

ная реклама (а позже и баннерообменные сети), которая позволяет качественнее передать содержание рекламы, создать имидж товару. Но в то же время графическая баннерная реклама достаточно громоздка для передачи, что неприемлемо для Беларуси и соседних стран с относительно невысоким уровнем развития телекоммуникаций. Более того, такого рода реклама значительно раздражает посетителя, особенно с применением средств *reach-media*, ввиду чрезвычайно широкого ее использования. К недостаткам также следует отнести эффект т.н. «баннерной слепоты», т.е. привыкания к месторасположению рекламы, вследствие чего посетитель с течением времени просто перестает обращать на нее внимание (что означает необходимость постоянного изменения расположения), а также тематическое несоответствие ее размещения. Вышеперечисленные факторы подталкивают пользователя избегать такого рода рекламы.

Блокирование рекламы может осуществляться как с помощью универсальных *firewall*'ов (часто обучающихся), так и с помощью программ, специально предназначенных для данной функции. Особенно следует подчеркнуть блокировку по размеру, т.е. блокировку не только рекламы, но всех графических изображений заданного размера, что изначально делает создание баннеров стандартного размера нецелесообразным.

Основное назначение графической баннерной рекламы – это не только привлечение пользователя на сайт рекламодателя с целью немедленной покупки. Такая реклама скорее имеет имиджевое значение, позволяющая запомнить товар, марку. Уровень CTR (*click through ratio*) не является абсолютным показателем эффективности рекламы, т.к. невозможно учесть пассивное воздействие на потребителя.

С развитием интернет-технологий появилась возможность таргетинга – выделения групп пользователей по избранным критериям (чаще всего региональным). Данная технология может использоваться для максимально точной адресации рекламы целевым группам. Это относится как к графической баннерной, так и к текстовой рекламе. Использование таргетинга в рекламных целях позволяет сыграть на ожиданиях потребителя, а также значительно снизить раздражение от рекламы, которая в связи с применением данной технологии отвечает его интересам.

Одновременно с технологией таргетинга существует и идея контекстной рекламы, используемой на поисковых серверах. Реклама отображается после изучения запроса пользователя, и только та, которая содержит в себе ключевое слово поиска или близко соответствует тематике запроса. Еще один положительный аспект такой рекламы заключается в невозможности ее блокировки: текстовая реклама невычленима из структуры интернет-страницы.

Несмотря на относительный кризис интернет-рекламы, она остается достаточно действенным средством продвижения продукта на рынок, а с учетом все более широкого распространения Интернета и телекоммуникаций в мире интернет-реклама может стать одним из самых эффективных инструментов привлечения клиентов.

Мазоль С.И., БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ

Слияния и поглощения обеспечивают значительный экономический эффект для интегрирующихся компаний. Положительные результаты интеграции наблюдаются практически во всех областях конкурентной среды компании, начиная от системы управления персоналом и заканчивая характеристиками глобальной конкурентной позиции компании.

Интеграция компаний позволяет эффективно реагировать на изменения внешней среды, изменение условий конкуренции, рост эффективного масштаба затрат в области научных исследований и глобального маркетинга, возникновение избыточных мощностей, резкие технологические изменения.

В результате слияний и поглощений компании получают возможность начать активную программу диверсификации производства, проникать в новые отрасли, организовывать выпуск новых видов продукции.

Слияния и поглощения обеспечивают укрепление рыночной силы интегрирующихся компаний и повышение уровня концентрации производства, часто во главу угла сделок по слияниям и поглощениям становится получение преимуществ за счет укрупнения рынка сбыта и реализация эффекта торгово-коммерческой синергии.

Слияния и поглощения обеспечивают объединяющимся компаниям чистый экономический эффект за счет производственной и финансовой синергии. Основой для ее появления является взаимодополнение активов компаний. Компании получают возможности использовать преимущества, связанных с горизонтальной или вертикальной интеграцией хозяйственных процессов, углублением специализации принадлежащих им активов.

Основой для существования финансовой синергии является повышение эффективности функционирования компаний и усиление их глобальных рыночных позиций. Проводимая реструктуризация, перспективы расширения рынков сбыта и рыночной доли, возможность взаимного обмена технологиями объединяющихся компаний рассматриваются рынком как важные индикаторы экономической эффективности интеграции, в ответ на которые и происходит рост рыночной стоимости акционерного капитала компаний.

По результатам проведенного анализа международного фондового рынка для компаний, участвовавших в сделках по слияниям и поглощениям, выявлены следующие виды синергических эффектов:

- статический эффект синергии;
- эффект фиктивного капитала;
- динамический эффект синергии.

Несмотря на сложность механизма реализации операций по слияниям и поглощениям, они являются самым эффективным способом укрупнения компаний и концентрации активов в глобальной экономике. Поэтому, вне сомнения, их значение как инструмента трансформации глобальной конкурентной среды в перспективе будет только возрастать.

Макаревич В. В., БГЭУ (Минск)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЗАКАЗОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ресурсы предприятий в различных отраслях народного хозяйства различаются по форме и содержанию. В торговых организациях – это прежде всего, торговая площадь, являющаяся аналогом производственных мощностей предприятия, поэтому наиболее эффективное в пространстве и времени наполнение магазина является одной из важнейших задач управленческих кадров.

Предположим, на некий период времени торговое предприятие получило предложение на размещение N заказов, каждый из которых имеет определенные задачей параметры. Предприятие имеет ограничения по ресурсам, что не дает ему возможность вы-