

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



КРАСНОЯРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ



Материалы
IX Межрегиональной
научно-практической
конференции
студентов, аспирантов
и молодых ученых

Красноярск,
3-4 апреля 2008 г.

Часть I

УДК 339.6(063)(06)
Т 38

Печатается по решению Научного совета института

Научный комитет:

доктор экономических наук, профессор *Ю. Л. Александров*;
доктор экономических наук, профессор *В. В. Куликов*;
доктор педагогических наук, профессор *В. П. Ключков*

Научный редактор

доктор экономических наук, профессор *Ю. В. Гуляков*
Ответственный редактор
кандидат психологических наук *В. В. Воронин*

Т 38 Теория и практика коммерческой деятельности : материалы IX Междунауч.-практ. конф. (3-4 апреля, 2008 г., г. Красноярск). Ч. 1 / Красноярск, ин-т. -экон. ин-т. - Красноярск, 2007. - 180 с.

ISBN 978-5-98153-119-4

УДК 339.6(063) (06)

ISBN 978-5-98153-119-4

© ГОУ ВПО «Красноярский государственный
торгово-экономический институт», 2008
© Коллектив авторов, 2008

3

СЕКЦИЯ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Буланов А. Ю.
Мезенцева О. В., Гервасьев М. А.
Уральский государственный технический университет – УПИ,
г. Екатеринбург

ЛИЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКИХ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ

Цель статьи – показать специфику лизинга как инструмента развития коммерческой деятельности в условиях высоких кредитных рисков.

В экономике любого государства сектор малого и среднего бизнеса выполняет ряд функций: создание рабочих мест, привлечение инвестиций, инновационная деятельность

При недостаточном уровне развития малого и среднего бизнеса не используются большие потенциальные возможности для роста производства товаров и услуг, занятости и доходов населения, а также не вовлекаются в экономический оборот имеющиеся значительные ресурсы. Российское государство на современном этапе стремится всячески поддерживать предприятия малого бизнеса, создать благоприятные условия для развития. Это находит отражение в новых нормативных документах и правительственных программах. Целью такой поддержки является обеспечение условий для интенсивного роста малого бизнеса и выравнивания потенциала развития малого предпринимательства в разных регионах России на основе создания благоприятной рыночной среды.

Традиционно субъекты малого бизнеса имеют ограниченные возможности для развития в силу ряда сдерживающих факторов, основным среди которых является недостаток собственных средств у малых предприятий. Несмотря на то, что сектор кредитования предприятий малого бизнеса имеет большой потенциал для развития, спрос на кредиты малым предприятиям сегодня в России удовлетворен максимум на 10 %. Сложившаяся ситуация обусловлена отсутствием адекватного подхода к кредитованию малого бизнеса и высокими кредитными рисками в данном секторе. Субъект малого бизнеса имеет возможность получить услуги банковского кредитования только в случае наличия достаточного опыта работы на рынке, то есть при условии сдачи отчетности как минимум на две отчетные даты, в то время как финансовые ресурсы требуются уже на первоначальных этапах регистрации и развития предприятия. Выходом из сложившейся ситуации является использование лизинговых схем.

Хотя лизинговые схемы финансирования бизнеса обычно обходятся на 2-5 % дороже банковского кредита, лизинговые компании предъявляют более

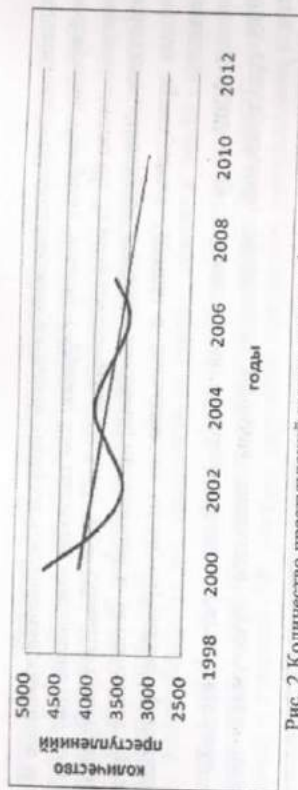


Рис. 2 Количество преступлений выявленных по факту контрабанды культурных ценностей

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что в России необходимо предпринимать меры направленные на сокращение контрабанды. Прежде всего, для эффективной борьбы с контрабандой необходимо тесное сотрудничество всех правоохранительных органов не только внутри страны, но и что наиболее важно - международное сотрудничество. Тем более что для этого имеется достаточная нормативная база, но практически это взаимодействие очень слабо. Имеет место подготовка специалистов в данной области, так как не всегда таможенники могут поставить «диагноз» - насколько ценна та или иная вещь.

Стоит отметить, что как один из методов борьбы с контрабандой культурных ценностей стала изданная в 2006 году книга «Каталог предметов искусства и антиквариата, находящихся в розыске». В ней содержится более 1000 предметов, среди которых картины, иконы, предметы прикладного искусства. Это издание полезно не только для работников таможенной службы и других правоохранительных органов, которым нужна быстрая необходимая информация для идентификации предметов искусства, но и для обычных граждан, которые интересуются собирательством и коллекционированием. Ведь зачастую люди, приобретающая вещь, не знают, что она находится в розыске и является культурным достоянием страны, поневоле становятся контрабандистами.

Правонарушения, связанные с незаконным вывозом культурных ценностей, приносят большой экономический ущерб стране. Но сколько бы незаконный вывоз не приносил ущерба, контрабанда раритетов продолжается: старинные монеты давно стали товаром, а отечественные награды пользуются большим спросом на международных аукционах.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	3
<i>Буланов А. Ю.</i> Лизинг как инструмент развития коммерческой деятельности в условиях высоких кредитных рисков.....	3
<i>Ватацкак Р. И.</i> Угрозы коммерческой деятельности как неотъемлемая часть благоприятных возможностей предприятия.....	6
<i>Еришов Д. И.</i> Об управлении функцией трудового обеспечения мерчандайзинга в коммерческой деятельности.....	9
<i>Зданович В. А.</i> Коммуникационная модель коммерческой деятельности предприятия.....	13
<i>Кожвиников Е. А., Гомзиков М. А.</i> Компьютерная база данных: возможности практического использования в коммерческой деятельности.....	18
<i>Мавликеева Ю. Р.</i> Формирование хозяйственных связей в коммерческой деятельности.....	22
<i>Оробченко Ю. В.</i> Совершенствование методологии коммерческой деятельности на основе управления цепями поставок.....	25
<i>Рапутина Е. Ю.</i> Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятия: затраты или доход.....	28
СЕКЦИЯ 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ.....	31
<i>Ананьева Н. В.</i> Влияние POS-материалов на повышение объема продаж.....	31
<i>Ганцелевич В. А.</i> Визуальный мерчандайзинг в магазинах массовой одежды известных марок.....	34
<i>Гергердт Г. В., Сартене О. Т.</i> Активизация продаж, товаров и услуг при помощи POS-материалов.....	38
<i>Гордова А. В., Пилиева М. А.</i> Реализация концепции «cash&save» на российском рынке.....	41
<i>Гуняков Д. Ю.</i> Рынок электронной торговли в России.....	45
<i>Егорова Н. А.</i> Построение торговой сети и ее эффективность.....	49
<i>Рошка М. С.</i> Новые концепции в торговле: развитие и перспективы.....	52
<i>Рубан О. В.</i> Влияние внешних и внутренних факторов на закупку товаров.....	55
<i>Сергеева Н. А.</i> Организация рекламно-информационной деятельности.....	60
<i>Титаренко Е. А.</i> Инновации в сфере розничной торговли.....	63
<i>Трус О.</i> Мерчандайзинг как инструмент стимулирования продаж.....	67
СЕКЦИЯ 3. МЕНЕДЖМЕНТ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО.....	70
<i>Баталова И. А.</i> Совершенствование экономической работы в области управления оборотными активами торговых организаций.....	70
<i>Бурик М. В.</i> Профицитные стратегии розничных торговых предприятий.....	74
<i>Донец А. А.</i> Особенности развития внутренней торговли: региональный аспект.....	78

<i>Ларченко К. И.</i> Сущность внешней и внутренней среды предпринимательства.....	81
<i>Мазурик В. В., Мазурик Е. В.</i> Оценка конкурентоспособности предприятия: проблемы и методы решения.....	83
<i>Орлова Т. Н.</i> Предпринимательство в туризме.....	87
<i>Смирнов Е. Н.</i> Проблемы управления конкурентоспособностью торговых предприятий.....	90
<i>Чмырина В. В.</i> Стратегия управления товарооборотом предприятий рыночной торговли.....	94
<i>Шульдова А. В.</i> Критерии целесообразности аутсорсинга.....	97

СЕКЦИЯ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

<i>Большакова А. М.</i> Проблемы идентификации обуви и пути их решения.....	101
<i>Глуценко М. А.</i> Современные проблемы рынка вспомогательных средств по уходу за обувью и пути их решения.....	104
<i>Дырина Н. А., Кучерук М. В., Москалева Д. В.</i> К вопросу о роли кальция в составе зубных паст.....	107
<i>Дырина Н. А., Кучерук М. В., Москалева Д. В.</i> Определение содержания фторид-ионов в составе зубных паст.....	111
<i>Егорова Н. А., Бурдужковская Т. А.</i> Экспертиза качества мебели на примере ООО «Вариант-999».....	115
<i>Коробкова А. И.</i> Современный рынок туалетного мыла в России.....	119
<i>Кузнецова Л. В.</i> Нормативное обеспечение силикатных товаров в свете реформ технического регулирования.....	123
<i>Мамонтова Е. А.</i> Некоторые проблемы российского обувного рынка.....	127
<i>Лузанова Ю. В., Симонова А. Е.</i> Реклама – один из основных способов продвижения обуви на рынке г. Красноярска.....	130
<i>Худерозков Л. В.</i> Особенности формирования стратегии продвижения на рынке металлоконструкций строительного назначения.....	134
<i>Чижов И. А.</i> Формирование комплексного подхода в оценке эффективности инноваций при выводе на рынок трубной продукции.....	137

СЕКЦИЯ 5. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

<i>Борисенко О. Н.</i> Анализ рынка и качества макаронных изделий быстрого приготовления, реализуемых в г. Хабаровске.....	141
<i>Золотова Я. В.</i> Основные проблемы развития рынка продовольственных товаров и общественного питания в Хабаровском крае.....	144
<i>Кузнецова Е. Г.</i> Проблема сохранения качества свежего <i>Allium victorialis</i> L.....	148

СЕКЦИЯ 6. КОММЕРЦИЯ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

<i>Аникеев Р. К.</i> Вопросы применения подходов массовой оценки к определению таможенной стоимости машин и механизмов, ввозимых на территорию России.....	151
<i>Доржиева Т. Д.</i> Изучение акциза на табачные изделия.....	154
<i>Егорова Л. А.</i> Экономическая эффективность экспорта: основа и критерий для принимаемых управленческих решений.....	158
<i>Ермакова Я. В.</i> Уплата таможенных пошлин при перемещении культурных ценностей через таможенную границу Российской Федерации.....	160
<i>Киряченко О. С.</i> Международная логистика: основные положения.....	164
<i>Липовая А. Т.</i> Конклюдентная форма декларирования товаров.....	167
<i>Назарьева В. В.</i> Анализ товарной структуры экспорта и импорта Российской Федерации.....	171
<i>Раисовых М. И.</i> Контрабанда культурных ценностей.....	173

Научное издание

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Материалы IX Межрегиональной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых*

3-4 апреля 2008 г.

Часть I

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 01.04.2008 г. Формат 60×84/16.

Бумага офсетная. Печать плоская.

Усл. п. л. 10,46. Уч.-изд. л. 14,23.

Тираж 200 экз. Заказ /16.

Редационно-издательский отдел КГТЭИ
660075, г. Красноярск, ул. Л. Прушинской, 2

Отпечатано в издательстве «Красноярский писатель»
660049, г. Красноярск, ул. Лебедевой, 89