

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

покупатели даже и представить не могли, что будут отовариваться, не выходя за пределы квартиры или офиса. Теперь же онлайн-магазины – отнюдь не диковинка. Здесь все по-настоящему: витрины, консультанты, гарантийные талоны, чеки и даже товарные корзины. Есть, правда, одно существенное и непоправимое отличие - в Сети продукцию нельзя понюхать и потрогать. Зато через Интернет можно купить все: от карандаша до автомобиля.

В ходе специально проведенного исследования о месте интернет магазинов в нашей жизни выяснилось, что ровно половина опрошенных пользуются их услугами. При этом почти 12% респондентов давние пользователи – приобретают товары в Сети более трех лет. Следует отметить, что интернет магазины не являются привилегией молодого поколения: более 20% пользователей услуг старше 27 лет, это 71 % общего числа опрошенных соответствующей возрастной группы. В свою очередь среди тех, кто еще не приобщился к этим благам цивилизации, 82% молодежи младше 21 года.

Респонденты весьма активно используют возможности интернет магазинов: 65% пользователей делают до 10-12 заказов в год. Основными достоинствами они считают возможность приобретать товары оставаясь дома и большой ассортимент, а также отмечают, что цены в интернет магазине значительно ниже, чем в обычных супермаркетах. Самым привлекательным большинство опрошенных признают: бесплатную доставку, подробную информацию о товаре и его фото, возможность прочитать отзывы других покупателей, специальные акции. Наиболее частыми заказами являются книги, бытовая техника, одежда и обувь. Однако, пользователи отмечают и некоторые недостатки: необходимость регистрации на сайте, неудобную систему оплаты заказа и сложную систему возврата товара.

Несмотря на то, что 26% респондентов относятся к интернет магазинам резко отрицательно и не видят за ними будущего, только за последнее полгода к числу пользователей интернет магазина присоединилось почти 15% покупателей от общего количества опрошенных.

Таким образом, интернет магазины завоевывают все большую популярность среди населения и наряду с привычными супермаркетами расширяют возможности качественного удовлетворения наших потребностей.

Список литературы:

1. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.kesiko.ru/index.php?ukey=auxpage\\_internet-magazin-perspektivy-razvitiya](http://www.kesiko.ru/index.php?ukey=auxpage_internet-magazin-perspektivy-razvitiya)

**В.А. Литвяк, У.В. Пермякова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **ПОНЯТИЕ СТОИМОСТИ КАК ОСНОВНОГО КРИТЕРИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Текущий финансовый кризис показал, что функционирование кредитных организаций невозможно в отрыве от стоимостных критериев, поскольку именно стоимость является важнейшей характеристикой экономических процессов, своего рода ядром всей системы экономических отношений в условиях рыночных преобразований. Поэтому стоимостной подход к раскрытию природы банка является наиболее востребованным способом оценки его реального состояния, функционирования и развития.

Для раскрытия сущности стоимостного подхода и оценки глубины и уровня качества его применения в кризис необходимо начать с определения понятия стоимости банка, ее видов и целей оценки. При этом сразу оговоримся, что, несмотря на имеющуюся принципиальную разницу в понятиях «банк» и «кредитная организация» (банк является одним из видов кредитных организаций).

Проблема стоимости в экономической науке является центральной, потому как все экономические понятия и закономерности связаны с ней. Стоимость относится к числу фундаментальных экономических категорий и «не имеет единственного или даже хотя бы общепринятого определения».