

задействует известных актеров (Стивена Сигала, Дольфа Лундгрена), серьезные ресурсы вкладываются в киберспорт. Растущий интерес к игре, которая существует в рамках бизнес-модели free-to-play, приносит ее создателям значительные доходы.

Наджафи Захра

ПРОБЛЕМЫ РАСШИРЕНИЯ ИМПОРТА ЗЕРНА ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ ИРАН

Внешняя торговля является одним из важных компонентов не только повышения производственного потенциала экономики страны, но и обеспечения ее продовольственной безопасности. Это имеет особую актуальность для Ирана, находящегося под воздействием экономических санкций, особенно нефтяного эмбарго. С одной стороны, это вызывает необходимость диверсификации экспортной продукции, расширения экспорта не нефтяных продуктов. С другой стороны, требует решения проблемы обеспечения населения продовольствием путем освоения новых направлений импорта зерновой продукции в условиях высокого курса конвертируемых валют и волатильности цен на мировом рынке.

Неблагоприятные погодные условия в последние годы привели к дефициту зерна на внутреннем рынке, в то же время с увеличением численности населения потребности Ирана в этом продукте постоянно росли. На внутренний рынок Ирана зерно поступает из ряда государств Европы, Азии, Северной и Южной Америки. Однако возможности существенного расширения его импорта связывается с российским и казахстанским направлениями.

Наращивание импорта зерна из России и Казахстана требует решения ряда логистических и финансовых проблем. Портовая и транспортная логистика Каспийского моря не позволяет обеспечить перевозку значительных объемов зерна: мелководность портов, недостаток мощностей погрузочных терминалов и отсутствие у всех сторон флота, который мог бы перевозить большие объемы российского и казахстанского зерна. В настоящее время транспортировка зерна осуществляется преимущественно через порты Черного и Азовского морей.

Существенные проблемы в торговле Ирана с другими странами связаны с трудностями в расчетах долларами. В свою очередь, использование национальных валют влечет за собой риски, обусловленные неустойчивостью валютных курсов и т.п.

На наш взгляд, расширение импорта зерна Ираном из России и Казахстана требует ряда правительственных мер. Во-первых, необходимо решение транспортно-логистических проблем (укрепление транспортного флота на Каспийском море, реконструкция и обновление причалов и оборудования). Во-вторых, необходимы создание совместных экспертных групп

между тремя странами для пересмотра правил торговли, создание совместной инспекционной компании, совместное использование банков и заключение соглашения о сотрудничестве между банками. В-третьих, целесообразно создание совместных предприятий Ираном, Россией и Казахстаном, занимающихся торговлей и транспортировкой зерновой продукции.

А. Каледа

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

В условиях дигитализации экономики внедрение интернет-технологий в маркетинговую деятельность предприятий позволяет последним адаптироваться к современным рыночным условиям, что способствует повышению эффективности их функционирования.

Интернет-технологии сегодня выступают в качестве инструмента удовлетворения информационных потребностей и создания эффективной системы взаимоотношений предприятий с потребителями, а также со всеми элементами внешней предпринимательской среды. В настоящее время все компании, независимо от вида деятельности и формы собственности, находятся в поиске эффективных, но малозатратных инструментов продвижения своих товаров и услуг, поэтому интернет-реклама – это самый перспективный сегмент рекламного рынка, имеющий ряд весомых преимуществ перед другими оффлайн-каналами. Размещая рекламу в Интернете, предприятие получает полную статистику, а также возможность оперативного размещения и внесения корректировок в процесс. Интернет-реклама выгодно отличается своей индивидуализированностью, обеспечивая высокий уровень как вовлечения клиентов, так и запоминания (компания, товара, бренда). Немаловажную роль играет отсутствие территориальных границ.

При этом цены на интернет-рекламу, как правило, ниже, что позволяет использовать ее как крупным компаниям, так и среднему и малому бизнесу. Широкий спектр инструментов (баннеры, контекстная реклама, вирусная реклама, e-mail рассылка, реклама в соцсетях и т.д.) позволяет проводить рекламные кампании наиболее гибко и эффективно. Интернет-реклама может использоваться в целях увеличения количества продаж посредством генерации входящих заявок, расширения целевой аудитории, формирования имиджа компании, повышения узнаваемости предприятия, вывода нового продукта на рынок, а также для повышения лояльности и коммуникации с потребителями.

Таким образом, с помощью интернет-рекламы можно решить целый перечень маркетинговых задач. Для достижения той или иной цели используется один или несколько инструментов в комплексе.