелось бы сказать, что современная международная специализация Рязанской области сформировалась под воздействием объективных экономических факторов, обусловленных ресурсной базой и спецификой предприятий, располагающихся на территории региона, а также с учетом тенденций развития конъюнктуры на мировых товарных рынках. Перспективы развития внешнеэкономической деятельности связаны с повышением конкурентоспособности производства, внедрением новейших технологий, проведением маркетинговых исследований, привлечением иностранных инвестиций. Внешнеэкономическая деятельность рязанских предприятий должна активно поддерживаться и стимулироваться государством. Только так Рязанская область сможет успешно интегрироваться в мировое хозяйство.

Список использованной литературы:

1. Основы внешнеэкономических знаний: Учебник /Под. ред. И.П. Фаминского.. — М.: Международные отношения, 2009
2. <http://ryazstat.gks.ru/digital/region7/default.aspx> - Территориальный орган федеральной службы государственной статистики Рязанской области
3. <http://mineconom.rzn.ru/ru/ved/vneshneconomydet/ved-itogi-0106-2010-menu/171-itogi.html> - Министерство экономического развития и торговли Рязанской области
4. <http://www.ryazanreg.ru/economics/foreign/> - Правительство Рязанской области.

***Глядковская С. – студентка 5 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Сомова Т.Ю.***

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ АУДИТА

Слово «аудит» происходит от латинского «audio», что означает – «он слышит», «слушатель». Именно так в духовных учебных заведениях называли отлично успевающего ученика, которому учителя поручали доверительную проверку других учащихся, и он слушал их, определяя, как они усвоили пройденный материал, а также проверял качество выполнения заданий. Отсюда и происхождение названия «аудит» (audio) – «слушатель».

Несмотря на то, что в современном виде аудит возник не очень давно, его корни уходят в глубокую древность. Еще в старинном мире, как только функции владения и управления собственностью были разделены между такими основ-

ными субъектами хозяйствования того периода, как государство и рабовладельческое имение, возникла впервые осознанная необходимость в аудите. Учет, как правило, вели одновременно и независимо друг от друга двое специально предназначенных лиц. Такая организация учетного процесса, прежде всего, была обусловлена желанием предотвратить разворовывание государственной казны или имущества отдельного рабовладельца. Историки полагают, что составление аудиторских отчетов восходит к древним цивилизациям Ближнего Востока. По мере налаживания государственно-хозяйственной деятельности власти занимались учетом доходов и расходов, сбором налогов. Соответственно, возникала необходимость контроля, целью которого являлось уменьшение ошибок и предотвращение обмана со стороны некомпетентных или нечестных чиновников. Еще в цивилизациях Древнего Востока существовали некоторые виды контроля за бухгалтерской деятельностью. Считается, что в Древнем Египте (около 2600 г. до н.э.) существовали специалисты, которые совмещали функции учета, управления и контроля, т.е., по сути, выполняли ряд действий, часть из которых сейчас называется аудитом. В Римской империи примерно в 200 г. до нашей эры квесторы (должностные лица, ведавшие финансовыми и судебными делами), осуществляли проверки деятельности государственных бухгалтеров на местах. После падения Римской империи аудит получил широкое распространение в Италии. Купцы Флоренции и Венеции использовали труд аудиторов для проверки платежеспособности капитанов торговых судов. В это время аудит имел строго целевое направление: предотвращение ошибок. В средневековой Европе, когда грамотных и письменных людей было мало, аудитором называли служащего, который должен был выслушивать отчеты должностных лиц. На начальном этапе развития аудита на аудитора возлагались функции контроля за деятельностью должностных лиц с целью изобличения фактов обмана и мошенничества.

История аудита началась в XIV веке, когда учетные книги стали фигурировать в качестве вещественного доказательства в суде. С XVI века во многих странах был введен правовой контроль учетных книг и стал использоваться термин «аудитор» для обозначения людей, которые занимаются проверкой учетных записей. Многие люди средневековья не понимали смысла бухгалтерских записей и не знали, как можно их расшифровать. Поэтому аудиторы пользовались большим влиянием и уважением.

Зарождение современного аудита связано с возникновением рыночной экономики, когда разделяются интересы тех, кто непосредственно занимается управлением предприятием (администрация, менеджеры), и тех, кто вкладывает деньги в его деятельность (собственники, акционеры, инвесторы). С 17 века по Европе начинается развитие капитализма. Растут фабрики, развиваются банки. Если раньше основной ценностью экономики была земля, то теперь ценностью становится капитал, т.е. деньги. Поэтому многократно увеличивается необходимость грамотной бухгалтерии и возможности контролировать ее. В то время было очень много банкротств предприятий, и зачастую они были вызваны не объективными экономическими причинами, а недобросовестностью управляю-

щих. В связи с этим потенциальным и существующим акционерам-инвесторам необходима была защита – достоверная и правдивая информация о состоянии дел в компании. Как правило, каждая новая волна скандалов, связанных с банкротством компаний, чьи акции или долговые бумаги имели биржевой листинг и активно обращались, оборачивалась судебным преследованием аудиторов и ужесточением требований к аудиторам и выполнению ими проверок. В силу многочисленности инвесторы стали наиболее активным и требовательным потребителем аудиторских услуг. Для проверки правильности финансовой информации и подтверждения финансовой отчетности приглашались люди, которым, по мнению акционеров, можно было доверять. Главными требованиями, предъявляемыми к аудитору, были его безупречная честность и независимость.

Профессия независимого бухгалтера-аудитора возникла в Европе в XIX веке. Впервые закон о том, что в городе обязательно должен быть профессиональный аудитор, был принят в Шотландии.

Развитие аудита, в традиционном его понимании, началось именно там. В это время в Шотландии несколько бухгалтеров объединились в союз, который стал проводить независимый анализ предоставляемых им финансовых отчетностей или аудит. В 1805 году в столице Шотландии Эдинбурге был издан справочник, где были приведены имена этих аудиторов.

В 1844 г. в Англии выходит серия законов, согласно которым правления акционерных компаний обязаны приглашать не реже одного раза в год специального человека для проверки бухгалтерских счетов и отчета перед акционерами. Одним из основных документов явился закон «Об акционерных компаниях». В 1853 г. был официально учрежден Эдинбургский институт аудиторов – первое учебное заведение, готовившее аудиторов как специалистов с высшим образованием. В 1862 году в Англии выходит закон об обязательном аудите. Опыт Англии в развитии аудита имел большое влияние на другие страны (аналогичные законы позднее были приняты во Франции (1867 г.) и США (1937 г.)).

Еще порядка ста шестидесяти лет аудиторы медленно становятся неотъемлемой частью экономической деятельности. Постепенно формируется представление о независимости аудиторов. На дальнейшее развитие аудита оказывало влияние множество факторов политического, социального, религиозного, экономического, юридического и профессионального характера.

В России звание аудитора было введено Петром I в 1716 году по примеру Польши. Должность аудитора совмещала в себе некоторые обязанности делопроизводителя, секретаря и прокурора. Аудиторов в России называли присяжными бухгалтерами. Институт аудиторов был введен в армии, где они занимались делами, связанными с расследованием имущественных споров. В воинском уставе и табеле о рангах аудиторы были причислены к воинским чинам и до введения военно-судебной реформы 1867 года образовывали собой высшие ревизионные военные суды в России. С введением в России военно-судебной реформы должность армейского аудитора была упразднена.

В 1888, 1907-1912 и 1929-1930 гг. были предприняты попытки организа-

ции образования и сдачи экзаменов аудиторами. Первая попытка относится к периоду, когда в стране происходил феноменальный экономический рост, возникало множество акционерных обществ, наблюдался огромный приток иностранных инвестиций. Все это вызвало спрос на аудит и услуги присяжных бухгалтеров. В 1891 г. была сформирована корпорация присяжных счетоводов, но тут возникла главная трудность: бухгалтеры, счетоводы и контролеры «уважали» только те организации, которые признавались государством. Кроме того, консервативная пресса заявила, что в нашей стране заниматься созданием подобных институтов – значит нерационально тратить народные средства. Вторая попытка относится к периоду, когда после социальных потрясений 1905 г. в стране возник конституционный строй. Экономика и коммерческое образование были вновь на подъеме. Бухгалтеры попытались в своей среде сами решить проблемы профессии и сформировать аудит. Однако существовавшее в то время законодательство наделяло бухгалтера целым рядом обязанностей, не предоставляя ему прав. Множество судебных процессов показало их бесправное положение. Начались взаимные обвинения, что парализовало дело создания российского аудита в самом начале. Третья попытка началась в то время, когда в экономике возрождались рыночные отношения. В 1924 г. был создан Институт государственных бухгалтеров-экспертов, задачами которого являлись содействие правильной постановке в стране счетоводства, а также выдача заключений по вопросам счетоводства и отчетности по требованию государственных органов. При этом все обнаруженные недочеты и достижения в области постановки счетоводства и отчетности не публиковались.

Все три попытки организации института аудита оказались неудачными из-за отсутствия механизма действия органов финансового контроля, а также юридических гарантий и экономических предпосылок аудиторской деятельности.

Мировой экономический кризис 1929-1933 гг. усилил потребность в услугах бухгалтеров-аудиторов. В это время резко ожесточились требования к качеству аудиторской проверки и ее обязательности, увеличилась рыночная потребность в такого рода услугах. После окончания кризиса практически все страны начали вводить обязательные требования к объему информации, содержащейся в годовых отчетах, и обязательности публикации этих отчетов и заключений аудиторов. Аудит становится мощным оружием против мошенничества.

С середины XX века аудиторы стали расширять сферу своих интересов и начали осуществлять деятельность не только по подтверждению бухгалтерской отчетности, но и стали сами вести бухгалтерский учёт для сторонних организаций, выступая в роли коллегиального корпоративного бухгалтера и юриста, а также инвестиционного консультанта и доверительного управляющего для своих клиентов. Кроме того научно-техническая революция вынудила аудиторские компании освоить функции по внедрению современных технологий по управлению предприятием, автоматизации учёта, внедрению систем контроля качества и других смежных работ.

В России современный аудит возник в конце 80-х годов XX века. Его за-

рождение в бывшем СССР было обусловлено появлением новых форм предпринимательской деятельности, появлением акционерных обществ, товариществ с ограниченной ответственностью, коммерческих банков и других предприятий. Развитие аудита и его становление прошло несколько этапов. Развитие и становление аудита в России прошло несколько этапов. На первом этапе в соответствии с постановлением Совета Министров СССР в 1997г. была создана первая аудиторская фирма в России – «ИНАУДИТ». Создание данной фирмы было связано с образованием совместных предприятий в различных отраслях народного хозяйства. Особенностью этого периода явился стихийный характер зарождения аудиторской деятельности (стремительная подготовка кадров, неупорядоченная выдача первых сертификатов и лицензий в период 1990 - 1993 гг.). Второй этап (декабрь 1993 г. - август 2001 г.) – период становления российского аудита. В это же время была начата разработка нормативной базы аудиторской деятельности в Российской Федерации: появились «Временные правила аудиторской деятельности в Российской Федерации», утвержденные Указом Президента (№ 2263 от 22.12.93). Этим нормативным документом определялось понятие аудиторской деятельности, указывалась сфера аудита, его цели, вводились понятия обязательной и инициативной проверки, регламентировались процедуры лицензирования и аттестации на получение права заниматься аудиторской деятельностью, порядок аннулирования лицензий, устанавливались порядок подготовки аудиторского заключения, его состав, санкции для аудиторов и аудиторских фирм, допускающих ошибки, просчёты и небрежности в работе. Была начата и проводилась работа по аттестации аудиторов и лицензированию аудиторской деятельности, созданы аудиторские общественные объединения и аудиторские фирмы, начата работа по проведению обязательных аудиторских проверок и оказанию сопутствующих аудиту услуг. Начало третьего этапа знаменуется принятием 7 августа 2001 года Федерального Закона «Об аудиторской деятельности» № 119-ФЗ. Данным законом сформулированы основные понятия и закреплены условия осуществления аудиторской деятельности в РФ. Значение Закона состоит, прежде всего, в том, что он подтвердил окончательное становление системы российского аудита и создал перспективы его дальнейшего развития.

Аудит занял свое место среди других видов финансового контроля, и, наконец, Россия может считаться страной, имеющей неременный атрибут рыночной экономики - аудит.

Аудит – естественный, закономерный продукт развития рыночной экономики.

*Голикова Е. - студентка 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Кузина Е.И.*

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ УЛУЧШЕНИЯ ПОДГОТОВКИ И ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ БУХГАЛТЕРОВ

Профессия бухгалтера в России переживает период радикальных изменений, как в количественном, так и, особенно, в качественном отношении. Переход к рыночной экономике повышает роль бухгалтерского учета в управлении коммерческими организациями всех форм собственности. Он становится языком бизнеса. Данные бухгалтерского учета рассматриваются как база, без которой невозможно принять аргументированные управленческие решения. Резко возрастает значение финансовой документации в связи с приобретением ими характера публичной отчетности. Необходимость приведения отечественной системы бухгалтерского учета в соответствие с МСФО обусловили необходимость соответствующей трансформации системы бухгалтерского учета в России.

Проблемы, разрешение которых, позволит приблизить качество профессиональной подготовки бухгалтерско-аудиторских кадров к международным образовательным стандартам можно выразить в трёх блоках:

1. Определение критериев допуска к аттестации.
2. Совершенствование обучения и проведения аттестации аудиторов и профессиональных бухгалтеров.
3. Повышение квалификации аудиторов и профессиональных бухгалтеров.

Наиболее существенными критериями допуска к аттестации являются образование и опыт работы. К аттестации допускаются лица, имеющие юридическое образование. Опыт показывает, что эта норма практически не действует. Ведь бухгалтерский учёт – это, прежде всего, экономический вид деятельности.

К аттестации также могут быть допущены лица, имеющие среднее специальное образование. Сегодня назрела необходимость ужесточить требования к образованию по ряду причин. Прежде всего, изменились роль и функции аудиторской и бухгалтерской служб. Например, бухгалтерская служба в современных условиях часто принимает решения в сфере финансирования, ценообразования, анализа, бизнес - планирования, участвует в подготовке управленческих решений, выполняет контрольные функции.

К сожалению, сейчас нет четкой позиции в отношении дипломов, выданных ВУЗами стран - участников СНГ. В бывшем СССР сложилась единая фундаментальная школа подготовки бухгалтеров. Учетные и образовательные стандарты многих стран - участников СНГ находятся на пути к гармонизации с международными профессиональными образовательными стандартами. В связи с этим целесообразно, дипломы о высшем экономическом образовании, выданные государственными ВУЗами стран - участников СНГ, считать основанием для допуска претендентов к аттестации.

Руководитель организации, не имеющий диплом профессионального бухгалтера или аудитора, не может быть допущен к аттестации. Аналогичная позиция должна быть и в отношении преподавателей экономических дисциплин. К аттестации возможно допускать только преподавателей учетно-финансовых дисциплин.

Указом № 2263 к аттестации допускаются лица, имеющие стаж работы по специальности не менее 3 лет из последних пяти. Положением об аттестации

профессиональных бухгалтеров предусмотрен стаж работы по специальности не менее 5 лет по совокупности. Однако именно в последние 5 - 8 лет в России сложилось новое бухгалтерское мышление, а потому только опыт работы, приобретенный за последние 5 лет, может служить основанием допуска претендента к аттестации.

В 2010 году 500 соискателям вакансии «главный бухгалтер» был задан вопрос: «Есть ли у Вас аттестат профессионального бухгалтера?» Опрос показал следующее: 44% респондентов обладают действующим аттестатом профессионального бухгалтера, у 41% аттестат уже недействительный, 10% - не считают аттестат необходимым, 1% - не имеют понятия, о чём идёт речь и 4% - затруднились ответить.

В последние годы требования к кругу знаний бухгалтера существенно расширились. Это связано с динамикой экономической жизни и изменением технологии бухгалтерского дела. Сама база учета стала ориентировать бухгалтера на сопоставление разных вариантов и выбор того, который в большей мере адекватен задачам и состоянию производства.

Соискатели вакансии «главный бухгалтер» на вопрос: «Приходилось ли Вам сталкиваться с трудностями при устройстве на работу?» ответили следующим образом: 53% - сталкивались и с довольно серьезными, 25% - сталкивались, но с незначительными, 16% утверждали, что всё зависит от работодателя и лишь 6%-ти процентам респондентов не приходилось сталкиваться с трудностями.

"Критическая масса" специалистов достигнута. В стране активно развилась их ускоренная подготовка через систему курсов. Однако в настоящее время все более настоятельной становится задача переподготовки и повышения квалификации работающих бухгалтеров, а также подготовки новых кадров. Среди бухгалтеров сейчас много высококвалифицированных специалистов, которые имеют высшее, но непрофильное образование (программисты, инженеры). Поэтому целесообразно продумать систему получения второго высшего образования. Экспертиза показывает, что для успешной работы в условиях рыночной экономики необходимо подготовить и переподготовить свыше 3 млн. человек. Но система высшего образования не может справиться с задачей такого масштаба. Именно это определило сложившуюся концепцию подготовки и переподготовки бухгалтерских кадров в России, предусматривающую два основных направления:

- расширение и повышение качества подготовки бухгалтерских кадров в ВУЗах, техникумах-ВТУЗах, учебных центрах и ПТУ, где обеспечиваются долгосрочные программы;
- создание системы ускоренного профессионального образования с привлечением всех возможных структур, обеспечивающих краткосрочные программы подготовки и переподготовки.

Качество полученного образования влияет на уровень квалификации и дальнейшую востребованность у работодателей.

Соискатели вакансии «главный бухгалтер» ответили на вопрос: «Как Вы оцениваете качество подготовки российскими ВУЗами профессиональных бух-

галтеров?» Опрос показал, что 10% респондентов считают, что подготовка выпускников никуда не годиться, 25% высоко оценивают уровень обучения, 65% утверждают, что от образования зависит мало, главное – опыт.

Рынок подготовки бухгалтерских кадров посредством краткосрочных образовательных программ нельзя назвать совершенным. Связано это с тем, что предприятия стремятся заполучить высококвалифицированного работника, имеющего полное профессиональное образование, а курсы не дают такого объема знаний. Существуют даже видеоконференции, но на практике они применяются очень редко. Но именно с помощью подобных средств телекоммуникации осуществляется связь между специалистами разных стран, обеспечивая предпосылки к формированию кадров, владеющих международными стандартами.

Главной целью реформирования системы образования должно быть поставлено управление его качеством. Практически нерешенным остается сегодня вопрос о методическом обеспечении процесса обучения.

Подготовка аудиторов и профессиональных бухгалтеров должна строиться по следующим учебным модулям: утвержденные программы, учебники по каждой дисциплине и их компьютерные версии, учебно - методические пособия, "кейсы" (для профессиональных бухгалтеров – это могут быть сквозные задачи с закрытием счетов, элементами калькулирования и выходом на отчетность), задания для самостоятельной работы, методическое обеспечение вопросов, связанных с особенностями аудита и бухгалтерского учета в различных отраслях национальной экономики.

Решение проблемы качества подготовки аудиторов и профессиональных бухгалтеров невозможно без надлежаще сформированного штата преподавателей. Более 50% времени лекционного курса в УМЦ должны читать кандидаты экономических наук и доктора экономических наук по соответствующему профилю дисциплин.

Изменения в экономике ведут к постоянной трансформации учебных программ. В этой связи целесообразно организовать подготовку и переподготовку преподавательских кадров. Необходимо отделить процесс подготовки бухгалтерско-аудиторских кадров от процесса аттестации.

В качестве совершенствования процесса повышения квалификации аудиторов и профессиональных бухгалтеров предлагается:

- унифицировать срок действия квалификационных аттестатов аудиторов и профессиональных бухгалтеров, установив его в пределах 5 лет;
- специалистам, имеющим более одного квалификационного аттестата, считать достаточным при их продлении ежегодное повышение квалификации в объеме 40 академических часов по утвержденным ЦАЛИАК Минфина России или ИПБ программам на выбор;
- засчитывать как повышение квалификации аудиторам и профессиональным бухгалтерам защиту кандидатских и докторских диссертаций;
- засчитывать как повышение квалификации для продления квалификационного аттестата преподавателям, читающим на курсах повышения квалифика-

ции аудиторов и профессиональных бухгалтеров;

- ввести обязательную форму контроля при проведении курсов повышения квалификации аудиторов и профессиональных бухгалтеров;

- привлекать к проведению занятий специалистов крупных аудиторских компаний при проведении курсов повышения квалификации по темам, связанным с осуществлением аудиторской деятельности.

В заключение хотелось бы отметить, что координация общих усилий, обмен методиками и опытом практической работы позволят решить задачу кардинального улучшения качества подготовки и переподготовки профессионалов в области аудита и бухгалтерского учета, способствовать повышению престижа профессии аудитора и бухгалтера в России.

Список использованной литературы

1. Указ № 2263 и Положение об аттестации профессиональных бухгалтеров, утвержденному Институтом профессиональных бухгалтеров (ИПБ) 29.09.1998, Протокол № 4.

2. Палий В. Ф., Современный бухгалтерский учет, М.: Бухгалтерский учёт, 2010.

3. Хоружий Л. И., Статья: Подготовка и аттестация бухгалтерско-аудиторских кадров: проблемы и пути решения "Аудиторские ведомости", 2011, № 3.

4. Шеремет А.Д. «Материалы по аттестации профессиональных бухгалтеров», М, 2009.

5. www.Superjob.ru

Голикова Е. - студентка 4 курса

РГУ им. С.А. Есенина

Научн. рук.: ст. преп. Лукьянова Е. А.

СИСТЕМА ПЛАТЕЖЕЙ ЗА ПОЛЬЗОВАНИЕ ВОДНЫМИ ОБЪЕКТАМИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Чистая вода – это здоровье нации. Развитие водных отраслей промышленности укрепляет экономику, но наносит огромный ущерб очень ценному ресурсу. Одним из основных условий обеспечения устойчивого водопользования является его платность, с помощью которой мобилизуются средства для реализации водоохраных и водовосстановительных мероприятий и стимулируется рациональное использование водных ресурсов.

Водный кодекс РФ устанавливает систему платежей за пользование водными объектами, в которую включены водный налог и плата, направляемая на восстановление и охрану водных объектов. [1, с.261-262.]

Водный налог является платой за право пользования водными объектами, но не платой за водные ресурсы. Такого типа платежи служат в основном инструментами мобилизации средств для финансирования природоохраных мероприятий. Однако, средства, поступающие в бюджет в виде водного налога,

недостаточны для полного покрытия необходимых затрат на водовосстановительные и водоохраные мероприятия.

Сегодня в России нет явной взаимосвязи между уровнем поступлений от водного налога и эффективным экономическим стимулированием рационального использования и восстановления водных объектов.

Уровень поступления, как правило, определяет направления расходования и возможность осуществления этих расходов. Ставки водного налога в России, действующие сегодня, были установлены в 2003 году в соответствующих сценарных экономических условиях. В настоящее время доля платежей в стоимости продукции различных категорий водопользователей очень мала: от сотых долей до 1 %. Поэтому такая ситуация не может являться стимулирующим фактором для эффективного экономического использования. Обычно рациональное использование возникает тогда, когда ресурс стоит дорого.[3]

Водоемкость производства в России в несколько раз выше в сравнении с промышленно развитыми странами. Общий уровень финансирования природоохранных мероприятий составляет не более 1% от бюджета страны. При этом объемы государственных дотаций хозяйствующим субъектам, целесообразность предоставления которых не имеет экономического обоснования, увеличиваются.[10]

В связи с этим Министерство финансов России предлагает увеличить водный налог почти вдвое, при этом повышение ставок будет постепенным: с 1 января 2011 года ставки вырастут на 25% к уровню 2010 года, с 1 января 2012 года - на 26% к 2011 году, с 1 января 2013 года - на 27% к 2012 году.

В Рязанской области ситуация, связанная с взиманием водного налога, такая же, как и в среднем по России: всё те же низкие ставки и всё тот же небольшой объём поступлений. На рисунке 1 наглядно иллюстрируется значительный рост государственных субвенций на реализацию мер по охране водных объектов и предотвращению негативного воздействия и не соответствующий ему уровень поступлений от водного налога.



Рис. 1 Динамика государственных субвенций, выделяемых Рязанской области на реализацию водоохраных мер.

Следует понимать, что повышение ставок по налогу не панацея. Это лишь усилит налоговую нагрузку на плательщика, но не заставит его бережнее относиться к ресурсу. Я считаю, что необходимо пересмотреть природу водного налога. Например, правительством Израиля сейчас, где вопрос нехватки воды

стоит наиболее остро, рассматривается возможность введения прогрессивного налога на пользование водой, чтобы поощрить ее экономию.

Законодательство России не устанавливает формы платы за негативное воздействие на неё и не определяет правовой природы таких плат. В связи с этим, по мнению ученых, можно говорить о существовании как минимум трёх моделей правового регулирования платы за негативное воздействие на окружающую среду (см. рис. 2). [2, С.31 - 34]



Рис. 2 Три модели правового регулирования платы за негативное воздействие на окружающую среду.

Уплачивая налог, плательщик не получает каких-либо привилегий, услуг и встречных обязательств со стороны государства. В отличие от налога, сбор влечёт за собой больше обязательств со стороны государства, что следует из его определения, содержащегося в Налоговом кодексе РФ.

Сама схема взимания налога носит для налогоплательщика директивный характер и стимулирует лишь деятельность по избеганию санкций. В случае трансформации налога в сбор государство в ответ на его уплату будет оказывать ряд услуг водопользователям, что уже давно реализуется в западных странах.

«Частно-правовая» модель предусматривает заключение договора. В договоре оговорен порядок содержания водного объекта. Однако форма такого документа предполагает обоюдную ответственность, в том числе и со стороны государства. Но расторгнуть договор можно только через суд, а это - процесс длительный. Пока неясно, как это отразится на чистоте водоемов. [7]

С 1 января 2007 года российским законодательством предусматривается заключение договоров. Пользователи, осуществляющие забор воды на основании договоров, полученных после этой даты, плательщиками водного налога не являются. Таким образом, постепенно осуществится переход от административных отношений к гражданско-правовым, то есть водный налог вскоре полностью заменится платой за пользование водными объектами. Это может привести к ослаблению государственного контроля за водными объектами и лишит органы власти прав на оперативное пресечение неправомерных действий водопользователей.

Меняя форму платежа, необходимо особое внимание уделить его эффективному использованию, для этого можно обратиться к зарубежному опыту. В развитых странах плата за водопользование осуществляется в виде взносов водопользователей на содержание государственных учреждений, которые осуществляют оперативное управление водными ресурсами и их использование в пределах одного или ряда соседних водных бассейнов [6, с. 51; 8, с. 13]. Организационно взимание платы за водопользование реализуется в виде двух схем. Первая схема, которая реализуется в Австралии, странах Азии и Африки, осно-

выводятся на жестком государственном регулировании размеров платы. Все платежи направляются в государственный бюджет, что позволяет аккумулировать финансовые ресурсы для содержания и развития водохозяйственных систем и сооружений. В Японии, к примеру, государством финансируется около 90% водохозяйственных работ, а 10% – за счет кредитов заинтересованных частных корпораций. Вторая схема применяется в странах Западной Европы. Она основывается на корпоративном управлении использованием и охраной водных ресурсов со стороны водопользователей, которые образуют бассейновые объединения, осуществляющие водоохранные работы. Плата за воду осуществляется в виде взносов водопользователей на содержание объединения и финансирование его деятельности. При этом государство получает налоги от бассейнового объединения, которые используются в большей части для кредитования и субсидирования водохозяйственного строительства и выплат компенсаций льготным категориям водопользователей [8, с. 14]. В Германии платежами за природопользование облагается причинитель вреда, в случае если он использует природные ресурсы в своих целях. [4]

В России есть плотины, которые построены 300 лет назад, и до сих пор они функционируют! Но основная масса ГТС возведена 30-50 лет назад. У больших плотин, которые образуют обширные водохранилища, хозяева есть, это, как правило, энергетики и заводы, и там относительно все в порядке. А тысячи маленьких сельских плотин обветшали после того, как разрушилась колхозная система. У водных ресурсов и водохозяйственных сооружений должен быть один хозяин. [9]

Но не всё так пессимистично. Сейчас в России и в этой отрасли появляются новые перспективы. В Уральском регионе работает пилотный проект Российской Сети Рек по созданию эффективного механизма экологического оздоровления реки. В рамках проекта создан Водный план, создается Бассейновый водный совет. Во время работы в рамках проекта были выяснены мотивы и интересы большинства водопользователей, ведущих деятельность в бассейне, их возможность и желание платить за определенный вид деятельности, направленной на улучшение и поддержание экосистемы данной территории. Однако ещё рано делать выводы о результатах работы проектов подобного рода.

Заключение

Развитие системы платного водопользования направлено на решение задач рационального использования и охраны водных ресурсов и обеспечение их собственнику ресурсов реальной выгоды от их использования. Устойчивое развитие экономики на ближайшую перспективу может иметь достаточно надежную финансовую основу за счет повышения рациональности использования природных ресурсов. Необходим механизм стимулирования компаний к проведению природоохранных мероприятий: льготное кредитование и целевой возврат экологических платежей.

Финансирование со стороны государства поможет усилить его контроль над общим состоянием водных сооружений и деятельностью предприятий водной отрасли.

То, что развитие экономики должно идти не в ущерб экологии, на практике часто декларативно: реальные лица, принимающие решения, убеждены, что внедрение экологических ценностей разрушает экономику. Поэтому очевидна необходимость и актуальность внедрения реальных схем и расчетов, доказывающих ценность экосистем и выгоды от их сохранения. [5]

Список использованной литературы

1. Налоги и налогообложение под ред. Б.Х. Алиева, М. – «Финансы и статистика», 2007 г.
2. Бандорин Л.Е. Актуальные вопросы правового регулирования платы за загрязнение окружающей среды. // Экологическое право. - 2003. - № 4.
3. Бухарова О. Капля в море // Российская газета от 23 июня 2009 г. - N4938 (8)
4. Гиряева В. Н. Экологические платежи Германии сегодня // Экологическое право. - 2002. - №5(7)
5. Подосёнова О. Финансовые решения водных проблем России: между директивами, рыночной экономикой и этическими традициями // Женева, 10-11 октября 2005 г. Seminar on environmental services and financing for the protection and sustainable use of ecosystems(11)
6. Редковская О.В. Экономическая оценка природно-ресурсного потенциала особо охраняемых природных территорий в системе кадастрового учета // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2007. – № 1. – С. 47–56. (5)
7. Рустэм Хамитов Российская газета Водные процедуры N4217 от 9 ноября 2006 г.(4)
8. Ушакова, С.Е. Оценка стоимости прав пользования водными объектами: принципы и методы / С.Е. Ушакова // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Специальность 80.00.05: Экономика и управление народным хозяйством–М., 2006. – 24 с. (6)
9. Хамитов Рустэм Водные процедуры // Российская газета от 9 ноября 2006 г. - N4217 (10)
10. www.minfin.ru (9)

*Дмитриева Н. - студентка 2 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Оськина Т.А.*

ПОНЯТИЕ ИНВЕСТИЦИЙ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Многие ни раз слышали слово «инвестиции», но далеко не все знает его истинное значение. В данной работе мы попробуем дать точное определение, рассмотреть виды и значение инвестиций.

Инвестиции - капитал, помещаемый в юридически самостоятельные предприятия на длительный срок (более года) либо с целью получения дополнительной прибыли, либо с целью приобретения влияния, либо в связи с тем, что такое вложение средств является более выгодным по сравнению с организацией

собственных операций в этой области, а также вложения в ценные бумаги.^[1]

Инвестиции - это денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта.^[2]

В экономической литературе инвестиции рассматриваются как акт отказа от сиюминутного потребления благ ради более полного удовлетворения потребностей в последующие годы посредством инвестирования средств в объекты предпринимательской деятельности. Прирост капитала в результате инвестирования должен быть достаточным, с тем чтобы, во - первых, удовлетворить минимально приемлемые с позиции общества запросы инвестора; во - вторых, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде; в - третьих, вознаградить инвестора за риск возможной потери части дохода от наступления труднопредсказуемых неблагоприятных обстоятельств.

Источниками инвестиций могут выступать: собственные финансовые средства; ассигнования из федерального, регионального и местного бюджетов; иностранные инвестиции; заемные средства.

Не следует путать инвестирование и финансирование. Финансирование - выделение средств или ресурсов для достижения намеченных целей. Если целью финансирования является получение прибыли - тогда финансирование превращается в инвестирование. Если целью прибыль не является - это не инвестирование.^[3]

Начать собственный бизнес в России - дело непростое, особенно если ты молод и неопытен. Начинающего предпринимателя поджидают сотни трудностей. *Государство поддерживает молодежные инновационные проекты несколькими основными путями:* вложение средств в инвестиционные фонды, специализирующиеся на венчурных инвестициях; проведение массовых мероприятий, направленных на подготовку молодых предпринимателей и их знакомство с инвесторами; выдача грантов и субсидий.^[4]

Молодежь в современном мире является, пожалуй, одной из главных действующих сил, носителем модернизационных и инноваторских ценностей. Важно понимать, что вложенный сегодня в молодежь 1 рубль, завтра позволит сэкономить 15. Эффективная работа в молодежном направлении даст нам ответственное, экономически и юридически грамотное поколение трудоспособных и инициативных граждан.^[5]

Список использованной литературы

1. Об инвестиционной деятельности в РСФСР: Закон РСФСР от 26.06.1991 № 1488-1.-В ред. от 10.01.2003.
2. Энциклопедия предпринимателя / С.М. Синельников и др. - СПб., 1994.
3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. http://www.cfin.ru/investor/venture/ai_for_venture.shtml
5. <http://www.molgvardia.ru/opinions/2008/10/08/2096>

*Ерохина М. - магистрант 2 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г. В.*

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ХАРАКТЕР ЗАТРАТ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ФИРМЫ

Формирование имиджа фирмы является особой сферой маркетинговой деятельности, несущей одновременно социальное, психологическое, экономическое и управленческое содержание. Экономическое содержание имиджа заключается в его воздействии на величину нематериальных активов предприятия, структуру затрат, рыночную стоимость компании. Именно благодаря экономическому эффекту, имидж становится инструментом, способным принести предприятию дополнительный доход и прибыль. Однако экономическое содержание имиджа напрямую связано не только с ожидаемой эффективностью от применения положительного имиджа, но и с текущими расходами на его создание.

Имидж фирмы часто рассматривается как инвестиционный проект, следовательно, все затраты на создание имиджа фирмы носят инвестиционный характер. Кроме того, осуществление расходов на имидж происходит параллельно с выполнением основных управленческих задач организации: реализацией маркетинговой деятельности, созданием элементов материальной среды, мотивацией персонала, и напрямую связано с затратами на выполнение этих задач.

Маркетинговый процесс в большинстве случаев реализуется через отдельные мероприятия, которые могут осуществляться как последовательно, в соответствии со схемой разработки и внедрения, так и параллельно, то есть независимо друг от друга. Затраты на маркетинг — это совокупность расходов, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности и маркетинговых мероприятий. Основные составляющие затрат на маркетинг: управленческие расходы, заработная плата персонала службы сбыта, амортизационные отчисления; материалы и ресурсы для нормального функционирования службы сбыта и, соответственно, затраты по разработке товарной, ценовой, коммуникативной, сбытовой и дистрибутивной политики.

Расходы на маркетинг принято учитывать только как накладные. Хотя они могут быть прямыми и косвенными и учитываться должны таким же образом. Прямые расходы на маркетинг могут целиком переноситься на продукцию, если имеются в виду маркетинговые мероприятия, касающиеся конкретного наименования продукции. Косвенные расходы по-разному распределяются по центрам затрат, если имеются в виду маркетинговые мероприятия, касающиеся различных групп продукции, или группы предприятий, заработной платы сотрудников служб сбыта и т.д.

Самыми весомыми, с точки зрения величины расходов, являются затраты на создание осязаемого (внешнего) имиджа, который является материальным, его можно увидеть и ощутить. К таким затратам относят:

Расходы на обеспечение качества продукции, состоящие из расходов, свя-

занных с предупреждением выпуска изделий низкого качества, и расходов, связанных с контролем качества продукции.

Расходы на создание осязаемого имиджа, включающие в себя затраты на создание названия компании, лозунга и логотипа, а также затраты на приобретение и дизайн офиса компании.

Расходы на проведение рекламной компании, которые, по мнению специалистов, должны составлять от 2 до 10 % от общего объема продаж. Затраты на рекламу включают затраты на обработку и издание рекламных изделий: проспектов, каталогов, альбомов, и т.д., изготовление фирменной упаковки, приобретение и изготовление рекламных сувениров, проведение рекламных компаний через средства массовой информации.

Расходы на внешний вид сотрудников, включающие затраты на изготовление униформы и прочих элементов фирменного стиля.

Важнейшим элементом осязаемого имиджа фирмы является компетентный, доброжелательный, заинтересованный в успехе компании персонал, поэтому затраты на мотивацию так же являются одним из направлений расходов на имидж.

Материальная мотивация зависит от индивидуального и группового вклада в выполнение деятельности. Это конкретно выражается в системе гибкой оплаты труда, включающей нефиксированные, переменные компоненты:

Комиссионные. Сотрудник получает определенный процент от сумм, которые ему платят клиенты при покупке у него товаров.

Денежные выплаты за выполнение поставленных целей. Такие выплаты в целом осуществляются при соответствии работника некоторым заранее установленным критериям. Среди них могут быть экономические показатели, показатели качества, оценка сотрудника другими лицами.

Специальные индивидуальные вознаграждения в качестве признания ценности того или иного работника. Это могут быть специальные премии, выплачиваемые сотрудникам за владение навыками, необходимыми компании в настоящий момент, а так же премии за верность компании.

Акции и опционы на их покупку – безвозмездное предоставление сотруднику в собственность определенного числа акций, либо предоставление ему права приобрести пакет акций оговоренного размера.

Нематериальная мотивация включает все средства, которые работодатель тратит на своих сотрудников, но не выплачивает им напрямую:

Льготы, связанные с графиком работы. Прежде всего, это меры, связанные с оплатой нерабочего времени сотрудника, а также предоставление сотруднику гибкого графика работы;

Материальные нефинансовые вознаграждения. В этот блок входят все материальные стимулы, которые использует компания, например, подарки, которые фирма делает своим сотрудникам;

Различные общефирменные мероприятия, не касающиеся непосредственно работы. Это внутрифирменные праздники, посвященные значимым событиям, загородные и экскурсионные поездки;

Вознаграждения, связанные с изменением статуса сотрудника. В этот блок входит не только повышение в должности, но и обучение сотрудника за счет фирмы, предложение участвовать в более интересном или материально выгодном проекте;

Вознаграждения, связанные с изменением рабочего места. В этот блок входят все те меры, которые ведут к изменению технической оснащенности рабочего места сотрудника и его эргономики, а также предоставление сотруднику служебного автомобиля.

Несмотря на существующее деление мотивации на материальную и нематериальную, все вышеназванные способы мотивации влекут за собой денежные расходы со стороны руководства компании. Различия составляют лишь размер затрат на каждый вид мотивации и способ их осуществления – в денежной форме или в не денежной.

Для крупных компаний все перечисленные выше расходы составляют значительную долю бюджета. Однако для малых предприятий разумное сочетание различных видов расходов не будет тягостным, это определяется и масштабами предприятия, и долей рынка, которую они занимают. Чем меньше компания, тем проще и дешевле обходится создание имиджа.

Литература:

1. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии [Текст] / А.Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2007. – 266с.

2. Душенкина, Е. Корпоративный имидж [Текст] / Е. Душенкина // Корпоративная имиджелогия. – . 2008. – №3. – С.34-35.

3. Огородникова, В.Н. Особенности расчета эффективности сбытовой деятельности предприятия / Огородникова В. Н. // Справочник экономиста. – 2008. - №2. – С.27-30.

*Зоткина О. - студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г.В.*

МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Молодежь считается самой капризной и непредсказуемой аудиторией на рынке товаров и услуг. Именно к ней во все времена пытались найти особый подход, чтобы заполучить ее внимание и вызвать интерес. Однако всерьез над значимостью молодежи в создании и продвижении товаров и услуг современные российские маркетологи задумались только в последнее время.

Молодежь считается наиболее перспективной целевой аудиторией для финансового и производственного секторов. Ее отличительными чертами являются постоянное движение, амбициозное стремление не только узнать, но и, что очень важно, попробовать новые потребительские продукты или услуги. При этом фактом остается то, что каждое новое поколение сильно отличается от предыдущего. Этим и вызвана ситуация неустойчивости потребительских пред-

почтений, которая, в свою очередь, предоставляет благоприятную почву для новых бизнес-решений. Сегодня молодежь отказывается от общепринятых внешних атрибутов, для нее не характерно потребление ради «приклеивания» на себя определенного социального статуса. Они выбирают индивидуальный стиль, который помогает им в самовыражении, который делает их времяпрепровождение наиболее комфортным. Можно сделать вывод, что на смену статусному потреблению приходит индивидуальное, что дает возможность эффективно сосуществовать новым брендам, ориентированным на молодежь.

Современная молодежь хочет всячески выделиться, заявить о своей индивидуальности. Но все это не пустые желания, данное стремление имеет под собой серьезную материальную основу. Дело в том, что деньги сильно «помолодели». Становится закономерностью, что молодые люди до 30 лет, живущие в крупных городах, начинают зарабатывать больше, чем это было шесть-семь лет назад. Но также есть и другая часть молодого поколения, которая не может позволить себе тратить много средств на приобретение потребительских товаров. К ее предпочтениям можно отнести оригинальный, «не как у всех», но и недорогой товар.

Данная ситуация опять-таки положительна и предоставляет широкий простор для создателей товаров и услуг для молодого поколения. В качестве примера можно привести сотового оператора МТС, который до недавнего времени воспринимался молодежью как «консервативный» и «дорогой». Компания разработала новый тариф Red Energy, целью которого стало завоевание молодежной аудитории. По данным сайта www.mts.ru, тарифу присуща инновационная структура — абонент в любой момент и на любой срок может сделать свое общение безлимитным.

Однако заставить современных молодых людей потратиться под воздействием рекламы и маркетинга не такая простая задача: всяческие попытки манипулировать общественным мнением воспринимаются ими крайне критично и часто подвергаются тщательному анализу.

Так как для молодежной аудитории практически невозможно создать универсальный бренд, который будет одинаково пользоваться успехом у всех возрастных групп, то в данной ситуации можно достичь очень большого успеха, работая на очень узкий сегмент. Если позиционировать продвигаемый бренд, к примеру, исключительно на потребителя-старшеклассника, то в этом случае он будет намного успешнее, чем, если попытаться позиционировать его на аудиторию с 5-го по 11-й классы.

В то же время основной проблемой, по мнению маркетологов, при создании, запуске и построении брендов, ориентированных на молодежь, является не "что" нужно делать, а "как", поскольку внешние формы для молодого потребителя принципиально важны [2]. В этом смысле очень показательным является рынок прессы. Молодой потребитель-читатель изначально реагирует не на "концептуальное сообщение", а на его исполнение, интонацию, которая привлекает внимание или не привлекает... Подходящий пример - рекламная кампания журнала Glamour ("Ушла навсегда, если что - я у мамы").

В то же время современные успешные молодежные бренды в большей степени связаны с хобби или проведением досуга. Например, спорт и здоровье становятся неотъемлемой частью жизни молодежи. Она все активнее начинает посещать спортивные клубы, тренажерные залы, фитнес-центры. Данные тенденции создают возможность для развития маркетинга товаров и услуг в данной области. Спортивный досуг зачастую проводится в сообществе, что способствует быстрому распространению популярности какого-либо бренда. Если в группе, которая занимается спортивными танцами, принято покупать кроссовки и сумки фирмы Nike, то существует большая вероятность, что каждый новый участник группы будет выбирать для себя именно этот бренд.

Однако нельзя забывать о том, что молодое поколение проходит разные жизненные циклы в совсем неодинаковых условиях и ситуациях. Так, следует помнить про молодежь, которая живет в разных регионах и небольших населенных пунктах нашей большой страны. В данной ситуации важнейшую роль играет сочетание экономических и социокультурных факторов. На макроуровне изобрести что-то подходящее для всех, пользующееся успехом, как в мегаполисах, так и в городах с населением 100-500 тысяч человек, довольно-таки сложно. Молодежи в определенном регионе свойственны своеобразные интересы, увлечения, вкусы.

Таким образом, позиционирование бренда в национальном масштабе влечет за собой большие сложности. Люди одного года рождения в крупных городах и регионах имеют разный возраст - они растут и развиваются с неодинаковой скоростью, следовательно, у них различные предпочтения и потребности в производственных товарах и услугах.

Литература:

1. Журнал «Маркетинг Менеджмент»
2. www.sotaland.ru
3. www.mts.ru

*Ивлиева Е.- студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к. э. н. Мишакова Н.А.*

БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

В рыночной институциональной структуре коммерческие банки, являющиеся поставщиками ресурсов для осуществления качественных преобразований в экономике, занимают лидирующие позиции в сегменте кредитования.

На сегодняшний день делается упор на развитие реального сектора экономики, в частности, посредством малого предпринимательства.

Кредитование малого бизнеса – один из наиболее быстрорастущих сегментов банковских услуг. Данная тенденция объясняется высокой доходностью кредитных операций в сфере малого предпринимательства и сравнительно короткими сроками оборачиваемости ссудного капитала.

Однако в период выхода из финансового кризиса банки при формировании предложения кредитов стеснены негативными тенденциями рецессионной экономики.

Во второй половине 2008 – первой половине 2009 гг. доступность кредитов для малого предпринимательства явно упала. Банки резко ужесточили требования к финансовому состоянию субъектов малого бизнеса и качеству обеспечения кредитов, сузили спектр категорий заемщиков и сфер кредитования, ценовые условия (ставки и дополнительные комиссии), а также неценовые условия кредитов (максимальные объемы и сроки). Кроме того, ужесточаются требования к длительности хозяйственной деятельности заемщиков, поручительству собственников и третьих лиц, деловой репутации (кредитной истории), привязке к конкретному местоположению.

Ужесточение условий кредитования было связано, прежде всего, с ухудшением финансового состояния потенциальных заемщиков. Рентабельность операций предпринимателей резко упала, так как малый бизнес в основном работает на высоко конкурентных рынках.

Другими факторами, способствующими ужесточению условий кредитования, являются: переход банков к более консервативной политике управления активами и пассивами, ухудшение условий привлечения банками заемных средств как на внешнем, так и на внутреннем рынках, сокращение банковской ликвидности и функционирование вторичного рынка кредитов.

В III квартале 2009г. начинается постепенное смягчение ряда условий кредитования: снижаются процентные ставки, размеры дополнительных эмиссий, увеличиваются максимальные объемы и сроки кредитов (неценовые условия), расширяется спектр направлений кредитования. Но, поскольку в нефинансовой сфере улучшения наблюдались лишь в электроэнергетике и металлургии, в то время как в таких отраслях, как строительство и торговля, ситуация оставалась противоречивой, продолжается ужесточение требований к финансовому состоянию заемщиков и качеству обеспечения.

Подобная тенденция длилась вплоть до II квартала 2010 г., однако с этого периода начинается смягчение требований к финансовому состоянию заемщиков и кредит становится более доступным.

Однако перечисленные послабления являются благоприятным фактором лишь на фоне предшествующего наиболее острого кризисного периода второй половины 2008 – первой 2009гг.

Банки все еще стараются меньше рисковать: предпочтение отдается заемщикам, которые имеют устойчивое финансовое положение и ликвидное обеспечение (недвижимость или транспорт). Поэтому основное внимание уделяется среднему и крупному бизнесу, который к концу 2010 г. оказывается полностью прокредитованным и за представителей которого на сегодняшний день ведется межбанковская конкурентная борьба [1].

Малый бизнес остается весьма рискованным сектором. Однако, на конец 2010 - начало 2011 гг. банки обладают значительными финансовыми ресурсами, неиспользование которых равнозначно убыткам.

Банковский сектор Рязанской области на 1 марта 2011 г. представлен 4 самостоятельными региональными кредитными организациями, 5 филиалами Сбербанка России (в городах Рязань, Касимов, Сасово, Скопин и Шилово) и 14 филиалами, головные компании которых находятся за пределами региона [3].

Совокупные ресурсы банковской области на 1 декабря 2010 г. составляли 82 340,0 млн.руб., по сравнению с началом 2010 г. увеличение произошло на 13,4% [3].

На начало 2011 г. в Рязани кредитованием МБ занимаются СКБ-банк, Русславбанк, Сбербанк, Промрегионбанк, УРАЛСИБ, ОПМ-Банк, Юниаструм-банк, Промсвязьбанк, Россельхозбанк, ВТБ, Транскапиталбанк и Привнешторгбанк. Данные кредитные организации разработали широкий спектр кредитных услуг и предлагают полную линейку кредитных предложений малому бизнесу.

В периоде с начала 2009 – I квартал 2010 гг. рост объемов предоставляемых кредитов составил 4,6 раза. Однако во II квартале 2010 г. наблюдается резкое сокращение объемов кредитования (3,7 раза), с последующим увеличением в III квартале в 2,2 раза. Общий объем кредитования в период с 2009 – начало 2011 гг. увеличился в 6,26 раз и составил на 1 января 2011 г. 24 836 млн.руб.

Задолженность по кредитам за аналогичный период сократилась на 9 % и составила на 1 января 2011 г. 23 659 млн.руб. Однако наблюдается рост объемов просроченной задолженности по кредитам в 2,8 раза и составляет 2 207 млн.руб. на начало 2011г.

В 2009 г. средняя ставка по рублевым кредитам малому бизнесу составила 17,5-18%, к концу 2010 – началу 2011 гг. – 12%.

Сегодня самые низкие процентные ставки по кредитам представляют ВТБ – 10,4%, ОПМ-Банк – 11,26%, Юниаструм – 12,5%. Самые высокие процентные ставки представлены в Промрегионбанк – 17,5 – 18,3%, Транскапиталбанк – 19,5%. Величина процентной ставки варьируется в зависимости от иных условий кредитования: срока кредита, залога, поручительства и других составляющих.

В 2009г. на базе Рязанского областного фонда поддержки малого предпринимательства был создан гарантийный фонд, обслуживающий малые предприятия, которым не хватает залогового обеспечения. Сегодня с Рязанским областным фондом поддержки малого предпринимательства сотрудничают Сбербанк, Уралсиб, Промсвязьбанк, Пробизнесбанк, Россельхозбанк.

С точки зрения банков подвижность малого бизнеса может являться «недостатком». В таком случае для малого бизнеса характерны небольшие сроки существования на рынке, возможность изменения профиля деятельности, отсутствие подтвержденной деловой репутации, привязки к конкретному местоположению. Учитывая эти факторы банки разрабатывают специальные программы кредитования, которые «привязывают» такого клиента к банку, делают его более прозрачным.

Расширяя спектр продуктов, доступных для собственников бизнеса, Промсвязьбанк допускают возможность оформления кредита и приобретаемых активов на физическое лицо. Это обосновано тем, что в результате снижения

рентабельности бизнеса, клиентами банками становятся не компании, а предприниматели, как частные лица [2].

Россельхозбанк вводит новый кредит для малого агробизнеса на приобретение техники в оборудования под их залог. Отсутствие подобного продукта до недавнего времени затрудняло работу представителей малого агробизнеса.

Другие банки, например Сбербанк, объявляют конкурсы поддержки малого предпринимательства, целью которых является возмещение части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, полученными субъектами малого предпринимательства на развитие производства. Банк определяет победителей по результатам рассмотрения и оценки бизнес-планов. В 2010 г. Сбербанк предоставил компенсацию 40 субъектам МБ в общем размере 12,3 млн.руб.

При покупке иных банковских услуг (помимо кредитования), таких как ведение расчетного счета, инкассация, документарные операции и других услуг банки снижают проценты кредитования для субъектов малого бизнеса.

Таким образом, несмотря на положительные намечающиеся тенденции, сфера банковского кредитования малого бизнеса все еще остается затруднительной. Малые предприятия еще не успели оправиться после кризиса, и их финансовое положение окончательно не урегулировалось. Поэтому видится дальнейшее смягчение банковских условий кредитования и принятия банками существующих рисков как должное и необходимое для вывода субъектов малого предпринимательства на новый посткризисный уровень и получение банками соответствующего дохода.

Список используемой литературы:

1 МедиаРязань. Новая кредитная история. А.Н. Веселкова, 2010

2 Кредиты для малого предпринимательства: осторожная необходимость. Смирнов М., 2010

3 <http://www.ryazanreg.ru/economics/insurance/96/> (Правительство Рязанской области / Экономика и финансы / Банковская деятельность)

***Ильин А. – студент 4 курса
РГУ им. С. А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Фомин Ю.В.***

ТОРГОВЛЯ ФИНАНСОВЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ В РЕГИОНЕ

Понятие «финансовые инструменты» очень обширное. Оно включает в себя валюту, ценные бумаги, денежные обязательства, фьючерсы, опционы и т. п. финансовые документы, продажа или прередача которых обеспечивает получение денежных средств. Детальное рассмотрение каждого вида финансовых инструментов представляется достаточно объемным в подобного рода работе.

Классификация рынка ценных бумаг по форме организации торговли включает:

- биржевой рынок
- внебиржевой (розничный) рынок
- электронный рынок

В связи с отсутствием в Рязани фондовых бирж я особое внимание уделяю торговле в нашем регионе акциями и валютой в электронном виде, т.е. посредством интернета.

В Рязани торговлей ценными бумагами и акциями занимаются только некоторые финансово-кредитные организации. Они предоставляют широкий спектр услуг в этом направлении: ПИФы, доверительное управление, брокерские услуги, депозитарное обслуживание. ПИФ - паевой инвестиционный фонд - это фонд, который состоит из долей инвесторов и передается управляющей компании для инвестирования. Доверительное управление это деятельность банка по управлению средствами клиентов на финансовых рынках. Депозитарные услуги - это открытие всех типов счетов депо для хранения и учета прав собственности на ценные бумаги. В электронном виде оказываются брокерские услуги. Среди организаций, оказывающих эти услуги, можно выделить две крупные, из действующих в рязанском регионе. Это холдинг ФИНАМ и банк ВТБ 24, занимающие, соответственно, первое и пятое место в стране по объему торгов в 2010 году (по оценке агентства РБК.Рейтинг на 27.01.11).

Фондовый рынок в нашей стране имеет хорошую правовую основу, позволяющую утверждать, что любой инвестор или трейдер защищен от возможного мошенничества. Основные торги в России проходят на электронной торговой площадке ММВБ. Она имеет хорошее техническое оснащение, позволяющее получать котировки в режиме реального времени в терминалах по всей России и за рубежом.

Все большую популярность у населения приобретает также торговля на рынке FOREX (форекс). Это связано с рекламными усилиями многочисленных брокеров рынка Forex, которые подают этот рынок как оптимальный вариант небольших, высокодоходных, но рискованных инвестиций.

Вложения в FOREX действительно очень опасны. Только 5% трейдеров получают прибыль. Остальные 95% получают только убытки. Происходит это по нескольким причинам. Во-первых, это психология людей. Жадность и недисциплинированность ведут к убыткам. Во-вторых, отсутствие четкой торговой системы. У людей попросту нет четкого плана как проводить торговлю. Каждая новая сделка у них не похожа на предыдущую. В-третьих, в России нет брокерских контор, которые бы напрямую выводили проведенные трейдерами сделки на международный рынок FOREX. В России есть только субброкеры и дилинговые центры. Поэтому всегда существует риск, что эти фирмы покажут неверные котировки или не вернут со счета деньги инвестору. А также из-за того, что отечественные субброкеры и дилинговые центры в большинстве своем зарегистрированы в оффшорных зонах, любая судебная тяжба с ними весьма проблематична.

В Рязани находятся несколько компаний, которые предоставляют доступ к рынку FOREX посредством интернета. (В интернете существуют брокеры, которые также предоставляют возможность торговать на рынке FOREX, но они не имеют своих представительств в Рязани, поэтому я их не стал рассматривать.) К компаниям, имеющим свои офисы в Рязани, относятся: alpari, FOREX CLUB,

ФИНАМ. Все эти компании существуют на рынке России уже более 10 лет и являются достаточно известными. С помощью озвученных выше компаний можно торговать на персональном компьютере в режиме реального времени на актуальных валютных парах.

Для начала торговли не требуется больших финансовых вложений. В среднем требуется сумма от 300 до 6000 рублей. Все это делает рынок FOREX в Рязани доступным большому количеству населения.

Население развитых стран принимает активное участие в торговле на фондовом рынке и рынке FOREX. Для них эта торговля является одной из составных частей их личного дохода. А вот население Рязани не проявляет столь большого интереса к торговле ни на фондовом рынке, ни на рынке FOREX. Возможно, это обусловлено неосведомленностью об услугах или отсутствием оперативного доступа к сети интернет, а также отсутствием уверенности в достижении прибыли.

Существенная особенность рынка FOREX – это высокая ликвидность основных валютных пар. Если на фондовом рынке иногда приходится довольно долго ждать исполнения заявки, то на FOREX это происходит моментально. На фондовой бирже кредитное плечо очень мало (1:2 – 1:4) в отличие от FOREX (где оно может достигать значения 1:500). Это связано с тем, что акции дают право на капитал организации, по ним выплачиваются дивиденды, позволяют участвовать в голосовании на общем собрании акционеров. У рынка FOREX нет определенных мест, где проходят торги в отличие от фондового рынка. Четкое правовое регулирование на фондовом рынке дает возможность не беспокоиться, что Вас могут где-нибудь обмануть.

Считается, что рынок FOREX – это явление современности, а более серьезным и солидным во все времена считался фондовый рынок. Здесь сосредоточены голубые фишки, миллиардеры и основной мировой капитал. FOREX - это серьезная игра, но всё же игра, которая в нашей стране, как говорилось выше, не имеет правового регулирования.

Я считаю, что населению необходимо больше знать о возможностях использования интернета для торговли на фондовом рынке и рынке Forex. Для этого я бы предложил сделать следующее: во - первых, на федеральном уровне принять законы, регулирующие рынок FOREX; во - вторых, среди населения распространять информацию о дополнительных формах личного дохода, помимо используемых большинством сберегательных вкладов; в - третьих, мне бы хотелось, чтобы в нашей области в школах был широко распространен предмет "финансовая грамотность".

Список использованной литературы:

1. sbrf.ru - сбербанк России
2. vtb24.ru - ВТБ 24
3. finam.ru - ФИНАМ
4. alpari.ru - сайт альпари
5. fxclub.org - форекс клуб
6. rbc.ru - РосБизнесКонсалтинг

РАСЧЕТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ) В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Взаимоотношения организации (предприятия) и банка по осуществлению расчетных операций строятся на основе договора банковского счета, заключенного между ними. Операции по счетам регулируются законодательством Российской Федерации и производятся в установленном им порядке.

Практически все свои основные операции хозяйственной деятельности, организаций осуществляют через банковские счета (текущие, расчетные).

При осуществлении расчетов одна из сторон всегда выступает в роли плательщика, а другая – в роли получателя платежа. При этом плательщик и получатель платежа могут располагаться в разных городах или регионах одной страны, или даже в разных странах и на разных континентах.

Расчетные счета открываются: коммерческим предприятиям и организациям, т.е. юридическим лицам, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли (хозяйственные товарищества и общества, полные товарищества, общества с ограниченной или дополнительной ответственностью, акционерные общества и др.); гражданам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные и семейные предприятия, фермерские хозяйства и др.); финансовым организациям, т.е. организациям, деятельность которых в основном связана с деньгами, с предоставлением услуг финансового характера, с аккумулярованием и перераспределением капитала (инвестиционные фонды, трастовые, лизинговые, факторинговые компании, фондовые и валютные биржи и др.).

Расчетные счета используются юридическим лицом для зачисления выручки от реализации продукции (работ, услуг), доходов от внереализационных операций, сумм полученных кредитов и иных поступлений, осуществления расчетов с поставщиками, бюджетом, рабочими и служащими, банком по полученным кредитам и процентам по ним и др.

Владелец расчетного счета имеет полную экономическую и юридическую самостоятельность, выступает самостоятельным плательщиком всех причитающихся с него платежей в бюджет, самостоятельно вступает в кредитные взаимоотношения с банком и может совершать любые другие операции, связанные с его производственной и инвестиционной деятельностью, не противоречащие действующему законодательству.

Текущие счета открываются клиентам, которым не могут быть открыты расчетные счета, в частности: некоммерческим организациям. Это организации, которые в качестве основной цели своей деятельности не преследуют извлечение прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленче-

ских целей, охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Некоммерческие организации могут существовать в виде общественных, религиозных организаций, фондов, некоммерческих партнерств, автономных некоммерческих организаций, объединений юридических лиц (ассоциации, союзы), а также в других формах, предусмотренных федеральным законом; обособленным подразделениям юридического лица (филиалам, представительствам) по ходатайству юридического лица, с режимом использования средств исходя из полномочий филиала или представительства; учреждениям и организациям, состоящим на бюджете, руководители которых не являются самостоятельными распорядителями кредитов.

Самостоятельность владельца текущего счета существенно ограничена по сравнению с владельцем расчетного счета. Перечень операций по текущим счетам регламентируется в соответствии с целями деятельности владельца счета согласно его учредительным документам. Это делается в момент открытия счета в банке.

Для открытия расчетного (текущего) счета представителю организации необходимо предоставить в банк комплект документов оформленных надлежащим образом, список которых установлен перечнем комплект документов установленного положения банка.

Все предоставленные документы проверяются юридической службой, службой экономической безопасности, отделом финансового мониторинга. После соответствующей экспертизы документов банк открывает клиенту расчетный счет с присвоением ему номера. Между банком и клиентом заключается договор банковского счета.

Клиенты вправе открывать в банках необходимое им количество расчетных, депозитных и иных счетов в любой валюте в банках с их согласия, если иное не установлено федеральным законом (ст. 30 Федерального закона «О банках и банковской деятельности»). При этом банк не вправе отказать клиенту в открытии счета, совершение соответствующих операций по которому предусмотрено законом, учредительными документами банка и выданной ему лицензией, за исключением случаев, когда такой отказ вызван отсутствием у банка возможности принять клиента на банковское обслуживание (ст. 846 ГК РФ).

***Красников М. – студент 5 курса
РГАТУ им. П.А. Костычева***

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА СЕЛЕ

Сельская местность и признаваемые в ней ценности не всегда разрешают, помогают или благоприятствуют с точки зрения предпринимательства.

Предприятия на селе - это типично мелкие фирмы, ориентированные часто на местный рынок. Они располагаются рассредоточено по всей стране и прочно привязывают предпринимателя к рабочему месту. Отдаленное располо-

жение от других предприятий и рынков часто требует принятия специальных решений в производстве, маркетинге, в сборе информации.

Один из популярных способов заработать в деревне, организовать свой бизнес в деревне, популяризировать сельский труд - это агротуризм.

Агротуризм - это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков. Агротуризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта.

Если местность характеризуется благоприятным климатом для выращивания каких-либо сельскохозяйственных культур - можно заняться сельским хозяйством. Выращивание злаков, масличных культур, сахарной свёклы, корнеплодов и овощей, а также - плодородное и ягодное садоводство - могут стать весьма прибыльным бизнесом.

Если в силу климатических особенностей сложно выращивать растения, но рядом есть большой хороший лес, вполне можно зарабатывать собирая дикоросы: ягоды, грибы, различные лекарственные травы, орехи, папоротники и многие другие природные богатства.

Кроме этого, очень интересен бизнес по выращиванию грибов в искусственно созданных условиях. Но для их хорошего роста и развития необходимо создать правильные условия: температуру, влажность, вентиляцию, иметь субстрат на котором будут расти грибы, мицелий (грибницу), из которого они будут расти, приборы для поддержания необходимого климата и т.д.

Можно заняться исключительно сбытовыми вопросами. Скупать у местного населения выращенные продукты или собранные дикоросы и своими силами транспортировать и реализовывать их в более крупных населённых пунктах.

Ещё одной распространенной идеей является животноводство, например выращивание свиней, кроликов, коров. Для этого необходимо построить скотный двор, закупить животных и корма.

Если село расположено недалеко от леса, то можно организовать лесопилку. Для этого нужно купить необходимое оборудование для пилорамы и договориться о поставках леса, либо самому оформлять деляну и пилить с корня самостоятельно.

В свою очередь, если с лесом на ближайшей территории проблемы - то стоит обратить внимание на наличие свободных плодородных земель - фермерский подход позволяет осуществлять вполне успешные овощные, посевные или садово-тепличные проекты.

Развитие молодежного предпринимательства на селе останавливают ряд факторов:

Отсутствие стартового капитала

Отсутствие предпринимательской способности

Нехватка знаний ведения бизнеса у молодых людей
Отсутствие опыта работы

*Крылова М. - студентка 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: ст преп. Лукьянова Е.А.*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НДС КАК ОДНОГО ИЗ СПОСОБОВ ЛИКВИДАЦИИ ФИРМ-ОДНОДНЕВОК В РОССИИ

Налог на добавленную стоимость играет ключевую роль в процессе формирования доходов федерального бюджета. При этом он остается одним из самых проблемных налогов в российской налоговой системе. Значительные издержки государства и бизнеса, связанные с администрированием НДС, проблемы, возникающие при его возмещении из бюджета, являются актуальными вопросами, связанными с реформированием и совершенствованием НДС. Ученые, теоретики и практики, выделяют наиболее существенные и значимые пути развития НДС, которые в первую очередь обусловлены нынешними экономическими обстоятельствами, а так же законодательными пробелами.

Изменение налоговой ставки является приоритетной среди других вариантов. В данном случае, речь здесь идет о переходе на единую пониженную ставку НДС. Выступая в Красноярске в феврале 2008 г. Д.А. Медведев, еще не будучи Президентом России, говорил: «Первое, о чем недавно говорилось Президентом: как можно быстрее нужно принять закон, определяющий сроки перехода на единую пониженную ставку НДС» [1 – с. 66]. Есть решения, позволяющие снизить ставку НДС и одновременно увеличить его поступления в бюджет. Можно, например, снизить ставку НДС до 10% для всех товаров (работ, услуг), облагаемых по ставке 18%. При этом для импортной продукции увеличить таможенную пошлину на величину снижения НДС. Увеличение таможенной пошлины способствует экономическому укреплению отечественного рынка, т.к. увеличение стоимости импортных товаров приведет к снижению спроса на них и увеличит конкурентоспособность российских производителей. При данном раскладе потери бюджета будут определяться снижением НДС только для отечественной продукции, реализуемой в России, и, по мнению аналитиков, не превысят 0,4-0,5% ВВП.

Положительный эффект введения единой ставки, заключается в упрощении механизма администрирования налога и пресечения возможностей мошенничества с использованием наиболее распространенных схем, связанных с наличием дифференцированных ставок налога. В то же время существует аргументация против снижения ставки НДС. Она сводится к недопустимости потерь бюджета в ближайшие годы, т.к. планируется увеличение расходов на решение демографической проблемы и продолжение пенсионной реформы, удержание инфляции, финансирование системы образования, финансирование строительства транспортной инфраструктуры и т.д., и это в условиях неблагоприятной макроэкономической ситуации. Кроме этого, А.Кудрин подчеркивает, что НДС

по своей сути является «подушкой безопасности» для страны на случай снижения цен на углеводороды. Учитывая, что НДС в РФ – это чисто фискальный налог, то снижение ставки так же неприемлемо. «НДС – нейтральный налог и к структурной перестройке экономики привести не может. Это единственный налог, который стабильно растет вместе с ВВП. НДС – это налог на спрос, который и так стремительно растет, поэтому снижать его в условиях перегрева экономики все равно, что подливать керосин в огонь», - заявил А.Кудрин на ежегодной налоговой конференции РСПП. Даже сторонники снижения ставки соглашаются с тем, что восстановление доходов произойдет только через 8-12 лет.

Усовершенствование администрирования НДС так же имеет свою актуальность, поскольку меры повышения собираемости налогов дают возможность перейти к реальным действиям по снижению стандартной ставки НДС. Если же условия администрирования не будут улучшаться, то снижение ставки не целесообразно, поскольку потери бюджета будут еще выше. Являясь бюджетообразующим налогом, НДС – одновременно и воплощение коррупции и произвола: кто-то незаконно возмещает миллиарды, а кто-то годами не может возместить свой законный НДС [2 – с. 38]. При этом роль налоговых органов сводится к контролю за исполнением обязательств по уплате НДС поставщиками проверяемых налогоплательщиков, что является самой сложной задачей. Согласно налоговой практике проверка поставщиков свидетельствует о том, что нередко контрагенты проверяемого налогоплательщика не исполняют свои обязательства по уплате НДС в бюджет, при этом отсутствие у проверяемого налогоплательщика ответственности за действия третьих лиц не позволяет налоговым органам обоснованно отказать экспортеру в возмещении налога в подобных случаях [3]. Такая конструкция предоставляет недобросовестным налогоплательщикам возможность для злоупотреблений и мошенничества (создание фирм-однодневок, фиктивный экспорт, искажение данных в документе при экспорте, завышение цен при приобретении товаров).

«Фирма-однодневка» – это организация, созданная не для ведения реальной экономической деятельности, а исключительно с целью уклонения от уплаты налогов (т.е. получения необоснованной налоговой выгоды). Поскольку изначально предполагается, что фирма-однодневка никакой деятельности вести не будет, она создается таким образом, чтобы было практически невозможно выяснить, кто реально за ней стоит. С этой целью данные фирмы часто регистрируются по утерянным паспортам, по паспортам умерших людей и т. д. Чтобы затруднить «поиск концов», а также скрыть свою связь с фирмой-однодневкой, создатели часто регистрируют ее по «адресу массовой регистрации» - например, по адресу заброшенного помещения, где итак уже числятся 30-40 подобных организаций.

Следует заметить: многие считают, что единственным условием, выполнение которого необходимо для получения указанных выше преимуществ в налогообложении, состоит в том, чтобы юридически безупречно оформить документы, служащих оправданием для перевода денежных средств в фирму-однодневку (договоры, акты, счета-фактуры и т. д.). На деле это не так, ведь лю-

бые реальные действия практически всегда оставляют следы, позволяющие с большой степенью вероятности судить о том, были ли действительно оказаны те или иные услуги. К примеру, налоговые инспекторы внимательно изучают состав оказываемых налогоплательщику услуг и их соразмерность доходу, полученному в результате использования полученных услуг, просят представить подробные отчеты, проводят опросы сотрудников и т.п. И, конечно, уделяют чуть ли не главное внимание добросовестности контрагента.

Известно, что «фирмы-однодневки» позволяют создавать фиктивные расходы и получать вычеты по НДС без соответствующего движения товара (работ, услуг). Ежегодные потери стран ЕС от такого рода «правонарушений» оцениваются в 4,5 млрд. евро, а потери России в 1,5-2 млрд. руб. [4 – с. 28]. Неполная и противоречивая нормативно-правовая база по налогу в части порядка возмещения экспортного НДС, недостаточная эффективность применяемых налоговыми органами методов контроля за возмещением налога используются налогоплательщиками в ущерб государственным интересам. В результате сопоставления динамики фактического поступления НДС в федеральный бюджет с суммами возмещаемого налога и темпами роста экспорта установлено, что сумма возмещаемого экспортерам налога составляет практически половину от поступившего в бюджет НДС. Коэффициент собираемости НДС (по методике МВФ) в России разные годы находился в пределах 48-58%, и только в 2008 г. опустился до 43,5% [5]. В принципе, эти значения соответствуют уровню собираемости данного налога в большинстве развитых стран, где коэффициент составляет 42-65%. Причем имеет место более быстрый рост сумм вычетов (возмещения НДС) по сравнению с увеличением суммы начисленного налога. Это создает реальную угрозу экономической безопасности государства, и проблема контроля над возмещением НДС переходит в разряд стратегических задач обеспечения национальной экономической безопасности.

В этой связи можно рассмотреть следующую систему мер:

создать совместно с органами внутренних дел единую базу утерянных паспортов и паспортов умерших лиц. Ежегодно, а также перед регистрацией нового юридического лица данные паспортов ответственных лиц организации должны сверяться с базой. Это затруднит создание фирм-однодневок, что увеличит стоимость предоставляемых услуг и, как следствие, вынудит многих недобросовестных налогоплательщиков отказаться от них;

ввести в НК РФ понятия «фирма-однодневка» и «недобросовестный налогоплательщик»;

введение принципиально нового механизма расчетов налогоплательщиков с бюджетом заключается в том, что государство становится участником расчетов с каждым налогоплательщиком в части НДС. Все без исключения платежи по НДС будут осуществляться через бюджет. Данное обстоятельство признается надежной гарантией полной уплаты в бюджет. При этой схеме все суммы НДС поступают в бюджет, и вычеты предоставляются лишь в отношении уплаченного НДС [6].

16 ноября 2010 года в Москве прошло совещание, на котором выяснилось,

что Росфинмониторинг намерен контролировать фирмы-однодневки, которые используются не только как способ уклонения от уплаты налогов, но и могут участвовать в отмытии преступных доходов, заявил глава ведомства Юрий Чиханчин на встрече с премьер-министром РФ Владимиром Путиным. «Налоговые преступления подпадут под наш закон (о противодействии отмытию преступных доходов). Тоже требуется рассмотрение. Вопрос, связанный с конечным бенефициаром. Это одна из форм борьбы с фирмами-однодневками», - сказал Чиханчин.

По статистике Федеральной налоговой службы, в России ежедневно становится на 200 юридических лиц больше - при этом половина из них, по признанию руководства службы, создается с целью уклонения от уплаты налогов и не сдает впоследствии никакой отчетности.

Предложенные меры позволят повысить собираемость налога, что в свою очередь, даст возможность перейти к другим значимым действиям по реформированию НДС. Только после ликвидации такой глобальной проблемы для российской экономики, как обналичиванием денежных средств через цепочки фирм-однодневок (а вместе с ней схем «серых» зарплат), при благоприятной макроэкономической ситуации можно будет ставить вопрос о снижении стандартной ставки НДС.

Список используемой литературы

1. Абрамов М.Д. О совершенствовании налоговой системы в Российской Федерации//Налоговые споры: теория и практика 2009. №12.
2. Сидорова Н.И. Специфика и функции НДС//Финансы. 2008. №2.-С.36
3. Пашков С.Ю. Документы против «фирм-однодневок»// Налоговые споры. 2010.№2.-С.65
4. Мелоян В.С., Сатарова Н.А.//Финансовое право. 2008. №1.
5. Сёмкина Т.И. О возможностях НДС//Налоговая политика и практика. 2010. №2.-С.30
6. Гончаренко Л.И. Налоговое администрирование: учебное пособие -М.: КНОРУС, 2009.С-351

Кудрова Н., Купцова О., Негуляну Е. – студенты Рязанского института (филиал) МГОУ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИ-

НИМАТЕЛЬСТВА

Как это ни парадоксально, но в современном российском законодательстве до сих пор отсутствует понятие молодежного предпринимательства. Между тем именно на молодых бизнесменов ложится основное бремя ответственности за будущее экономическое развитие страны.

Понятие предпринимательства дано в ст.2 Гражданского кодекса Российской Федерации. Отношения, связанные с малым и средним предпринимательством, на федеральном уровне регулируют Федеральный закон от 24 июля 2007

г. №209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", Постановление Правительства РФ от 22 июля 2008 г. №556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». Самостоятельное значение имеет Федеральный закон от 2 августа 2009 года №217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

Однако необходимо особое внимание обратить на молодежное предпринимательство, которое существует, как правило, в виде малого и среднего. Важность его развития, раскручивания инновационных малых и микропредприятий неоднократно подчеркивалась Президентом РФ, Председателем Правительства РФ, представителями политических партий и многими общественными деятелями. Осуществлением государственной политики по поддержке молодежного предпринимательства занимается Росмолодежь. Уже реализованы такие проекты, как Школа молодежного предпринимательства, Молодежный образовательный форум «Селигер», Молодежный инновационный конвент, Молодежные телестудии («Белый свет»). Цель проводимой политики – «подготовить для страны целое поколение молодых предпринимателей, создать пример эффективной жизненной стратегии для тысяч молодых россиян, сделать ведение собственного бизнеса для них делом жизни». Решение проблемы трудоустройства молодежи путем открытия собственного дела возможно путем развития малого бизнеса, потому что именно сегодняшние молодые люди через 10-15 лет будут представлять малый и средний бизнес.

Вместе с тем, Министерство экономического развития РФ, деятельность которого непосредственно связана с регулированием торговой и предпринимательской деятельности, и Министерство образования и науки РФ, взаимодействуя с Федеральным агентством по делам молодежи, не создают межведомственную комиссию по молодежному бизнесу (в том числе инновационному), который является комплексным. Вышеназванные Федеральные законы также не выделяют молодежное предпринимательство в отдельную категорию, и, если предоставляют поддержки, то на общих основаниях с другими субъектами малого предпринимательства без учета специфики. Региональные нормативные акты лонгируют эту ситуацию.

Для поддержки молодежного предпринимательства в Рязанском регионе созданы и успешно функционируют следующие организации.

Виды и деятельность организаций по поддержке молодежного предпринимательства в регионе

№ п/п	Наименование организации	Виды деятельности
1	Венчурный Фонд «Рязанский молодежный бизнес-инкубатор», 2005 г.	Краткосрочное обучение в бизнес-школе при Фонде, разработка в качестве «дипломной работы» бизнес-плана, проведение 4 конкурсов бизнес-идей, на которые было подано 52 заявки.
2	АНО Образовательный	Теоретическая подготовка и прак-

	центр «Школа бизнеса и информатики», 2005 г.	тическое обучение ведению бизнеса.
3	Государственный фонд содействия малым фирмам в научно-технической сфере, 2002г.	Финансирует проекты в бизнесе в научно-технической сфере до 4 500 тыс. руб. безвозмездно в течение 3 лет, в т.ч. 750 тыс. руб. в первый год, а в течение следующих 2х лет уже более крупные суммы, но на паритетных с инвестором основаниях. За 8 лет на 5 конкурсов бизнес - идей подано около 50 заявок.
4	Ассоциация молодых предпринимателей России, 2006 г.	Эффективная площадка для обсуждения и решения наиболее острых проблем, возникающих в сфере малого и среднего бизнеса.
5	Молодежная школа предпринимательства, 2009 г.	Помощь молодым людям в организации собственного бизнеса.
6	Форум по социальной ответственности бизнеса и власти – 24.11.2010 г.	Форум поддержан комитетом по развитию предпринимательства, потребительского рынка и услуг в Рязанской области и Рязанским областным фондом поддержки малого предпринимательства.

Основной задачей в России является построение инновационной экономики, что невозможно без формирования ее будущей основы — молодых, инициативных и инновационномыслящих предпринимателей. Поэтому для развития молодежного бизнеса нужно вовлечение молодежи в различную практическую деятельность, опыт в которой поможет в будущем реализовать идеи и цели. Необходимы также выездные семинары, семинары в вузах, мастер-классы известных людей, творческие встречи.

Вопрос о молодежном предпринимательстве в России стоит очень остро и является комплексным. С одной стороны, требования к знаниям выпускников вузов со стороны рынка труда значительно возросли, с другой, - вопрос о реализации этих знаний и трудоустройстве «повис в воздухе». Существует огромный «умный» молодежный потенциал, которому без государственной поддержки нигде себя реализовать. Следует отдельно прописать в федеральном законе главу о молодежном предпринимательстве, где бы отражалась его государственная, законодательная и финансовая поддержка. Например, излагались бы вопросы о льготном кредитовании, о льготах по налогам и рекламе, о передаче в аренду помещений, находящихся в федеральной собственности, на льготных условиях, по фиксированным ставкам, о создании стартовых инвестиционных фондах, о государственном финансировании и поддержке значимых молодежных проектов по развитию страны в целом.

Решить проблему, по нашему мнению, возможно урегулированием следующих аспектов: сделать более дешевыми банковские кредиты для молодых предпринимателей; информировать молодых предпринимателей о готовящихся региональных законодательных и иных нормативно-правовых актах; либерализовать порядок распределения прав на природные ресурсы; предоставить молодежи возможность участвовать в общественно-политической жизни; содействовать обучению молодежи основам предпринимательской деятельности; обеспечить условия равного доступа молодых предпринимателей к инфраструктуре субъектов естественных монополий.

*Кузина О. - студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина,
Научн. рук.: к.э.н. Енькова М.О.*

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Экономика изначально обозначала правило ведения хозяйства. Главная её функция - удовлетворить потребности человека в мире ограниченных ресурсов. То есть необходимо так организовать систему потребления товаров, чтобы каждый человек был доволен. К сожалению, не всегда так получается. Причина кроется в том, что в современном мире общество живет по сложившимся стереотипам, переломить которые практически невозможно. Остается надеяться лишь на молодое поколение.

Несмотря на то, что молодое поколение больше всего подвержено крушению идеалов, обострению нигилизма, апатии, так как система ценностей подвижна, мировоззрение не устоявшееся, что приводит к потере нравственного и духовного здоровья нации, молодежь, как социальная группа - это совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления. Ведь именно молодежи, обладающей интеллектуальной активностью и здоровьем, отличающейся высоким уровнем мобильности, под силу оживить страну, организовать единое экономическое, политическое и социокультурное пространство! Немецкий социолог Карл Мангейм (1893—1947) определил, что молодёжь является своего рода резервом, выступающим на передний план, когда такое оживление становится необходимым для приспособления к быстро меняющимся или качественно новым обстоятельствам.

На современном этапе развития экономики России наиболее развитым является сектор услуг. Молодые люди предпочитают трудиться в сфере ресторанного бизнеса, государственного управления, связи, финансовой деятельности, торговли и т.д. Таких большинство – 56,7%. Мало у кого есть стремление развивать производственный сектор современной экономики России. Никто не в силах заставить молодёжь изменить свои предпочтения. Но такие пожелания являются одной из ступеней социальной безответственности.

Основная цель современной российской молодёжи – получение прибыли. Причем, зачастую не важно, каким путем она будет получена. В этом случае, как говорится, все средства хороши. Выбор жизненного пути стал определяться не способностями и интересами молодого человека, а конкретными обстоятельствами.

Одним из способов дополнительного вливания в свой бюджет является уплата налогов. Вернее, их неуплата. Всем нам хорошо знаком термин «заработная плата в конверте». С одной стороны такой способ оплаты труда, благоприятен и для работодателя и для сотрудника. Отчисления в бюджет минимальны, а сумма, получаемая на руки больше. Но такое положение дел устраивает до определённой поры. Ко времени выхода на заслуженный отдых такие хитрецы

пополнят ряды, получающих «минималку» и непременно будут ругать правительство.

Чтобы избежать такой плачевной ситуации, нужно уже сейчас задуматься о своем будущем, перестать быть безответственными к себе и своей стране, научиться правильно использовать те экономические и социальные блага, которые есть у нас.

К сожалению, не только от нас самих зависит социальная защищенность. Устраиваясь на работу к частным предпринимателям, мы, желая улучшить своё материальное благосостояние, соглашаемся на те условия, которые предлагает работодатель. А это: оформление сотрудника не по ТК РФ, неполный социальный пакет, неоплачиваемые больничные листы. Известны случаи, когда соискатель, помимо заявления о приёме на работу, по настоянию работодателя, пишет ещё и заявление об увольнении по собственному желанию, оставляя дату такого заявления открытой. Это значит, что в любой день вас могут выставить за дверь, не объясняя причин.

Проблема социальной безответственности возникла не в один миг. Пользовательские отношения к первичным и экономическим благам стали складываться еще в двадцатом веке. Двадцатое столетие охарактеризовано эрой научно-технического прогресса. В результате изменений в экономике, политике, идеологии, культуре, науке, технике и медицине изменилось и мировоззрение человека. Вследствие этих изменений человечество перешло от штучного производства товаров к машинному, конвейерному. Соответственно, и сфера потребительского рынка выросла в разы. И если в годы СССР основным лозунгом было равенство, то уже в современной России больше всего шансов имеет тот, кто сможет адаптироваться в новой экономической ситуации. Тут-то и начинается борьба за выживание (в прямом и переносном смысле): выжить самому и выжить других. Отсюда и берёт свои корни социально равнодушие современной молодёжи.

Такое безответственное поведение характеризует не одного конкретного человека и даже не группу людей. Это болезнь общества двадцать первого века. И чтобы потом не стать жертвами той системы, которую сейчас сами формируем, нужно уже сейчас изменить своё отношение к экономическим благам, научиться их правильно использовать. Для этого необходимо осознать, что те дары природы, которыми мы пользуемся невечны.

Двадцатое столетие считают веком инноваций. Вместе со всеми положительными аспектами научно-технических открытий, человек всё дальше отрывался от мира природы. Теперь она стала восприниматься как некий донор, необходимый лишь для удовлетворения человеческих потребностей. Такая тенденция сохранилась и в двадцать первом веке. Современная молодёжь уже не представляет свою жизнь без средств коммуникации, без техники, без транспорта. Для своего удобства современная молодёжь готова пожертвовать окружающим миром. Меж тем, учёные, лидеры развитых стран не перестают вещать о том, что природные ископаемые практически иссякли, что окружающая среда загрязнена донельзя.

Таким образом, социальная защищенность гражданина зависит как от него самого, так и от его окружения. Так как же нужно воспитывать человека в рамках современной экономики, чтобы сформировать в нём социально-ответственного гражданина?

В первую очередь заняться перевоспитанием стоит начать с себя! Достучаться до молодежи, привить и закрепить у них социально-ответственное поведение можно путем привлечения всего молодежного общества к проведению экологических, социальных акций, акций по уборке города, помощи детским домам и пенсионерам; путем проведения конкурсов социальных роликов, социальных проектов, проведения тренингов в высших и средних учебных заведениях, направленных на воспитание у молодежи таких качеств, как толерантность, ответственность, гуманность, взаимопонимание, вежливость, взаимоподдержка, любовь к окружающему социуму, городу и к стране в целом, любовь к жизни. Пропаганда социально-ответственного поведения должна проводиться как на региональном, так и на федеральном уровне, а известные личности страны и мира должны стать примером для подражания.

Социальная незащищенность молодежи, недостаток внимания общества предопределяет эту социальную группу как дестабилизирующую общественную силу, а в это же время на молодежи лежит ответственность за будущее страны, за созидание в этом мире. Поэтому государственная политика должна быть направлена на использование созидательного потенциала молодежи и на создание благоприятных для молодежи условий для реализации трудового потенциала.

Литература:

1. <http://home.novoch.ru/~azazel/texts/lecture/swmolod.html>
2. Лекция «Социальная работа с молодежью»
3. <http://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Материал из Википедии — свободной энциклопедии

*Макаров В., Кучкина А. - студенты 2 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: ст. преп. Городцова О.В.*

МАЛЫЙ БИЗНЕС РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Малый бизнес является одним из факторов развития региональной экономики. Для Рязанской области этот сектор имеет важное значение, поскольку малый бизнес как никакой другой способен быстро реагировать на потребности рынка во всех сферах экономики - от промышленного производства и сельского хозяйства до сферы услуг и торговли, обеспечить самозанятость граждан.

До кризиса осени 2008 года малый бизнес в регионе характеризуется относительным стабильным ростом количественных и качественных показателей. В 2008 году в регионе насчитывается около 7,5 тыс. микропредприятий на ко-

торых трудятся более 75 тыс. человек, оборот торговли превысил 94,2 млрд. рублей. Рязанская область в этот период занимает в ЦФО по количеству малых предприятий - 4 место, по численности занятых в малом бизнесе и обороту в торговле – 5 место. (см. табл.1)

Не смотря на кризисную ситуацию в экономике страны и региона, в 2009 году малый бизнес Рязанской области сохраняет положительные тенденции развития по большинству показателей. В 2009 году в регионе действует 8923 малых предприятий, включая микропредприятия (их количество увеличилось на 18%), 224 средних предприятий (их количество увеличилось на 23,8%), и 29,4 тыс. индивидуальных предприятий (рост составил 4%).

Таблица .1 Динамика развития малого бизнеса в регионе.

Общая характеристика	2006 год	2008 год	2009 год	2010 год
Количество МП	6,3 тыс. ед.	7,5 тыс.ед.	8,9 тыс.ед.	11,4 тыс. ед.
Средняя численность работников МП	73,8 тыс. чел.	75 тыс. чел.	90 тыс. чел.	120,8 тыс. чел.
Оборот МП	73,8 млрд. руб.	94,2 млрд. руб.	54,4 млрд. руб.	68,6 млрд. руб.

В настоящее время (2010 год) на территории Рязанской области действуют 11363 малых предприятия, включая микропредприятия (их количество увеличилось по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 45,2%); 202 средних предприятия и 30,3 тыс. индивидуальных предпринимателей (их количество выросло на 3,2%). Доля оборота (или совокупного объема деятельности) малых и средних предприятий в общем объеме оборота области составляет свыше 40%.

Произошли изменения и в структуре малого предпринимательства: наибольшее количество приходится на розничную и оптовую торговлю (24,9%); обрабатывающие производство (15,2%); операции с недвижимостью, аренду и представление услуг (13,4%); сельское хозяйство (13,2%). На долю остальных видов деятельности приходится 12,2%. Как видим, ситуация меняется. Намечилась устойчивая тенденция роста доли малых предприятий, занятых в региональном секторе экономики (обрабатывающие производства, строительство и т.п.) и снижения доли малых предприятий в торговле. Сегодня создаются новые предприятия в таких приоритетных направлениях, как производство, строительство, инновации, здравоохранение, ЖКХ, бытовые услуги, ремесла и народные промыслы.

Устойчивая положительная динамика малого бизнеса в 2009 году связана с реализацией областных и муниципальных целевых программ развития бизнеса, осуществлением поддержки малого и среднего бизнеса региональными властями. В соответствии с долгосрочной целевой областной программой «Развитие малого и среднего предпринимательства в Рязанской области в 2009 году» государственная поддержка малого бизнеса осуществлялась по десяти направлениям, из них пять антикризисных, в том числе.:

- поддержка предприятий работой на экспорт хлебобулочных изделий;
- частичная компенсация % ставок по кредитам;
- компенсация затрат по удорожанию лизинга;

поддержка предприятий народно-художественного промысла;
гранты начинающим предпринимателям;
микрокредитование.

На федеральном и региональном уровнях в последние годы принимаются беспрецедентные меры по поддержке малого и среднего бизнеса. В 2009 году из федерального бюджета на поддержку малого бизнеса России выделялось более 10,5 млрд. рублей, а расходы на областную программу развития малого и среднего предпринимательства Рязанской области увеличились, по сравнению с предыдущим годом, почти в 10 раз и составили 413,1 млн. руб. Благодаря мерам поддержки, оказываемым в соответствии с областной программой развития малого и среднего предпринимательства, в 2009 году получателями субсидий по разным направлениям программы стали 323 предпринимателя, ими было создано 1200 новых рабочих мест, в том числе 565- за счет грантов начинающим предпринимателям.

Однако сегодня есть ряд нерешенных проблем, которые препятствуют дальнейшему развитию малого и среднего бизнеса в регионе:

недостаток собственных оборотных средств;

неприемлемые для большинства малых и средних предприятий условия банковского кредита;

отсутствие инфраструктуры и развитой системы поддержки малого и среднего предпринимательства в муниципальных образованиях области;

недостаток квалифицированных кадров;

большая степень изношенности оборудования и недостаток средств для приобретения нового;

недостаточность мер поддержки в продвижение на рынки иностранных государств российской продукции и результатов интеллектуальной деятельности;

значительные затраты, связанные с сертификацией выпускаемой и разрабатываемой продукции, патентованием изобретений, а также государственной регистрации иных результатов интеллектуальной деятельности.

На решение выше обозначенных проблем, смягчение негативных факторов, на развитие предпринимательства в регионе направлена долгосрочная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Рязанской области на 2010-2012 годы». На что же может рассчитывать малый бизнес нашего региона?

Финансовая поддержка малого бизнеса на 2010-2012 годы запланирована в размере 452 млн. рублей. Финансовая поддержка очень разнопланова. Особое внимание уделено продвижению рязанской сельскохозяйственной продукции на потребительский рынок, развитию инновационной деятельности. Согласно данным Рязанской ассоциации малых и средних инновационных предприятий, в области действует около 50 малых инновационных предприятий технико-внедренческого и производственного типа с численностью от нескольких до 100 человек.

Большинство вновь образованных малых и средних инновационных пред-

приятии области занимаются разработкой и производством изделий в таких направлениях, как медицинская техника; приборы и устройства предприятий нефтегазовой, автомобильной отрасли; приборы и устройства по заказам рязанских предприятий; системы контроля и управления для предприятий (ЖКХ, охрана объектов, энергетика и т. п.); информационные и телекоммуникационные системы; программные продукты для предприятий различных отраслей промышленности; приборы и устройства с использованием солнечных энергетических установок; средства радиосвязи. Но внутренний рынок наукоемкой продукции ещё пока небольшой, спрос на неё ещё не сформировался. Частному капиталу развитие НИОКР не по карману и без помощи государства здесь не обойтись. Создание благоприятных условий для успешного развития малого и среднего бизнеса будет способствовать дальнейшему устойчивому развитию региона формированию среднего класса как базы социальной стабильности общества.

Список литературы:

Доклад губернатора Рязанской области О.И. Ковалёва «Итоги социально-экономического развития региона за 2009г. и задачи на 2010 год» [Электронный ресурс]./Официальный сайт Правительства Рязанской области. Режим доступа:<http://www.ryazanreg.ru>

Долгосрочная целевая программа «Развитие малого и среднего бизнеса в Рязанской области в 2009 г.» [Текст] Рязанские ведомости.14 апреля 2009.-с.4

***Мамушкина.А. - студентка 3 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Сычева О.В.***

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА: ВЗГЛЯД РОССИЙСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Активному вовлечению молодежи в бизнес-процессы должна предшествовать определенная профессиональная подготовка ее в области экономики, налогообложения, бухгалтерского учета и пр. Не менее важным, на наш взгляд, является и формирование у будущих предпринимателей культуры хозяйственных отношений, в основе которой лежат наработанные веками традиции делового оборота, этические и моральные ценности. К числу важных характеристик и признаков современного цивилизованного бизнеса относится – социально ответственное поведение.

Вопросам социальной ответственности и этики в бизнесе уделяется внимание в образовании экономистов, современных менеджеров, а различными ассоциациями предпринимателей разрабатываются кодексы чести, где формулируются основополагающие социальные принципы ведения бизнеса. Однако, современная экономическая практика, как у нас в стране, так и за рубежом показывает, что актуальность этой темы не ослабевает. Некачественная продукция, загрязнение окружающей среды, экономия на средствах безопасности и т.п. – все эти примеры свидетельствуют о существовании серьезной проблемы в об-

ществе и необходимости ее разрешения.

Давно известно, что рынок - социально - индифферентная система, приоритеты в решениях хозяйствующих субъектов отдаются экономической эффективности, но не социальным вопросам. Последние входят в круг их рассмотрения постольку, поскольку это может принести в перспективе определенную выгоду, либо под давлением иных, не экономических факторов: государства, профсоюзов, личных моральных установок. Слабость или неразвитость этих институтов, общая макроэкономическая нестабильность в обществе, приоритет краткосрочных целей над долгосрочными, проблемы выживаемости на рынке оттесняют социальные вопросы на последний план.

Социальная ответственность бизнеса стала предметом обсуждения российских и американских студентов в рамках Интернет-Форума «Sotsium» в апреле-мае и октябре-ноябре 2010 г. В нем приняли участие студенты и преподаватели Уэслиан колледжа (штат Северная Каролина, США), Андерсон – университета (штат Южная Каролина, США), и участники общественной некоммерческой организации «Партнеры с Россией» (штат Нью-Йорк, США) .

Внимание к проблеме нравственной природы и ценностей современного рыночного хозяйства в американском обществе обострилось в связи с прошедшим глубоким финансовым кризисом, затронувшим разные стороны американской жизни. В книге Раджа Паттела «Ценность ничто», ставшей в последнее время бестселлером в США и обсуждаемой на Форуме, подвергается критике не только предшествующая кризису политика ФРС США, но и сама система рыночного хозяйства. Как считает автор, рыночная экономика с ее механизмом ценообразования неспособна адекватно оценить истинные ценности человеческого общества и зачастую рождает ложные сигналы. «Нельзя сказать, что причиной экономического спада стал недостаток познаний в области экономики, здесь скорее замешано пресыщение шаблонностью капиталистического духа. Ослепительный, манящий блеск рынка, свободного от ограничений, сделал нас слепыми к иному видению мира. Оскар Уайльд написал около века тому назад: «Сегодня люди знают цену всему, но ценность – ничему» - пишет автор.

Какое же отношение современной студенческой молодежи к ценностям и правилам современного рынка? Какими должны быть ценностные ориентиры у бизнеса?

Чтобы выяснить, как же относится современная молодёжь к социальной ответственности бизнеса, на данном Интернет-Форуме были выставлены следующие вопросы для обсуждения:

Актуальная ли для американцев и российских граждан проблема социальной ответственности бизнеса? Если да – то почему?

Должен ли быть и потребитель в своих решениях и своем поведении социально ответственен? В чем это должно выражаться?

Можно ли говорить об ответственности государства перед бизнесом и потребителем? В чем это должно проявляться?

Ответы американских и российских студентов на первый вопрос показали высокую значимость проблемы для современного общества. Большинство от-

метило необходимость заботы об обществе как главную идею социальной ответственности и развития цивилизованного бизнеса. И в этом плане мнения российских и американских студентов совпали. Вместе с тем, американские студенты отметили, что социально направленное поведение бизнеса помогает привлечь клиентов и обеспечить их лояльность, то есть выгодно заявить о себе. Приведу один из наиболее типичных ответов: «Влияние компании на общество, в котором она осуществляет свою деятельность, имеет жизненно важное значение для этой компании. Оно формирует её восприятие обществом. Своим социально ответственным поведением компания обеспечивает себе престиж и преданность клиентов. А это может быть очень важным инструментом в построении успешного бизнеса»). Однако, среди ответов были и такие, в которых отмечалось, что основная забота предпринимателей – это получение прибыли. Например. Такой ответ: «Я считаю, что вопрос о социальной ответственности бизнеса при капитализме бессмыслен. Потому что все предприниматели стремятся к личному обогащению, а не к обогащению других».

Вполне очевидно и то, что социально ответственное поведение относится не только к предпринимателям, но и к самому современному обществу. Поэтому следующий вопрос касался социальной ответственности потребителей. Анализируя ответы опрошенных, мы заметили некое единство во мнении. И российские, и американские студенты поддержали идею необходимости социальной ответственности потребителей. А в частности - покупатель не должен потреблять некачественные и поддельные товары, участвовать в незаконных действиях, но обязан всегда отстаивать свои права:

«Я рассматриваю выражение ответственности потребителя в следующем: Потребитель не покупает контрафактную продукцию, не участвует в противозаконных действиях и всегда защищает свои права»- пишет один из участников дискуссии.

Некоторые американские студенты отметили, что в этом как раз и заложена наиболее актуальная проблема – проблема информирования покупателей. Чаще всего, по словам этих студентов, потребители не владеют нужной информацией о данной продукции и, следовательно, неосознанно делают неправильный выбор.

«Правительство обязано делиться имеющейся информацией о компаниях с потребителями, если это поможет им принять обоснованное решение» - считает американский участник дискуссии. «А покупая некачественную продукцию, они стимулируют предприятия производить её в большем объёме»...

Таким образом, по мнению американской и российской молодёжи, социально ответственное поведение касается не только представителей бизнеса, но и самих потребителей.

Отвечая на третий вопрос, все участники Форума единогласно признали необходимость социальной ответственности государства перед бизнесом и потребителями. Относительно средств выражения этой ответственности опрошенные в основном ссылались на систему законодательства, которое должно быть четким и непротиворечивым, на эффективное выполнение государством своих

социальных обязательств.

«Бизнес должен быть защищен от произвола чиновников и преступных организаций, и потребители - от некачественных товаров», - высказываются российские студенты.

А вот что по этому поводу пишет Президент Торгово-промышленной палаты РФ Е.М. Примаков: «... жизнь властно требует объединения государственных и предпринимательских действий для решения социальных проблем. Без объединения таких усилий радикальных сдвигов в социальной обстановке в России не достичь. Пора понять, что, снижая налоги на прибыль, а к этому справедливо призывают предприниматели, государству в одиночку тем более не под силу решать назревшие социальные проблемы.

Но объединение усилий государства и предпринимателей - не арифметическое сложение их возможностей. Необходимо выработать взаимную социальную ответственность друг перед другом - власти и предпринимательства. Здесь вырисовывается пока еще далеко не благоприятная картина. Крайне отрицательно сказывается отсутствие постоянного и продуктивного диалога власти с бизнесом на всех этажах "вертикали".

Результаты нашего исследования на Форуме наводят на мысль, не это ли объединение усилий государства и предпринимателей в области решения социальных проблем (упоминаемое Примаковым), имели в виду представители молодёжи обеих стран.

Обсуждение на форуме широкого спектра проблем, связанных с пониманием природы рынка, его ценностей, позволяет выделить основные характеристики, которым должен соответствовать современный бизнес, если он хочет себя отнести к цивилизованному.

Итак, социально ответственный бизнес - это бизнес, который:

- обеспечивает высокое качество товаров;
- обеспечивает безопасные условия труда работников;
- ведет «белую» финансовую отчетность;
- не подкупает госчиновников;
- строит честные отношения с контрагентами;
- обеспечивает социальную защиту работникам компании;
- занимается вопросами экологии и оказывает местному сообществу поддержку.

И, конечно же, российские граждане ждут от бизнеса именно такого социально ответственного поведения.

Список литературы

Raj Patel. The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy

Доклад "Социальная ответственность бизнеса в современной России" Президента ТПП РФ Е.М. Примакова на заседании Правления Торгово-промышленной палаты Российской Федерации 23 декабря 2003 г.

<http://sotsium.ning.com/main/> - Интернет форум Sotsium.net

http://en.wikipedia.org/wiki/Raj_Patel

Мельникова Н. – студентка Югорского государственного университета
Научн. рук.: ст.преп. Коростелева В.В.

**ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ И АКЦИЗ НА НЕФТЕПРОДУКТЫ:
АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ**

На тему транспортного налога уже давно не унимаются споры. Напомню, что в ноябре прошлого года вступили в силу поправки к Налоговому кодексу, снижающие базовую ставку транспортного налога в два раза (ее регионы могут увеличивать в 10 раз) и предоставляющий субъектам Федерации право обнулить ставку для автомобилей мощностью менее 150 лошадиных сил.

Почему же государство решило так расщедриться и снизить налоговое бремя для автовладельцев? Все просто. Еще в июле прошлого года на уровне правительства было принято решение: кто больше ездит, то есть изнашивает дороги, тот пусть больше и платит за их строительство, ремонт и реконструкцию. Для этого нужно отменить транспортный налог и повысить акцизы на топливо, что, безусловно, увеличит и его стоимость.

Акцизы повысили: с 2011 по 2013 годы они будут увеличиваться в год по рублю. А вот с отменой транспортного налога решили повременить, но снизили базовую ставку в два раза и дали возможность регионам облегчить нагрузку на автовладельцев. Однако, и тут эксперты прогнозируют, что субъекты не пойдут на снижение транспортного налога, который является мощной статьей дохода региональных бюджетов.

На сколько, в таком случае, подорожает бензин? Ответ на этот вопрос дали слова министра финансов Алексея Кудрина, т.е. в течение 2011-2013 годов акцизы на бензин будут увеличиваться на 1 рубль каждый год. Это, как предполагается, станет одним из источников Федерального дорожного фонда. Его объем в 2011 году составит 317 млрд. руб., в 2012 – 348 млрд. руб., в 2013 – 408 млрд. рублей. Благодаря созданию фонда, за три года объем средств, направляемый на содержание и строительство дорог, увеличится примерно на 60%. С 2012г. примерно 50% средств, получаемых за счет повышения акцизов, будет передаваться регионам.

В настоящее время акциз за тонну бензина для Аи-92 и Аи-95 составляют 3 922 рубля, или около 3-3,5 рубля за литр топлива. И повышение акциза на 3 рубля за 2011-2013 годы, по словам аналитика информационно-аналитического центра «Кортес» Михаила Турукалова, практически удвоит нагрузку. Есть и другой аспект повышения акцизов: удорожание топлива скажется на конечной цене продукции в рознице. По подсчетам Минтранса, повышение акцизов на 3 руб. приведет к росту транспортной составляющей в конечной цене продукции с 10-15 до 10,4 – 15,6%.

Госчиновники справедливо отмечают, что от перенесения нагрузки с

транспортного налога на бензин выиграет тот, кто мало ездит. Ведь сейчас налог должен платить и тот, чья машина «не на ходу», простаивает в гараже, но не снята с учета. К тому же, большую выплату насчитывают тому, кто владеет более мощным авто, а такими могут оказаться и очень старые машины, но опять же – они вряд ли «бороздят» наши дороги; и у нас все больше новых малолитражек. Ещё один минус: при таком расчете сводится на нет сама идея транспортного налога, ведь он должен учитывать то, как транспортное средство воздействует на дорогу, «изнашивает» её. Но как на это влияет мощность – сказать сложно. Так что вроде бы – все правильно, надо включить этот сбор в стоимость бензина. Тогда платить будет больше тот, кто больше ездит. Данный акциз будет включен в цену топлива на АЗС, поэтому взимать его государству будет легче. Но не стоит забывать про следующий нюанс – никто не учитывает, что в стране довольно много автомобилей, которые ездят на газе. В стоимость газа пока никто не собирается включать акциз. Так что, если хотите сэкономить, обзаводитесь газовым оборудованием.

И вопросов ещё много. Например, не понятно, как при этой замене налогов будут учтены интересы льготников, которые были полностью или частично освобождены от уплаты транспортного налога.

С точки зрения психологии, правительство действует правильно, афишируя снижение транспортного налога в 2 раза, но мягко так обходя повышения акциза, умалчивая при этом, что с акциза еще будет удержан НДС, а это уже дополнительный доход государства, и вот он уже ни в какие дорожные фонды не попадет.

Хотело правительство повысить транспортный налог в 2009 году, но напрямую не смогли, а теперь, ухватившись за идею перенесения налога на топливо, вывернули её так, что и налог оставили, и акциз на топливо добавили.

*Миренкова Е. - студентка 2 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Оськина Т.А.*

ИНВЕСТИЦИИ И МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В РЯЗАНСКОМ РЕГИОНЕ

Инвестиции - на сегодня одно из самых популярных понятий. О них говорят и почти на каждом шагу. Что это, одна из очередных новшеств запада или очевидная закономерность? И как с инвестициями обстоит в городе Рязани? Этому и будет посвящена данная статья.

Для начала разберемся, а что такое инвестиции? Инвестиции — это долгосрочные вложения капитала с целью получения дохода. Они являются важной составной частью современной экономики.[3] Многие часто инвестиции путают с кредитами это огромная ошибка. От кредитов их отличает степень риска для инвестора (кредитора) — кредит и проценты необходимо возвращать в установленные сроки независимо от прибыльности проекта, инвестиции возвращаются

и приносят доход в прибыльных проектах. Если проект убыточен — инвестиции могут быть потеряны. Также не следует путать инвестирование и финансирование. Финансирование — выделение средств или ресурсов для достижения намеренных целей.^[2] Если целью финансирования является получение прибыли — тогда финансирование превращается в инвестирование. Если целью прибыль не является — это не инвестирование. В Российской Федерации инвестирование является новшеством и многие экономисты считают, что инвестирование к нам пришло в переломном 1991 году. И именно в эти годы инвестирование, как показывает история, достигает своего апогея. Индекс физического объема достигал 103% основного капитала России. В 2008 году из общего объёма инвестиции в основной капитал (8,8 трлн. рублей) было направлено в: транспорт и связь — 24,8 %; операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг 16,7 %; обрабатывающие производства — 15,6 %; добыча полезных ископаемых 14,1 %. Также аналитики отмечают тот факт, что с 1999 года по 2010 год инвестиции увеличились в 3 раза. Это была статистика по России в целом. Рассмотрим, как в рязанском регионе развивается данное направление.

По данным журнала Fitch Ratings-Лондон/Варшава-23 августа 2010 г. Рязань занимает 6 место в мире по благополучной инвестиционной деятельности. Это обусловлено следующим: выгодным географическим положением; развитая транспортная инфраструктура; высокий научный потенциал. Это очень хорошая оценка для нашего сравнительно небольшого города.

Таблица 1. Основные показатели инвестиций в Рязани

	2007г.	2008г.	2009г.
Динамика инвестиций в основной капитал	33млрд.руб.	54млрд.руб.	38млрд.руб
Иностранные инвестиции	118млн.долл	296 млн. долл.	90 млн.долл

В Рязани активно действуют 7 районов по программе инвестиционной политике (Заречье, Троица, Тума, Искра, Новомичуринск и др.)^[2]

Как мы видим, инвестиции для рязанского района являются явным стимулом для процветания и в связи с этим экономика идет в гору.

Если следить за экономической жизнью, то ненароком услышишь, что многие ставят знак равенства между инвестициями и молодежным предпринимательством.

Также как и инвестиции, понятие молодежного предпринимательства является достаточно молодым. Многие государства стремятся развивать предпринимательство, ведь за молодыми будущее....

В Рязани даже была открыта школа «Юного предпринимателя». Это является огромным шагом. К сожалению, на сегодня данная деятельность абсолютно не развита. Да и молодым предпринимателем стать очень нелегко. Никто не хочет поддерживать молодежь, ведь это не выгодно. Поэтому все крутятся, кто как может. Я надеюсь, что данная школа исправит положение и молодых гениев, наконец, оценят, другого разрешения сегодняшней ситуации я не вижу.

Список используемой литературы.

1. Баумоль У. Чего не знал Альфред Маршалл: вклад XX столетия в экономическую теорию // Вопросы экономики. 2001. № 2. С. 3-107.

2 .Н.Нарочничницкая. «Россия и русские в современном мире» №10.С.456.

3.Нестеренко А.Н. Переходный период закончился. Что дальше? – Вопросы Экономики, № 6, 2000.

*Монин Я. - студент 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Перекатиева Т.А.*

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОЙ ПЕРЕРАБОТКИ ПЛАСТМАСС ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Пластмáссы – органические материалы, основой которых являются синтетические или природные высокомолекулярные соединения (полимеры). Исключительно широкое применение получили пластмассы на основе синтетических полимеров. Эти материалы под действием нагревания и давления способны формироваться и сохранять после охлаждения или отверждения заданную форму. Область их применения фактически безгранична, от мусорных пакетов до обшивки модулей космических кораблей. По оценкам Европейской ассоциации производителей пластмасс PlasticsEurope, объем мирового производства пластмасс составил 245 миллионов тонн.

Не смотря на скромные темпы роста отрасли в посткризисные годы, в 2011 и 2012 годах прогнозируется прирост в размере 2 - 3%. Удобство и безопасность, низкая цена и высокая эстетика являются определяющими условиями ускоренного роста использования пластических масс при изготовлении упаковки. Из всех выпускаемых пластиков 41 % используется в упаковке, из этого количества 47 % расходуется на упаковку пищевых продуктов. При этом использование пластмассовой упаковки сопряжено с образованием отходов в размере 40-50 кг/год в расчете на одного человека. Такая упаковка составляет 40 % бытового мусора, и является практически "вечной" – она не подвергается разложению.

В России предположительно к 2010 г. полимерные отходы составят больше одного миллиона тонн, а процент их использования до сих пор мал. В Рязанской области темпы задействования полимерных материалов в производстве сопоставимы со среднероссийскими. В настоящее время все более активно происходит внедрение новых (полимерных) технологий в различных отраслях народного хозяйства области, например:

- в строительстве - утеплительные маты из вспененного полистирола, водо-газо проводные трубы, обмотка для газовых труб; отделочные материалы, пластиковые окна, кровельные материалы, полимерная сетка для дорожных покрытий (ООО «Завод Техноплекс», ОПС «Шолово», ООО «Изопайп»);

- канцелярские товары - папки, скоросшиватели, файлы (ООО «Ока-

Пласт»);

- тара и упаковка - полиэтиленовые пакеты, упаковочная плёнка, ёмкости для технических жидкостей (ООО «Дайм», ООО «Юст», ООО «Бонд», РНПК).

Многие из предприятий области используют в различных пропорциях вторичные материалы, а некоторые в своём производственном процессе используют только регранулированный полиэтилен.

На рынке переработки полимерных отходов Рязанской области помимо предприятий, перерабатывающих отходы собственного производства, присутствуют такие, основной хозяйственной деятельностью которых является сбор и переработка полимерных материалов во вторичную гранулу. Цена на вторичную гранулу напрямую связана с ценой на первичные материалы и составляет 2/3 их стоимости. По данным ПластИнфо – на ноябрь 2010 года, средняя стоимость наиболее распространённой марки полимеров – ПВД (полиэтилен высокого давления) установилась на уровне 59 рублей за килограмм первичных гранул.

Рынок переработки отходов и использования вторичных полимеров в Рязанской области находится на стадии зарождения. По оценкам экспертов, объём рынка вторичных гранул в области достигает 1,5 тысяч тон в год (45 мил рублей). Предприятиями Рязанского региона перерабатывается только ряд наиболее легко поддающихся рециклингу отходов, такие как ПВД, ПНД и ПП. Неохваченными остаются перспективные направления переработки ПВХ (пластиковые окна, кровельные материалы, водопроводные трубы), а так же наиболее распространённый в среде общественных бытовых отходов ПЭТ (пластиковые бутылки). Однако путь переработки отходов пластиковых бутылок связан с трудностями его технической реализации – сложного и дорогостоящего оборудования для мойки, сортировки и переплавки.

Не менее интересными для региона может быть внедрение новых технологий - композитных полимеров, это: полимеры, содержащие любые твердые частицы или волокна; смеси полимеров; полимеры, содержащие жидкости в виде включений или пластификаторов; полимеры, содержащие газообразные наполнители. Область применения данных полимеров как заменителей дерева, металла, стекольной продукции фактически безгранична, тем более что, обладая сходными свойствами с материалами «прототипами», они имеют почти неограниченный срок эксплуатации.

Существует три способа переработки полимерных отходов: термическое разложение путем пиролиза; разложение с получением исходных низкомолекулярных продуктов (мономеров, олигомеров); вторичная переработка. В настоящее время наиболее приемлемым для России является вторичная переработка отходов полимерных материалов механическим рециклингом, так как этот способ переработки не требует дорогого специального оборудования и может быть реализован в любом месте накопления отходов.

В настоящее время проблема переработки отходов полимерных материалов обретает актуальное значение не только с позиций охраны окружающей среды, но и связана с тем, что в условиях дефицита полимерного сырья пластмассовые отходы становятся мощным сырьевым и энергетическим ресурсом. В

заключение следует отметить и то, что многие крупные предприятия по тем или иным причинам пока не используют вторичные полимеры, хотя их использование позволит снизить издержки производства.

*Монин Я. - студент 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к. э. н. Фомин Ю.В.*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

В РЯЗАНСКОМ РЕГИОНЕ

В связи с всё усложняющейся структурой мировой экономики, роль консалтинга в современном обществе возрастает небывалыми темпами. И так разберём, что же такое консалтинг.

Согласно экономическому словарю, консалтинг — деятельность специальных компаний, заключающаяся в консультировании производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов экономики, финансов, внешнеэкономических связей, создания и регистрации фирм, исследования и прогнозирования рынка товаров и услуг, инноваций.

Услуги консалтинга могут быть высоко востребованы в любой области человеческой деятельности, иначе его называют "социальным консалтингом". Это направление консалтинговых услуг достаточно развито в странах запада, где консультирование по любым вопросам является нормой. В России "социальный консалтинг" фактически не получил развития, в силу ряда причин и, в первую очередь, состояния зарождения консультационных услуг в целом, а так же некоторых особенностей русского менталитета.

В международной практике выделяют три вида консалтинговых услуг:

- Процессный, или проектный.
- Экспертный.
- Обучающий.

За частую, на практике могут применяться комбинации всех трёх методов. При этом, как отмечают эксперты, обучающее консультирование, как правило, сопровождает процессное, а во многих случаях и экспертное. В России наиболее популярным видом консалтинговых услуг стали именно обучающее, или экспертно-обучающее консультирование, тогда как в Европе на первые позиции выходит процессное и процессно-экспертное. Последние направления приносят наибольшую выгоду для экономики общества.

Склонность российских руководителей к выбору обучающих программ, в ущерб реальным консалтинговым услугам вполне объяснима. Как правило, директора обращаются к наименее затратным способам преодоления кризисных ситуаций в фирме, таковыми являются разного рода семинары и тренинги. В то время как решение проблемы необходимо связывать с конкретными производственными задачами, будь то область сбыта или выпуска.

А что же происходит на рынке консалтинговых услуг в рязанском регионе?

К сожалению, как и многие отрасли современной сферы услуг, уровень развития консалтинга в Рязани, не говоря уже об области, занимает очень скудное и не завидное положение. Рынок региона поделён в первую очередь двумя

группами игроков. Рассмотрим обе категории с их плюсами и минусами.

И так, во-первых – это местные фирмы. С одной стороны они предлагают довольно лояльную ценовую политику, и во многом подход работы, при котором внимание уделяется лично каждому клиенту. Однако, на такого рода внутреннем рынке существует большая проблема – низкая квалификация кадров. Рынок консалтинговых услуг ещё слишком слабо развит, в Рязани не существует, сколько бы то ни было состоятельных курсов повышения квалификации работников данной сферы. Качество оказываемых услуг в сфере консалтинга при этом стремится к нулю что, во-первых вызывает негативные отношения предпринимателей ко всей отрасли в целом, а так же ухудшает экономическую среду всего региона. Ещё одним недостатком местного рынка консалтинговых услуг является его узкая направленность. То есть это рынок представлен, в первую очередь с связанными с рекламным бизнесом, маркетинговыми компаниями. Безусловно маркетинг – это одна из наиболее важных частей консалтинга, однако она и наиболее трудная и требующая высокой квалификации и большого опыта работы.

Перейдём ко второй группе игроков – Московские и международные фирмы, работающие на рязанском рынке. Это такие компании, как KPMG International, ABC Консалтинг, Марктика - Рязань, Рязань-Москва межрегиональный маркетинговый центр ЗАО. Безусловно это крупные и развитые компании, однако любое представительство страдает от проблемы связи с «центром». Их ценовая политика во многом может не совпадать с интересами и возможностями местной бизнес среды. Так же остаётся и проблема кадров, однако в отличие от мелких местных фирм, крупные игроки имеют намного больше возможности в подготовке персонала. Однако остаётся не решённой проблема личностного подхода к каждой конкретной фирме и ситуации, а в свою очередь именно такой подход актуален для многих слабо развитых информационно, фирм рязанского региона.

Рассмотрев региональный рынок консалтинговых услуг можно понять, что он находится в стадии начального становления, в таком случае есть ли у этого рынка перспективы?

Начиная с середины 90-х годов двадцатого века, рынок европейского консалтинга рос ежегодно в среднем на 23% в год. Исключение составил 2002 год, что было связано с рядом экономических трудностей в ряде стран запада. Среднее мировое значение отношения объема консалтинговых услуг к ВВП страны составляет 0,25%. Для Европы этот показатель почти в 2 раза выше — 0,42%. При этом, доля консалтинговых услуг в ВВП России равен всего 0,04%, что в 4 раза ниже, чем в соседней Польше с 0,16% ВВП. По оценкам специалистов DISCOVERY Research Group, в 2010 посткризисном году объем рынка консалтинговых услуг в России составил \$1,65-1,85 млрд. В среднем за 2009 год выручка консалтинговых компаний увеличилась на 39-40 %, приблизившись к 50 млрд. руб. Тем самым можно судить о том что ёмкость рынка представляет собой величины намного больше чем занимаемые в настоящее время существующими 3 тысячами фирм, что делает отрасль консалтинговых услуг не только

социально полезной, но и крайне выгодной.

Рынок рязанского консалтинга представляет собой весьма своеобразную и не однородную структуру, однако имеет большие перспективы развития и роста, что может дать толчок и для улучшения всей экономико социальной атмосферы в регионе. Этот рынок имеет возможности удвоения в течении 3-5 лет, что однако требует не малых вложений и разработки программ и обучение квалифицированного персонала.

Литература.

1. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/6349> - Словарь бизнес терминов.
2. <http://www.cfin.ru/consulting/mkintro-10.shtml> - Корпоративный менеджмент, Анализ консалтинговых услуг за рубежом.
3. <http://www.rbc.ru/reviews/consulting/index.shtml> - обзор рынка консалтинга в России.

Никифорова О. - магистрант 1 курса РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Курочкина Е. Н.

ОЦЕНКА РАЦИОНАЛЬНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассматривается понятие «трудовой потенциал», его основные компоненты, методы, используемые при его формировании, показатели, характеризующие трудовой потенциал, а также мероприятия по повышению эффективности деятельности трудовых ресурсов.

В современных условиях бизнес и экономика в целом, более чем когда бы то ни было, зависят от привлечения, удержания и эффективности использования такого дефицитного ресурса, как квалифицированные кадры. При этом конкурентоспособность человеческих ресурсов динамична.

Динамика конкурентоспособности человеческих ресурсов представляет собой траекторию включающую ряд стадий: профориентацию, развитие, активизацию, стабилизацию и угасание конкурентных преимуществ. Вначале кривая конкурентоспособности круто поднимается вверх (работники накапливают знания, совершенствуют навыки в профессиональном труде), а затем, по мере стабилизации конкурентных преимуществ, превращается в горизонталь (организация вынуждена довольствоваться посредственными результатами труда), в этом случае необходимо использовать имеющийся трудовой потенциал организации и способствовать развитию иных конкурентных преимуществ человеческих ресурсов.

Понятие «трудовой потенциал» появилось в науке и средствах массовой информации в 70-е годы, а в научный оборот вошло в 80-е годы. В 90-х годах термин «трудовой потенциал» стал использоваться в государственных и правительственных документах.[1]

Трудовой потенциал предприятия – совокупность достигнутых и возможных количественных и качественных характеристик персонала, которые могут быть использованы для реализации целей предприятия.[2]

Трудовой потенциал человека является частью его потенциала, как личности, то есть это часть потенциала человека, который формируется на основе природных данных, образования, воспитания и жизненного опыта.[3] (см. рис.1)

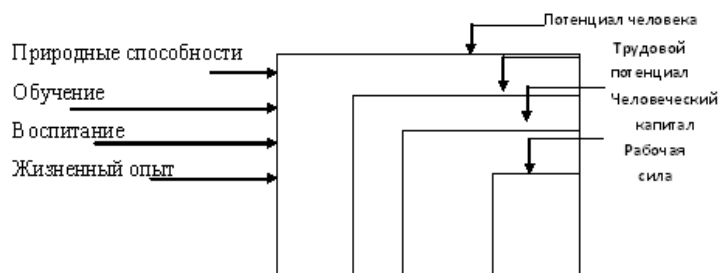


Рис.1 Соотношение понятий «потенциал человека», «трудовой потенциал», «человеческий капитал», «рабочая сила»

К компонентам трудового потенциала можно отнести:

Здоровье

Нравственность

Творческий потенциал

Активность

Организованность

Образование

Профессионализм

Ресурсы рабочего времени[3]

Наиболее широко применяемыми методами, используемыми при формировании трудового потенциала, являются:

1. Система адаптации для вновь принятых сотрудников

2. Привлечение персонала своими силами

3. Привлечение персонала с помощью кадровых агентств

4. Сотрудничество с вузами

Кроме того, некоторые предприятия применяют нестандартные методы формирования трудового потенциала, такие как:

Проведение тематических круглых столов

Привлечение сотрудников, вышедших на пенсию, в качестве экспертов

Создание виртуальных проектных групп и тд.

При выборе того или иного метода формирования трудового потенциала необходимо учитывать:

Приоритет стратегических целей предприятия

Специфику деятельности предприятия при формулировании требований к квалификации, личностным качествам кандидатов

Соответствие метода культуре организации

Особенности территориального рынка труда[2]

Трудовой потенциал характеризуют следующие показатели:

Профессионально-квалификационный потенциал: профессиональная структура персонала; функциональная структура; квалификационная структура; структура персонала по уровню образования; структура персонала по стажу ра-

боты

Психофизиологический потенциал: половозрастная структура персонала; интенсивность, тяжесть труда; показатели заболеваемости (общей, профессиональной); показатели работоспособности работников

Творческий потенциал: число рациональных предложений и изобретений, участие работающих в деятельности творческих групп; участие в профессиональных конкурсах и тд.

Мотивационный потенциал: удовлетворенность трудом; показатели отношения к труду; состояние социально-психологического климата и тд.[4]

Эффективность деятельности трудовых ресурсов выражается в достижении наибольшего эффекта при минимальных затратах трудовых ресурсов и измеряется как отношение результата к затратам живого труда во всех сферах деятельности.

Ведущее место среди показателей эффективности использования трудовых ресурсов принадлежит производительности труда, также изучается движение рабочей силы и обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами; эффективность использования рабочего времени.

К направлениям, способствующим повышению эффективности деятельности трудовых ресурсов относятся:

Повышение технического уровня - определяется механизацией и автоматизацией труда, внедрением прогрессивных технологий, модернизацией оборудования, совершенствованием конструктивных и технических характеристик изделий

Совершенствование управления трудом, организации труда и производства - определяется оптимизацией структуры управления, рационализацией управленческого труда, повышением технического уровня управления, нормированием труда и численности персонала, рационализацией труда

Изменение структуры производства - определяется изменением отдельных видов продукции с разным уровнем удельной трудоемкости, изменением объемов производства

Повышение качества «человеческого фактора» - определяется ростом общеобразовательного и профессионально-квалифицированного уровня, изменением трудовой мотивации

Таким образом, в результате проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что выявление недостатков и резервов улучшения трудового потенциала способствует оптимизации численности персонала, увеличению производительности труда и, соответственно, прибыли предприятия.

Современные организации могут быть уверены в том, что они будут всегда обладать высоким конкурентным трудовым потенциалом лишь тогда, когда будут постоянные инвестиции в потенциал человеческой производительности с их стороны.

Список литературы

1 Ватутина О. О. Исследование трудового потенциала в процессе анализа инвестиционной привлекательности отрасли//Управление персоналом. –

2008, №24

2 Погодина Т. Практика формирования и развития трудового потенциала крупной компании// Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009, №8

3 Генкин Б. Честность – показатель надежности. Оценка качества персонала//Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2007, №5

4 Одегов Ю. Г. Аудит трудовых показателей, как основа роста производительности труда//Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2010, №11

**Обухов С. – студент 2 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г.В.**

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ КАК ЭЛЕМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Государственные закупки – это заказы на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд.

Механизм воздействия на экономику государственных закупок известен достаточно давно: Д.М Кейнс в своей книге «Общая теория занятости, процента и денег» в 1936 году, среди прочего, изложил механизм воздействия на экономику государственных закупок.

Изменение величины государственных закупок (общепринятое обозначение G) так же, как и изменение других видов автономных расходов (потребительских расходов C или инвестиционных расходов I) имеет в кейнсианской модели эффект мультипликатора. Мультипликатор государственных закупок (MP_г) рассчитывается по формуле:

$$MP_{г} = \frac{1}{1 - MPC},$$

где MPC – предельная склонность к потреблению.

Государство, увеличивая объемы государственных закупок, создает дополнительный спрос на товары и услуги, что, при прочих равных, должно повлечь за собой рост валового внутреннего продукта. После оплаты государством поставленных ему товаров, услуг, работ, хозяйствующие субъекты наращивают свои собственные расходы в соответствии с собственной склонностью к потреблению. Хозяйствующие субъекты способствуют росту спроса в экономике и, в конечном счете, росту ВВП. Следовательно, рост объемов государственных закупок осуществляет процесс мультипликации. Данный процесс аналогичен тем процессам, которые возникают при увеличении частных инвестиций в экономике.

Таким образом, можно сделать вывод о возможном применении государственных закупок в качестве элемента антикризисной политики.

Экономический кризис 2008 года отразился на всех экономиках мира. Каждое государство столкнулось с проблемой резкого падения спроса на товары и услуги, производимые в стране. Следствием этого стало снижение налогооблагаемой базы и рост дефицита бюджета. В условиях высокого государственно-

го долга, привлечения займов и сокращения расходов бюджета, рост налоговой нагрузки является проблематичным, т.к. не всегда приводит к ожидаемым результатам. Одной из антикризисных мер является использование такого инструмента, как государственные закупки.



Рис.1. Динамика объема государственного заказа в России за 2004-2009гг., трлн.руб.

Как видно из рисунка 1, в период кризиса резко возрастают объемы государственных закупок. Доля госзакупок в ВВП в целом повторяет динамику объема госзакупок.

Выделяют два типа государственных закупок как элемента антикризисной политики:

Государственные закупки, ориентированные на краткосрочную перспективу, локальный сектор экономики;

Государственные закупки, ориентированные на долгосрочную перспективу, более широкий сектор экономики.

В первом случае, государственные закупки целесообразно использовать для оздоровления проблемных отраслей национальной экономики и для выхода к докризисным показателям. Следует определить ту отрасль экономики, которая обладает:

наибольшей склонностью к потреблению;

наибольшим количеством взаимосвязанных отраслей;

достаточно высокой предельной склонностью к потреблению во взаимосвязанных отраслях.

В условиях глобального экономического кризиса государственные закупки являются действенным элементом антикризисной политики. Так, например в тяжелом для экономики 2009 году Правительство Российской Федерации выделило 42 млрд. рублей на закупку автомобилей отечественного производства для нужд государственных структур. В перечень попала продукция заводов "АвтоВАЗ" и "КамАЗ", "ЗИЛ" и "УАЗ". Все вышеперечисленные предприятия получали комплексную поддержку государства: возможность привлечения кредитных ресурсов, помощь в разработке и реализации антикризисных программ, поддержку инвестиционных программ, посредничество государства в переговорах с поставщиками. Но стоит отметить, что именно государственные закупки оказались более эффективными: предприятия получали не только загрузку мощностей, но и собственные оборотные средства; они обеспечили занятость, не допустили обвала заработных плат. Кроме того, предприятия, выпускающие ав-

томобили, поддержали взаимосвязанные с ней отрасли, данные отрасли в свою очередь обеспечили сбыт продукции для других производств.

В этот момент государство, используя государственные закупки как элемент антикризисной политики, смягчило падение ВВП и не дало возможности неблагоприятным факторам проникнуть в структуру экономики более основательно.

Что касается госзакупок, ориентированных на долгосрочную перспективу, то здесь представляется возможным использовать государственные закупки в целях предупреждения кризисных явлений и для проведения реформ, направленных на изменение структуры экономики (например, в сторону повышения инновационной составляющей).

Практика показывает, что государства, развитые технологически, более устойчивы к спадам в экономике. Поэтому в качестве «упреждающего» элемента антикризисной политики могут выступать государственные закупки, направляемые на создание и развитие высокотехнологичных отраслей экономики.

В условиях отсутствия кризисных ситуаций в экономике, профильные министерства обладают более значительными ресурсами, как временными, так и финансовыми. Это условие позволяет плавно перестраивать структуру экономики, регулируя потоки государственных закупок.

Инновационную функцию системы государственных закупок можно рассматривать в узком и широком смыслах. В узком смысле, государственные закупки выступают механизмом прямого бюджетного финансирования инновационных разработок. В широком смысле система государственных закупок используется как инструмент регулирования и стимулирования инновационной деятельности. Государственные закупки могут влиять на процесс разработки и распространения новых технологий посредством развития рынка инновационной продукции, стимулируя спрос на новые продукты и технологии.

Государственный заказ должен быть ориентирован на качественно новую продукцию, так как это позволяет стимулировать инновационную деятельность частного сектора экономики страны. Если государственные закупки будут ориентированы, например, на развитие энергосберегающих технологий, то предприятия будут заинтересованы в создании новых технологий, более эффективных. Госзаказ, направленный на высокотехнологичные отрасли, обеспечит поддержку менее технологичных отраслей: любое предприятие нуждается в первичной переработке.

Государственные закупки как элемент антикризисной политики не являются средством борьбы с причинами кризиса в краткосрочном периоде, т. к. главная задача на данном этапе: не допустить спада производства, роста безработицы, обвала заработных плат, увеличения налоговой нагрузки.

В долгосрочном периоде госзакупки являются эффективным средством управления экономической ситуацией и средством повышения надежности, стабильности и конкурентоспособности экономики в целом, отдельных хозяйствующих субъектов, в частности. Госзаказ является эффективным элементом политики в области снижения дефицита бюджета как следствия кризисных циклов в

экономике.

В то же время, одним из побочных эффектов выступает коррупция при госзакупках. Уровень коррупции в госзаказе сегодня остается критически высоким: процедура отбора победителя сложна, непрозрачна, подразумевает несколько закрытых заседаний конкурсной комиссии. Коррупция в системе госзакупок приводит к колоссальным потерям для любой страны: финансовым, качественным, количественным и политическим.

Для реализации программ, направленных на борьбу с коррупцией необходимо исследование причин возникновения коррупционных связей в институте государственных закупок и определение механизма противодействия им.

С момента принятия ФЗ от 21.07.2005 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», было осуществлено 24 редакции с целью свести коррупционные схемы к минимуму.

Создание эффективной системы госзакупок позволит не только экономить бюджетные средства, но и повысить инвестиционную привлекательность страны. Важным фактом является и то, что дисциплинированность и ответственность в секторе госзакупок повысит общую конкурентоспособность экономики и будет являться движущим механизмом общей для экономики идеи прозрачности и эффективности.

Список литературы:

1. . И. Смотрицкая, С. Черных. «Государственные закупки и формирование инновационной экономики» // Вопросы экономики. 2010. N 6. С. 99..
2. www.nprz.ru
3. «Система госзакупок: на пути к новому качеству» // Вопросы экономики. 2010. N 6.
4. www.finanal.ru

***Обухов С. - студент 2 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г.В.***

**ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН И РЕГИОНОВ РОССИИ
В СОЗДАНИИ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ**

В настоящее время Россия объявляет курс на модернизацию экономики. Переход к инновационной экономике невозможно представить без молодежного предпринимательства. Молодежь наиболее восприимчива к потреблению инноваций, но самое главное – способна их производить.

Бизнес-инкубатор – это объект инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства, осуществляющий поддержку предпринимателей на ранней стадии их деятельности, путем предоставления в аренду нежилых помещений и оказания консультационных, бухгалтерских, юридических и прочих услуг. Предоставление цельной совокупности услуг имеет большое значение, так как предприниматель имеет возможность сосредоточиться на главном –

начать выпуск и реализацию продукции или услуг.

Для более эффективного развития молодежного инновационного предпринимательства в Рязанской области, посредством бизнес-инкубирования необходимо учесть опыт регионов России и зарубежных стран. Инвестирование средств в бизнес-инкубаторы, в период восстановления экономики после глобального экономического кризиса, позволит повысить темпы экономического роста, решить проблему молодежной безработицы, повысить конкуренцию в ряде отраслей, укрепить финансовую устойчивость компаний.

Первый бизнес-инкубатор появился в США в 1959 году, широкое распространение получили они и в Европе. Благодаря этому в США и в странах Западной Европы был достигнут небывалый рост доли малого бизнеса в структуре ВВП. Яркий пример эффективного использования возможностей бизнес-инкубаторов – Израиль, в итоге получивший дополнительный импульс для экономического, научно-технического развития. Первые «теплицы» в Израиле были созданы в 90-е годы, когда в страну приехало много ученых из стран бывшего СССР, которые из-за высокого уровня безработицы подметали улицы. Они привезли разные идеи, и, можно сказать, что именно с советских репатриантов началось создание инкубаторов в Израиле.

В настоящее время в мире насчитывается более 4000 бизнес-инкубаторов (рис.1). В целом опыт зарубежных стран в создании бизнес – инкубаторов перенимается в России.

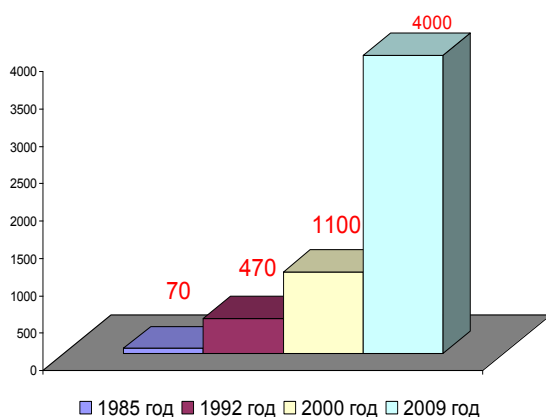


Рис.1 Динамика количества бизнес-инкубаторов в мире.

В начале 90-х первые бизнес-инкубаторы появились и в России. Автором данной идеи выступила Академия менеджмента и рынка. Сегодня в нашей стране работает более 160 бизнес-инкубаторов и более 80 технопарков. После создания нормативно-правовой базы инкубаторы все чаще создаются при ВУЗах (РУДН, Высшая Школа Экономики, МГУ и другие).

Одним из самых успешных регионов в системе «выращивания» фирм, как в инновационной деятельности, так и в не технологическом производстве – Томская область. Всего в Томской области 10 бизнес-инкубаторов, в каждом из которых около 20 фирм. Таким образом, всего в инкубаторах «взрачиваются» более 200 фирм, среди которых есть и высокотехнологичные и широкого профиля фирмы. Такой спектр деятельности инкубируемых предприятий позволяет

не только строить инновационную экономику, но и решать ряд задач в проблемных или не достаточно развитых отраслях народного хозяйства региона.

Во многих регионах страны создаются и узкоспециализированные бизнес-инкубаторы. Так, например, в Воронеже создан первый в российской истории бизнес-инкубатор «Авиационный», который активно привлекает выпускников авиационных и технических ВУЗов.

Особенно стоит отметить создание уникального бизнес-инкубатора «Инователь» в городе Ульяновск, созданного в 2010 году. Инкубатор является первым в мире расширенным бизнес-инкубатором, привлекающим в инновационный процесс детей с 6 лет.

В современных экономических условиях особенно важно адресно, на уровне региона и муниципалитета, заложить основы создания новых малых предприятий и поддерживать действующих предпринимателей. Более того, создание бизнес-инкубатора позволит решить ряд социально-экономических проблем региона.

Одна из главных задач бизнес-инкубатора на региональном уровне заключается в поддержке тех бизнес-идей, которые соответствуют приоритетам местных властей, за счет профиля бизнес-инкубатора и конкурсного отбора кандидатов для размещения на площадях инкубатора.

В Рязани создан Венчурный Фонд "Рязанский молодежный бизнес-инкубатор". Деятельность фонда связана как с технологичными компаниями, так и с фирмами широкого спектра. Наибольшего успеха добились проекты «Питьевая вода» и «Центр организации ремонта».

При РГУ имени С. А. Есенина необходимо создавать бизнес-инкубатор смешанного типа, т.е. инкубатор, который был бы ориентирован на поддержку малого молодежного бизнеса как инновационного, так и нетехнологического.

Создание бизнес-инкубатора на базе университета позволит применять на практике знания не только преподавателям университета, но и студентам ВУЗа, повысит инвестиционную привлекательность образования на региональном уровне, даст возможность прохождения практики студентам в условиях «выращивания» бизнеса, принять более активное участие в формировании новой экономики региона.

Создавая тепличные условия для становления малого бизнеса с помощью бизнес-инкубаторов сегодня, мы создаем не только инновационную экономику, но и конкурентоспособный, социально ориентированный бизнес завтра.

Список литературы:

1. www.russia-business.ru
2. www.ubo.ru
3. www.cecsi.ru

Пантюхина Т., Соляник Е. – студенты Рязанского института (филиал) СПАУиЭ

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА И МОЛОДЕЖЬ

Проблемы, связанные с инновационным развитием регионов, постоянно находятся в центре внимания многих исследователей. Это объясняется тем, что в условиях информационной экономики ключевым конкурентным преимуществом региона является его инновационная активность. Региональной инновационной системе, ее развитию по праву отводится особое место, так как именно региональная среда определяет конкурентоспособность страны, ее инновационные возможности.

Существует множество трактовок термина «инновация», но в наиболее общем смысле его можно определить как внедренное новшество, обладающее высокой эффективностью. Инновация является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации в виде новых или отличных от предшествующих объектов, которые доводятся до стадии практического применения и начинают давать экономический эффект.

В 2006 году Рязанской областной Думой был принят закон «Об инновационном развитии и государственной инновационной политике Рязанской области», согласно которому Правительство Рязанской области на основе приоритетов государственной инновационной политики и прогнозов развития Рязанской области, формирует областную целевую программу развития инновационной деятельности, включающую отдельные инновационные проекты и подпрограммы, мероприятия по государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры, развитию международного сотрудничества и внешнеэкономической деятельности в инновационной сфере, а также иные мероприятия, способствующие развитию инновационной деятельности на территории Рязанской области.

Следует отметить, что немалую роль в развитии инновационного процесса играет вовлечение в него квалифицированных кадров, в том числе выпускников и учащихся высших учебных заведений. По мнению известного исследователя проблем молодёжи И. М. Ильинского одним из социально-психологических свойств, выделяющих молодёжь из других возрастов, выступает то, что «...в молодости человек наиболее способен к творческой деятельности, к формулировке гипотез, максимально работоспособен...», и поэтому «...молодёжь является основным носителем инновационного потенциала общества...»

При этом молодёжные инновации можно разделить на два типа: 1) молодёжные инновации как инициатива самой молодёжи; 2) молодёжные инновации как инновации с привлечением молодёжных кадров. Выделенные типы, а также особые инновационные качества молодёжи обуславливают характер государственной молодёжной политики в сфере инноваций.

В первом случае – молодёжные инновации как инициатива самой молодёжи – государственная молодёжная политика может включать следующие направления: создание привлекательного образа инноватора, формирование условий, существенно облегчающих молодому человеку или молодёжному коллективу воплощение своих идей (научно-технические кружки и секции, бизнес-инкубаторы, гранты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские

работы.

Во втором случае имеется в виду активное вовлечение молодежи в производственный процесс, исходя из того, что молодые легче переходят к решению новых смелых научно-технических задач, в отличие от старших авторитетов, довольно часто со страхом глядящих на новации и цепляющихся за устаревшие наработки прежних лет.

В Рязанской области инновационная государственная политика ориентирована на привлечение молодежи по следующим направлениям:

- выявление и продвижение талантливой молодежи и продуктов ее инновационной деятельности;
- развитие молодежного предпринимательства и деловой активности молодежи;
- поощрение молодежи за ее разработки и исследования проблем, имеющих значение для развития страны;
- привлечение молодежи в творческие, научные и спортивные объединения;
- внедрение системы развивающих, ролевых, спортивных игр, конкурсов и фестивалей по профилям деятельности и интересам молодежи;
- популяризацию и пропаганду успехов молодежи.

Научно-исследовательские работы ведутся также в основных высших учебных заведениях Рязани.

Рязанский государственный радиотехнический университет проводит научную работу в области информационно-коммуникационных технологий, информационной безопасности, нанотехнологий, обработки и распознавания аэрокосмических изображений, биомедицинском приборостроении, силовой электроники, масс-спектрометрии, информационно-управляющих систем.

Около 20 научно-исследовательских центров и лабораторий функционируют на базе Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина.

Научную работу ведут в Рязанском государственном медицинском университете им. академика И.П. Павлова. В настоящее время научные исследования осуществляются в рамках 17 сформированных научных школ и 16 научных направлений, признанных как в нашей стране, так и за рубежом и охватывающих ключевые проблемы современной медицины, биологии, фармации и гуманитарных наук.

Таким образом, можно сделать вывод, что за последние годы инновационный процесс в Рязанском регионе значительно активизировался, а также началось целенаправленное вовлечение молодежи в научно-исследовательскую деятельность в целях развития инновационного, интеллектуального и творческого потенциала молодых граждан.

***Прошин С. - студент 5 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Сычева О.В.***

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Молодежное предпринимательство сегодня становится не только объектом внимания общественности, но и важным направлением государственной поддержки развития малого бизнеса. Причины столь пристального интереса государства вполне объяснимы. Результаты исследования фонда "Общественное мнение" (ФОМ), проведенного в 2009 г. показали, что возраст предпринимателя играет существенную роль в его поведенческой активности. Чем моложе бизнесмен, тем он более активен и оптимистичнее смотрит в будущее. Именно в условиях неблагоприятной экономической ситуации многие представители молодых предпринимателей (27%) открыли свое дело или занялись индивидуальной трудовой деятельностью. Среди бизнесменов старше 30 лет эта доля ниже на 8%, что обусловлено меньшей склонностью к риску этого поколения.

Пассивные стратегии адаптации к кризису - обращение за помощью, использование нажитого и экономия - среди молодых предпринимателей мало популярны. Оптимизм и уверенность в завтрашнем дне нельзя списать только на молодость начинающих предпринимателей. Исследователи фонда "Общественное мнение" вывели главную черту современных молодых бизнесменов, помогающую преодолевать им многие трудности, - это их готовность к риску, мобильность, гибкость и способность принимать решения в условиях неопределенности.

"Молодежное предпринимательство" - такого термина законодательно не существует, однако деловыми кругами на Саммите "Сильная Россия - 2009, предложено рекомендовать Государственной Думе России закрепить на законодательном уровне определения "Молодежное предпринимательство", "Субъект молодежного предпринимательства". Предлагается такая формулировка: "Молодежное предпринимательство - предпринимательская деятельность, осуществляемая гражданами Российской Федерации, возраст которых не превышает 35 лет и зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а так же российскими коммерческими организациями, учредителями (участниками) которых являются граждане Российской Федерации, возраст которых не превышает 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников являются гражданами Российской Федерации, не достигшими 35 лет".

Нужно ли выделять самостоятельный сегмент малого и среднего бизнеса по этому критерию? Нуждается ли он в особом внимании со стороны государства?

Молодой предприниматель, директор компании "Русский технологический клуб" Вадим Номеровский уверен в том, что чрезмерная опека молодежного предпринимательства приведет к обратному эффекту: "Государство не должно давать прямой поддержки, чтобы у начинающих предпринимателей не складывалось ощущение, что любой может открыть свое дело и государство будет его постоянно дотировать. Должны осуществляться только точечные меры поддержки, потому что когда предприниматель столкнется с жестким рынком, он не сможет там работать. Произойдет резкий отсев. В итоге государство потратит

много денег, чтобы культивировать эту среду, а в конечном итоге несостоявшиеся молодые предприниматели окажутся на улице".

В то же время все громче звучат предложения о создании особых условий и программ для поддержки именно молодежного бизнеса. Так, Ассоциация молодых предпринимателей России предлагает проводить отдельные, специализированные конкурсы на получение госзаказов, где бы молодые предприниматели соревновались между собой. Для этого они предлагают выделить для молодежного бизнеса госзаказы в размере 15-20%.

Представляется, что к вопросу о поддержке и поощрении молодежного предпринимательства необходимо подходить взвешенно, не нарушая законов рынка – право на существование имеет более эффективный бизнес.

Уже не первый год Министерство спорта, туризма и молодежной политики и Федеральное агентство по делам молодежи реализует программу, которая стала основным оператором приоритетного направления деятельности Росмолодежи, направленного на развитие молодежного предпринимательства, и получила название «Ты – предприниматель».

В течение 2009 года участниками программы стали более 20 000 молодых людей из 74 регионов России; было разработано более тысячи предпринимательских проектов, открыто более 250 новых предприятий. Реализацию программы поддержало Министерство экономического развития Российской Федерации, включив ее основные мероприятия в «антикризисный пакет мер».

Цель данной программы - стимулирование активности молодежи в сфере предпринимательства путем реализации в субъектах Российской Федерации действенной системы мер, направленной на вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность. Предполагается, что каждый десятый участник проекта, прошедший модульное обучение, создаст новое предприятие. Большая работа в этом направлении проводится и в Рязанской области.

Важно подчеркнуть, что реализация любых программ поддержки малого и в том числе молодежного бизнеса сопряжена с огромными затратами государственных средств. Так, объем средств, выделенных из областного и федерального бюджетов на поддержку предпринимательства только по Рязанской области увеличился в 2009г. по сравнению с предыдущим годом почти в 10 раз, и составил 413,1 млн. рублей.

Общественные финансы, направляемые на эти цели требуют создания адекватной системы управления денежными потоками. Эта система, как минимум, должна включать следующие этапы :

- формирования источников финансовых ресурсов для поддержки молодежного предпринимательства(ими могут быть не только государственные средства)
- их распределения между субъектами молодежного предпринимательства по выработанным критериям;
- мониторинга эффективности мер государственной поддержки малого предпринимательства.

Последний этап, особо актуален как для органов государственной власти,

управляющих этими денежными потоками, так и для общества, рассчитывающего на определенный результат в виде активизации бизнес-процессов в регионе.

Как может быть оценен эффект мер государственной поддержки молодежного предпринимательства?

Понятно, что общий эффект этих мер не может быть описан только количественными показателями. В значительной степени он будет носить социальный характер. Нами были рассмотрены возможные социальные и экономические эффекты государственной поддержки малого бизнеса, в том числе и молодежного. На основе проведенного анализа нами разработана и выстроена система критериев оценки мер государственной поддержки молодежного (малого) бизнеса. Впоследствии, по мере совершенствования системы учета и отчетности субъектов малого, в том числе и молодежного бизнеса, позволяющей отслеживать их деятельность, перечень критериев может расширяться.

Критерии оценки социально-экономической эффективности мер государственной поддержки малого предпринимательства.

Виды поддержки	Сумма	Критерии			
		Число малых предприятий получивших поддержку	Количество созданных новых рабочих мест	Объем реализованной продукции (за год)	Налоговые поступления в бюджет
1. Субсидии	x	x	x	x	x
2. Возмещение части затрат на приобретение оборудования субъектами малого и среднего предпринимательства, осуществляющими деятельность в приоритетных направлениях	x	x	x	x	x
3. Гранты начинающим предпринимателям	x	x	x	x	x
4. Развитие системы микрокредитования субъектов малого и среднего предпринимательства на базе областного фонда поддержки малого предпринимательства	x	x	x	x	x
5. Организация областных конкурсов профессионального мастерства, фестивалей, конференций	x	x	-	-	-
6. Поддержка и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих инновационную деятельность	x	x	x	x	x
Итого:	x	x	x	x	x

Разработанный алгоритм оценки мог бы стать действенным механизмом мониторинга эффективности мер поддержки развития молодежного (малого) предпринимательства. Такой алгоритм возможно будет представлять интерес для Комитета по развитию предпринимательства, потребительского рынка и услуг Рязанской области. В настоящее время Комитет оценивает результативность мер лишь по количеству созданных новых рабочих мест. Учитывая огромный объем работы, связанной с мониторингом и большую занятость кадров данного подразделения, к участию в мониторинге можно привлечь студен-

ческую молодежь, обучающуюся на экономических специальностях.

*Сафонова А. - студентка 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г.В.*

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

В современных условиях основой динамичного развития любой экономической системы выступает инновационная деятельность, обеспечивающая высокий уровень ее конкурентоспособности. Президент России Д.А. Медведев считает, что одна из основных задач властей - направить российскую экономику к инновационному развитию. "Мы все должны прилагать огромные усилия, чтобы развернуть ржавую машину нашей экономики в сторону инноваций, в сторону технологичных систем", - сказал Д.А. Медведев в ходе общения с сотрудниками компании "Транзас". В настоящее время исследование инновационного развития регионов также приобретает особую актуальность, что продиктовано не только внешними вызовами, но и внутренними проблемами, а именно, необходимостью обеспечения экономически сбалансированного развития территории страны.

Региональная система представляет собой не только производственную базу, сосредоточенную вокруг местных банков и научных центров, сдвинутую к научной базе, но и единое управление, учитывающее местные особенности. Создание региональных систем инновационного развития в России позволит активизировать инновационный процесс в регионах, ориентировать региональную науку на конкретные местные нужды, стимулировать инициативу периферийных научных организаций в их приближении к практическим целям, а также усилить контроль над использованием как самих инноваций, так и выделяемых на их развитие средств. Кроме того, создание таких систем дает возможность министерствам получать оперативную информацию о состоянии науки в регионах, что, в конечном счете, будет способствовать информационному обмену в инновационной сфере.

Именно от инновационной активности и инновационной восприимчивости региональных экономик и отраслей зависит стратегическая конкурентоспособность России в мировой экономике. На сегодняшний день сохраняется высокий уровень дифференциации социально-экономического развития субъектов РФ, что ведет к ежегодным потерям в 2-3% ВВП. [2]

Инновационный потенциал Рязанской области в значительной степени превышает финансовые возможности его реализации. Такое положение характерно для большинства областей России и образовалось вследствие резкого сокращения производства промышленной продукции.

Основными направлениями деятельности научных организаций Рязанской области являются радиотехника, электроника, вычислительная техника, информатика, автоматика в широком спектре различных направлений, а также машиностроение, сельское хозяйство, медицина, строительство, нефтехимия. Основ-

ными особенностями научных учреждений Рязани являются отраслевая направленность, высокая специализация и унифицированный профиль деятельности. В результате рыночных преобразований произошло резкое сокращение финансирования научной деятельности, как в стране в целом, так и в регионе.

В Рязанской области инновационной деятельностью занимаются различные группы: крупные научно-технические и промышленные предприятия; научные подразделения высших учебных заведений; малые и средние инновационные предприятия; отдельные сложившиеся творческие группы разработчиков новой техники; молодые начинающие исследователи. [1]

К организациям инновационной инфраструктуры в Рязанской области относятся такие, как ГОУ ВПО "Рязанский государственный радиотехнический университет"; инновационно-технологический центр имени академика В. Ф. Уткина; фонд "Рязанский молодежный бизнес-инкубатор"; Рязанский центр научно-технической информации и т.п.

В регионе довольно много предприятий и организаций участвующих в научно-технических мероприятиях: ЗАО "Геркон-Авто", ООО "Импульсные технологии", ООО "Институт Внедрения Новых Медицинских Технологий "Рамена", ООО "Интеркросс", ООО "Шибболет", АНО "Научно-исследовательский институт психологии и развития способностей", ООО Вакуумные Технологии, ООО Деловой проект. [3]

Для активизации региональной инновационной деятельности Правительством Рязанской области принимаются определенные меры. На основании постановления Правительства Рязанской области от 21 января 2009 года Министерство промышленности и наукоемких технологий региона назначено уполномоченным органом государственной власти в инновационной сфере.

В 2009 году в Рязани прошел первый инновационный форум, организованный Правительством Рязанской области и Региональным инновационно-технологическим центром имени академика В.Ф. Уткина, а также была проведена Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных и специалистов «Приоритетные направления современной российской науки глазами молодых учёных».

В Рязанской области учреждены премии по науке и технике имени академика В. Ф. Уткина. Они присуждаются творческим коллективам за научно-технические исследования и опытно-конструкторские разработки, завершившиеся созданием и применением в производстве принципиально новых технологий, техники, приборов, оборудования, материалов и веществ.

Ежегодно проводится региональный конкурс инновационных проектов. В 2009 году из областного бюджета выделены субсидии на государственную поддержку научной и научно-технической деятельности в объеме 3,5 млн рублей. В результате конкурсного отбора субсидии выделены на реализацию 13 проектов.

В 2009 году подписано соглашение между Российским фондом фундаментальных исследований и Правительством Рязанской области о проведении совместного конкурса проектов фундаментальных исследований в 2010–2013 годах.

В 2010 году в Рязанском государственном агротехнологическом универ-

ситете имени П.А. Костычева открылась выставка инновационных проектов, организованная Рязанским региональным отделением Общероссийской общественной организации «Российское аграрное движение-РАД».

Министерством промышленности и наукоемких технологий Рязанской области проводится региональный конкурс «У.М.Н.И.К.», программа которого направлена на поддержку, прежде всего магистрантов, аспирантов и молодых специалистов от 18 до 28 лет, получивших в результате своей научной работы перспективные, с точки зрения коммерциализации, результаты. Победителям конкурса «У.М.Н.И.К.» предоставляется финансовая поддержка в сумме 400 тысяч рублей за два года. [4]

Тем не менее, переходу к инновационной модели развития Рязанской области препятствуют, в частности, следующие факторы:

компании и предприятия региона недостаточно информированы о существовании новых технологий и возможностях доступа к ним с помощью элементов инновационной инфраструктуры;

слабо развиты механизмы стимулирования компаний и предприятий региона к развитию технологической кооперации и использованию инноваций;

научный потенциал региона слабо вовлечен в региональную экономику;

инновационная инфраструктура фрагментарна. Слабо развиты связи (обмен опытом, методологией, лучшей практикой) между организациями инновационной инфраструктуры региона;

недостаточно развит системный механизм финансовой поддержки услуг инновационной инфраструктуры для региональных компаний и научных организаций. Слабо используется лучшая практика (российской и европейской) поддержки и развития инновационной инфраструктуры.

На сегодняшний день следует признать, что развитие инновационной деятельности в регионах осуществляется спонтанно. В 53 регионах проводятся разнообразные мероприятия, в 22 частично разработана нормативно-правовая база. Необходимо в кратчайшие сроки выстроить систему координации региональной политики, учитывая разную степень восприимчивости регионов к инновационному развитию и специфику определенных групп регионов. [5]

Список литературы:

1. Ковалев О.И. Потенциал Рязанской области - залог успешного развития региона//Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование – апрель 2009.- № 1 (38). - с.15-24

2. <http://ieconomy.info/ryegionalniye-aspyekti-innovacionnoy-politiki/>

3. http://regions.extech.ru/regions/region_info1.php?

4. http://www.reos.ru/REOS/giep/giep_

5. <http://tula.raexpert.ru/researches/inno/part5/>

Сафошкина М. - студентка 4 курса

РГУ им. С.А. Есенина

Научн. рук.: ст. преп. Лукьянова Е.А.

Перспективное развитие налоговой системы Российской Федерации связывается в основном с оптимизацией налога на прибыль. Глава 25 части второй Налогового кодекса РФ в настоящее время регулирует взимание налога на прибыль.

Налог на прибыль организаций наряду с фискальной выполняет и регулирующую функцию налогообложения. Рассматриваемый налог является прямым, т.е. его сумма зависит от конечного финансового результата деятельности предприятия. Поэтому он обладает значительными возможностями по оказанию воздействия на интересы организации через их финансовое положение. При помощи данного налога государство также имеет возможность воздействовать на развитие экономики, используя механизмы предоставления или отмены льгот, регулирования ставки налога, что позволяет стимулировать или ограничивать экономическую активность.[4, С.240]

Регулирование через налог на прибыль наиболее эффективно потому, что главная цель любого хозяйствующего субъекта — это получение прибыли.

Традиционно рычагами налогового регулирования считаются два основных инструмента налоговой системы: ставки и льготы. Если их сравнить между собой как налоговые рычаги, то можно сделать вывод, что ставки оказывают общее стимулирующее действие на экономику, а налоговые льготы - целевое.

Первым рычагом налогового регулирования государство воспользовалось в достаточной степени, уменьшив ставку по налогу на прибыль с 35 до 24% , а затем с 1 января 2009 года и до 20%.

В общем объеме платежей в 2009 году наибольшее поступление налоговых платежей и сборов в бюджетную систему по Рязанской области обеспечили предприятия и организации, осуществляющие следующие виды экономической деятельности: обрабатывающие производства – 55,51 %, оптовая и розничная торговля – 9,76 %, операции с недвижимым имуществом – 7,46 %, транспорт и связь – 6,19 %, строительство – 4,54 %, производство и распределение электроэнергии, газа и воды – 4,06 %.[5]

Одной из форм государственной поддержки инвестиционной деятельности на территории Рязанской области является понижение ставки по налогу на прибыль организации в части, зачисляемой в областной бюджет.[1]

По состоянию на 1 января 2009 года, когда еще на протяжении 2008 года действовала ставка 24%, в федеральный бюджет страны поступило 1 007 631 тыс. руб., а в консолидированный бюджет Рязанской области 13 291 179 тыс. руб., а по состоянию на 1 января 2010 года, когда в течение 2009 года уже действовала ставка налога на прибыль 20%, в федеральный бюджет поступило 336 729 тыс. руб., а в консолидированный бюджет Рязанской области 12 397 189 тыс. руб.[6]

Таким образом, в связи со снижением ставки налога на прибыль до 20 % федеральный бюджет страны теряет 670 902 тыс. руб., а консолидированный бюджет Рязанской области 893 990 тыс. руб. Правительство пытается возместить эти средства за счет резервных фондов.

Мнение экспертов разделилось. Так, одни эксперты считают, что сниже-

ние налога на прибыль не будет иметь никакого значения для бизнеса, поскольку о самих прибылях говорить очень сложно.

Другие эксперты полагают, что снижение налога на прибыль является своего рода прикрытием для того, чтобы не трогать НДС. Налог на добавленную стоимость всегда воспринимался как тормоз для бизнеса, особенно среднего.

Тем не менее, некоторые предприниматели и эксперты считают снижение налога на прибыль действенной мерой, подчеркивая, что 4% — это существенный показатель, который облегчит нагрузку на бизнес. Налоговые послабления смогут оказать существенную поддержку российской экономике. Эта мера была призвана увеличить вложения предприятий в развитие производства. [3]

Анализ реформ, происходивших в зарубежных странах, позволяет сделать вывод о том, что именно процесс поэтапного снижения ставки оказывал стимулирующее воздействие, а стабилизация ставки на одном (даже низком) уровне уменьшала этот эффект.

Другим рычагом налогового регулирования является льгота. Основными характеристиками новой налоговой системы должны стать либеральность, нейтральность и справедливость налоговой реформы. Достижение этих качественных характеристик невозможно без отмены многочисленных необоснованных и бессистемных льгот, поскольку льготный режим для одних налогоплательщиков неизбежно означает дополнительное налоговое бремя для других.

Целевая направленность системы льгот по налогу на прибыль должна быть обусловлена задачами экономической политики страны, а при определении объема и конкретного состава льгот должны быть учтены:

- 1) опыт налоговых реформ в промышленно развитых странах;
- 2) процессы унификации налогообложения;
- 3) национальные особенности экономики страны. [2]

Мировой и отечественный опыт доказывает, что ликвидация налоговых льгот означает не что иное, как лишение российской налоговой системы регулирующей функции: возможности определять и стимулировать приоритетные направления развития отечественного производства. Ликвидировав практически все льготы по налогу на прибыль, государство лишило себя одного из двух налоговых рычагов.

Основным аргументом противников льгот по налогу на прибыль являлось существенное снижение поступлений в бюджет в связи с их применением. Считалось, что после отмены льгот поступающие суммы налога на прибыль увеличатся примерно вдвое. Но при этом не учитывалось, что и налоговая нагрузка сильно возрастет, причем не только по налогу на прибыль, но и по совокупности всех налогов. Коренная причина неплатежей в бюджет состоит в отсутствии источников средств на предприятии.

Отмена льгот лишила предприятия большей части инвестиций и возможности содержания социальной сферы. В свою очередь это не отразилось на эффективности их деятельности, а значит и на собираемости налогов в целом. В такой ситуации решением проблемы может стать пересмотрение и усовершен-

ствование льгот, а не их полная отмена.

Для более эффективного решения задачи стимулирования роста инвестиционной активности с помощью налоговых механизмов целесообразно дополнить налог на прибыль инвестиционными льготами прямого действия. Наибольшее распространение среди таких льгот в зарубежных странах получила льгота в виде инвестиционного кредита, то есть вычет из налога на прибыль определенной части инвестиционных расходов компаний. Аналогом этой льготы в Российской Федерации на протяжении 10 лет была льгота на финансирование капитальных вложений, которая отличалась от инвестиционного кредита тем, что вычет производился не из суммы налога, а из налогооблагаемой базы. Основной причиной отмены льготы были бюджетные потери. [2]

Таким образом, для обеспечения регулирующего влияния государства на экономику через налоговую политику по налогу на прибыль должны быть восстановлены льготы на постоянной основе. Льготы должны быть нейтральны по отношению к сферам приложения капитала, видам экономической деятельности, категориям налогоплательщиков. Льготы должны быть направлены на стимулирование начальных этапов воспроизводственного процесса – от капитальных вложений в фундаментальные исследования до инвестиций в действующее производство.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что налог на прибыль играет существенную роль в экономике и финансах любого государства. Указанный налог позволяет государству широко использовать налоговые методы в регулировании экономики и иметь устойчивый источник доходов федерального, региональных и местных бюджетов. Налог на прибыль является тем налогом, с помощью которого государство может наиболее активно воздействовать на развитие экономики страны. Поэтому задача повышения инвестиционной активности хозяйствующих субъектов обуславливает необходимость выработки эффективных инструментов налогового регулирования и стимулирования.

Список используемой литературы:

1. Закон Рязанской области от 06.04.2009 г №33-ОЗ «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Рязанской области» (с изменениями от 4.03.2010 г. №13-ОЗ)

2. Вишневская Н.Г. Регулирующая роль налога на прибыль на современном этапе и в перспективе// Налоговый вестник, N 10, 2002

3. Дубцова Наталья. Налог на прибыль: эффект от снижения // Расчет №2, 2009.

4. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение в РФ: Учебник для вузов. - М.: Финансы и статистика, 2009

5. www.r62.nalog.ru// Статистическая налоговая отчетность УФНС России по Рязанской области

6. www.klerk.ru // Налоговики Рязанской области сократили долю поступлений в федеральный бюджет на 8%

*Сафонова А. - студентка 4 курса
РГУ им. С.А. Есенина,
Научн. рук. к.э.н. Сычева О.В.*

**ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС И ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА: ИНТЕРНЕТ
ФОРУМ АМЕРИКАНСКИХ И РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ**

Финансовый кризис 2008-2009 г.г. оказал влияние не только на все стороны экономической жизни американского общества, но и серьезным образом заставил задуматься значительную его часть над ценностями современной рыночной системы.

Американские ученые в области экономики, политологии, социологии рассматривая природу и причины финансового кризиса в своих исследованиях, все чаще говорят о несовершенстве современной системы хозяйствования и более того – крушении ценностей современного рынка.

Так, в феврале 2010 года в списке бестселлеров «Нью-Йорк Таймс» оказалась новая книга Раджа Патела «Ценность пустоты». Эта книга стала предметом обсуждения студентов Уэслиан колледжа (штат Северная Каролина, США), Андерсон-университета (штат Южная Каролина, США) и студентов экономического факультета РГУ им. С.А.Есенина.

Автор книги, Радж Пател (англ. Raj Patel) — родившийся в Великобритании американский учёный, журналист, активист борьбы за права человека, писатель, длительный период живший в Зимбабве, Южной Африке и Соединенных Штатах. Он получил известность благодаря публикации в 2008 году своей книги «Сытые и голодные: Тайная борьба за мировую продовольственную систему».

В книге «Ценность пустоты» представлены глубокие размышления автора о тех серьезных изменениях, которые необходимо сделать, чтобы спасти планету от финансового безумия.

Автор книги считает, что «нешуточное свертывание финансового сектора доказало, что величайшие знатоки точных наук, несмотря на финансовую поддержку сильных мира сего, не смогли выстроить пресловутую блестящую модель непрерывного процветания, вместо этого получив лишь пародию на торговлю, обмен активами и более того неминуемо обреченную на провал».

Книга начинается с замечания Оскара Уайльда о том, что "в настоящее время люди знают цену всему и ценность ничему". Данным высказыванием Пател показывает, что наша вера в цены как способ оценки мира неуместна. Автор отмечает, что «цена не отражает в полной мере ценности товара». «Это понятие на сегодняшний день превратилось в нечто показное. Резкий протест вызывает мысль, приводящая в ужас: вычислена цена человеческой жизни».

Радж Пател задает вопрос, как мы пришли к тому, что рынки заняли главенствующее место в современном мире? Он делает вывод: «Виденье мира через призму рынков вовлекло нас в беду. Все же великое преобразование было настолько глубоко, что трудно представить, что мы могли бы управлять миром любым другим способом. Мы цепляемся за миф о саморегулирующихся рынках,

несмотря на то, что они несовершенно, потому что без них мы чувствуем себя потерянными. Это - будто, мы все страдаем от слепоты Антона, названной так по имени австрийского невропатолога Габриеля Антона. Это - редкое заболевание, которое может возникнуть в результате удара или травмы мозга, при которой пациент, являясь слепыми, уверен, что он видит».

Обсуждение вопросов, затронутых Раджем Пателом в книге «Ценность пустоты» явилось главной темой Студенческого Международного Интернет Форума Sotsium.net. В рамках данного форума обсуждались следующие вопросы:

Причины современного кризиса: провал рынка или несовершенство ценностей капитализма.

Социальная ответственность бизнеса и потребителей в современном обществе.

Необходимость «переоценки» основных жизненных ценностей современного общества.

Анализируя ответы американских и русских студентов на вопросы о причинах и природе экономического кризиса, можно отметить, что заявление Раджа Патела в своей книге о том, что «причиной экономического спада стало пресыщение шаблонностью капиталистического духа. Ослепительный, манящий блеск рынка, свободного от ограничений, сделал людей слепыми к иному видению мира» нашло одобрение и понимание среди участников форума.

Многие студенты согласились с тем, что кризис является провалом идеи свободного рынка. Основные ценности капитализма такие как, стремление к приумножению собственного богатства и получению прибыли, являются причиной экономического кризиса. Многие люди закрывают глаза на экологические и социальные проблемы вокруг них, оправдывая свое поведение этими ценностями. Именно гонка за прибылью породила серьезные проблемы, связанные с возникновением «озоновых дыр», уничтожением тропических лесов, загрязнением водного и воздушного бассейнов и пр. Капитализм порождает и поощряет жадность, и это заставляет многих людей незаконно и неэтично, не неся ответственность за побочные эффекты их деятельности и дальнейшие разрушения. Участники форума считают, что восстановить баланс общества и природы возможно только ограничив рынки. Однако данное регулирование должно учитывать основные социальные и естественные ценности. Система должна заставлять компании работать не только ради себя, но и ради общества. С одной стороны рынок должен быть отрегулирован правительством, но с другой стороны, люди должны иметь право зарабатывать деньги, используя свои уникальные способности.

Студенты отмечают также, что исходя из исторической практики, кризисные явления происходят с довольно частой периодичностью. Они заставляют людей и правящие слои задуматься о выбранных ценностях и идеалах и переосмотреть их в сторону улучшения жизни общества. Конечно же, такие перемены не всегда проходят гладко и одобряются всеми, особенно, когда кризисы носят глобальный характер. Очень тяжело поменять мировоззрение всех людей в

один момент и заставить их жить по новым правилам.

Радж Пател в своей книге очень образно описывает данный аспект: «Это похоже на то, если бы однажды вы проснулись и поняли, что вы – таракан. Очень похоже на сюжет «Метаморфоз» Кафки. Мы все очутились в мире, перевернутом с ног на голову, где все, что, как нам говорили, идет нам на пользу, оказалось абсолютно противоположно. Чтобы понять все ошибки, необходимо полностью переоценить наш жизненный уклад. Нам понадобится не только новый способ взаимосвязи наших ожиданий от общества и экономики, основанные на избыточной самонадеянностью человеческой природе, но также и другая идеология управления обменом товаров и услуг».

Исторический опыт России и США очень разный. Во многом различно и восприятие рынка российскими и американскими студентами. Однако обсуждение на форуме показало, что есть общечеловеческие ценности, которые общество должно культивировать и ориентироваться на них, независимо от действующей системы хозяйствования.

Список литературы

Raj Patel. The Value of Nothing: How to Reshape Market Society and Redefine Democracy

<http://sotsium.ning.com/main/> - Интернет форум Sotsium.net

http://en.wikipedia.org/wiki/Raj_Patel

<http://www.infocrisis.ru/reasons.html>

*Сорокина Е. – студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Отто В.С.*

**ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ:
ПРЯМОЕ ИЛИ КОСВЕННОЕ ОБЛОЖЕНИЕ**

Транспортный налог на сегодняшний день, пожалуй, один из самых дискуссионных. По поводу механизма его установления, взимания и, что самое важное, расходования аккумулируемых средств разгораются серьезные споры: одни считают его справедливым и необходимым в современных российских условиях, а другие высказываются категорически против не только его действующей конструкции, но и как такого вообще. Это объясняется, во многом, тем, что плательщиками транспортного налога являются как физические, так и юридические лица – платить его должны владельцы практически всех транспортных средств, будь то автомобиль, самолет или баржа. Кроме того, особенности установления и уплаты транспортного налога, определяемые в зависимости от региональной «закрепленности» транспортных средств, облагаемых налогом, является еще одним основанием для его анализа и совершенствования.

Транспортный налог сегодня – это налог, взимаемый с владельцев зарегистрированных транспортных средств. Транспортный налог относится к региональным налогам. Величина налога, порядок и сроки его уплаты, формы отчет-

ности, а также налоговые льготы устанавливают органы исполнительной власти субъектов РФ. Федеральное законодательство определяет объект налогообложения, порядок определения налоговой базы, налоговый период, порядок исчисления налога и пределы налоговых ставок. Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации соответственно в зависимости от мощности двигателя, тяга реактивного двигателя или валовой вместимости транспортных средств, категории транспортных средств в расчёте на одну лошадиную силу мощности двигателя транспортного средства, один килограмм-силы тяги реактивного двигателя, одну регистровую тонну транспортного средства или единицу транспортного средства в следующих размерах: ставки могут быть увеличены (уменьшены) законами субъектов РФ, но не более чем в 10 раз. Кроме того, законами субъектов РФ могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в отношении каждой категории транспортных средств, а также с учётом срока полезного использования транспортных средств. Таким образом, каждый владелец транспортного средства, подлежащего налогообложению, обязан ежегодно уплатить сумму налога, которую за него определяет соответствующий налоговый орган.

В Государственную Думу внесена очередная идея взимания транспортного налога. Его предлагают включить в стоимость топлива на бензоколонках. Сейчас же размер транспортного налога вычисляет налоговая инспекция, исходя из мощности машины и региональных коэффициентов. Оплачивают же его сами автомобилисты по квитанциям. Кто выиграет от новой системы? И реально ли на нее сейчас перейти? На первый взгляд — все просто. Большой налог платит тот, кто больше потребляет бензина и чаще ездит. С мощностью машины тоже есть прямая связь: сотни лошадиных сил — это, как правило, отличный топливный аппетит, как следствие, высокий налог. Вроде бы, все логично. И во многих развитых странах принята именно такая система налогообложения: «Больше едешь — больше платишь, меньше едешь — меньше платишь».

На сколько потребуется повысить цены на бензин, чтобы хотя бы компенсировать отсутствие транспортного налога? Попробуем разобраться в этой ситуации, совершив последовательные расчеты.

I этап. Сколько бензина потребляют в России? По итогам 2010 года число зарегистрированных транспортных средств в Российской Федерации составило порядка 46,3 миллиона. Из них:

Легковых: 36,7 млн

Грузовых: 6,4 млн

Автобусов: 1,1 млн

Других (в основном — мототранспорт): 2,1 млн

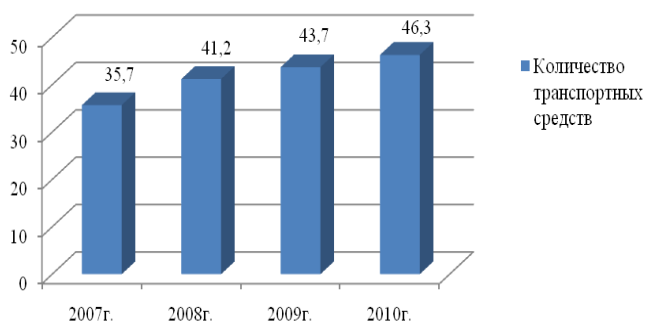


Рис.1. Динамика зарегистрированных транспортных средств в РФ за 2007-2010гг.

По данным независимого аналитического агентства «Автостат», российский автопарк представлен отечественными транспортными средствами лишь на три четверти, оставшиеся 25% - иномарки.

Потребление бензина на единицу транспортного средства:

Отечественный транспорт. Среднестатистический расход топлива – 8 литров на 100 км. Автостат дает цифру типичного пробега в 20 000 км/год. Таким образом: $0,08 \text{ л/км} \times 20\,000 \text{ км} = 1\,600 \text{ л}$.

Иностранный транспорт. Иномарки характеризуются повышенным потреблением топлива – в среднем на 10%, т.е. 8,8 литров на 100 км. При том же пробеге получаем: $0,088 \text{ л/км} \times 20\,000 \text{ км} = 1\,760 \text{ л}$.

Общее потребление бензина за год:

$$(46,3 \text{ млн} \times 75\%) \times 1600 + (46,3 \text{ млн} \times 25\%) \times 1760 = 74\,744 \text{ млн. л.}$$

Таким образом, согласно среднестатистическим данным по транспортным средствам в Российской Федерации, суммарное потребление бензина за год составляет порядка 75 млрд. л.

II этап. Сколько уплачивается транспортного налога? Ежегодно ФНС РФ публикует официальные отчеты о результатах своей деятельности. Так, согласно Отчету о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации (форма №1-НМ), по итогам 2010 года общая сумма поступлений по транспортному налогу составила **81 млрд 335 млн 901 тыс.руб.**

Таблица 1. Динамика поступлений транспортного налога (млн.руб.)

Год	Общая сумма	В том числе от организаций	В том числе от физических лиц
2006	31 474	13 487	17 986
2007	45 919	16 018	29 901
2008	58 148	17 679	40 469
2009	70 875	19 208	51 667
2010	81 336	20 279	61 057

III этап. Какой может быть цена бензина с «растворенным» в нем транспортным налогом? Новая конструкция транспортного налога должна обеспечить такие поступления, которые, как минимум, должны быть не меньше сегодняшних. В противном случае для государства разработка реформы и ее внедрение будут нецелесообразны, а лишь потребуют дополнительных расходов. В перспективе же предполагается поэтапное увеличение налоговых поступ-

лений от «растворенного» транспортного налога.

По данным Федеральная служба государственной статистики РФ средняя потребительская стоимость бензина марки АИ-95 по всем регионам России составляет 25 рублей за литр (от 24,15 руб/л в Томской и Омской областях, а также Хабаровском крае до 26,73 руб/л в Москве, Московской и Ленинградской областях). Исходя из этого, можно определить равновесную ставку налога на бензин:

$$(25 \text{ руб/л} \times ? \%) \times 74\,744 \text{ млн.л/год} = 81\,336 \text{ млн.руб/год}$$

$$(25 \text{ руб/л} \times ? \%) = 1,08$$

Таким образом, для того чтобы обеспечить налоговые поступления в бюджет на том уровне, на котором они находятся сейчас, то ставка нового транспортного налога должна составлять порядка 8% от стоимости бензина. И, следовательно, с реализацией такой реформы потребительская цена бензина будет составлять $25 \text{ руб/л} + 8\% = 27 \text{ руб/л}$.

В России, по данным Автостата, цены на бензин далеко не самые высокие в мире. Скорее, наоборот, одни из самых низких — 0,74 доллара за литр (если брать бензин марки АИ-95). Для сравнения, в Белоруссии — 0,95 долларов, в Украине — 1 доллар, в Германии — 1,8 долларов, в Норвегии — 1,96. Однако, если сравнивать цены на бензин в России с ценами на это топливо в других в странах-экспортерах нефти, то перед нами предстает совсем другая картина. Судите сами, жителям Венесуэлы литр бензина обходится в 0,016 долларов, Туркменистана — 0,23 долларов.

Всероссийский центр исследования общественного мнения (ВЦИОМ) публикует следующие расчеты, наглядно демонстрирующие как новая конструкция транспортного налога может отразиться на карманах автолюбителей:

Сравнивается сумма налога, которую платит сейчас в Москве владелец Lada Priora (двигатель 98 л. с.) с дополнительными тратами, которые возникнут после замены налога. Сегодня он должен заплатить государству в виде налога 686 рублей. Если ему хватает одного 43-литрового бака на неделю (это самый типичный пробег примерно 20 000 км в год), то при нынешней цене его годовые расходы на бензин составят 55 900 рублей. При цене 27 рублей за литр за год он потратит 60 372 рубля. Из них при ставке налога 8% государство получит 4830 рублей. Так что расходы среднего автовладельца на содержание дорог вырастут в разы.

Если же рассчитать налог, уплачиваемый владельцем престижного вседорожника БМВ-Х5 (4,4 л, 407 л.с.), то расклад будет совсем иным. Пока ему приходится платить аж 61 200 руб. (по 150 руб. за 1 л.с.) в год. Но при введении новой системы он переплатит за бензин всего лишь 5200 руб. Выходит, ему от новшеств сплошная прибыль!

Так какие же преимущества и недостатки у нового законопроекта?

Плюсы:

1. Снижение финансовой нагрузки на сезонных автовладельцев (дачников);
2. Стимуляция автовладельцев к покупке экономичных автомобилей;
3. Улучшение экологической обстановки;

4. Сокращение штатов налоговиков.

Минусы:

1. Стимуляция к утаиванию розничными торговцами (автозаправками) своих оборотов (левого топлива) и соответственно, недополучение казной налогов, а также, изобретение новых криминальных схем для оптимизации налогообложения с превращением розничного топлива в оптовый;
2. Увеличение нагрузки на сельское хозяйство;
3. Возможное удорожание проезда на общественном транспорте;
4. Стимуляция автовладельцев к покупкам дорогих иномарок.

Таким образом, «первый минус» очевиден и приведет к новому витку коррупции в данной сфере. «Второй минус» будет призван усугубить положение сельского хозяйства, применяющего старую прожорливую технику, что поднимет себестоимость продукции, а также, заставит больше ходить пешком сельчан – владельцев УАЗиков, Нив и ГАЗиков. И главный – «четвертый минус», может способствовать резкому снижению конкурентоспособности отечественных автопроизводителей.

Однако, не смотря на все возможные отрицательные последствия новой конструкции транспортного налога и его «растворения» в бензине, Министерство финансов Российской Федерации как главный инициатор реформы не оставляет попыток на ее реализацию. Детальная проработка законопроекта и осуществление жесткого контроля за практической реализацией его положений может явиться первым шагом на пути коренного реформирования дорожно-транспортного хозяйства.

Томина Н., Тренина Ж., Ямбаева Н. – студенты Рязанского института (филиал) МГОУ

МЕТОДЫ ПОБУЖДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ВХОЖДЕНИЮ В МАЛЫЙ БИЗНЕС

В последние годы в Российской Федерации придан импульс развитию малого бизнеса. Вхождение молодежи в эту сферу будет способствовать подготовке кадров с предпринимательскими компетенциями и скорейшему жизненно необходимому переходу страны на инновационный путь развития. В настоящее время существует ряд мер, направленных на поддержку молодежного предпринимательства, однако существуют проблемы, влияющие на готовность молодых людей создавать самостоятельные проекты. Среди них:

1. Социальные настроения: У молодежи слабо выражен дух предприимчивости, предполагающий готовность идти на риск, создавать новое.
2. Восприятие предпринимателей массовым сознанием: Молодежь воспринимает предпринимательство как деятельность, связанную с преодолением трудностей, а не с достижением успеха.
3. Содержание образования: В традиционных вузах даются необходимые экономические знания, но не формируются поведенческие компетенции и сти-

мулы, необходимые для вхождения в предпринимательскую среду..

4. Стартовые условия: Меры, предпринимаемые в направлении поддержки малого бизнеса, для молодежи не результативны.

5. Информативность: Молодежь слабо информирована об организациях, осуществляющих государственную поддержку малого предпринимательства.

Одним из важнейших элементов фундамента новой экономической стратегии, нацеленной на инновационность, должны стать сообщества молодых, инициативных, нетрадиционно мыслящих предпринимателей, готовых к риску и социальной ответственности. Отсюда необходимо выстроить единую комплексную систему, побуждающую молодежь к вхождению в малый бизнес, воспитывающую российских предпринимателей нового поколения. Для создания такой системы нужно, по нашему мнению, осуществить следующее:

Создать информационный региональный молодежный сайт, из которого молодежь сможет узнать об организациях, оказывающих поддержку малому бизнесу, о сообществах молодых предпринимателей, о конференциях по обмену опытом и др.

Учредить в традиционных вузах факультативы/курсы для начинающих бизнесменов, на которых студенты, обучающиеся на разных специальностях, могут усвоить экономико-правовую информацию о бизнесе:

- как найти рыночную нишу и учредить фирму;
- как провести маркетинговые исследования и составить бизнес-план;
- где и каким образом получить нужную поддержку и кредит;
- как грамотно вести бухгалтерский учет, минимизировать налоги, инвестировать доходы в развитие бизнеса;
- какие законодательные акты в Российской Федерации и как регулируют бизнес в современных экономических условиях.

На курсах обязательно должна быть и психолого–педагогическую подготовка, направленная на формирование у молодежи деловых качеств и развитие способностей, установок на оптимизм и уверенность в своем будущем.

Таким образом, обладая необходимыми компетенциями в области управления малым предприятием, имея мотивы и стимулы создать свою фирму, обладая поддержкой со стороны государства и региональных сообществ, большинство из представителей деятельной молодежи сможет учредить свое дело, продвинуть свой продукт на всероссийский рынок. Это позволит преодолеть последствия мирового экономического кризиса, сформировать новые эффективные направления экономического развития общества и ориентировать молодежное сознание на созидание.

Библиография

1. Балашова И.А. //Российское предпринимательство. – 2008, №2.
2. Жуликов П.П., Фузеев А.С. Основы предпринимательства. - М.: Либроком, 2009.
3. Колодня Г.В. В чем состоит основы феномен российского предпринимательства.//Российское предпринимательство- 2008.
4. Котельников В. Тен 3. Предпринимательское лидерство. Иницируй

инновации, быстрые перемены и веди за собой людей. – М.: Эксмо. 2007.

*Тэсида Я. - студентка Югорского
государственного университета
Научн. рук.: ст.преп. Коростелева В.В.*

ЭВОЛЮЦИЯ НАЛОГА НА ИГОРНЫЙ БИЗНЕС

Аннотация

Развитие рыночных отношений легализовало некоторые виды деятельности, среди которых игорный бизнес занимает немалое место. В настоящее время игорный бизнес - бурно развивающаяся отрасль в инфраструктуре отдыха и развлечений. Отсутствие опыта регулирования этого вида деятельности, неоднозначное отношение населения и законодателей к появлению индустрии азартных игр определяют необходимость четко выстроенной политики в его отношении. Одним из механизмов такого регулирования в демократических странах с развитыми налоговыми системами традиционно выступают в своем дополняющем сочетании достаточно жесткая лицензионно-разрешительная система и налоговые стимуляторы развития соответствующего вида экономической деятельности в четко отведенных территориальных зонах.

Статистика современного игорного бизнеса берёт начало с советских времён. А именно - с 1988 года. По сохранившимся обрывочным данным можно сделать вывод, что на начало 1991 года в стране работали три казино и было всего около 500 игровых автоматов.

Игорный бизнес стал потихоньку появляться в регионах, в основном стараниями работавшей к тому моменту Ассоциации деятелей игорного бизнеса.

В 1994 году ситуация уже кардинально изменилась. Согласно статистике налоговых органов на начало 1994 года в 87 субъектах Российской Федерации (из 89) было зарегистрировано 496 компаний, занимающихся игорной деятельностью.

В 1995-1996 годах игорный бизнес всё больше и больше набирает обороты. В стране работает отраслевая общественная организация – Ассоциация деятелей игорного бизнеса, наладившая диалог с местными властями (в основном с правительством Москвы). Бизнес живёт, развивается, его слушают, понимают. Однако отсутствие необходимого правового регулирования и сверхвысокое налогообложение по-прежнему не позволяло в должной мере наладить конструктивный диалог с федеральной властью и определить место игорного бизнеса в экономической и социальной жизни России.

Игорный бизнес развивался всё интенсивней и интенсивней. К середине 1998 года в стране работало более 800 игорных заведений. В 1998 году на территории Российской Федерации официально работало 1402 игорных заведения. Этому способствовало, прежде всего, принятие Закона «О налоге на игорный бизнес», который дал сильный толчок постепенной легализации игорного бизнеса на территории Российской Федерации.

В январе 1999 года работало уже более 1100 залов игровых автоматов и зарегистрировано более 17 тысяч игровых автоматов, а в конце 2000 года на территории Российской Федерации находилось уже более 2100 залов игровых автоматов, в которых насчитывалось около 32 тысяч игровых автоматов с денежным выигрышем.

В конце 2000 года на территории Российской Федерации функционировало более 2700 игорных заведений, в которых было размещено: 2581 игровой стол, 34 294 игровых автомата, 127 букмекерских контор и 48 касс тотализаторов.

Таким образом, в течение рассматриваемого периода в общем по Российской Федерации наблюдался постоянный рост как общего количества игорных заведений, так и каждого вида объектов обложения налогом на игорный бизнес, зарегистрированных в налоговых органах.

Число занятых в игорной индустрии людей согласно экспертным оценкам в 1998 году составляло 80 тысяч человек, в 1999 году – 100 тысяч, а к 2000 году приблизительно равнялось 120 тысячам человек. Число занятых в игорной индустрии людей согласно экспертным оценкам в 2001 году приблизительно равнялось 150 тысячам, в 2002 году – 200 тысяч, в 2003 году – 300 тысяч, в 2004 году – уже 500 тысячам, в 2005-2006 годах – 550 тысячам человек.

В период 2001 – первой половины 2006 года деятельность по организации и проведению азартных игр и пари на территории Российской Федерации согласно имеющимся статистическим данным характеризуется сильным количественным ростом игорного оборудования, а именно: игровых автоматов с денежным выигрышем. Это связано, прежде всего, с проникновением игорного бизнеса в регионы, где до этого времени он присутствовал незначительно.

До середины 2005 года в России шёл достаточно бурный рост производства игорного оборудования и комплектующих к нему.

Однако в связи с отсутствием соответствующего постановления Правительства РФ деятельность многих производящих компаний была либо приостановлена, либо диверсифицирована

Начиная с 1 января 2005 года производство игорного оборудования, количество продаж, а также сдача его в аренду на территории Российской Федерации постепенно снижались, к середине 2006 года легальное производство и продажа сократились практически до нуля. Связано это со вступившими в силу 16 июля 2005 года поправками к Федеральному закону «О лицензировании отдельных видов деятельности», согласно которым производство игорного оборудования стало лицензируемым видом деятельности.

В ходе проведенного фондом «Общественное мнение» опроса, было выявлено, что игровые автоматы в России можно встретить, по всей видимости, на каждом шагу: 74% опрошенных сказали, что рядом с местом их жительства стоят игровые автоматы. В городах этот показатель достигает более 85%. Большинство респондентов отмечают, что за последний год количество игровых автоматов у них в населенном пункте увеличилось. Репутация у них не самая лучшая: 48% опрошенных (или две трети тех, у кого автоматы есть рядом

с домом) выступают за то, чтобы количество игровых автоматов в их населенном пункте было уменьшено, и только 18% говорят, что для них эта проблема не имеет значения.

Новая веха в развитии игорного бизнеса в России появилась в 2006 году, когда президент Владимир Путин прямо заявил, что пришло время государству вмешаться в игорный бизнес, и упорядочить его.

В итоге, решено было создать в России четыре игорные зоны, которые объединили бы в себе все казино страны, и предоставляли свои услуги цивилизованно, под серьезным контролем со стороны государства.

Согласно федеральному закону России № 244-ФЗ от 29 декабря 2006 года «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», с 1 июля 2009 года игорным заведениям в России разрешено действовать только в четырёх специально отведённых для этого местах (так называемых игорных зонах):

- «Приморье» — в курортной зоне Уссурийского залива (Приморский край);
- «Сибирская монета» — в Алтайском районе Алтайского края;
- «Янтарная» — в окрестностях посёлка Янтарного Калининградской области;
- «Азов-сити» — на территории Щербиновского района Краснодарского края и Азовского района Ростовской области.

На всей остальной территории России игорные заведения оказались запрещены. Исключение составляют тотализаторы и букмекерские конторы.

В ходе проведённого ВЦИОМ в июне 2009 года опроса выяснилось, что только 6 % россиян играли в азартные игры. Из них 33 % решили отказаться от этого увлечения после вступления закона в силу, 28 % не определились, а остальные будут искать альтернативу — от интернет-казино до поездок в игорные зоны. Приветствовали новый закон 70 % опрошенных, а 14 % были против; 23 % опрошенных не знали о новом законе.

По данным опроса, проведённого в июне 2009 года маркетинговой компанией *Profi Online Research* среди жителей городов-миллионников, 72 % респондентов приветствовали закрытие игорных заведений, а 19 % были против; 7 % опрошенных отнеслись к этому безразлично, а 2 % не знали об их закрытии. Воспользовались их услугами (только за первую половину 2009 года) 43 % опрошенных, из них 58 % сказали, что готовы играть в интернет-казино, а 9 % отвергли эту идею. Остальные 33 % не определились

В период с 2006г по 2009г. поступления от налога на игорный бизнес в бюджет ХМАО сократились на 53%, это могло произойти вследствие уменьшения количества налогооблагаемых объектов. Только с 2008г по 2009г это количество уменьшилось на 961 объект. Как известно, с 1 января 2007 года вступил в силу Федеральный закон "О государственном регулировании деятельности по организации азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации", запрещающий после 1 июля 2009 года дея-

тельность всех игорных заведений вне специально созданных, а их в России будет четыре, игорных зон. Вместе с тем запрет не распространяется на деятельность букмекерских контор и тотализаторов. Закон также установил право субъектов РФ принимать решения о запрете либо об ограничениях на деятельность определенных видов игорного бизнеса. В рамках реализации данного права думой Ханты-Мансийского автономного округа в июне 2007 года принят окружной закон "О запрете деятельности по организации и проведению азартных игр в залах игровых автоматов", запрещающий эту деятельность с 1 января 2008 года.

Деятельность игорных заведений приводится в соответствие требованиям законодательства. Закрытие залов игровых автоматов или изменение их статуса путем перевода в формат казино, вызвало сокращение числа зарегистрированных в налоговых органах игровых автоматов, и увеличение числа игровых столов. По данным УФНС РФ по ХМАО-Югре, число игровых автоматов сократилось с 7616 единиц (на 1 января 2007 года) до 3306 единиц (на 1 апреля 2008 года). Вместе с тем, число игровых столов увеличилось с 86 единиц (на 1 января 2007 года) до 279 единиц (на 1 апреля 2008 года), кассы букмекерских контор и тотализаторов на территории автономного округа отсутствуют.

Сумма поступления налога на игорный бизнес в 2006 году составляла 610,1 млн. рублей или 0,4% в общем объеме налоговых доходов консолидированного бюджета автономного округа, в 2007 году соответственно 566,3 млн. рублей или 0,3%, за январь-апрель 2008 года – 134,1 млн. рублей или 0,2%.

Учитывая изменения количественного и качественного составов объектов, облагаемых налогом на игорный бизнес, с целью предотвратить снижение темпов поступления налога, Правительство ХМАО-Югры предложило увеличить ставки налога за игровые столы, кассы букмекерских контор и тотализаторов до максимального размера, предусмотренного положениями Налогового кодекса Российской Федерации. Следует отметить, что более чем в 40 регионах России ставки налога на игорный бизнес установлены в максимальном размере. Таким образом, после принятия окружного закона размер ставок для всех игорных заведений, находящихся на территории автономного округа, ежемесячно будет составлять: за один игровой стол – 125 тыс. рублей, за один игровой автомат – 7500 рублей, за одну кассу тотализатора или одну кассу букмекерской конторы – 125 тыс. рублей. Увеличение ставок за один игровой стол, одну кассу букмекерской конторы или тотализатора до максимального размера (125 тыс. рублей в месяц) исходя из фактически зарегистрированного количества объектов, позволило дополнительно привлечь в 2009 году в доход бюджета автономного округа 125,6 млн руб. Закон о внесении данных изменений принят думой Югры в окончательном чтении и вступит в силу с 1 января 2009 года.

По данным ФНС по Краснодарскому краю количество налогооблагаемых объектов с 2007 по 2009 г сократилось на 44,5%. Это, в свою очередь, отрицательно повлияло на динамику поступления изучаемого налога на 52,3%. Также отрицательная динамика наблюдается в Калининградской области. Здесь налоговые поступления сократились за три года на 291 697 000 руб. Распоряжение правительства РФ о создании зоны подписано 17 января 2008 года. Поступления

налогов в бюджет Приморского края с 2009 по 2010 сократились на 570 739 000 руб. В Алтайском крае налоговые поступления уменьшились на 59,7%. Вследствие уменьшения поступлений налогов на игорный бизнес в бюджет субъектов РФ, отрицательную динамику имеют и поступления в бюджет РФ. Здесь поступления уменьшились за три года на 58%.

В октябре 2006 года игорный бизнес дал стране 30 млрд руб. налогов (из них 10 млрд руб. — Москве), а по итогам 2005 года ежегодный оборот рынка превышал \$1 млрд, налоговые отчисления — \$100 млн.

На момент закрытия игорных заведений глава Совета Федерации РФ Сергей Миронов оценивал легальный оборот игровой отрасли в России в \$6 млрд, нелегальный — «как минимум втрое больше». Ежемесячный оборот всех аттестованных в России покерных клубов на момент вступления закона в силу газета «Коммерсантъ» оценивала в 70 млн руб.

За 2008 год оборот игорного бизнеса в России компания *PriceWaterhouseCoopers* оценивала в \$3,6 млрд. По оценке экономического обозревателя РИА «Новости» Влада Гринкевича оборот предприятий российского игорного бизнеса в 2008 году в \$5,9—6 млрд. По данным председателя комитета по экономической политике и предпринимательству Госдумы РФ Евгения Фёдорова, в 2008 году российский бюджет от игровой деятельности получил 24 млрд руб.

По данным Московской городской думы на июнь 2009 года, доходы Москвы от поступлений налога от игорного бизнеса составляли 6 млрд руб. в год, аналогичные доходы Санкт-Петербурга — 3,5 млрд руб.

Игорные заведения в современной России являются очень важным элементом экономической системы, и в первую очередь - по получению сверхдоходов - достаточно влиятельными группами общества. Поэтому прямой отказ от этого источника доходов, источника быстрых и легких денег, ожидать не следует, поскольку заменить игорный бизнес по уровню рентабельности чем-то сопоставимым, особенно в условиях кризиса, практически невозможно.

С учетом закона о переносе игорного бизнеса из городов в определенные зоны следует ожидать трансформации этого бизнеса в те формы, которые не попадают под ограничения закона.

Стихийность и непредсказуемость игорного рынка не позволяют планировать бизнес предпринимателям, рассчитывающим на долгосрочную перспективу, что, в свою очередь, влечёт хаотичность и алогичность развития игровой отрасли в целом.

Для исправления сложившейся ситуации и стабилизации поступлений налогов в российский бюджет требуется коренное изменение политики властей по отношению к отрасли и выработка путей сотрудничества предпринимателей и государства — на основах стабильности, открытости и добросовестности.

Оценивая работу, проведенную местными властями будущих игорных зон, и властями страны, любой здравомыслящий человек сегодня может сказать, что реализация плана по переносу казино в игорные зоны сорвалась.

На данный момент мы имеем тысячи казино, ушедших в теневой бизнес,

не построенные игровые зоны, и неясные перспективы решения вопроса азартных игр вообще. При нулевом уровне, демонстрируемом местными властями, и столь же нулевом финансировании, идею игорных зон скоро придется похоронить. А ведь это миллионы рублей налоговых сборов в казну, которых недостигается бюджет.

*Усачева И. – студентка 3 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: ст. преп. Городцова О.В.*

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕГИОНЕ

Демографическая ситуация является одной из самых серьезных проблем социально-экономического развития нашего общества. Демографическое развитие нашего региона является отражением демографических процессов, происходящих на уровне Российской Федерации. Проанализируем демографическую ситуацию в Рязанской области за последнее десятилетие.

Численность населения: С 2000 года по 2010 год изменения в численности населения, как страны, так и Рязанской области остаются негативными. За указанный период сокращение численности населения Рязанской области составило 9,6 % - с 1 млн.274 тысяч 500 тысячи человек в 2000 году до 1 млн. 151 тысячи 439 человек в 2010 году [2. С.8]. Ежегодно в нашем регионе умирает 1%-1,3% населения. Для нашего региона характерна тенденция превышения числа умерших над числом родившихся в 2-2,5 раза. По-видимому, эта тенденция приняла затяжной характер и на длительную перспективу [1].

В настоящее время Рязанская область занимает одиннадцатое место в ЦФО и 43 место в РФ по численности населения. Наша доля в численности ЦФО составляет 3,2%.

Поло-возрастной состав, урбанизация: В Рязанской области, как и во всей Российской Федерации, сохраняется превышение численности женщин над численностью мужчин. Соотношение полов выглядит следующим образом: сегодня в регионе 54,8 % - женщины, 45,2% - мужчины. Количество мужчин за исследуемый период уменьшилось на 56,7 тысяч человек, тогда как женщин – сократилось на 50,6 тысяч человек [1]. Диспропорция полов порождает целый комплекс социальных проблем: трудно выйти замуж, создать семью, дети растут в неполных семьях, падает уровень жизни и пр.

Из общей численности населения региона – 70,9% - горожане, 29,1% - жители села [2. С.20]. Количество городского населения с 2000 года выросло на 2,4%. По степени урбанизации наш регион уступает средним значениям по стране (73-74%) и ЦФО (80,8%). Процесс субурбанизации в Рязанской области, как и в Российской Федерации, в целом, находится в стадии становления.

За исследуемый период количество детей и подростков сократилось с 15,3% до 12,8% от общей численности населения, т.е. на 45 тысяч 485 человек. В России доля лиц этой возрастной категории составляет сегодня 16,1%, в ЦФО –

13,9%, т.е. наш регион отстает от средних показателей [1]. Численность лиц старше трудоспособного возраста уменьшилась за данный период на 38 тысяч 898 человек и составила сегодня 26,8% от общей численности населения региона, причем, в сельской местности этот показатель значительно выше – до 28,4% [2. С.21]. По международной классификации население считается старым, если удельный вес лиц в возрасте 65 лет и более в общей численности населения превышает 7%. К сожалению, в нашем регионе процесс старения и в дальнейшем получит свое развитие. Доля лиц в трудоспособном возрасте выросла с 60,8% в 2000 году до 64,5% в 2010 году [1]. Особенностью нашего региона является рост числа лиц трудоспособного возраста на фоне общего снижения численности населения региона вплоть до 2007 года. С 2008 года ситуация меняется, сказываются последствия демографической ямы 90-х годов прошлого столетия. В последующие годы показатель демографической нагрузки (количество жителей моложе и старше трудоспособного возраста на 1000 человек в трудоспособном возрасте) будет возрастать.

Рождаемость: Рязанская область входит в число трех регионов ЦФО с наиболее низким уровнем рождаемости (включая Тульскую и Воронежскую области). Показатель рождаемости в регионе за анализируемый период вырос с 7,0 до 10,2 человек на 1000 [2. С.23], однако остается ниже общероссийского показателя (12,6) и среднего по ЦФО (10,8) [1]. С учетом проводимой государством политики в области демографии (выплата материнского капитала, увеличение различных пособий, строительство перинатальных центров и пр.) ожидается рост уровня рождаемости среди городского и сельского населения. Однако увеличение уровня рождаемости не восстановит ее уровня 1990 года. По России суммарный коэффициент рождаемости может вырасти, но характер рождаемости сегодня определяется массовым распространением малодетности. Типичными являются семьи, имеющие одного (73,4%) или двух (23,4%) детей. И лишь 3,2% семей в Рязанской области имеют трех и более детей. Происходит рост внебрачной рождаемости (сегодня каждый четвертый ребенок рожден вне официального брака и в 70 случаев из 100 в графе отец имеет прочерк) [1].

Смертность: Достаточно высоким остается в регионе показатель смертности: в 2010 году он составил 18,1 человек на 1000 населения, против 19,3 человек в 2000 году [2. С.23] (для сравнения – в стране данный показатель равен 14,2 человек на 1000 населения, а в ЦФО -15,5). Выше Рязанской области данный показатель в Владимирской (17,4), Смоленской (19,2), Тверской (20), Ивановской (18,6) и Тульской (19,4) областей. Основными причинами смерти остаются болезни системы кровообращения (56,8% от всех умерших, в целом по России -56,9%), новообразования (12,7%, по РФ -13,9%). Ощутимые потери несет ежегодно население в результате гибели от несчастных случаев, отравлений и травм (11,8% в регионе и 13,9% по России) [1].

Резкое снижение рождаемости в конце 80-х, начале 90-х годов прошлого столетия привело к усилению процесса демографического старения. Средний возраст рязанца сегодня 41,7 года (по РФ – 38,89 год, по ЦФО –40,98года) [1].

Сохраняется существенная гендерная дифференциация в продолжитель-

ности жизни: женщины в среднем живут дольше мужчин на 15 лет в городских поселениях и на 17 лет – на селе.

Превышение мужской смертности над женской характерно, в той или иной мере, для всех экономически развитых стран мира, что носит как исторический, так и биологический характер и объясняется социальной ролью мужчин в обществе. Однако, различие в уровнях смертности мужчин и женщин нигде так не велико, как в нашей стране.

Миграция: В этих условиях миграция становится важным фактором, способным не только ослабить негативную тенденцию сокращения численности, но и может повлиять на социальную структуру населения области, способствовать омоложению его возрастного состава. Сегодня регистрируемый миграционный прирост составляет лишь около 16,0% от уровня 1995 года, когда мигранты на 60,0% покрывали естественную убыль населения. Однако, оптимизация миграционных процессов, увеличение миграционного притока населения не могут рассматриваться как панацея в решении проблем демографической динамики.

Демографическая политика региона: В регионе принята и действует «Концепция демографического развития Рязанской области до 2015 года», областная целевая программа, в соответствии с которыми приоритетными направлениями должно стать оздоровление населения, снижение его смертности, особенно в трудоспособном возрасте, повышение продолжительности жизни.

Негативные демографические тенденции и явления следует рассматривать как реальные и потенциальные угрозы устойчивому развитию нашего региона не только сегодня, но и в перспективе. Решение демографических проблем является достаточно сложной задачей, требующая целенаправленных мер, учитывающая их инертность и длительность достижения ожидаемого результата, значительных финансовых вложений. Только комплексное решение демографических проблем может дать положительный результат и обеспечить поступательное развитие государства и общества в целом. Решить проблемы демографии в рамках отдельно взятого региона невозможно. Это задача всероссийского масштаба.

Литература:

1. Население [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. URL: http://ryazstat.gks.ru/](http://ryazstat.gks.ru/)
2. Рязанская область в цифрах: 2011 [Текст] : Стат. Сб. / Рязаньстат.- Рязань, 2011.

***Федюшкина Е. - студентка РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: к.э.н. Карвицкая Г. В.***

МОЛОДЕЖЬ КАК ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ РЕКЛАМЫ

Как известно, реклама- это двигатель торговли. Действительно, каким бы качественным ни был товар, в условиях рыночной экономики и свободной кон-

курении реклама является важнейшим средством для привлечения внимания покупателя к товару или услуге.

Одним из ключевых факторов разработки рекламы является целевая аудитория. Она представляет собой группу людей, на которых направлена рекламная компания и определяется такими социо- демографическими показателями, как пол, возраст, уровень достатка и др.

На современном этапе развития экономики и общества одной из наиболее привлекательных целевых групп является молодежь. Каждый день на рынке появляются новые молодежные бренды, которым в первую очередь нужно заявить о себе, чтобы в условиях конкуренции завоевать внимание своих потребителей.

Молодежь, как целевая аудитория рекламы, имеет свои особенности. Категория молодежи как возрастной группы от 15 до 24 лет включает в себя более мелкие подгруппы: 15-17 лет, 18-20, 21-24. Они имеют различный социальный статус, материальные возможности, потребности и интересы. Но в то же время все молодые люди подвижны, много общаются, жаждут новых впечатлений, их привлекают яркие цвета, громкая музыка, скорость. Эти факторы должны быть учтены при разработке рекламной кампании. И это дает создателям рекламного продукта широкий простор для деятельности.

На молодых людей как на целевую аудиторию рекламы оказывают влияние различные важные элементы бренда. И первый из них это **нейминг** (от англ. Name- имя). **Название** — первое, что потребители узнают о новой марке, первый элемент любого контакта продукта с потребителем. Можно сказать, что хорошие названия должны передавать сущность продукта, подчеркивать уникальность товара, захватывать внимание потребителя звучанием, соответствовать имиджу бренда, быть простыми для запоминания, создавать аудиовизуальный образ в памяти потребителя, внушать доверие, вызывать положительные эмоции. В Японии говорят, что имя — это судьба. Опыт мирового маркетинга показывает, что яркое, звучное, запоминающееся название бренда способствует укреплению его позиций на рынке.

Нейминг особо важен для молодежных товаров, т.к. у целевой этой группы свой особый, быстро меняющийся язык. Имя товара должно быть понятно молодежной массе, но при этом разработчики не должны выйти за грань вульгарности; использовать быстроменяющийся молодежный сленг и эпатажные слова в нейминге опасно, особенно в расчете на долгосрочную перспективу.

При разработке бренда важно оценить конкурирующие товары. Большую часть молодежной группы можно отнести к сегменту «искателей». Они как бы пробуют на вкус товары различных фирм. Поэтому разрабатываемый бренд должен быть похожим на остальные марки, но в то же время иметь свою особую черту- изюминку.

Цена молодежного товара должна быть умеренной и «не кусачей», т.к., во-первых, молодые люди 15-20 лет чаще всего зависимы от родителей и финансово ограничены, а во-вторых, непостоянство подталкивает молодежь покупать недорогие вещи, но менять их часто.

Молодые люди часто зависимы от мнения окружающих. Они не хотят от-

ставать, быть немодными. Поэтому, чтобы завоевать покупателей, новый молодежный бренд не должен оставаться на ступени популярности ниже, нежели бренды аналогичных товаров.

Одной из компаний, ориентирующихся на молодых покупателей, стала компания SELA, начавшая свою деятельность в 1991 году с поставок одежды в Россию. В 2000 году появилась первая реклама марки. Рекламный слоган «SELA – одежда, с которой не расстаться!» был направлен на низкодоходную часть населения.

В 2002 году компания приняла решение о репозиционировании бренда. Самой активной группой среди покупателей SELA была молодежь. Она и стала целевой аудиторией марки. Согласно маркетинговым исследованиям компании SELA, для молодежной аудитории характерны осведомленность о брендах, высокие затраты на приобретение одежды, значимость известности бренда и приверженность к цивилизованным формам торговли. Исходя из этого, компания стала выстраивать новую концепцию марки, позиционируя ее как молодежную одежду для активного отдыха (casual wear).

Новый рекламный слоган компании звучит как «Feel the same!» и принципиально не переводится на русский язык. Английский подчеркивает интернациональный характер марки и делает ее более привлекательной.

В рекламной кампании SELA делает упор на «тинейджерский» журнал Cool, а также на более «взрослые» Cosmo и Men's Health (затрачивая на прессу 47% от общего рекламного бюджета), активно задействует радио (32% рекламного бюджета) и телевидение (11%). На проведение маркетинговых акций идут оставшиеся 10% рекламных средств. В качестве спонсора компания участвует в массовых молодежных мероприятиях: музыкальном конкурсе «Бомба года» радиостанции «Динамит», фестивале молодых дизайнеров «Модный десант», спонсирует гастролы группы «Мумий Тролль», одевает ведущих молодежного телеканала Муз-ТВ.

По данным компании, в результате всей маркетинговой программы уровень восприятия марки SELA как молодежной среди целевой аудитории повысился на 11%, спонтанная узнаваемость марки выросла с 20% в 2000 году до 43% в начале 2004-го и 79% в 2008, число потребителей, считающих SELA модной молодежной маркой увеличилось с 13% в 2000 до 24% в 2004 и 84% в 2008.[1]

Следует сделать вывод от том, что правильный выбор целевой аудитории – огромный шаг, приближающий компанию к успеху. И на современном этапе молодежь – одна из наиболее выигрышных групп потребителей.

Список литературы

1. www.sela.ru
2. ru.wikipedia.org
3. www.strategy.com

*Харченко Л. - студентка 4 курса
АПУ ФСИН РФ*

**ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ ТАРГЕТ – КОСТИНГ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Сама идея, положенная в основу концепции таргет-костинг, несложна и революционна одновременно. Японские менеджеры просто вывернули "наизнанку" традиционную формулу ценообразования:

Себестоимость + Прибыль = Цена,
которая в концепции таргет-костинг трансформировалась в равенство
Цена - Прибыль = Себестоимость

Т. е. система таргет-костинг, в отличие от традиционных способов ценообразования, предусматривает расчёт себестоимости изделия, исходя из предварительно установленной цены реализации. Эта цена определяется с помощью маркетинговых исследований, фактически являясь ожидаемой рыночной ценой продукции.

Покажем на примере как таргет-костинг может помочь в управлении себестоимостью продукции.

Допустим, компания «Альфа» производит сок и минеральную воду. Какое-то время она была безусловным лидером отрасли. Неожиданно спрос на продукцию «Альфы» начал медленно падать. Поэтому коммерческий директор предложил начать производить сладкую газированную воду.

Маркетинговый департамент компании получил задание исследовать новый рынок и найти свободные ниши с невысокой конкуренцией. Исследование показало, что, хотя рынок и насыщен напитками, потребителям нужна сладкая газированная вода по сравнительно невысокой цене. В результате опросов потенциальных покупателей маркетологи определили их требования к будущему продукту и выяснили, насколько эти признаки важны для потребителей (таб)

№	Потребность	Приоритет (вес)	Целевая стоимость, рублей	Функция(характеристика)	Фактическая стоимость, рублей (Состав продукта)
1	Легкая упаковка	0,4	3,4	Пластиковая тара	Пластиковая упаковка 3,6
2	Низкая калорийность	0,1	0,85	Без сахара	Сахарозаменитель 0,8
3	Минимальное количество химических добавок	0,3	2,55	Консервант № 1 или № 2	Консервант № 1 4
4	Длительный срок годности	0,1	0,85	Консервант № 1 или № 2	Пищевой краситель № 2 0,3
5	Легкость отстирывания при попадании на одежду	0,1	0,85	Возможные варианты пищевых красителей: № 1, № 2	
	Итого	1	8,5		8,7

Далее определили предполагаемый годовой объем продаж нового продукта – 1 миллион бутылок. Затем был проведен ряд опросов покупателей. После чего маркетологи предложили установить рыночную цену товара в размере 10 рублей.

Норма прибыли при этом, по расчетам финансового директора, должна остаться той же, что и для других подобных продуктов компании, – 15 процентов. Таким образом, зная это, а также планируемый объем продаж и рыночную цену, можно рассчитать целевую себестоимость продукта:

$$10 \text{ руб.} - 10 \text{ руб.} \times 15\% \text{ нормы прибыли} : 100\% = 8,5 \text{ руб.}$$

Сравним это значение с фактической себестоимостью. Производить новый продукт предполагалось по той же технологии, что и выпускаемые ранее товары. Учитывая это, была рассчитана фактическая себестоимость нового напитка по аналогии с минеральной водой и соком. Предположительно она должна была составить 11,8 рубля за одну бутылку. Эта сумма состояла из расходов на:

собственное производство пластиковых бутылок – 4,7 рубля;

сахар – 2 рубля;

консервант для максимального увеличения срока годности – 3,5 рубля;

пищевой краситель для придания цвета – 1,6 рубля

Выясним, насколько фактическая себестоимость новой продукции превысила целевую:

$$11,8 \text{ руб.} - 8,5 \text{ руб.} = 3,3 \text{ руб.}$$

Работать над снижением этой суммы должны были все, кто участвовал в разработке товара.

Можно найти целевую стоимость компонентов, которые определили потребители. (таб) Рассчитаем эту величину на примере потребности покупателей в легкой упаковке. Для этого планируемую себестоимость умножим на значение приоритета:

$$8,5 \text{ руб.} \times 0,4 \text{ руб.} = 3,4 \text{ руб.}$$

Таким образом, предприятию пришлось бы тратить 3,4 рубля на бутылку, чтобы удовлетворить потребность клиентов в легкой таре.

Технологи выделили основные характеристики нового продукта, которые соответствовали пожеланиям потребителей. Эти признаки отражены в таблице .

После этого технологи вместе с финансистами начали разрабатывать новый продукт. При этом расходы на его производство не должны были превышать целевую стоимость. Например, чтобы произвести одну пластиковую упаковку в собственном цехе, компании необходимо 4,7 рубля. А по плану тара должна была стоить не больше 3,4 рубля. Оказалось, что на рынке существовало несколько поставщиков, которые продавали упаковку по цене 2,7 рубля за штуку. Конечная стоимость одной бутылки (с учетом расходов на доставку) составила 3,6 рубля. Небольшое превышение фактического показателя над целевым не критично для компании.

Снизить себестоимость нового продукта можно за счет экономии на дру-

гих характеристиках продукции, которые не столь важны для потребителя. Например, чтобы напиток соответствовал требованию низкой калорийности, технологи предложили удешевить сусло. Из него исключили дорогостоящий компонент – сахар. Вместо него в газированную воду добавили сахарозаменитель.

Чтобы продукт содержал минимальное количество добавок и долго хранился, «Альфа» могла использовать один из двух консервантов. № 1 был менее вреден для здоровья человека, но дороже. Консервант № 2 обеспечивал самый долгий срок годности. Учитывая, что для потребителя было важнее минимальное количество добавок, технологи выбрали консервант № 1.

При анализе красителей технологи учли невысокую значимость данного параметра для клиентов. Исходя из этого выбрали дешевый краситель № 2, который легко выводился с ткани. Другие красители имели более насыщенный цвет, но стоили дороже.

После разработки продукта была рассчитана примерная себестоимость товара (см. табл. 4).

Итак, реальная себестоимость нового продукта составила 8,7 рубля (табл. 4). Это значение на 20 копеек превысило целевое. Коммерческий директор счел такую разницу незначительной.

По итогам первого года объем продаж нового продукта составил 1,2 миллиона бутылок по цене 10 рублей. При этом компания получила такую прибыль: $(10 \text{ руб.} - 8,7 \text{ руб.}) \times 1,2 \text{ млн шт.} = 1,56 \text{ млн руб.}$

Без использования таргет-костинга фирме для достижения планируемой нормы прибыли пришлось бы продавать одну бутылку примерно за 14 рублей (11,8 рубля – себестоимость без оптимизации плюс 15% прибыли).

Маркетологи подсчитали, что примерный объем продаж при цене 14 рублей составил бы лишь 500 000 бутылок. В итоге предприятие получило бы прибыль только 1,1 миллиона. Это на 460 000 рублей меньше доходов при таргет-костинге.

Разумеется, на практике при разработке новых продуктов компаниям не всегда удается сразу «уложиться» в целевую себестоимость. Но фирмам стоит продолжать разрабатывать различные варианты продукта до тех пор, пока фактическая себестоимость товара не снизится до целевого уровня.

***Шумова Ю. - студентка 5 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Кузина Е. И.***

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРО-

БЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.

Практически любое направление бизнеса в наше время характеризуется высоким уровнем конкуренции. Для сохранения своих позиций и достижения лидерства компании вынуждены постоянно развиваться, осваивать новые технологии, расширять сферы деятельности. В подобных условиях периодически

наступает момент, когда руководство компании понимает, что дальнейшее развитие невозможно без притока инвестиций. Привлечение инвестиций в компанию дает ей дополнительные конкурентные преимущества и зачастую является мощнейшим средством роста.

Основной и наиболее общей целью привлечения инвестиций является повышение эффективности деятельности предприятия, то есть результатом любого выбранного способа вложения инвестиционных средств при грамотном управлении должен являться рост стоимости компании и других показателей ее деятельности.

Существуют следующие основные виды финансирования предприятия из внешних источников: 1) инвестирование в акционерный капитал (прямое инвестирование), 2) предоставление заемных средств.

Инвестиции финансовых инвесторов представляют собой приобретение внешним профессиональным инвестором (группой инвесторов), как правило, блокирующего, но не контрольного пакета акций компании в обмен на инвестиции с последующей продажей данного пакета через 3-5.

Инвестор в данном случае получает основной доход за счет продажи своего пакета акций (то есть за счет выхода из бизнеса).

Стратегическое инвестирование представляет собой приобретение инвестором крупного (вплоть до контрольного) пакета акций компании. В качестве стратегических инвесторов обычно выступают предприятия-лидеры отрасли и крупные объединения предприятий. Основной целью стратегического инвестора является повышение эффективности собственного бизнеса и получение доступа к новым ресурсам и технологиям.

Основными инструментами инвестирования в форме предоставления заемных средств являются кредиты (банковские, торговые), облигационные займы, лизинг. При данной форме финансирования основной целью инвестора будет получение процентного дохода на вложенный капитал при заданном уровне риска. Поэтому данную группу инвесторов интересует дальнейшее развитие предприятия с точки зрения его возможности исполнить обязательства по выплате процентов и возврату основной суммы долга.

Инвестиционная привлекательность предприятия для каждой из групп инвесторов определяется уровнем дохода, который инвестор может получить на вложенные средства. Уровень дохода, в свою очередь, обусловлен уровнем рисков невозврата капитала и неполучения дохода на капитал. Основным требованием для инвесторов-кредиторов является подтверждение способности предприятия выполнить обязательства по возврату капитала и выплате процентов, а для инвесторов, участвующих в бизнесе, — подтверждение способности освоить инвестиции и увеличить стоимость пакета акций инвестора [1].

Рязанская область - регион с богатой историей и большими перспективами экономического развития. У неё есть все условия для осуществления самых крупных инвестиционных проектов:

1) Удобное географическое положение (центр европейской части России, 180 км до Москвы);

2) Развитая транспортная инфраструктура (включает 4 железные дороги и 3 автомагистрали федерального значения, магистральные нефте- и газопродуктопроводы, транспортный терминал, аэропорт, речной порт);

3) Наличие научного и кадрового потенциала (действуют 15 научно-исследовательских и конструкторских организаций, 20 - высших учебных заведений, 41 - профессионально-техническое учебное заведение, 28 - средних специальных учебных заведений, свыше 800 общеобразовательных школ);

4) Энергетическая насыщенность (4 крупных теплоэлектростанции, в том числе филиал ОАО «ОГК-6» Рязанская ГРЭС - один из крупнейших в Европе);

5) Запасы основных строительных материалов: известняки (запасы - 118 тыс.куб.м.), мергели, огнеупорные и тугоплавкие глины, (25 месторождений, запасы - 160 млн.куб.м.), кварцевые пески (19 месторождений, запасы - 116 млн.куб.м.), фосфориты, гипсоносные породы, минеральные красители, торф (1062 месторождения, запасы - 222 млн.т.), древесина;

6) Наличие свободных мощностей;

7) Низкая стоимость трудовых ресурсов [2].

Важнейшей составляющей инвестиционной привлекательности региона является прозрачная законодательная база и административная поддержка инвесторов со стороны органов государственной власти.

Важнейшим направлением деятельности Правительства Рязанской области является привлечение инвестиций. Этому уделялось особое внимание в 2008 году, начиная с момента работы нового Правительства.

В 2011 году Рязанская область достигла существенного роста инвестиций в основной капитал.

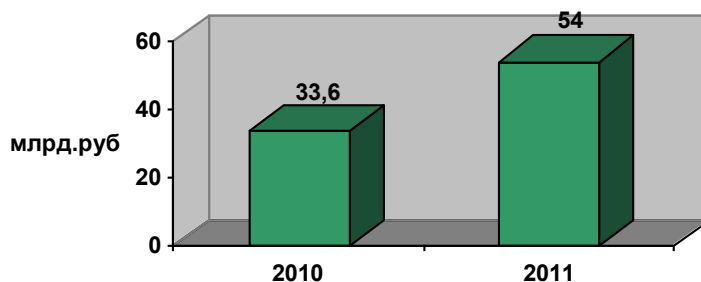


Рис.1 Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.

Так в 2010 году рост инвестиций в основной капитал составил 33,6 млрд. долл., а в 2011 54 млрд. долл. Это произошло за счет инвестиций обрабатывающего производства, в том числе в производства строительных материалов, производства нефтепродуктов.

Структура инвестиций по видам экономической деятельности выглядит следующим образом:

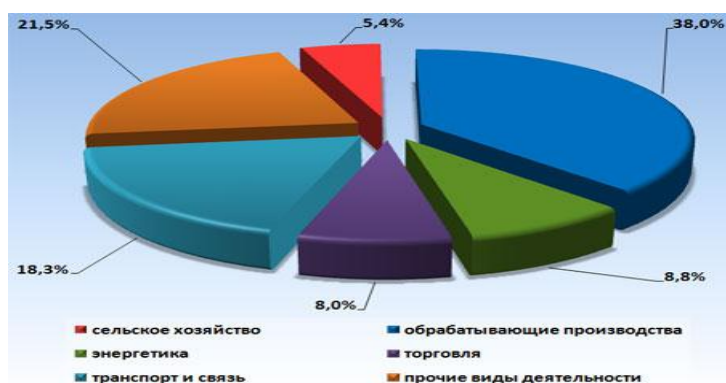


Рис.2 Структура инвестиций по видам экономической деятельности

По темпам роста 2 место в ЦФО говорит о высокой инвестиционной привлекательности Рязанской области (1 место занимает Калужская область, 3 место – Липецкая область), за счёт чего в области создан благоприятный инвестиционный климат, отработаны четкие механизмы для реализации самых амбициозных проектов в различных отраслях экономики.

Практическим инструментом, способствующим улучшению инвестиционного климата в регионе, является присвоение ему рейтингов. Национальное рейтинговое агентство «Эксперт РА» подготовило 13-ый рейтинг инвестиционной привлекательности регионов. В соответствии с ним на первом месте Новгородская область, на втором Ярославская, на третьем Белгородская область. Рязанская область заняла шестое место в рейтинге по итогам 2010-2011 гг. и вошла в десятку лучших по инвестиционному риску регионов [3].

На территории Рязанской области осуществилось инвестирование следующих проектов:

Таблица 1. Инвестиционные проекты, реализованные на территории Рязанской области

Наименование проекта	Суть проекта	Заказчик и инвестор
Строительство Серебрянского цементного завода, п. Октябрьский, Михайловский район (строительство начато)	Цементное производство 1800 тыс. тонн/год	ООО «Серебрянский цементный завод». Объем инвестиций 9 млрд.руб.
Строительство фармацевтического завода ООО «Форт», с. Ялтуново, Рязанский район (проект в процессе строительства)	Производство вакцины и препаратов крови для России, СНГ, Европы	ООО «Форт». Объем инвестиций - 3,5 млрд.руб.
Строительство свинокомплекса на 150 тыс. голов, Сараевский район (проект вводится в эксплуатацию)	Комплекс производительностью 25 тыс. тонн мяса в год	ООО АГ «Молочный продукт». Объем инвестиций - 4,75 млрд. руб.
Строительство животноводческих комплексов в Рязанском и Пронском районах	Проектная мощность 2-х МТК - 36,2 тыс. тонн молока в год	ООО АГ «Молочный продукт». Объем инвестиций - 1,85 млрд.руб.
Строительство животноводческого комплекса на 7500 голов, Пителинский район (реализация проекта)	Выращивание КРС	ЗАО «Русская кожа». Объем инвестиций - 0,8 млрд.руб.

За последние несколько лет смогли оценить надежность долгосрочного партнерства с Рязанским регионом уже такие крупные российские и зарубежные компании, как «ТНК-ВР», «GUARDIAN» - строительство завода по производству стекла и стеклопокрытия, Аутомотив Лайтинг - производство автомобильной светотехники, «Евроцемент», группа компаний «Технониколь», торго-

вые сети «Metgo Cash&Carry», «GLOBUS», «SELGROS».

В заключении хотелось сказать, что всегда приветствуются большие и малые инвестиции в реальный сектор экономики, и Рязанская область не исключение. Это во-первых, способствует выстраиванию отношений с инвесторами и зарубежными партнерами, а во-вторых, неизменно ведет к гарантированно взаимовыгодным результатам [4].

Список использованной литературы:

1) Журнал «Top-Manager» статья «Инвестиционная привлекательность и ее повышение»

2) <http://mineconom.rzn.ru>

3) <http://www.ryazanreg.ru>

4) <http://www.economy.gov.ru>

***Шутанова Г. – студентка Югорского
государственного университета***

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АДМИНИСТРАТИВНОГО КОНТРОЛЯ НАД ЦЕНАМИ В НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ

Ханты-Мансийский автономный округ по своему экономическому потенциалу занимает место в первой десятке субъектов Российской Федерации. На его территории распложены более пятисот месторождений нефти и газа, здесь находятся крупнейшие нефтяные компании России.

Однако, начиная с 1990 г., в Российской Федерации началось формирование вертикально интегрированных компаний (ВИНК) и нефтяные компании стали применять один из самых популярных методов занижения налогооблагаемой базы – установление трансфертной цены.

Например, если сделать расчет доначисления налогов, используя отклонение от средней стоимости минерального сырья на территории Ханты-Мансийского автономного округа, то получится результат в 40 процентов.

Статья 40 Налогового кодекса Российской Федерации хоть и дает право налоговым органам контролировать соответствие цены сделки уровню рыночных цен, однако официальный источник информации о рыночных ценах отсутствует, не определены и уполномоченные органы, которые должны рассчитывать именно рыночную цену.

В настоящее время законодательные органы власти хотят внести новые правила контроля для цены договора. Проект Федерального закона «О внесении изменений в Налоговый кодекс РФ в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения» предлагает признать утратившими силу статьи 20 и 40 НК РФ и дополняет статью 38 НК РФ пунктами 6 и 7, в которых раскрываются понятия идентичных и однородных товаров.

Одновременно с этим предложено дополнить Налоговый кодекс разделом «Взаимозависимые лица. Общие положения о ценах для целей налогообложения. Контролируемые сделки». Анализ положений этого раздела позволяет сде-

лать вывод об усилении налогового контроля в целях предотвращения потерь бюджета.

Расширен перечень лиц, признаваемых взаимозависимыми. Данная норма имеет негативные последствия для налогоплательщиков, поскольку помощь материнских компаний, оказанная дочерним организациям, будет находиться под пристальным вниманием налоговых органов. Не исключено, что в результате замедлятся темпы развития предпринимательской деятельности и существенно ухудшатся условия для инвестиций.

В качестве положительного момента следует отметить, что Проект закона содержит специальную статью «Информация, используемая при определении соответствия цены сделки регулируемым или рыночным ценам для целей налогообложения».

Анализ мировой практики налогообложения свидетельствует о том, что зарубежные системы контроля за использованием трансфертных цен являются достаточно жесткими. Бремя доказывания соответствия цены при выявлении факта налоговых злоупотреблений ложится на налогоплательщика в Нидерландах, во Франции, в Дании (при отсутствии оправдательной документации у налогоплательщика), в Новой Зеландии (если налогоплательщик препятствует проверке налоговыми органами или отказывается предоставить документы по запросу проверяющих).

Таким образом, налогоплательщики несут целый ряд дополнительных обязанностей по подготовке и предоставлению в налоговый орган документов и сведений, подтверждающих, что установленная по контролируемой сделке цена соответствует принципу вытянутой руки (принцип соответствия рыночной цене).

Действующие в России цены на нефть не столько зависят от спроса и предложения, сколько отражают ценовые пропорции, формирующиеся под влиянием трансфертного ценообразования.

Пути решения проблемы:

Следует изменить механизм ценообразования на минеральное сырье, прежде всего нормативно определив порядок формирования трансфертных цен на нефть и газ таким образом, чтобы бухгалтерские оценки соответствовали фактической стоимости минерального сырья.

Необходимо законодательно определить официальный источник информации о рыночных ценах.

Определить территории товарных рынков, а так же назначить уполномоченные органы, которые должны рассчитывать именно рыночную цену.

Однако, следует учитывать, что совершенствование положений НК РФ о налоговом контроле за применением трансфертных цен не тождественно ужесточению режима налогообложения взаимозависимых лиц. Новые механизмы контроля не должны препятствовать интеграционным процессам или же оказывать влияние на принятие налогоплательщиками определенных экономических решений, т.е. они должны быть экономически нейтральными.

Совершенствование методов налогового контроля трансфертного ценооб-

разования, безусловно, является важным направлением налоговой реформы, поскольку действующие нормы НК РФ не достигают поставленных целей.

*Ягодкина И. - студентка 5 курса
РГУ им. С.А. Есенина
Научн. рук.: асс. Перекатиева Т.А.*

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОНСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ РАЙОН

Уровень развития любого муниципального образования зависит от ресурсов территории, которые, в свою очередь, являются основанием для его экономического развития. Только развивая экономическую активность, можно осуществить те или иные прорывы в жизни муниципального сообщества и поднять уровень благосостояния населения, который, в конечном счете, всегда определяет степень успеха той или иной социально-экономической политики.

Органы местного самоуправления любого муниципального образования должны стремиться организовать свою работу так, чтобы в максимальной степени были задействованы все имеющиеся и потенциально возможные мощности территории для достижения устойчивого и интенсивного роста

Пронский муниципальный район – это территория благоприятная в экономическом, социальном и географическом отношении для проживания населения, в котором имеются все условия для качественного роста уровня жизни населения. Район обладает хорошими стартовыми возможностями для динамичного экономического развития. Население района составляет 33,3 тыс. чел. В состав района входят 2 городских и 6 сельских поселений.

Выгодным преимуществом Пронского района является то, что он расположен в относительной близости от города Рязани, приблизительно в 69 километрах. Имеется развитая транспортная инфраструктура, рядом проходит автомагистраль М6 «Москва-Волгоград» (30 км).

На территории располагаются два относительно крупных месторождения известняка – Погореловское и Денисовское. Имеются значительные залежи бурых углей и песка для строительных работ. В настоящее время ведется промышленная добыча полезных ископаемых – бута и щебня. Планируется производство извести, минерального порошка и других компонентов.

Пронский район обладает хорошей развитой водной системой. На р. Проня расположено самое крупное в Рязанской области искусственное водохранилище – Новомичуринское, на котором расположен филиал Рязанской ГРЭС ОГК-6. Поэтому Пронский район является одной из самых перспективных территорий для внедрения и освоения инвестиционных проектов с большими энергетическими нагрузками.

В районе действуют 14 крупных и средних промышленных предприятий. (рис.1)

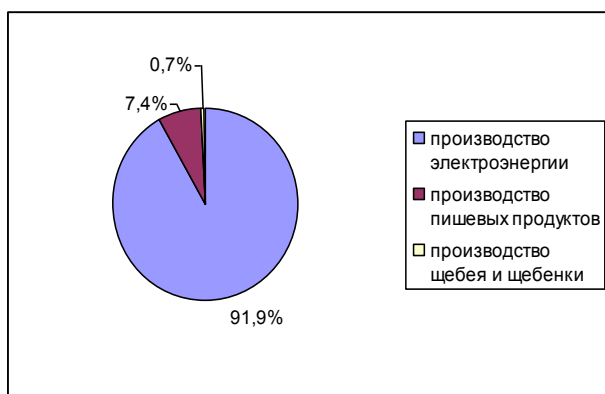


Рис.1: «Структура отраслей Пронского муниципального образования».

В целом в 2009 году 74,1% предприятий района закончили 2009 год с прибылью.

В районе продолжает развиваться агропромышленный комплекс. Он определяет не только продовольственную безопасность района, но и социальную стабильность. В отраслевой структуре сельского хозяйства важное место занимает растениеводство. На его долю приходится более 80% обще валовой продукции сельского хозяйства района.

В настоящее время в районе реализуется крупный инвестиционный проект – строительство 2-х молочно-товарных комплексов (МТК) на 2000 голов. Их уже планируется вести в эксплуатацию.

На территории муниципального образования планируется создание и развитие особой экономической зоны промышленно-производственного типа. Общая площадь участка составит 289,3 га. На сегодняшний день своё участие в проекте подтвердили 9 промышленных объединений. Все они выразили готовность вкладывать инвестиции и строить в рамках особой экономической зоны предприятия по производству различного рода оборудования, оптоэлектроники, энергетических установок и другой продукции. Суммарный объём предполагаемых инвестиций составляет 46,7 миллиарда рублей.

Все это позволит улучшить ситуацию, связанную с рабочими местами для трудоспособного населения района, также привлечь дополнительную рабочую силу из других территорий, поднять уровень жизни населения.

Стоит отметить, что Пронский район является экологически благоприятным районом с достаточно живописным природным ландшафтом, это может способствовать развитию различных видов туризма, строительству баз отдыха, а также санаториев.

В настоящее время необходимо определить приоритетные направления развития муниципального образования. Такими направлениями могут стать:

- создание благоприятного инвестиционного климата;
- реализация комплекса конкретных проектов по поддержке и созданию новых и сохранению существующих производств;
- повышение качества услуг и повышение эффективности муниципально-го хозяйства;
- развитие системы кредитования и инвестирования жилищного хозяй-

ства;

- более полная реализация туристического потенциала района;
- создание и развитие условий для участия жителей в социальных, культурных, образовательных инициативах, в системе местного самоуправления;
- создание условий для самореализации жителей района.

Анализируя ситуацию, сложившуюся на сегодняшний день в районе, можно предложить две возможных альтернативы социально-экономического развития.

1. «Развитие района по инерции», т.е. сохранение «статус-кво» в социально-экономической политике. Этот сценарий не предусматривает акцента на конкретных целях и направлениях социально-экономического развития района в ближайшей перспективе. Будущее района будет определяться внешними движущими силами, возможностями местного сообщества и органов местного самоуправления адаптироваться в складывающейся ситуации.

2. «Промышленный и культурный район с динамично развивающимся производственным и сельскохозяйственным сектором» - ускоренное развитие муниципального образования в направлении обретения им положения современного промышленного и сельскохозяйственного района, выгодной территорией для вложения инвестиций, развитой инфраструктурой.

Предполагаемый сценарий включает в себя реализацию так называемых «точек роста» социально-экономического развития муниципального образования - Пронский муниципальный район, ими могут стать:

1. Развитие жилищного строительства;
2. Привлечение инвестиций в энергетическую отрасль;
3. Развитие туристического потенциала;
4. Привлечение инвестиций в горнодобывающую промышленность;
5. Развитие агропромышленного комплекса района.

Таким образом, реализация вышеуказанных предложений при самом активном и полном участии района во всех федеральных и областных государственных программах позволит муниципальному образованию - Пронский муниципальный район стать промышленным и культурным районом с динамично развивающимся производственным и сельскохозяйственным сектором, выгодным пространством для инвестиций, развитой туристической инфраструктурой, в котором будет обеспечиваться достойный уровень жизни населения.

СОДЕРЖАНИЕ

Аджиев А. Интернет- форум как способ профессиональных межкультурных коммуникаций студентов.....	3
Александров А., Григорьев С. Роль ОВД по обеспечению экономической безопасности предпринимательской деятельности.....	5
Бандуркина Е. Оценка инновационной активности предприятий в регионе.....	7
Безрукова И. Проблемы формирования доходной части бюджета Рязанской области.....	13
Боева К. Банковский сектор в рыночной экономике.....	17
Бобылева Д. О человеческом потенциале России и Рязанской области.....	20
Борисов С. Особенности применения системы «Таргет-костинг» в производственной деятельности организаций.....	23
Глядковская С. Состояние внешнеэкономической деятельности. (На примере Рязанской области).....	25
Глядковская С. История развития и становления аудита.....	28
Голикова Е. Основные проблемы и пути улучшения подготовки и повышения квалификации бухгалтеров.....	32
Голикова Е. Система платежей за пользование водными объектами в условиях рыночной экономики.....	36
Дмитриева Н. Понятие инвестиций и государственная поддержка молодежного предпринимательства.....	40
Ерохина М. Инвестиционный характер затрат на формирование имиджа фирмы.....	42
Зоткина О. Маркетинг товаров и услуг для молодежи.....	44
Ивлиева Е. Банковское кредитование малого бизнеса в условиях выхода из кризиса.....	46
Ильин А. Торговля финансовыми инструментами в регионе.....	49
Климешов А. Расчетно-кассовое обслуживание организации (предприятия) в коммерческом банке.....	52
Красников М. Молодежное предпринимательство на селе.....	53
Крылова М. Совершенствование НДС как одного из способов ликвидации фирм-однодневок в России.....	55
Кудрова Н., Купцова О., Негуляну Е. Государственное регулирование молодежного предпринимательства.....	58
Кузина О. Формирование социально-ответственного поведения молодежи в современной экономике.....	61
Макаров В., Кучкина А. Малый бизнес региона в условиях экономической нестабильности (на примере Рязанской области).....	63

Мамушкина.А. Социальная ответственность современного бизнеса: взгляд российской и американской молодежи.....	66
Мельникова Н. Транспортный налог и акциз на нефтепродукты: анализ взаимосвязи.....	70
Миренкова Е. Инвестиции и молодежное предпринимательство в Рязанском регионе.....	71
Монин Я. Необходимость развития вторичной переработки пластмасс для экономики Рязанской области.....	73
Монин Я. Перспективы развития консалтинговых услуг в Рязанском регионе.....	75
Никифорова О. Оценка рациональности использования трудового потенциала организации.....	77
Обухов С. Государственные закупки как элемент государственного регулирования экономики.....	80
Обухов С. Опыт зарубежных стран и регионов России в создании бизнес-инкубаторов.....	83
Пантюхина Т., Соляник Е. Инновационное развитие региона и молодежь.....	85
Прошин С. Проблемы оценки эффективности мер государственной поддержки молодежного предпринимательства.....	88
Сафонова А. Инновационное развитие региона.....	91
Сафошкина М. Регулирующая роль налога на прибыль в развитии экономики страны.....	93
Сафонова А. Финансовый кризис и переоценка ценностей современного рынка: Интернет Форум американских и российских студентов.....	97
Сорокина Е. Транспортный налог: прямое или косвенное обложение.....	99
Томина Н., Тренина Ж., Янбаева Н. Методы побуждения молодежи к вхождению в малый бизнес.....	103
Тэсида Я. Эволюция налога на игорный бизнес.....	105
Усачева И.Ю. Демографическая ситуация в регионе.....	110
Федюшкина Е. Молодежь как целевая аудитория рекламы.....	112
Харченко Л. Применение системы таргет – кастинг в целях повышения деловой активности предприятия.....	115
Шумова Ю. Инвестиционная привлекательность Рязанской области: проблемы и перспективы.....	117
Шутанова Г. Совершенствование административного контроля над ценами в нефтяной отрасли.....	121
Ягодкина И. Уровень развития муниципального образования – Пронский муниципальный район.....	123

Научное издание

РОЛЬ МОЛОДЕЖИ
В АКТИВИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
В РЕГИОНЕ

Материалы
Международной студенческой
научно-практической конференции,
25–26 ноября 2010 г.

В авторской редакции

Верстка *Е.В. Юрина*

Подписано в печать 21.12.2011. Бумага офсетная. Формат 60x84¹/₁₆.
Гарнитура Times New Roman. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 7,44. Уч.-изд. л. 9,6. Тираж 100 экз. Заказ № 473

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»
390000, г. Рязань, ул. Свободы, 46

Отпечатано в редакционно-издательском центре РГУ им С.А. Есенина
с готового макета, предоставленного редакционной коллегией
390023, г. Рязань, ул. Урицкого, д. 22