

Обычно поставщики обращаются к факторинговым компаниям по трем вопросам: нехватка денежных средств, построение продаж в кредит и страхование рисков.

Факторинг решает следующие проблемы: расширение доли компании на рынке; повышение ликвидности дебиторской задолженности; ликвидация кассовых разрывов; своевременная оплата контрактов и налогов.

В коммерческом аспекте эффективность факторинга выражается в том, что банк оказывает содействие в плане кредитного менеджмента. Банк контролирует своевременность оплаты поставок покупателями, проверяет платежную дисциплину и деловую репутацию покупателей, эффективно управляет дебиторской задолженностью. Банк в рамках факторинга позволяет клиенту управлять своими рисками, избегать отгрузок недобросовестным покупателям, грамотно строить лимитную и тарифную политику при осуществлении товарного кредитования.

Кроме того, при факторинговом обслуживании поставщик защищен от массы рисков. Речь идет прежде всего о кредитном риске, т.е. неоплате поставки покупателем вовсе, о риске нарушения ликвидности, т.е. риске несвоевременной оплаты и о валютном риске.

Каждая компания стремится к развитию, к росту своих продаж. Однако ограниченные финансовые и организационные возможности большинства поставщиков сдерживают их в осуществлении поставленных целей. На помощь приходят финансовые продукты и услуги, позволяющие организациям развивать свой бизнес. Одним из таких «инструментов» является факторинг, который призван решать для компаний, реализующих свою продукцию с отсрочкой платежа, следующие задачи:

- расширить долю компании-поставщика на рынке;
- повысить ликвидность дебиторской задолженности;
- ликвидировать кассовые разрывы;
- своевременно оплачивать контракты и уплачивать налоги;
- организовать продажи в кредит;
- развить отношения с существующими покупателями;
- привлечь новых покупателей;
- застраховать риски, связанные с предоставлением отсрочки платежа покупателям.

Голик В. С., БГЭУ (Минск)

УЧАСТНИКИ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

На рынке интернет-рекламы можно выделить следующих участников: продавцы интернет-рекламы, ее покупатели и инфраструктура рекламы – те компании, которые разрабатывают программное обеспечение, с помощью которого создается реклама, оцениваются ее различные показатели, контролируются рекламные кампании и многое другое.

Продавцами интернет-рекламы являются Web-издатели, которые предлагают рекламодателям свои рекламные площадки. Но важное значение имеют и рекламные каналы, благодаря которым Web-издатель размещает рекламу на своем Web-сайте. Рекламные сети, компании-представители Web-издателей, аукционы, форумы Web-мастеров представляют собой рекламные каналы.

Рекламные сети помогают Web-сайтам получать прибыль от рекламы. Одному мелкому сайту труднее привлечь рекламодателя, чем крупной рекламной сети. Сайты подключаются к рекламной сети и размещают на своих площадках рекламу. Рекламной сети легче привлечь рекламодателя, а рекламодателю проще купить большой объем рекламы сразу, чем иметь дело с множеством мелких сайтов. Рекламным агентствам проще

вести дела с одной рекламной сетью, объединяющей тысячи Web-сайтов различной тематики, чем с большим количеством сайтов.

Сайты с рекламой для продажи могут нанять компанию-представителя Web-издателя, которая занимается продажей рекламного пространства на сайте.

Web-издатель может быстро продать свое рекламное пространство на аукционе в реальном режиме времени или разместить свое объявление о продаже рекламы на форуме Web-мастеров.

Покупателями рекламы являются рекламодатели, которые продают товары, услуги или рекламируют свои сайты. Они могут быть представлены интерактивными или традиционными рекламными агентствами, которые организуют онлайн-рекламные кампании и покупают рекламное пространство. В качестве покупателя рекламы может выступать сам Web-издатель, который приобретает рекламу для привлечения на свой сайт посетителей с целью рекламирования своего сайта, извлечения дополнительной прибыли за счет продажи товаров или услуг.

Компании, которые составляют инфраструктуру рынка рекламы, разрабатывают различное программное обеспечение, которое осуществляет оценку и анализ трафика, т.е. посетителей сайта, обеспечивает таргетинг и персонализацию, как для рекламодателя, так и для Web-издателя, управляет рекламой или рекламными кампаниями.

Голубкова Т., Николаева И., Балтийский русский институт (Рига)
**СТРАТЕГИЯ «ПРОДВИЖЕНИЯ
ОБРАЗОВАНИЯ БЕЗ ГРАНИЦ»**

По стандарту, установленному учеными в области маркетинга, стратегия продвижения товара предполагает планирование, осуществление и контроль коммуникационного процесса.

Балтийский русский институт в 2000-м году предложил на рынок образования Латвии программу EBSI (European Business School International), что явилось инновацией не только для института, но и для Латвии.

Для БРИ стратегия «продвижения образования без границ» предполагает получение универсального диплома европейского образца. Студент в течение двух лет обучается по программе «Управление предпринимательской деятельностью», то есть изучает блок дисциплин, ориентированных на внутренний международный рынок, и в совершенстве осваивает два иностранных языка. Основным иностранным языком является английский, второй – по выбору студента, в зависимости от страны дальнейшего обучения. Немаловажно то, что студенты осваивают единую учебную программу независимо от страны обучения, что дает им большое преимущество в плане мобильности в рамках Европейского Союза.

Балтийский русский институт предоставил современное перспективное образование, то есть «продукт», латвийскому рынку, а также новую возможность совершить потребителю, то есть абитуриенту, «покупку». Кроме этого, огромным преимуществом является то, что обучение проводится по европейскому стандарту.

Ценность образования по программе БРИ-EBSI определяется каждым потребителем-студентом, который начинает обучение. Студент в процессе учебы свободен от необходимости придерживаться общих взглядов, развивает собственные интересы и динамично с потребительским восприятием получает знания, сертификаты той страны, где он учится, диплом EBSI, а также, по желанию студента, диплом БРИ. В этом есть