

умоўна, аўтаматычна, без удзелу чалавека). Персаналізацыя дадзеных дазваляе найбольш дакладна адрасаваць рэкламу. Такая рэклама не раздражняе, бо ў поўнай меры суадносіцца з чаканнямі спажыўца.

Рэкламу нельга цалкам назваць кантэкстнай, бо яна можа не мець нічога агульнага са старонкай, на якой адлюстроўваецца. З іншага боку, рэклама з'яўляецца кантэкстнай у адносінах да запатрабавання, што было зроблена ў мінулым.

Калі карыстальнікі наведваюць сайты, якія з'яўляюцца членамі рэкламнай сеткі, яны бачаць рэкламу, падабраную ў адпаведнасці з іх інтарэсамі. Рэклама становіцца найбольш прыцягальнай.

Аднак да падлічэння эканамічнай эфектыўнасці "пост-пошукавай" рэкламы трэба падыходзіць крытычна. Станоўчы момант — выраб тэкставай рэкламы даволі танна. Але тэхналогія "пост-пошукавай" рэкламы абаронена патэнтам № 6,832,207 патэнтнага ведамства ЗША (уладальнік — кампанія AlmondNet), што значна зьвужае магчымасці яе выкарыстання ў шырокім маштабе і асабліва на Беларусі. Не кожная кампанія нават сярэдняга памеру валодае дастаткова вялікім бюджэтам для ліцэнзійных адлічэнняў праваўладальніку. Да таго ж крытэрыі разліку маркетынгавай эфектыўнасці дакладна не распрацаваны: нельга ўлічваць толькі паказчык CTR (click through ratio), бо ён не адлюстроўвае ўскоснага ўздзеяння рэкламы, а для стварэння іміджа прадукту ўсё ж найбольш падыходзіць графічная банерная рэклама.

*Д.В. Мацко*

БГЭУ (Мінск)

## СТЕКЛО СТРОИТЕЛЬНОЕ ПРОФИЛЬНОЕ

Стекло — широко распространенный строительный материал. Его научились производить еще в древности. В развитии стеклотехники условно выделяют четыре периода.

В России стеклоделие развивалось в XX—XI вв. Основоположник научного стеклоделия в России — М.В. Ломоносов.

Профильное строительное стекло впервые начали изготавливать в Европе после второй мировой войны. Получить изделия замкнутого профиля впервые удалось в СССР в 1961 г. коллективу Борского стеклольного завода им. Горького.

Профильное стекло (стеклопрофилит) представляет собой крупногабаритные погонажные изделия постоянного по длине профиля. Стеклопрофилит может быть швеллерным, коробчатым, ребристым, z-образным, v-образным. Его изготавливают с гладкой, рифленой, узорчатой поверхностью, бесцветным, с аэрозольным окисно-металлическим покрытием, а также окрашенным в массу. Коробчатое и швеллерное профильное стекло получают с помощью универсального формующего устройства.

Для отжига стеклопрофилита используют электрообогревательные леры с транспортирующими валками. Улучшить условия отжига можно с использованием инфракрасного излучения. Резка стеклопрофилита производится алмазным инструментом с помощью специального оборудования.

К настоящему моменту накоплен большой опыт использования стеклопрофилита в промышленном, гражданском и сельскохозяйственном строительстве.

*И.Л. Перевозникова*

БГЭУ (Минск)

### **НЕОБХОДИМОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «ЗАВОД ЭЛЕКТРОДВИГАТЕЛЕЙ “ЭЛЛАСТ”»**

Современная рыночная деятельность требует от руководителей и специалистов предприятий навыков принятия решений в условиях рыночных отношений. Работа на внешнем рынке предполагает хорошее знание методов управления, используемых зарубежными компаниями, результатов практической реализации концепции маркетинга. Современная концепция маркетинга состоит в том, чтобы все виды деятельности предприятия основывались на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе.

Маркетинг представляет собой нечто большее, чем просто продвижение товаров и услуг на рынок. Заставить покупателя купить то, что может предложить предприятие — задача сбыта. Маркетинг — двусторонний процесс, который основан на взаимосвязи производительных сил и потребителя.

ООО «Завод электродвигателей “Элласт”» является производителем и поставщиком асинхронных электродвигателей с диапазоном мощностей от 0,12 до 1,1 кВт на рынки стран СНГ. На сегодняшний день производственная база завода состоит из двух цехов, оснащенных современным оборудованием, транспортного участка и здания административного корпуса.

Одним из бизнес-процессов на предприятии является маркетинговая деятельность — систематическая работа, направленная на исследование рынка, выявление его потребностей, предпочтений и ожиданий, включающая целенаправленное воздействие на рынок для обеспечения эффективного сбыта товаров и услуг.