

предполагает расчет возможностей предприятия по инвестированию средств в эти операции, определение реальной рыночной стоимости ценных бумаг, а также умелого подбора высокоэффективных ценных бумаг как с точки зрения их доходности, так и снижения риска потери средств. При этом учитываются рыночная конъюнктура на фондовом рынке, средние есудные проценты, выбор партнеров, видов ценных бумаг и другие факторы, влияющие на результаты от финансовых операций.

*Голик В. С.
БГЭУ (Минск)*

ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ

Одним из способов привлечения новых посетителей и увеличения объемов продаж, с одной стороны, и возможности заработать комиссионные - с другой, являются партнерские программы (affiliate programs, associate programs или revenue sharing- и tefferal programs). В партнерской программе могут участвовать:

- две стороны: продавец товаров или услуг и партнеры;
- три стороны: продавец товаров или услуг, компания-посредник и партнеры.

Продавец товаров или услуг управляет сайтом, на котором посетители могут приобрести товары или услуги компании. Для увеличения объемов продаж товаров или услуг продавец может открыть партнерскую программу. Партнерская программа представляет собой совокупность условий партнерской программы и программного обеспечения для ее эффективной работы. В зависимости от варианта партнерской программы комиссионные партнеру могут выплачиваться за каждого пришедшего по ссылке партнера посетителя, за регистрацию или подписку на предлагаемый товар или услугу или за произведенную покупку. Комиссионные могут быть фиксированной суммой или процентом от совершенной покупки. Кроме того, одни продавцы платят только комиссионные от первой сделки, другие же учитывают и последующие покупки клиента. Одним из вариантов комиссионных могут быть комиссионные за нового партнера, пришедшего по ссылке партнера и успешно зарегистрировавшегося в партнерской программе. За нового партнера комиссионные могут выплачиваться фиксированной суммой или определенным процентом от продаж товаров или услуг новым партнером.

Существуют следующие виды партнерских программ:

- партнерская программа с оплатой за время размещения баннера или ссылки;
- партнерская программа с оплатой за действия;
- партнерская программа с оплатой за продажи товара или услуги;
- партнерская программа по привлечению новых партнеров.

Компания-продавец обычно устанавливает определенные правила для партнеров. Любой человек может стать партнером компании, если он или его сайт соответствуют правилам участия в партнерской программе. Обычно ограничения могут быть следующими: страна проживания, язык сайта.

количество посетителей сайта.

Партнер является посредником между владельцем партнерской программы и его клиентами.

Компания-продавец товаров или услуг обычно предоставляет своим партнерам широкий выбор различных инструментов интернет-рекламы для продвижения своих товаров или услуг: баннеры, текстовые ссылки, логотипы, готовые сайты и т.д. Партнеры выбирают наиболее подходящие для себя инструменты интернет-рекламы. Товары или услуги компании партнер может рекламировать на своем сайте, размещать платную рекламу в поисковых системах, на тематических сайтах.

Для продавцов партнерская программа представляет собой бесплатный способ рекламирования их товаров и услуг.

Самым наглядным примером продвижения и использования партнерских программ является компания Amazon.com (<http://www.amazon.com>), ставшая благодаря применению партнерских программ самым известным в Интернете продавцом книг, а сегодня предлагающая и множество других товаров. Кроме нее можно выделить такие компании, как интернет-аукцион Ebay.com (<http://www.ebay.com>), регистратор доменных имен Wild West Domains Inc. (<http://www.wildwestdomains.com>), сайт путешествий Expedia.com (<http://www.expedia.com/>), Art.com (<http://www.art.com/>).

Например, белорусский книжный интернет-магазин Oz.by (<http://www.oz.by>) предлагает владельцам сайтов следующую партнерскую программу:

«Если у Вас есть свой сайт в Интернете, то мы Вам можем помочь начать зарабатывать реальные деньги с его помощью. Для этого Вам достаточно вступить в нашу Партнерскую программу. Сделать это чрезвычайно просто и абсолютно бесплатно, и не потребует от Вас практически никаких затрат. Просто разместив у себя на сайте ссылку на нас, наш баннер или поисковую систему, Вы сможете приобщиться к миру электронной коммерции и будете получать 5% от суммы всей покупки, сделанной пользователем в течение недели, пришедшим по представленной Вами ссылке к нам на сайт.»

Выбор правильной партнерской программы – это довольно сложная задача. Существуют тысячи всевозможных программ, и из них необходимо выбрать те, которые принесут реальную прибыль. Правильный выбор зависит от разных факторов: тематики сайта, на котором предполагается разместить партнерскую программу; аудитории сайта; специфичности предлагаемого товара или услуги; уровня конкуренции в партнерской программе.

Для создания своей партнерской программы и ее эффективной работы необходимо специальное программное обеспечение, которое позволяет учитывать все переходы посетителей с сайтов партнеров, регистрации, покупки и представлять полученные данные в виде статистики и детальных отчетов. Но не все компании могут позволить себе данное программное обеспечение, поэтому они прибегают к услугам рекламных брокеров.

Рекламный брокер представляет собой сервисную компанию, которая обслуживает продавцов товаров и услуг и партнеров, выступает в качестве

независимой третьей стороны, регулируя спорные вопросы между продавцами и партнерами. Компания-посредник создает на своих серверах базу данных продавцов и базу данных потенциальных партнеров, размещает информацию о различных партнерских программах, часто оценивая их по единым критериям, предоставляет статистику посещений, продаж, формирует отчеты и производит выплаты партнерам.

Самым известным международным рекламным брокером является сервисная компания Commission Junction (<http://www.cj.com>) – популярная англоязычная система партнерских программ. В качестве рекламного механизма используется разработанная компанией технология, а также система прямого взаимодействия между рекламодателями и вебиздателями. Партнерская программа есть не что иное, как форма ведения бизнеса. Используя возможность рекламного брокера Commission Junction, рекламодатель в кратчайшие сроки может вывести свой бизнес на уровень рентабельности и получения прибыли. Commission Junction позволяет создавать самые современные партнерские программы, учитывая всю специфику бизнеса клиента. Использование партнерских программ позволяет сократить расходы на рекламу и при этом увеличить ее эффективность в несколько раз. Более 90% компаний во всем мире работают, используя партнерские программы в качестве основного источника привлечения посетителей и клиентов на свои сайты.

Среди крупных международных рекламных брокеров можно выделить следующие: LinkShare (<http://www.linkshare.net>), Refer-It (<http://www.refer-it.com>), Be Free (<http://www.reporting.net>).

*Гоцкий Г.Г.
БГЭУ (Минск)*

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ТРАНСФОРМАЦИИ АГРАРНОГО СЕКТОРА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Центральный научно-практический вопрос состоит в том, чтобы обосновать модель трансформации аграрного сектора экономики, которая включает методологический аппарат трансформации большой сложной системы. Эта модель должна содержать концепцию трансформации аграрного сектора экономики и комплекс моделей и методик, представляющих собой методологическое обеспечение трансформационного процесса.

Указанная концепция трансформации аграрного сектора экономики состоит в замене деструктивных элементов, тормозящих трансформационный процесс, на проверенные мировой практикой конструктивные элементы социальной системы, которые расширяют ее возможности за счет высвобождения потенциала ее подсистем: культуры, политики, экономики. Источниками развития становятся новые представления и идеи, генерация которых открывает дополнительные возможности саморазвития экономических единиц. Реализация концепции предполагает:

- * расширение содержания категории трансформации за счет включения в нее естественных для объекта трансформации культурно-цивилизационных