

стадии сегодня посвящено значительное количество трудов зарубежных и отечественных ученых. Существуют десятки модельных вариантов, позволяющих рассчитать реальные шаги по выведению организации из предкризисного или кризисного состояния.

Скрытый же кризис не определяется стандартными методами диагностики. Прогнозированию кризисов в развитии организации и диагностированию его ранних стадий в литературе уделено недостаточно внимания. Методики крайне малочисленны и в большинстве своем носят качественный характер, не содержат конкретного плана действий по распознаванию кризисов и критериев такой диагностики, а, соответственно, не могут быть применены в практике прогнозирования и распознавания кризисов в конкретной организации.

Таким образом, совершенствование существующих методик диагностики и распознавания скрытой стадии кризиса с позиции системного подхода является одним из актуальных аспектов теоретических и практических исследований в сфере экономики и управления предприятиями и организациями России.

Список литературы:

1. Асаул А.Н., Князь И.П., Коротаева Ю.В. Теория и практика принятия решений по выходу организаций из кризиса / под ред. засл. строит. РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Н. Асаула. – СПб: АНО «ИПЭВ», 2007. - 224с.
2. Ванеева Т.А., Мжельская И.В. Теория антикризисного управления: Учебное пособие. – Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2013. – 102с.

**В.В. Крылова, Е.И. Чучкалова**

*Российский государственный профессионально-педагогический  
университет*

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**

Интернет в наши дни – это целая индустрия, быстро проникающая во все области человеческой деятельности. Именно сейчас эта индустрия находится в стадии стремительного роста, который сохранится в ближайшие несколько лет.

Огромное количество компаний во всем мире видят в сети Интернет большой коммерческий потенциал и возможность перевода своего бизнеса на качественно новый уровень. Поэтому интернет является объектом исследования многих консалтинговых компаний, изучающих динамику его развития, состав пользователей Сети, рынок электронных услуг и многие другие параметры и процессы.

В ходе специально проведенного исследования различных аспектов деятельности интернет-магазинов удалось выявить целый ряд претензий пользователей в адрес электронных магазинов—это недостаточно широкий ассортимент, недостоверная информация о товаре, оформление заказа, доставка.

Почему возникают подобные проблемы интернет-магазинов?

Скудное товарное предложение большинства магазинов во многом зависит от схемы работы самого магазина. Чтобы держать в своем каталоге приличный ассортимент, интернет-магазин должен работать со многими поставщиками. Если покупка мелкая, то магазину невыгодно использовать труд курьера ради выполнения одной заявки, поэтому он накапливает заказы, выстраивая маршруты курьеров, как по адресам поставщиков, так и по адресам покупателей. Именно такая схема работы вынуждает магазины ограничивать ассортимент.

Другая, не менее важная проблема интернет-магазинов - доставка.

Покупатели требуют от интернет-магазинов быстрой и качественной доставки заказов. Но пока, по признанию сотрудников интернет-магазинов, доставка товаров является одним из самых больных мест. Монополистом в этой области до сих пор является Федеральная почтовая служба, о качестве услуг которой Озон ([www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)) честно предупреждает своих клиентов: «Наш опыт показывает, что наиболее серьезные проблемы, связанные с заказами, возникают из-за тихих отечественной почты».

В результате для интернет-магазинов выходом из сложившейся ситуации стало создание собственных курьерских служб как наиболее действенного и надежного способа доставки заказов в пределах крупного города и его окрестностей.

Факторы, сдерживающие рост электронной торговли в России:

- неразвитость инфраструктуры российского бизнеса, отсутствие единых отраслевых стандартов;
- существует не так много людей, имеющих кредитные карты, а те, у кого они есть, боятся воспользоваться услугами интернет-магазинов;
- несовершенная система платежей;
- сложная система заказа;
- трудности с регистрацией.

Несмотря на сложности интернет-компании в России развиваются весьма динамично, только по официальным данным инвестиции в интернет-проекты за последний год составили более 0,5 миллиарда долларов. По прогнозам компании East-West Digital News к 2015 году интернет-рынок в России достигнет годового объема в 23-30 – объем интернет-коммерции составит 40-60 миллиардов долларов.

Список литературы:

- 1.[Электронный ресурс] Режим доступа:  
[http://www.internet-vip.ru/200/internet\\_magazin\\_problemy.htm](http://www.internet-vip.ru/200/internet_magazin_problemy.htm)
- 2.[Электронный ресурс] Режим доступа:  
[http://predprinimatel.ru/practice/perspective/internet-torgovlya:\\_problemi\\_rosta,\\_perspektivi\\_razvitiya,\\_statistika](http://predprinimatel.ru/practice/perspective/internet-torgovlya:_problemi_rosta,_perspektivi_razvitiya,_statistika)

**В. В. Крылова, Е.И. Чучкалова**

*Российский государственный профессионально-педагогический  
университет*

## **ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Интернет магазины «наступают на пятки» рядовым супермаркетам. Несмотря на то, что онлайн-продажи через интернет магазины в России занимают пока лишь 3% от всей розничной торговли, эксперты отмечают о небывалых темпах роста в данном сегменте рынка. Лет 10 назад отечественные