

Инфляция – обесценивание денежных средств – самым негативным образом влияет на процессы инновационного развития; научные разработки, создание опытных образцов и их тиражирование. Таким образом, связь между инновациями, инвестициями и фактором сдерживания процессов реализации инновационных новшеств через инвестиционные проекты - инфляцией – очевидна. В условиях финансовых кризисов, сопровождаемых в том числе ростом инфляции инвесторы с осторожностью подходят к рассмотрению вопросов вложений средств в долгоокупаемые проекты, особенно связанные с неопределенностью экономических результатов. Логично предположить, что решение данной проблемы лежит на пути сокращения сроков окупаемости и снижения риска неопределенности.

В целях снижения инвестиционных рисков и стимулирования инвестиционной деятельности правительством РФ разработан ряд мер, среди которых необходимо отметить возможность для предприятий на конкурсной основе участвовать в федеральных и региональных инвестиционных программах целевого назначения. В частности, для предприятий, приобретающих в рамках реализации инновационно-инвестиционных проектов развития производства на основе применения высокопроизводительных технологий современную технику могут быть предоставлены субсидии из федерального бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях на осуществление инновационных и инвестиционных проектов по выпуску высокотехнологичной продукции.

Право на получение субсидий предоставляется предприятиям при условии направления кредитных ресурсов для осуществления инновационной деятельности и реализации ее инновационных продуктов в виде инвестиционных проектов по выпуску высокотехнологичной продукции.

Г.С. Чеботарева, Е.С. Кондюкова

Уральский федеральный университет имени первого Президента России

Б.Н. Ельцина

НОВАТОРСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

Электронная торговля (e-commerce) – это торговля через сеть Интернет. Отличие такой торговли от традиционной кроме того, что контакт между заинтересованными лицами осуществляется при помощи компьютеров покупателя и

продавца товара состоит также и в способах привлечения покупателей, средствах психологического воздействия на покупателей, способах подачи информации о товаре, совершения покупок.

Стратегия ценообразования в электронной торговле – это набор специфических правил и практических методов, которым следуют при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, реализуемые через Интернет-торговлю.

В частности, сумма, которую рекламодатель должен заплатить за размещение своих баннеров на том или ином сайте либо в баннерообменной системе, измеряется величиной, называемой СРМ (стоимость одной тысячи баннерных показов). В некоторых случаях владельцы рекламных площадок предлагают рекламодателю оплачивать не показы их баннеров, а число посетителей, щелкнувших на баннере мышью и оказавшихся, таким образом, на рекламируемом сайте. Эта величина носит название СРС (Cost Per Click).

Можно выделить следующие новаторские методы ценообразования в электронной торговле:

Онлайновые аукционы – это мощные методы ценообразования в режиме реального времени. Менеджеры, ответственные за ценообразование, чаще всего выбирают вариант, когда не сама компания устанавливает цену, а это делает аукционный механизм.

Онлайновая аренда – при использовании этого метода покупатель платит некую сумму каждый раз, когда пользуется этим товаром. Таким образом, при аренде того или иного продукта наиболее важным фактором для покупателя является текущая потребность в нем.

Пакетирование – это комбинирование отдельно взятых продуктов в более крупной связке. Пакетирование можно рассматривать как тактику ценообразования, которая является очень мощной и эффективной, когда идет речь о стремлении фирмы значительно расширить круг своих покупателей и тем самым увеличить объем продаж, а, следовательно, и выручку.

Таким образом, электронная торговля в настоящее время является большим прорывом в области реализации товаров, услуг и работ. Она позволяет экономить время и приобретать действительно нужные товары по доступным ценам. Важную роль в этом сыграли и разработанные в данной области методы ценообразования.