

КРАСНОЯРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Материалы Всероссийской
с международным участием
научно-практической
конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых

30–31 марта 2011 г.,
г. Красноярск



Печатается по решению научного совета
Красноярского государственного торгово-экономического института

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор *В. В. Кузьмов*;
кандидат экономических наук, доцент *А. В. Шаропатова*

Организационный комитет:

доктор экономических наук, профессор *Ю. Л. Александров*;
доктор экономических наук, профессор *В. Г. Подопригора*;
доктор экономических наук, профессор *В. В. Кузмов*

Научный редактор:

доктор экономических наук, профессор *Ю. В. Гуляков*;
Ответственный редактор:
кандидат экономических наук, доцент *О. В. Рубан*

Т 38 Теория и практика коммерческой деятельности: материалы Всероссийской с международным участием науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, 30-31 марта 2011 г., г. Красноярск / Красноярск / Красноярск. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2011. – 168 с.

УДК 339.6 (063)(06)

© ФГБОУ «Красноярский государственный
торгово-экономический институт», 2011
© Коллектив авторов, 2011

СЕКЦИЯ 1
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ
И ПРАКТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И. В. Бутяева, В. П. Тыллик
Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск

**РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ**

На заре возникновения электронного бизнеса экспертные оценки его экономической эффективности отличались противоположностью. Одни рассматривали Интернет как лишнего посредника в торговых операциях, способного оказать серьезное влияние на устоявшиеся принципы купли-продажи. Другие, наоборот, утверждали, что технологические преимущества сети наделяют ее таким экономическим потенциалом, который со временем сможет изменить и структуру ценообразования, и всю коммерческую систему в целом, а электронный бизнес превратится в самую выгодную форму взаимоотношений бизнес-партнеров. Истина, как всегда, оказалась посередине. В течение последних лет бизнес в Интернете, хотя и не вытеснил бизнес «реальный», тем не менее, доказал свою жизнестойкость. Он продолжает развиваться, не стремясь при этом заменить собой иные формы торговых контактов и связей. Экономические свойства и особенности, которые проявились в процессе его становления, не только обеспечили возможность конкурентоспособного существования в мире современного глобального бизнеса, но и создали предпосылки для вполне оптимистичных прогнозов относительно его будущего.

С каждым днем в России становится все больше людей, покупающих товары через Интернет. Другие могли бы делать покупки в Интернете, но пока не решились. Есть категория людей, которые виртуальной среде вообще не доверяют и ничего там покупать не собираются. Интернет-магазин представляет собой сайт, на котором выставлены предложения товаров или услуг и предусмотрена возможность заказа товара или платной услуги в режиме on-line, в том числе по электронной почте. На данный момент в России стало достаточно большое количество разнообразных интернет-проектов. Это как проекты по предоставлению платного контента, проекты электронных торговых площадок, так и интернет-аукционы, разнородные порталы, интернет-магазины и пр. Одним из самых популярных бизнесов в интернете стало создание интернет-магазина или иначе модель B2C (business-to-consumer – продажа товаров и услуг частным лицам).

На Дальнем Востоке таким примером может послужить магазин on-line подарков www.podarokkugi.com. Данный проект является сайтом, где любой

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	3
<i>Бутяева И. В., Тыхин В. П.</i> Развитие современных форм организации электронной коммерции на Дальнем Востоке.....	3
<i>Ватащак Р. И.</i> Понятие, состав и модель электронно-информационной нервной системы коммерческого предприятия.....	6
<i>Грицкевич М. С., Тимофеева А. В.</i> Модель коммерческой деятельности предприятия, ориентированная на выявление возможностей.....	8
<i>Гуляков Д. Ю.</i> Рыночная реструктуризация предприятий.....	11
<i>Гурулева М. В.</i> Проблемы выбора организационных структур.....	15
<i>Иванов А. В.</i> Процесс принятия маркетинговых решений коммерческого банка в сфере Интернет.....	19
<i>Моспан В. В.</i> Проблемы при обосновании хозяйственных решений, связанные с управлением персоналом.....	22
<i>Назаров Н. Н., Кулбаева К. Б.</i> Маркетинг в коммерции.....	23
<i>Тройнич С. Д.</i> Анализ коммерческой деятельности и пути ее совершенствования на примере ООО «Медведь-Восток».....	26
<i>Хасаниши И. А.</i> Диверсификация теорий регионального развития в условиях рыночной экономики.....	28
<i>Яцишина И.</i> Теоретические основы стратегического управления мотивацией персонала.....	31
СЕКЦИЯ 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ	35
<i>Гановичева К. С., Маслов С. В.</i> Анализ организации дистанционного контроля деятельности предприятий.....	35
<i>Горленко А. Н.</i> Совершенствование торговых систем на базе концепции логистики.....	38

<i>Денисенко А. Ю.</i> Рынок интернет-торговли в России: статистика и прогноз развития.....	41
<i>Журавлева О.</i> Каскадирование целей в реализации стратегии торговой сети.....	45
<i>Коржаневская О. Н.</i> Виды торговых автоматов и прибыльность вендинговой торговли.....	49
<i>Крюкова А.А.</i> Использование математических методов для повышения эффективности взаимодействия с клиентами.....	51
<i>Нестеров О. А.</i> Инновации в торговле.....	54
СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ СФЕРЫ УСЛУГ	59
<i>Галочкина К. В., Некрасова Н. И.</i> Экономическая диагностика состояния и развития потребительского рынка Российской Федерации, Сибирского федерального округа и Красноярского края.....	59
<i>Зданович О. С.</i> Оценка состояния поддержки инноваций в малом предпринимательстве и перспективы его развития.....	62
<i>Королева Ю. Н.</i> Основные субъекты и факторы, определяющие социально-экономическую эффективность услуг розничной торговли.....	66
<i>Пиралаев О. Р.</i> Методические подходы к оценке товарооборота торгового предприятия.....	69
<i>Плакида С.</i> Управление прибылью предприятия с учетом рисков его деятельности.....	72
<i>Полякова О. Ю., Шилова Е. А.</i> Изучение и оценка предпочтений покупателей при выборе корпусной мебели на потребительском рынке г. Красноярска.....	74
<i>Порохова А. А.</i> Особенности антикризисного управления активами предприятия сервиса.....	76
<i>Селявко М. А., Стащенко А. В.</i> Изучение и оценка покупательского спроса как одно из основных направлений коммерческой деятельности предприятий торговли.....	79

<i>Сергеева А. В., Фендрикова А. А.</i> Сущность и этапы стратегического формирования финансовых результатов торгового предприятия.....	82
<i>Смирнова Ю. А.</i> Теоретические аспекты формирования дивидендной политики.....	87
<i>Трусова И. А.</i> Риски в оценке и управлении ликвидностью.....	90
<i>Шихова О. В.</i> Торговые скидки: документальное оформление и учет.....	94

СЕКЦИЯ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ.....

<i>Дойко А. Ю.</i> Анализ рынка и качества спредов, реализуемых в Красноярске.....	99
<i>Каримов Б. Ш.</i> Экономическая эффективность производства плодов яблони в зависимости от способа обрезки и формирования крон.....	99
<i>Кишкина Е. К.</i> Оценка качества натурального растворимого кофе, реализуемого в розничной торговой сети Красноярска.....	102
<i>Михайлова А.</i> Формирование ассортимента школьно-письменных и канцелярских товаров (на материалах ООО «Пригородное» Емельяновского района).....	105
<i>Молостивенко О. А.</i> Сравнительная оценка качества персиковых компотов различных производителей.....	109
<i>Нафетдинов Ш., Ортыкова Х., Умаров К.</i> Пути улучшения эколого-мелиоративных условий новопопашаемых пустынных песчаных и серо-бурых почв дельты реки Зарафшан.....	111
<i>Турсунов Х. Ш.</i> Экономическая эффективность производства мяса из молодых ягнят в условиях пастбищного содержания.....	114
<i>Шарипов О.</i> Влияние стимулятора на технологические свойства волокна сорта Бухара-8 в условиях Бухарской области.....	117
<i>Шилликовская Е. В.</i> Применение натуральных и синтетических волокон при производстве женской одежды.....	119
	122

СЕКЦИЯ 5. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ.....

<i>Давлатов С. С.</i> Маркетинговая концепция качества образовательных услуг и методология их оценки.....	125
<i>Климосенко Е. Ю.</i> Система государственной поддержки малого предпринимательства.....	129
<i>Коверзинева Т. С.</i> Проблемы вхождения аутсорсинга управления знаниями на предприятия России.....	133
<i>Крюкова А. А.</i> Использование математических методов для повышения эффективности взаимодействия с клиентами.....	137
<i>Кудряшов А. А.</i> К вопросу количественного анализа японских свечей при валютном дилинге.....	140
<i>Ластовская Е. В.</i> Импорт и экспорт ювелирных товаров в Российской Федерации.....	144
<i>Навруз-Зода Л. Б.</i> Коммерческая реализация предпринимательских способностей человека.....	146
<i>Навруз-Зода З. Б., Навруз-Зода Ш. Б.</i> Маркетинговое развитие суфийско-познавательного туризма.....	150
<i>Семерня А. А.</i> Франчайзинг в сложившихся условиях предпринимательской деятельности.....	154
<i>Стефанова Н. А.</i> Взаимодействие пользователей сети Интернет на рынке высшего образования.....	156
<i>Стефанова Н. А.</i> Основные направления исследований в маркетинге на рынке высшего образования в среде Интернет.....	159