

сировку банковской системы с интересов кредитора на интересы заемщика. По мнению авторов, данная мера могла бы решить проблемы с кредитованием в нашей стране. Другим решением в области развития малого и среднего бизнеса может явиться формирование так называемых «промышленных парков», которые позволили бы создавать новые рабочие места и новое производство. Важными достоинствами таких промышленных парков являются локализованные налоговые льготы, банковское «длинное» финансирование.

М.С. Башурова, Т.И. Фадеева*

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ НА ПРОДВИЖЕНИЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ SEO

Общеизвестно, что в современных экономических условиях многие предприятия вынуждены искать способы оптимизации своих расходов и снижения издержек. При этом в первую очередь компании урезают маркетинговые бюджеты, что, по мнению большинства аналитиков, является логичным, т.к. кризис привел к изменению задач, которые стоят перед российскими компаниями: вместо вопроса, как приумножить, руководители компаний сейчас озабочены вопросом, как сохранить. При этом полный отказ от использования технологий продвижения грозит компаниям потерей позиций на рынке. В данной связи наиболее целесообразен отказ от неэффективных традиционных способов продвижения и поиск новых инструментов коммуникаций. Наиболее активно сегодня растет сегмент интернет-коммуникаций, куда, по оценкам экспертов, и перешла значительная часть рекламодателей из мира радио, ТВ и печатной рекламы. При этом сама Интернет-реклама в ее классической форме постепенно отходит на второй план, а рекламодатели все больше обращают внимание на альтернативный канал продаж - поисковое продвижение.

Продвижение в поисковых системах или SEO (Search Engine Optimization) относится к внешним интернет-коммуникациям и представляет собой комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей. Чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем.

Именно непрерывным развитием и совершенствованием поисковых систем во многом и обусловлены неограниченные возможности SEO-технологий. В настоящее время активно разрабатываются новые функции поисковиков, позволяющие получать максимум возможностей при минимуме кликов, создают-

* Победитель Всероссийского научного конкурса «Научный стиль» (1-е место)

ся и постепенно внедряются альтернативные виды поиска информации (Google Squared), для удобства пользователей в поисковые системы внедряются сервисы укорачивания ссылок, русифицируются и модифицируются многие программы, развивается мобильный Интернет. Все это обеспечивает увеличение числа обращений пользователей к поисковым системам и, соответственно, способствует росту эффективности технологий SEO.

Преимуществом поисковой оптимизации является и то, что она помогает привлечь посетителей на сайт бесплатно. Важно отметить, что в настоящее время многие пользователи не смотрят на оплаченные позиции в результатах поисковиков. Таким образом, нахождение на бесплатных позициях обеспечивает компании большой приток посетителей.

Ю.П. Безменова, И.В. Ухлов

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ

В связи со стратегической целью перевода экономики России на инновационный путь развития возрос интерес к вопросам, связанным с менеджментом и маркетингом инноваций. Маркетинг инноваций – это процесс, который включает в себя планирование производства инноваций, исследование рынка, налаживание коммуникаций, установление цен, организацию продвижения инноваций и развертывания служб сервиса.

Специфику маркетинга инноваций определяют особенности рынка и представленных на нем объектов. Объектом обмена на рынке инноваций являются инновационные продукты, которые становятся товаром, но товаром специфическим. Выстраивается логика исследования маркетинга инноваций: особенности рынка ↔ специфика товара (услуги) → особенности инструментов и методов маркетинга.

Рынок инноваций обладает следующими особенностями:

- по своей природе это «рынок продавца»;
- данному рынку присущи высокие барьеры;
- этот рынок имеет глобальный характер;
- емкость рынка существенно зависит от инновационной активности экономики на макро- и микроуровнях;
- характерной особенностью рынка является отсутствие определенного «места»;
- покупателями инновационных продуктов (за исключением товаров массового спроса) являются профессионалы;
- на данном рынке представлено огромное разнообразие товаров;