



ВЛАДИВОСТОКСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**МАТЕРИАЛЫ
XII МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

К 150 - летию Владивостока

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ НА
РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН
АТР**



КНИГА 3

12-22 апреля 2010 г.

Владивосток

<i>Нижникова Э.А.</i> ЭКСПОРТ РОССИЙСКОЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ В КИТАЙ: ПОТЕНЦИАЛ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ.....	69
<i>Николаев Д.А.</i> ПРОЕКТ СТРОИТЕЛЬСТВА ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА НА ОСТОРОВЕ РУССКИЙ.....	73
<i>Охременко А.С.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА РАССТОЯНИЙ В ПРОВЕДЕНИИ БЕНЧМАРКИНГОВОГО АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ВЛАДИВОСТОКА.....	76
<i>Пацуков С.М.</i> МОДЕЛЬ КРЕДИТНОЙ АКТИВНОСТИ БАНКОВ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ.....	80
<i>Пацуков Д.М.</i> АНАЛИЗ БАЛАНСА БАНКА НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ МАКСИМИЗАЦИИ ПРОЦЕНТНОЙ МАРЖИ.....	85
<i>Поповский А.А.</i> РОССИЙСКО-КОРЕЙСКОЕ ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ПРИМОРСКОМ КРАЕ В 2000-Е ГОДЫ	89
<i>Решетникова К.Ю., Бугрим Ю.А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗОНЫ ОТДЫХА Б. ЛАЗУРНАЯ.....	92
<i>Рябокоть В.А.</i> ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ, В КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	95
<i>Сабанина А.И.</i> АНАЛИЗ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПРИМОРСКОГО КРАЯ.....	98
<i>Сердюкова С.Е., Волошко В.В.</i> ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ПРЕДМЕТ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ.....	102
<i>Симонов А.В.</i> МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ.....	106
<i>Синенко Н. А.</i> WEB-САЙТ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА.....	111
<i>Смолярчук М.А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРЕСТУПНОСТИ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИМИ МЕТОДАМИ.	112
<i>Сороковикова Т.С., Марченко Н.О.</i> ОБЗОР РЫНКА ТОВАРОВ БЫТОВОЙ ХИМИИ Г. ВЛАДИВОСТОКА.....	115
<i>Стетин С.А.</i> СУЩНОСТЬ КЛАСТЕРОВ, ИХ ВИДЫ И РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ.....	120
<i>Топорова Л.В.</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ЖИЛЬЯ (НА ПРИМЕРЕ Г. КОМСОМОЛЬСКА-НА-АМУРЕ)	123
<i>Тузинская А.П.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СОВОКУПНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МОНИТОРИНГА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	127
<i>Устинова К.В.</i> АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ БЕСПРОВОДНОЙ ДОСТУП В ИНТЕРНЕТ	129
<i>Федотова А.В.</i> УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ДОЛГОСРОЧНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ КАК ЗАЛОГ УСТОЙЧИВОГО РОСТА ЭКОНОМИКИ РФ	132
<i>Чалова Д.Д.</i> МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И РОССИЯ	133

ценных бумаг, включая паи и акции инвестиционных фондов. Таким образом, население постепенно уйдёт от покупки иностранной валюты, недвижимости в инвестиционных целях.

Средства предприятий реального сектора – это четвёртый источник «длинных денег», на данный момент, предоставляющий около 70% капитальных инвестиций.

За счёт улучшения инвестиционного климата, включая совершенствование налоговой системы, необходимо стимулировать изменения структуры вложений. Во-первых, увеличение объема инвестиций в модернизацию собственного производства, а также объема финансовых инвестиций в российские активы за счет сокращения оттока капитала, в первую очередь в части прямых инвестиций за рубеж. И, во-вторых, повышение вклада работодателей в пенсионное обеспечение работников через поощрение (в том числе мерами налогового характера) роста отчислений в накопительные и профессиональные (корпоративные) пенсионные системы.

Разработка источников «длинных» денег является критически важной для современной российской экономики – ее модернизация предполагает вовлечение инноваций, финансирование которых в значительной мере требует существенных долгосрочных ресурсов.

В итоге, при условии развития государственных структур и финансового рынка как системы привлечения и перераспределения инвестиционных ресурсов в пользу реального сектора, экономика России будет способна противостоять внешним шокам и циклическим кризисам.

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И РОССИЯ

Д.Д. Чалова, II курс

Л.Н. Жилина – научный руководитель, доц. кафедры МЭТ

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является оценка потенциала отечественного рынка интернет-рекламы на основе сопоставления тенденций его развития в США и России.

Реклама является двигателем рыночной экономики. Если производителя лишить эффективной связи с потребителем, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров. Стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве будут увядать. Вот почему в развитых странах тратятся огромные деньги на рекламу. Поскольку развивающиеся страны следуют стратегиям развитых, то можно ожидать, что Россия будет использовать опыт США. Сегодня, в условиях экономического кризиса, компании с целью уменьшения затрат ускоренно переходят на новые технологии.

Уже в начале 2009 года среднемесячные объемы традиционной рекламы упали практически на треть. Например, по данным московских маркетинговых агентств, в сегменте наружной рекламы востребованными оказалось на 30 процентов меньше наружных рекламных площадей столицы.

Но рынок без продвижения товара существовать не может, и если где-то рекламы убыло, то где-то ее должно прибавиться. И прибавится ее, по мнению экспертов, в интернете. И это уже случилось. Еще в 2008 году объем рынка контекстной сетевой рекламы в России оценивался 350 млн долл.США, увеличившись за год более чем в полтора раза. Преимуществами интернет-рекламы являются: рентабельность, гибкость, многообразие решаемых задач, возможность мониторинга результатов в реальном времени и низкая восприимчивость к кризисным явлениям. Как правило, это внутренний рынок и B2B-сектор.