

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Авсиевич С.А., студентка

*Белорусский государственный аграрный технический университет»,  
г. Минск, Беларусь*

Корпоративный сайт — это официальное представительство компании, предприятия, организации в Интернете. С помощью web-сайтов организация информирует потенциальных клиентов о своей деятельности, выпускаемой продукции и ценах на нее.

Проанализировав рекламную деятельность ООО «Беларуськалий-Агро» можем сказать, что привлечение клиентов происходит только путем рассылки писем или телефонных звонков, что не очень эффективно. Обсудив данную проблему с директором предприятия, пришли к выводу, что стоит создать корпоративный сайт для расширения списка потенциальных клиентов.

Задача сводится к продвижению товаров или услуг, а также созданию или стимулированию положительного образа предприятия. Таким образом, организация на своих сайтах может размещать для неограниченного круга лиц любую информацию - как рекламного, так и нерекламного характера.

С экономической точки зрения у создания сайта могут быть следующие цели:

- поддержание сбыта продукции;
- формирование потребности в определенном продукте;
- стимулирование к совершению покупки;
- повышение спроса и реализации продукции;

-ознакомление аудитории с различными акциями и мероприятиями (распродажи, ликвидации остатков, конкурсы и т. д.);

- ускорение процесса выведения нового товара на рынок;

- привлечение потенциальных посетителей и покупателей.

Корпоративный web-сайт позволит хранить в упорядоченном электронном виде полную информацию о деятельности предприятия и иметь оперативный доступ к этой информации.

Однако не все сайты приносят желаемых результатов, поскольку работают не эффективно, отталкивают потенциального покупателя и заставляют покинуть сайт, не совершив покупку. Чтобы определить эффективность работы сайта, нужно понимать поведение пользователя на странице, и уметь выявлять проблемные места, из-за которых он покидает ее.

Формирование доверия к сайту — важный момент, поскольку пользователь гораздо охотнее совершит покупку, если он будет доверять компании и информации на сайте.

Рекомендуется использовать качественные и правдивые фотографии, писать простым и понятным текстом, который будет проще и быстрее восприниматься. Это подтолкнёт пользователя к покупке, он начинает больше доверять информации, поскольку будет создаваться ощущение диалога с живыми людьми, а не компьютером.

На решение о покупке продукта на сайте влияет то, насколько выигрышно он представлен, а также соответствует ли он запросам пользователя. Необходимо сделать так, чтобы потенциальный потребитель, заходя на сайт компании, быстро и легко в нем ориентировался.

При оценке эффективности создаваемого сайта следует исходить из того, что в зависимости от характера достигаемого эффекта могут быть определены следующие виды эффективности сайта:

– функциональная эффективность;

- социальная эффективность;
- экономическая эффективность

Разработка web-сайтов обычно производится web-студией или собственными силами организации-пользователя.

Так как у предприятия нет специалистов для разработки сайта анализируем затраты на приобретения веб-сайта у сторонней организации.

Предположим, нам требуется разработка веб-сайта, включающего 6 типовых страниц. Главные требования к нему – изготовление с учетом всех базовых правил поисковой оптимизации и наличие удобной панели администрирования (чтобы управлять контентом).

Изучив рынок можем составить затраты на покупку сайта:

Таблица 1. Расходы на покупку и продвижение сайта:

Наименование затрат:	Период	Сумма, руб.коп.
Единовременные: стоимость услуг по стилю и наполнению сайта (неизменных на протяжении всего существования сайта);	1 раз	3 300,00
Постоянные:		
Регистрация доменного имени	1 раз в год	56,00
Услуги хостинга	1 раз в месяц	20,00
Затраты на постоянное обновление информации	1 раз в месяц	500,00
Итого		3 876,00

Проанализировав затраты видим, что за создание сайта необходимо заплатить 3 376,00 руб. А затем каждый месяц предприятие будет нести расходы в размере 520,00 руб. и плюс раз в год 56,00 руб.

После внедрения сайта сократятся затраты по материальным расходам, так же будет дополнительная прибыль. Данная экономия позволит окупить создание и внедрение сайта.

Функциональная эффективность сайта может проявляться: в обеспечении полноты, точности и доступности информации об организации, ее деятельности, товарах и услугах в любое удобное для пользователя время суток; в оптимизации технологических процессов (например, процесса обработки заказов на товары и услуги).

Социальный эффект зависит от типа объекта сайта строения и может выражаться в следующем: информирование наибольшего числа заинтересованных лиц о деятельности организации и об условиях заключения договора на выполнение работ данной организацией.

Продажи – основная цель ресурса. По сути, оценка эффективности web-сайта происходит только ради того, чтобы определить, на какой из этапов взаимодействия с клиентом следует повлиять, чтобы повысить количество продаж. Этот показатель зависит от всех предыдущих этапов, а также от того, насколько хорошо менеджеры умеют работать с клиентом.

Если представить процесс продаж в виде цепочки, то комплексная оценка позволяет определить слабые звенья в ней. При этом начинать оптимизацию лучше с финальных стадий коммуникации с клиентом:

1. Наладить работу менеджеров.
2. Повысить конверсию ресурса.
3. Заняться привлечением трафика.

Для приведения компьютерных коммуникаций управления к состоянию, удовлетворяющему потребности органов управления и персонала предприятия, а также клиентов ООО «Беларуськалий-Агро» требуется:

– развитие технического обеспечения предприятия, включающее в себя компьютеры, серверные и сетевые устройства, оргтехнику и средства связи;

– обучение специалистов предприятия;

– инвентаризация товара и корректирование базы данных по предприятию в целом и по отдельным подразделениям.

За счет разработки сайта прогнозируется увеличение выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг на 1 %.

Расчет выгоды от оптимизации сайта.

– повышение уровня и количества продаж организации (выражается в увеличении валового дохода за минусом отчислений) на 5 % (взят минимальный процент) за счет более оперативного и качественного управления организации;

– сокращение себестоимости за счет повышения эффективности производства, оптимизации затрат, выявления узких мест, оптимизации продаж услуг и эффективности принятия управленческих решений.

Перечисленные выше мероприятия позволят значительно сократить затраты ООО «Беларуськалий-Агро», что способствует повышению его прибыльности и платежеспособности.

#### **Список использованных источников**

1. <https://support.google.com/sites/answer/98081?hl=ru>  
[Электронный ресурс] (дата обращения 09.02.2024)

2. <https://gusarov-group.by/dev/prices/> [Электронный ресурс] (дата обращения 09.02.2024)

3. <https://vebrost.ru/blog/zachem-nuzhen-korporativnyy-sayt/>  
[Электронный ресурс] (дата обращения 09.02.2024)

*Научный руководитель: Сырокваш Н.А., ст. преподаватель*