

сферы: информационно-вычислительного обслуживания, науки и научного обслуживания, финансов и управления. Что же касается территориальных различий в заработной плате, то самая высокая средняя заработная плата в Минске (в 2008 г. — на 27,1 % больше средней заработной платы по стране), а самая низкая — в Брестской области (в 2008 г. — 87,7 % от среднереспубликанского уровня).

Реальная величина заработной платы в 2008 г. по сравнению с 2000 г. увеличилась в 2,9 раза. При рассмотрении временного ряда реальной заработной платы в Республике Беларусь (по месяцам за 2000—2008 гг.) была выдвинута гипотеза о структурной стабильности исходного ряда. Данная гипотеза была проверена в целом по республике с помощью статистического метода Чоу, в результате чего она была отклонена. При наличии структурных изменений в тенденции реальной заработной платы для прогнозирования использовалось уравнение, полученное на основании кусочно-линейного метода. Но так как заработная плата подвержена еще и сезонным колебаниям, то для корректировки найденных прогнозных значений дополнительно рассчитывались индексы сезонности. Сезонная яма заработной платы приходится на январь и февраль, а сезонный пик — на август и декабрь. Летнее увеличение заработной платы в среднем по республике связано с увеличением ее в таких отраслях, как сельское хозяйство, строительство, в некоторых видах промышленного производства и в ряде других отраслей, производство которых носит ярко выраженный сезонный характер.

Секция 7

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

*Н.А. Бортник
БГЭУ(Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ ГК «АЛЮТЕХ»)

Многие предприятия несут большие затраты на отдельные инструменты коммуникаций, которые оказываются нерентабельными. Наиболее современный и быстроразвивающийся способ — продвижение в

Интернет. Для этого создаются сайты, и разрабатывается план продвижения, который может включать оптимизацию сайта в поисковых системах, контекстную рекламу, размещение ссылок, статей, баннеров на сайтах определенной тематики.

Объектом исследования является группа компаний (ГК) «Алютех» (один из ведущих европейских поставщиков роллетных систем и секционных ворот), объединяет ряд современных производственных предприятий и сбытовых компаний. Производство осуществляется в Республике Беларусь, а продукция компании поставляется в Россию, Украину, Беларусь, Казахстан и другие страны СНГ, ряд стран Европы и Азии. Компания занимает около 95 % белорусского рынка роллетных систем, около 70 % российского и стран СНГ, около 30 % европейского рынка.

Предметом исследования является организация рационального и эффективного продвижения продукции ГК «Алютех» в сети Интернет.

Целью исследования является определение существующей практики использования сети Интернет как способа продвижения, выявление сильных и слабых сторон, определение проблем и путей их решения.

Компания ведет активную маркетинговую политику, ежегодно разрабатывается план продвижения, в котором существенное место занимает реклама в Интернет. Компания имеет три сайта:

- www.home-automatics.ru — сайт посвящен ГК «Алютех», является крупным поставщиком автоматики для роллетных систем и секционных ворот, эксклюзивным представителем компании Nice в Республике Беларусь, России, Украине;
- www.alutech.ru — сайт освещает сферу действия компании, описывает производство, продукцию и ориентирован на дилеров и партнеров компании;
- www.rollcenter.ru — портал о роллетных системах, направлен на конечного потребителя.

Была проведена активная рекламная кампания сайта www.home-automatics.ru в сети Интернет в период июнь—ноябрь 2008 г. Бюджет составил около 31 000 евро. Соотношение количества входящих запросов к количеству уникальных посетителей достигло 12,2 %. Кампания включала размещение баннеров и статей на 19 строительных порталах, а также контекстную рекламу в поисковой системе.

Продвижение сайта www.alutech.ru осуществляется путем регистрации и оптимизации в поисковых системах. Также практикуется размещение статей на строительных порталах.

Сайт www.rollcenter.ru нацелен на конечного потребителя. Политика его продвижения слабо развита. Не ведется статистика посещаемости.

- В результате исследования был выявлен ряд проблем:
- неэффективное расходование средств на рекламу в сети Интернет;
 - слабое продвижение сайта www.alutech.ru в Интернете;
 - устаревший интерфейс сайта www.alutech.ru;
 - отсутствия плана продвижения сайта www.rollcenter.ru, статистики его посещаемости.

Дальнейшее развитие интернет-коммуникаций ГК «Алютех» целесообразно на основе экономически обоснованных подходов. С учетом результатов проведенного анализа, это могут быть следующие направления: в связи со сменой стиля и философии компании «Алютех» необходимо провести работу по модернизации интерфейса сайта и совершенствованию его наполнения; разработать план продвижения сайта www.alutech.ru, исходя из опыта прошлой рекламной компании.

*Е.С. Волосникова
БГЭУ(Минск)*

ТЕХНОЛОГИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА ЧУГУНА ПЕРЕДЕЛЬНОГО

Железо и его сплавы известны человечеству в течение нескольких тысячелетий. С ними неразрывно связаны создание и совершенствование разнообразных орудий труда, а также развитие материальной культуры. В настоящее время этот материал не утратил своего практического значения: он является самым обширным и универсальным по применению. В первую очередь, речь идет о чугунах и сталях.

Чугуны — более дешевые материалы, чем стали. Содержание углерода в них больше 2,14 %. Они обладают пониженной температурой плавления и хорошими литейными свойствами. За счет этого из чугунов можно делать отливки значительно более сложной формы, чем из сталей. Чугуны также являются важнейшими продуктами черной металлургии, используемыми для передела при производстве стали, и как компонент шихты при вторичной плавке в чугунолитейном производстве.

Широкое применение чугуна обуславливается его дешевизной, высокими механическими свойствами и хорошей обрабатываемостью, что делает его привлекательным на рынке ресурсов. Поэтому я считаю выбранную мной тему весьма актуальной на сегодняшний день.

Передельный чугун обладает низкой стойкостью к нагрузкам и истиранию, что и обуславливает его применение для передела в сталь.

Из передельного чугуна не изготавливают детали и части, которые применяются в узлах, подверженных большим нагрузкам. В сфере

114

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□. □□□□□□□□.