

На основі теоретичного та емпіричного дослідження було встановлено, що маркетинг - це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів. Будь-який продукт - це укладена в упаковку послуга для вирішення якоїсь проблеми. Завдання діючого ринку - виявити приховані за будь-яким товаром потреби і продавати не властивості цього товару, а вигоди від нього.

Серед основних напрямів за допомогою яких можна домогтися ефективної роботи підприємств на ринку України, пропонується виділити наступні:

- ✓ систематичне оновлення асортименту надаваних послуг, шляхом впровадження нових технологій;
- ✓ ретельно спланована рекламна компанія;
- ✓ можливість впливу на вартісну структуру ринку у порівнянні з конкурентами.

От чому маркетинг в інформаційну, постіндустріальну еру являє собою цілий світ, переповнений для знаючої людини необмеженими можливостями по збільшенню об'ємів продажів.

Список літератури: 1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь /А.Б. Борисов // М.: Книжный мир,1999. - 895с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ / Ф Котлер // М.: Ростингер, 1996. – 704 с. 3. Старостіна А.О. Основы маркетингу. Теорія та господарські ситуації /А.О. Старостіна, О.В. Зозульов // [навч. посіб.]. - К.: Торгмарк, 2005. - 132 с. 4. Чубукова О.Ю. Економіка інформації: ринок продуктів та послуг / О.Ю. Чубукова // К.: Нора-Прінт, 2001. — 344 с.

НАЗАРОВА Г.Г., магістрант НТУ «ХПИ», гр. ЭК-176

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

На современном этапе развития рыночных отношений особая роль отводится задачам совершенствования инновационной составляющей

предпринимательской деятельности предприятий для повышения эффективности бизнеса. Традиционные методы ведения бизнеса в условиях современной экономики не в полной мере соответствуют тенденциям развития организаций. Электронная коммерция способна значительно увеличить экономическую эффективность предприятий.

В силу того, что интернет коммерция с каждым годом набирает все большую популярность и количество запускаемых проектов в этой сфере неуклонно растет, остается актуальным вопрос как же правильно оценить эффективность этих проектов в соответствии с их особенностями, новизной и уникальностью. Выделяют следующие особенности оценки интернет-проектов: 1) особенности оценки венчурных проектов; 2) особенности оценки СМИ; 3) особенности оценки магазинов; 4) особенности оценки в условиях быстрорастущего рынка; 5) прикладной характер большинства проектов; 6) непубличность, отсутствие близких аналогов [1].

В связи с тем, что интернет-проекты обычно являются прикладными и оказывают информационное и рекламное воздействие на целевую аудиторию, при расчете эффективности следует оценивать стоимостные значения нескольких факторов: 1) потока денежных средств от размещения рекламы на сайте или портале; 2) опосредованного влияния сайта на привлечение клиентов и потенциала возможностей по продвижению новых продуктов [2].

К инновационному инвестиционному проекту применимы все инструменты финансовой и экономической оценки, свойственные любому инвестиционному проекту [3].

В первую очередь речь идет о методе дисконтированных денежных потоков, дающем наиболее точную оценку всех финансовых затрат и результатов проекта. Также при оценке эффективности инвестиционного проекта следует использовать количественный подход к рассмотрению "рискованности" инвестиционного проекта.

Одним из наиболее распространенных на практике способов определения

ставки дисконтирования является кумулятивный метод оценки премии за риск.(ССМ) [4]. Учитывая специфику интернет-проекта и соответственно факторов рисков, влияющие на размер ставки дисконтирования данного вида проектов в сфере инноваций, выделим следующие составляющие премий за риски: 1) условно безрисковая ставка, 2) риск ненадежности участников проекта, 3) риск неполучения предусмотренных доходов, 4) страновой риск.

Страновой (политический) риск обычно усматривается в возможности непрогнозируемых негативных изменений экономического окружения, связанных с изменением государственной инвестиционной, налоговой, таможенной и финансовой политики.

Для интернет-проекта премия за риск ненадежности участников проекта усматривается в: а) возможности непредвиденного прекращения реализации проекта, б) финансовой неустойчивостью фирмы, реализующей проект

Риск неполучения предусмотренных проектом доходов обусловлен прежде всего техническими, технологическими и организационными решениями проекта, а также случайными колебаниями объемов производства.

Оценка эффективности инновационного проекта должна подвергаться переосмыслению и корректировке на регулярной основе, с обязательным учетом достигнутых результатов и изменившихся внутренних и внешних условий реализации проекта

Список литературы: 1. *Калинина А.Э.* Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. — 148 с. 2. *Gary Schneider* "Electronic Commerce", Course Technology, 2008 3. *Синадский В.* Расчет ставки дисконтирования // «Финансовый директор» № 4, 2003. 4. <http://www.provectum.ru/proarticles/54-likbarticles/78-osobennosti-ocenki-innovatcionnyh-proektov>