

Эконом. Наук (08. 00. 05) –М., 2000. - 20 с. 3. Сосненко, Л. С. Анализ экономического потенциала действующего предприятия. - М.: Экономическая литература, 2004. - 208с. 4. Сувернева, Е. Б. Оценка экономического потенциала организации. - М.: Экономическая литература, 1999. – 246 с.

УДК 330.47

Хованская Н.М., Лавренова О.А.

РАЗРАБОТКА WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСА ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

В настоящее время на мировом рынке товаров и услуг сложилась ситуация определенного равновесия. Традиционные инструменты ведения бизнеса отработаны и доведены до совершенства. Практически в каждой нише рынка присутствует достаточно большое количество конкурирующих компаний, предлагающих товары и услуги одного уровня цен и качества. В этой ситуации основная роль в успешном ведении конкурентной борьбы и управлении бизнесом отводится информации.

С развитием Интернет перед поставщиками товаров и услуг открылись новые невиданные ранее горизонты. В геометрической прогрессии постоянно увеличивается количество подключенных к сети пользователей, среди которых могут оказаться потенциальные клиенты или партнеры. Информация, представленная с использованием интерактивных медиа-технологий, присущих только Интернету, имеет гораздо более сильное воздействие, чем использование традиционных технологий, таких как радио, телевидение или печатная продукция. Информация, размещаемая на web-сайте (например, прайс-лист или информация о новом виде товара или услуг), может обновляться несколько раз в сутки, она всегда будет оставаться актуальной.

Сегодня web-сайт компании - это современный атрибут серьезного подхода к бизнесу, показатель хорошего уровня развития компании, позволяющий находиться на шаг впереди конкурентов, не представленных в сети[4]. Возможности Интернет не ограничиваются только лишь имиджем: web-сайт позволяет наладить дополнительный канал общения с клиентами и партнерами. Размещение в сети подробного каталога товаров не только дает посетителям возможность выбрать необходимые товары, но и существенно снижает нагрузку на персонал.

Исследователи постоянно изучают пути повышения конкурентоспособности компаний. Сегодня, как правило, впереди оказываются те, кто строит свою деятельность по принципу команды.[2] Корпоративные сети позволяют постоянно контролировать ресурсы не только свои, но и конкурентов. Без корпоративной сети сотрудники действуют индивидуально, а не как члены команды. Подлинная командная работа порождает лучшие идеи, объединяет знания, что в результате приводит к достижению высоких экономических результатов.

Использование анкетирования и опросов, позволяет постоянно находиться в курсе всех событий, оперативно получать от клиентов отзывы и комментарии, что весьма ценно для учета мнения клиентов о бизнесе. И, наконец, Интернет незаменим при ведении бизнеса с международными партнерами: web-сайт работает без персонала, днем и ночью, в любой точке мира.

Корпоративный сайт может использоваться в ряде функциональных областей организации:

- формирование управленческой информационной системы;

- автоматизация работы отдела кадров;
- отображение бухгалтерской и финансовой информации;
- создание домашних страниц служащего;
- организация сбыта, маркетинговых исследований;
- поддержка заказчика.

Таким образом хороший сайт можно сравнить с электронным офисом компании в Сети: он открыт 24 часа в сутки, а клиент может получить интересующую его информацию с минимальными затратами времени и сил.

Число web-сайтов зарегистрированных в белорусских поисковых системах растет с каждым днем. Сколько из них имеет прямое отношение к бизнесу? Поисковик www.all.by выдает ссылки на 5234 сайтов категории “Производство, финансы, товары, услуги”. 774 сайтов категории “Бизнес и Экономика” представлены в поисковой системе www.poisk.com. [3].

Развитие белорусского сегмента сети Интернет было бы невозможно без наличия необходимой инфраструктуры. В Беларуси в рамках государственной программы «Электронная Беларусь» идет активное формирование инфраструктуры. Постоянно растет количество компьютеров с доступом в Интернет, работают провайдеры, обеспечивающие подключение к Сети, система регистрации доменных имен в зоне .by, хостинг-провайдеры, позволяющие размещать сайты во “всемирной паутине”, поисковые системы, рекламные сети. По сути, создана база, позволяющая любой организации эффективно работать в Сети. Компаниям остается одно - создавать web-представительства.

В настоящее время в условиях жесткой конкуренции каждое подразделение промышленного предприятия активно вовлекается в бизнес-процессы. В ходе исследования была проанализирована деятельность лаборатории промышленной санитарии отдела охраны труда и техники безопасности (ЛПС ООТ и ТБ) оптико-механического республиканского унитарного предприятия «Зенит» (г. Вилейка Минской области). Функциями ЛПС ООТ и ТБ является организация охраны труда, контроль за соблюдением промышленной санитарии, проведение аттестации рабочих мест на предприятии «Зенит». Лаборатория прошла аккредитацию в Белорусском государственном институте метрологии и стандартизации (БелГИМ.) и получила разрешение на выполнение лабораторных измерений, необходимых при проведении аттестации рабочих мест на предприятиях Республики Беларусь. В данный момент клиентами лаборатории являются организации и предприятия Минской, Витебской и других областей республики. С целью повышения конкурентного статуса подразделения и расширения круга клиентов, было разработано web-представительство ЛПС ООТ и ТБ, предоставляющее оперативную информацию о лаборатории, ее услугах и проектах, главными задачами которого являются:

- распространение информации для привлечения новых клиентов;
- поддержка связи с заказчиками;
- обмен информацией между сотрудниками.

Цели создания web-представительства определяют качество и количество информации, размещаемой на сайте. Лишь после определения целей и задач можно решать вопросы воплощения: разрабатывать структуру сайта, дизайн, принципы навигации. Web-представительство представляет собой проект, предназначенный для организации полноценной работы подразделения. Web-представительство как ресурс, может быть охарактеризован как “всё-в-одном”, который обязательно содержит страницу-визитку, новостную страницу, иллюстрированную страницу с информацией о заказчике, раздел с информацией о продукции или услугах, контактную информацию.

В соответствии с поставленными задачами и требованиями к web-представительству была спроектирована структура web-представительства, представленная на рис.1.

«Главная страница» включает краткую характеристику лаборатории и структуру подразделения. Фактически это визитка компании, содержащая самую важную информацию, оформленная в фирменном стиле.

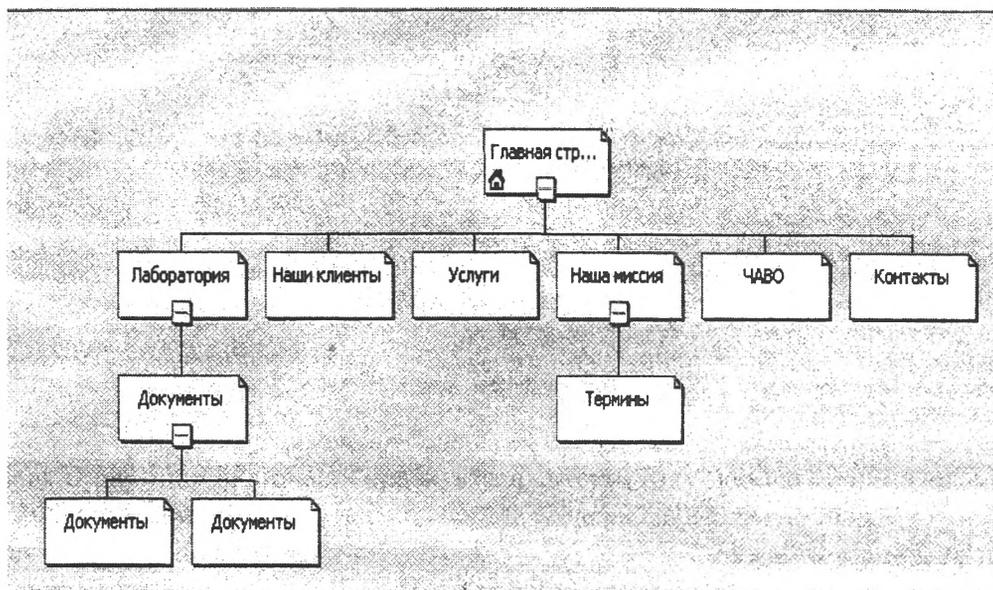


Рисунок 1 --Структура web-представительства ЛПС ООТ и ТБ

На странице «Лаборатория» представлен паспорт лаборатории с ее подробной характеристикой: год основания, квалификация сотрудников, награды, удостоверения, патенты и т.д. Вся информация сгруппирована в удобном для восприятия виде. Для предоставления пользователю всех необходимых нормативно-правовых актов для проведения работ по аттестации рабочих мест разработана страница «Документы».

С целью повышения деловой репутации фирмы в структуру web-сайта включена страница «Наши клиенты», содержащая список клиентов компании

Страница «Наша миссия» отражает род деятельности организации, описывает процедуру аттестации рабочих мест. В данном разделе присутствует рекламная сторона web-сайта. Параллельно с описанием, приводятся доводы о том, что данные услуги являются очень важными и обязательными для предприятий и организаций. С целью облегчения понимания информации создана страница «Термины», содержащая список терминов и определений, связанных с аттестацией рабочих мест.

Одним из элементов обратной связи является страница «ЧАВО», которая содержит список часто задаваемых вопросов и ответов на них. Страница положительно влияет на эффективность использования web-представительства. Наличие такой страницы является общемировой практикой при разработке web-сайтов предприятий и организаций.

Подробное описание всего спектра услуг, оказываемых ЛПС ООТ и ТБ, приведено на странице «Услуги» (рис 2).

Страница «Контакты» является необходимым атрибутом web-представительства, так как позволяет оперативно связаться с руководством подразделения для обмена информацией. Информация на этой странице не ограничивается одним телефоном или адресом электронной почты. Поэтому указаны все возможные контактные сведения (рис. 3).

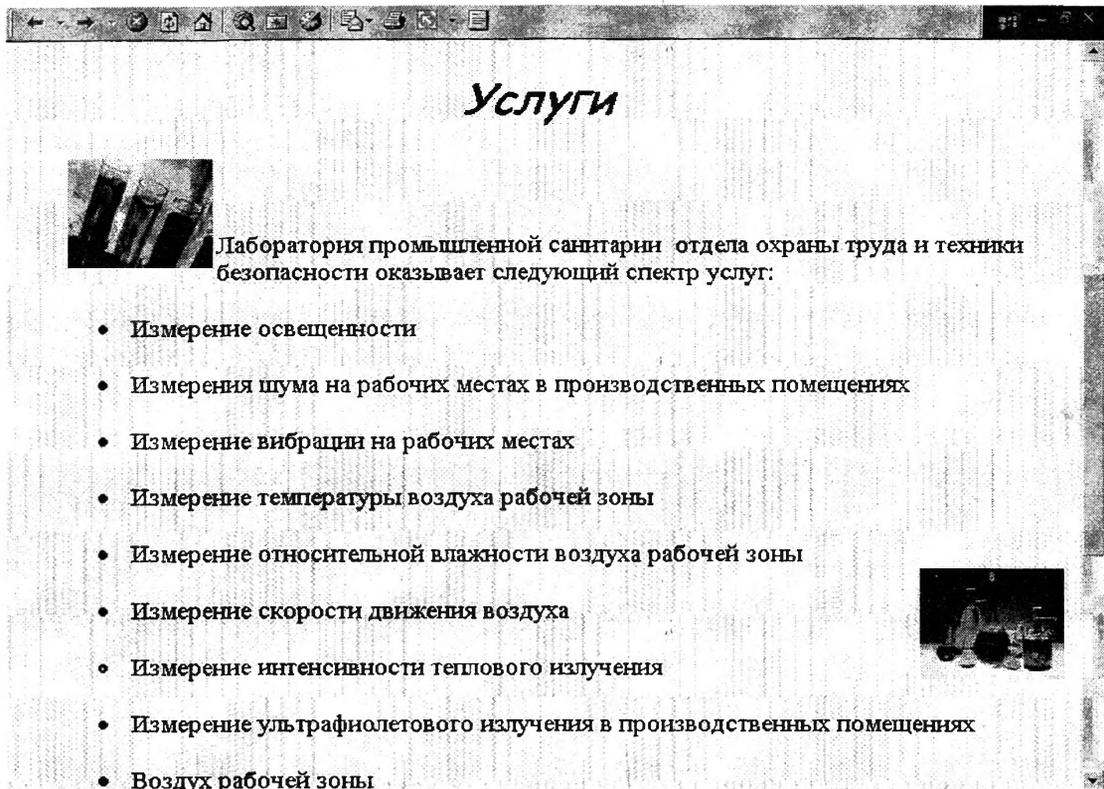


Рисунок 2 - Страница «Услуги ЛПС ООТ и ТБ»

Создание web-сайта и его размещение в сети Интернет - не последний этап в разработке web-представительства. Для эффективной работы web-представительства необходима "раскрутка" - рекламная кампания. Подготовка ресурса к раскрутке начинается с составления списка ключевых слов и краткого описания сайта. В коде страниц размещаются специфические элементы для правильной обработки роботами поисковых систем, каталогов и рейтингов. Для продвижения web-сайта может использоваться баннерная реклама. Чтобы воспользоваться этой возможностью, необходимо иметь хотя бы один баннер - изображение рекламного характера, размещаемое на сайте и отвечающее определенным требованиям.[3] Кроме баннерной рекламы можно воспользоваться и традиционными способами продвижения web-представительства: реклама в СМИ, размещение информации в «желтых страницах» и др.

В заключение важно отметить, что при любой деятельности (от торгово-закупочной до научно-исследовательских работ) профессионально изготовленное и раскрученное web - представительство будет верно служить в качестве огромной дополнительной рекламно-торговой площадки и, практически ежедневно поставлять новых покупателей, заказчиков, деловых партнеров или инвесторов. Средства, вложенные в создание web-представительства компании, в минимальные сроки принесут прибыль, которая в случае успешно реализованной стратегии может быть достаточно большой. Таким образом, web-сайт это весьма эффективный дополнительный инструмент, позволяющий повысить качество работы фирмы на рынке и получить весьма весомую прибавку к уровню имиджа и дохода фирмы.

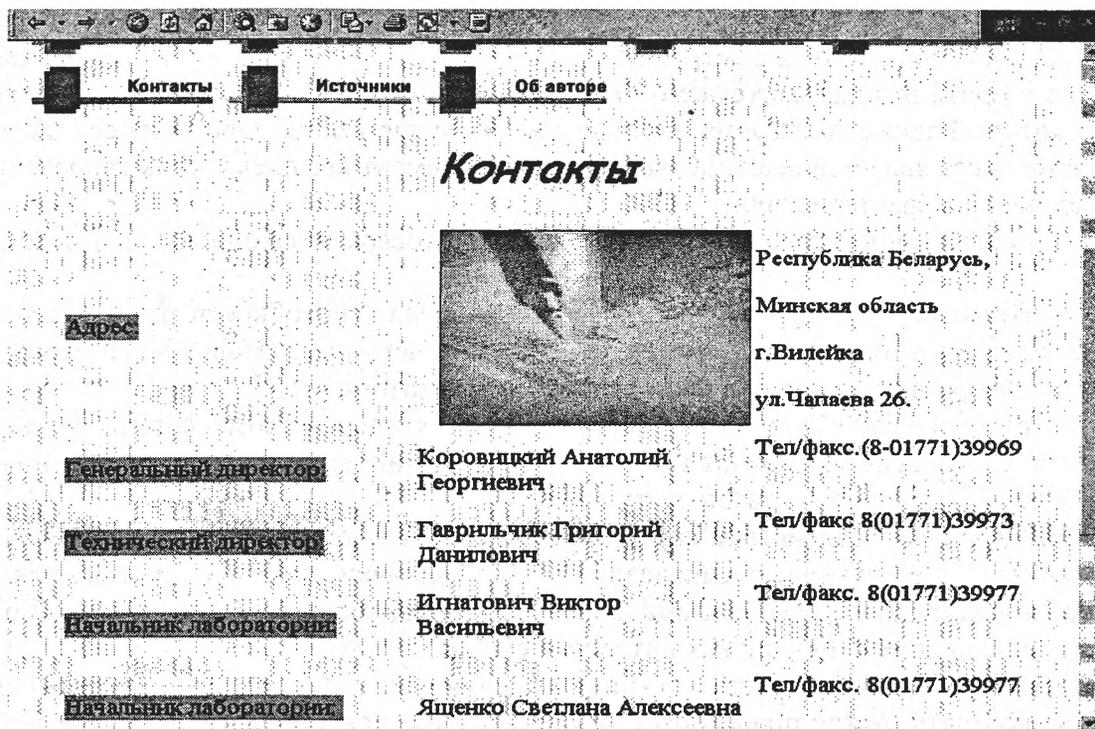


Рисунок 3 - Организация обратной связи ЛПС ООТ и ТБ

ЛИТЕРАТУРЫ

1. <http://belarusmedia.com/news/documents/bbb7849453d98e10.html> - Государственная программа информатизации Республики Беларусь на 2003 — 2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь»
2. Бремнер, Л.М., Изи, Э.Ф., Сервати О. Библиотека программиста Intranet (основы новейших технологий Intranet). — Мн.: ООО Попурри, 1998. — 512с.
3. <http://www.belgazeta.by/20010917.36/060391460> - Что вам стоит сайт построить
4. <http://www.adpcom.ru/itech/why.shtml> - Почему вам нужен веб-сайт.

УДК 681.3.01:339.138

Червяк Е.А., Лавренова О.А.

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА СОВРЕМЕННОЙ КОМПАНИИ

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь*

В настоящее время в мире наблюдается развитие информационно-коммуникационных технологий, которые воздействуют на различные сферы жизнедеятельности людей, в том числе - повышают эффективность функционирования экономики. Движение к информатизации — путь к успешному существованию, поэтому реклама в Интернет — двигатель работы организаций, которая может принести ей популярность и прибыль. Однако необходимо составить правильный план действий, иначе реклама может остаться незамеченной. Целью работы являлось исследование особенностей развития и применения интернет-рекламы, выявление наиболее эффективных направлений ее использования.