

## **РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ WEB–САЙТА КАК СПОСОБ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Д.А. Жигалова, 4 курс*

*Научный руководитель – Т.Г. Нечаева, к.э.н., доцент*

*Белорусско–Российский университет*

С увеличением объемов производства, усложнением технологии производства, активным развитием внешних и внутренних экономических связей субъектам хозяйствования понадобился эффективный способ маркетинга для сбыта продукции и услуг. Таким способом стал Интернет. На сегодняшний день большинство современных предприятий имеет корпоративные Web–сайты, при помощи которых они привлекают потенциальных потребителей и клиентов с целью реализации продукции и услуг. Посредством Web–сайтов предприятия могут оказывать и дополнительные услуги, проводить консультационное обслуживание, контактировать со своими потребителями и клиентами в режиме обратной связи. Иными словами, современный корпоративный сайт – один из мощнейших инструментов в конкурентной борьбе на рынке.

Исследования маркетинговой деятельности, осуществляемой посредством Интернета с целью эффективной реализации продукции и услуг через Web–сайт, проводились на базе могилевского предприятия ЗАО «Промлизинг».

В ходе исследований установлено, что до 2015 г. включительно у ЗАО «Промлизинг» функционировал собственный Web–сайт, отражавший информацию только по одному из видов хозяйственной деятельности предприятия – производству и реализации металлорежущего инструмента. Информация об оказании транспортных услуг – другом виде хозяйственной деятельности, которым ЗАО «Промлизинг» занимается, начиная с 2012 г., на сайте не отображалась. В 2015 г. в связи с неуплатой за пользование доменом сайт предприятия был отключен.

Ранее функционировавший Web-сайт ЗАО «Промлизинг» был разработан в начале 2000-х годов, что означало его соответствие требованиям того времени. На сегодняшний день радикально изменилось большинство требований к Web-сайтам: ужесточились требования к оптимизации сайтов для поисковых систем Google, Yandex и т.д., сформировались определенные понятия по оформлению и дизайну современных Web-сайтов, наличие удобной мобильной версии сайта стало обязательным и др. Другими словами, ни один Web-сайт, созданный в начале 2000-х годов, не может сравниться с современным корпоративным сайтом.

Таким образом, такие факторы, как несоответствие современным требованиям, не полное отражение информации о предоставляемых услугах, а также наличие некоторых технических ошибок при разработке Web-сайта ЗАО «Промлизинг», привели бы к неэффективности продаж посредством данного Web-сайта даже при его дальнейшей финансовой поддержке.

Предлагается разработка и внедрение нового эффективного продающего Web-сайта исследуемого предприятия. С этой целью были изучены сайты конкурентов ЗАО «Промлизинг», отмечены преимущества и недостатки данных сайтов, определены ориентиры в разработке собственного Web-сайта.

В настоящее время Интернет-технологии достигли высокого уровня развития, что позволяет выбрать наиболее подходящий способ разработки сайта: посредством использования средств стандартной верстки, с применением готовых модулей либо же при помощи использования системы управления контентом (CMS). В данном случае выбран последний способ, так как это общепринятый подход в современной Web-разработке, а именно Web-сайт ЗАО «Промлизинг» разработан при помощи бесплатной CMS-системы – WordPress.

CMS (англ. Content management system, CMS) – система управления содержимым (контентом) – информационная система или компьютерная программа, используемая для обеспечения и организации совместного процесса создания, редактирования и управления текстовыми и мультимедиа документами (содержимым или контентом). CMS – это программный комплекс, который позволяет автоматизировать процесс управления как сайтом в целом, так и сущностями в рамках сайта: макетами страниц, шаблонами выведения данных, структурой, информационным наполнением, пользователями и правами доступа, а также по возможности предоставляет дополнительные сервисы: списки рассылки, ведения статистики, поиск, средства взаимодействия с пользователями и т.д. [1, с. 4].

Основным преимуществом применения CMS является низкая стоимость разработки такого Web-сайта. Разработчику не нужно знать язык программирования, а интерфейс данной системы рассчитан на неподготовленного пользователя. К тому же, данную программу не нужно скачивать или устанавливать на компьютер – все действия происходят в Интернете.

Не углубляясь в процесс Web-разработки, необходимо отметить результаты, получаемые после внедрения сайта:

1) Web-сайт, разработанный в CMS-системе, характеризуется такими показателями, как стабильность и надежность; постоянные обновления системы позволяют легко устранять возможные конфликты и проблемы;

2) такой сайт максимально легко и просто продвигаем его поисковиках, что увеличивает вероятность просмотра сайта пользователями, т.е. потенциальными покупателями и клиентами предприятия;

3) отмечается удобство и простота пользования данным сайтом как менеджером предприятия, так и пользователями.

Важно отметить некоторые технические стороны разработки нового Web-сайта ЗАО «Промлизинг», так как их наличие прямо или косвенно влияет на привлечение современных покупателей и клиентов и на объемы продаж.

Разработанный Web-сайт отражает информацию о продукции и услугах, имеются прикрепленные прайс-листы и прейскуранты цен. Для привлечения внимания пользователей на разработанном Web-сайте расположены динамичные картинки, связанные с деятельностью предприятия, а также описаны преимущества ЗАО «Промлизинг», выраженные в динамичных числах, т.е. под каждым преимуществом написано соответствующее число, которое изменяется от 0 до нужного значения. На новом Web-сайте налажена обратная связь с покупателями и клиентами в виде формы обратной связи и кнопки заказа звонка. Имеется доступная мобильная версия.

Затраты на разработку, внедрение и продвижение нового Web-сайта ЗАО «Промлизинг» составят 14 млн р. (1 400 BYN) в первый год. В дальнейшем уровень затрат может как увеличиться, так

и снизиться, что зависит от решения предприятия о дальнейшем продвижении сайта в поисковых системах.

Расчет экономической эффективности показал, что ЗАО «Промлизинг» получит дополнительную прибыль от реализации продукции через внедренный Web-сайт в размере 374,5 р. (0,03745 BYN) с одного клиента в месяц.

Определено число посетителей нового Web-сайта ЗАО «Промлизинг» и количество клиентов, приобретающих продукцию через новый Web-сайт, за месяц. По предварительным оценкам эти показатели могут составить 567 человек и 1–2 покупателя соответственно.

В последующем при эффективном управлении, раскрутке и продвижении нового Web-сайта такие показатели, как количество посетителей, число клиентов и дополнительная прибыль от реализации продукции возрастут.

Таким образом, ЗАО «Промлизинг» сможет привлечь новых покупателей и клиентов и тем самым увеличить объем продаж, используя несложную и недорогую Интернет-технология – Web-сайт, разработанный с помощью CMS-системы.

### **Список использованных источников**

1. Миньков, С.Л. Создание сайта электронного магазина на основе CMS OpenCart: метод. указания к лаб. раб./ С.Л. Миньков. – Томск: ТГУ, 2014. – 62 с.