

прочности дорожной конструкции. Для предотвращения этого под технологические слои дороги расстилают рулонный геосинтетический материал с уклоном в сторону обочины. Влага, поступающая в тело дороги, подходит к геосинтетику и по нему уходит в обочину. Это предотвращает перенасыщение материалов дороги водой.

Использование web-сайта как основного инструмента интернет-маркетинг предприятия

Трифорова А.С.

Белорусский национальный технический университет
(руководитель – доцент, к.э.н. Киреевко Н.Н.)

Интернет-маркетинг является передовым инструментом для получения маркетинговой информации и позволяет значительно сократить накладные расходы предприятий по продвижению товаров и услуг, обеспечивая высокий уровень эффективности капиталовложений при одновременном снижении коммерческого риска.

Применение интернет-маркетинга обеспечивает компаниям дополнительные конкурентные преимущества за счет повышения эффективности внутрикорпоративных обменов, что, в свою очередь, способствует следующим позитивным факторам:

Снижаются издержки и ускоряется обмен маркетинговыми знаниями по локальным рынкам, клиентским БД о финансовых, товарных, транспортных потоках и др.

Сокращаются потребности в командировках квалифицированных специалистов, поскольку между сотрудниками компании с помощью интернета можно проводить внутрикорпоративные защищенные теле- и видеоконференции и пр.

Улучшается качество интеллектуальных ресурсов. Сеть Интернет может эффективно использоваться для обучения служащих компании с помощью специальных обучающих программ.

Наиболее распространенной формой присутствия корпоративного бизнеса в Интернете являются Web-

представительства (Web-сайты). На них компании размещают информацию о производимых товарах и услугах.

Для Государственного предприятия «Белгипродор» была разработана программа оптимизация коммуникативной политики в Интернете, т.е. был разработан курс действий, направленный на планирование и осуществление взаимодействия фирмы со всеми субъектами маркетинговой системы на основе использования комплекса средств коммуникаций Интернета, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижение товаров и услуг на рынки с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

Для построения эффективных систем взаимодействия со всеми субъектами рынка для Государственного предприятия «Белгипродор» был разработан web-является, с помощью которого были решены следующие задачи важнейшие экономические задачи:

- использование Интернета как средства для продажи услуг заказчикам;

- использование Интернета для организации через него системы снабжения компании.

Первым шагом при разработке web-сайта стало определение целевых аудиторий. Наиболее важная целевая аудитория практически для проектного института, в первую очередь, это юридические лица, осуществляющие свою деятельность на территории Республики Беларусь и Российской Федерации. Второй целевой аудиторией, в соответствии с поставленными задачами, стали поставщики оборудования, материалов и комплектующих для осуществления услуг по проектированию и изысканиям дорожной отрасли. Третьей целевой аудиторией выступили крупные проектные организации России и зарубежных стран, для которых государственное предприятие «Белгипродор» может выступить в роли субпроектировщика.

На втором этапе были определены задачи, которые могут быть решены с использованием интернет-технологий, и необходимые инструменты, которые должны быть реализованы на сайте для решения этих задач. В рассматриваемой программе, сайт был сделан максимально просто и удобно для потенциального заказчика проектно-изыскательских работ.

Шаг третий подразумевал постановку коммуникативных задач и заложение коммуникативных функций сайта. Сайт рассматривался как маркетинговое коммуникативное пространство, причем с информацией должны взаимодействовать как посетители сайта, в том числе и представители целевых групп, так и компания. При проектировании сайта это пространство было организовано таким образом, чтобы обеспечить максимально комфортные условия передачи информации целевым группам.

Инструменты, которые были использованы на сайте для передачи информации, обеспечивают практически весь набор маркетинговых коммуникаций, а именно:

- Реклама
- Стимулирование сбыта
- Связи с общественностью (пиар)
- Прямые продажи (посредством блока – заявка покупателя)
- Директ-маркетинг.

Шаг четвертый был направлен на привлечение и удержание целевых групп. В рамках данного шага было разработано продвижение данного сайта не только в Интернет пространстве, но и в информационном пространстве города. Для достижения данной цели:

Использовались программы поискового и непоискового продвижения сайта, что является отдельным этапом работы с сайтом.

Была проведена небольшую рекламную имиджевую кампанию по продвижению сайта, которая носила двоякую роль. С одной стороны, она позволила привлечь внимание потенциальных потребителей к появлению сайта компании, и носила ознакомительный характер, с другой стороны – еще раз напоминало о существовании Государственного предприятия «Белгипродор», и носило напоминающий характер.

Таким образом, разработка и внедрение программы по развитию одного из основных компонентов интернет-маркетинга – web-сайта – позволило Государственному предприятию «Белгипродор» значительно расширить рынки сбыта продукции, привлечь новых заказчиков и поставщиков, а так же значительно повысить статус предприятия и имидж. Затраты на реализацию предложенных

мероприятий в значительной степени покрываются прибылью, получаемой вследствие их применения.

В целом интернет-маркетинг открывает предприятиям возможность не только организовывать эффективную обратную связь с покупателем и оперативно изучать их потребности, но и гибко менять собственные маркетинговые планы и рекламные проекты в соответствии с меняющейся экономической ситуацией.

Защита мостовых конструкций от солевой коррозии

Юшкевич А.В.

Белорусский национальный технический университет
(руководитель Куприянчик А.А.– канд. техн. наук. доцент, БНТУ)

Наиболее сложным и ответственным периодом в работе дорожно-эксплуатационных организаций является зимний период. Основной проблемой для дорожных служб является предотвращении скользкости покрытия дорог и мостов. Вероятность возникновения дорожно-транспортных происшествий (ДТП) при гололедице повышается в 10 раз, а при снежном накате - в 3 - 4 раза по сравнению с сухой проезжей частью. Зимняя скользкость приводит также к снижению скорости движения транспортных средств в 2 - 2,5 раза, их производительность уменьшается на 30 - 40%, себестоимость перевозок увеличивается на 25 - 30%.

Для организации работ по борьбе и предотвращению образования зимней скользкости необходимо учитывать ее вид, погодные условия, предшествующие и сопутствующие образованию скользкости, и тенденцию их изменения. Предотвращение скользкости и ее ликвидация является наиболее сложными процессами, поскольку они должны выполняться на большом протяжении дорог и на всех мостовых переходах.

Особенно сложная обстановка возникает на мостах и путепроводах, которые в зимнее время быстрее и сильнее промерзают. Кроме того, основным

материалом для строительства мостов является железобетон, который подвержен воздействию противогололедных материалов в процессе эксплуатации. Отрицательное воздействие на