

183,55 тыс.руб. от неисполненных в 2018 году двух муниципальных контрактов, 13,99 тыс.руб. за счет конкурентных процедур, 998,58 тыс.руб. экономии по заработной плате и начислениям на заработную плату, экономия по закупкам у единственного поставщика. Оценка эффективности муниципальной программы – эффективность на уровне.

Управлением имущественных отношений администрации Уссурийского городского округа ожидается достигнуть результатов к 2022 году по государственной регистрации права собственности Уссурийского городского округа на объекты недвижимого имущества, в том числе земельные участки под объектами муниципальной казны в количестве 6588 объектов недвижимости, по передаче в аренду, безвозмездное пользование объектов муниципальной казны, продажа муниципального имущества, не участвующего в решении вопросов местного значения в количестве не менее 89 объектов.

Реализация муниципальной программы «Управление муниципальным имуществом, находящимся в собственности Уссурийского городского округа» на 2018 – 2022 годы» управлением муниципальным имуществом администрации Уссурийского городского округа нацелена на достижение конкретных результатов, этапности, эффективности использования бюджетных средств, а также ответственности каждого исполнителя настоящей программы.

Если говорить о программно-целевом методе планирования, который представляет собой вид планирования, в основе которого лежит ориентация деятельности на достижение строго установленных стратегических целей, то данный метод является действенным и результативным. Программно – целевой метод дает возможность не только наблюдать за ситуацией, но и воздействовать на ее последствия, что отличает его от других методов управления. Данный метод, считаю эффективным инструментом планирования расходования бюджетных средств на реализацию полномочий местного значения.

1. Писарюк С.Н. Применение методов программно-целевого управления на предприятиях // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. № 3А. – С. 112-118.

2. Об утверждении муниципальной программы «Управление муниципальным имуществом, находящимся в собственности Уссурийского городского округа» на 2018–2022 годы: Постановление администрации Уссурийского городского округа от 29.11.2016 № 3632-НПА [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>

3. Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>

4. Отчет деятельности главы администрации Уссурийского городского округа за 2018 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://adm-ussuriisk.ru/>

5. Отчет деятельности главы администрации Уссурийского городского округа за 2019 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://adm-ussuriisk.ru/>

6. Стратегия развития Уссурийского городского округа до 2020 года, принятой решением Думы Уссурийского городского округа от 2 ноября 2009 года № 113-НПА [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>

Рубрика: Современное управление

УДК 338

САЙТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ КОМПАНИИ

В.В. Шматов,

бакалавр

Л.В. Салова

доцент кафедры экономики и управления, научный руководитель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Развитие информационных технологий оказывает значительное влияние на компании и способы продвижения их товаров и услуг. Одним из наиболее привлекательных направлений

продвижения является сайт компании. В данной статье рассматриваются причины и необходимость создания, а также поддержания в актуальном состоянии сайта компании.

Ключевые слова и словосочетания: *информационные технологии, сайт, продвижение.*

SITE AS A WAY TO PROMOTE COMPANY MERCHANDISE

The development of information technology has a significant impact on companies and ways to promote their goods and services. One of the most attractive areas of promotion is the company's website. This article discusses the reasons and necessity of creating as well as keeping the company's website up to date.

Keywords: *information technology, website, promotion.*

В последнее время, особенно последние 5 лет, ощутимо возросла роль IT-технологий, как в повседневной жизни, так и в бизнесе. Побочным эффектом развития IT-технологий и внедрения их во многие сферы жизни является ускорение самой жизни. Под ускорением жизни стоит понимать рост числа полезных действий, которые человек способен осуществить не выходя из дома или офиса, а может в черте какого-либо места, например центра города.

Рост числа полезных действий происходит из-за уменьшения трат времени на получение информации, так как уже во многих случаях не нужно ехать из точки А в точку Б и ждать, когда в точке Б очередь дойдет до тебя, а затем, возможно, ты получишь нужную тебе информацию, например от консультанта. Также средства визуализации позволяют предоставить больше информации о товаре, чем человек сможет получить по телефону. Поэтому некоторым людям проще и удобнее найти всю необходимую информацию в интернете, а лицом компании в интернете является ее сайт.

Опять же развитие IT-технологий не отменяет актуальность консервативных методов, так как не всем людям удобно пользоваться новыми инструментами по разным причинам.

Но в конкурентной борьбе важно не отставать от своих оппонентов и использовать как минимум все актуальные способы как у них, а лучше искать что-то новое.

Поэтому если рассматривать сайт компании, как визитную карточку или же информационный проспект, который предоставляет информацию о компании и ее товаре, а также способен привлечь новых клиентов, то такой инструмент всегда должен быть в исправном и актуальном состоянии, а работы по актуализации вида и технологий должны проводиться регулярно.

Цель данной статьи – обосновать необходимость регулярного проведения работ над актуализацией сайтов российских компаний.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- исследовать причины и необходимость создания сайта для компании, а также получаемые выгоды;
- рассмотреть существующий опыт проведения работ над сайтами российских компаний.

Методы, которые будут использоваться в процессе исследования: анализ, анализ-синтез, наблюдение.

Сайт компании представляет собой несколько логически связанных веб-страниц, расположенных на сервере и позволяющих пользователям получить доступ к размещенной на страницах информацией путем введения запросов в поисковых системах, таких как Google, Yandex и прочих.

Так как компании в основном появляется по причине того, что у некоторой группы людей возникает неудовлетворенная потребность, и от качества удовлетворения этой потребности зависит успех компании, то сайт компании является элементом в системе удовлетворения потребностей клиентов, потому как представляет компанию в интернете [1].

Сайт является одним из самых эффективных рекламных инструментов, потому что на нем может быть размещена наиболее полная информация, как о компании, так и о ее товаре или услугах. Хорошие сайты обладают красивым дизайном, который подчёркивает вид деятельности, которым занимается компания, а также соответствующим функционалом, который может удовлетворить потребности клиента, посетившего данный сайт.

К возможному функционалу современного сайта компании стоит отнести:

- новостную ленту;
- каталог товаров или услуг;
- заказ товара или услуг с сайта;
- интеграция с платежной системой;
- форму обратной связи; систему технической поддержки;
- почтовую рассылку;
- информационную и баннерную систему.

Современный сайт помогает решить следующие задачи:

- представление детальной и актуальной информации о компании;
- привлечение новых клиентов;
- облегчение работы сотрудников компании;
- обеспечение наличия обратной связи с клиентами.

Именно поэтому любой сайт в первую очередь должен быть настроен под своего клиента, чтобы быстро, качественно и приятно решить все его вопросы.

При наличии грамотно настроенного и оптимизированного сайта, компания оказывается вверху списка результатов поисковой выдачи, тем самым повышается приток пользователей на сайт, которые могут перейти в категорию клиентов.

Далеко не всем компания необходимо тратить значительные средства на свой сайт из-за специфики деятельности, потому как это может оказаться не целесообразно. Примерами могут быть государственные компании или компании, занимающиеся добычей ресурсов, сайты которых при своем существовании могут выполнять мало полезных функций.

Но для коммерческих компаний торговой сферы и сферы обслуживания сайт может быть очень полезен и развиваться вместе с компанией, так как при росте ассортимента товаров или услуг, компания может внедрить дополнительный функционал на свой сайт, который уже напрямую повлияет на продажи, примером может служить реализация функционала интернет-магазина.

Так как в компаниях, возможно за некоторыми исключениями, нет сотрудника или отдела, которые бы занимались проведением технических изменений на сайте, то проведение таких изменений превращается в очень сложный и затратный процесс, который зачастую еще и откладывается в долгий ящик.

Также проведение работ не может быть осуществлено без четкого представления, что нужно сделать или изменить и какая от этого выгода для компании будет. Поэтому важным элементом в работе над сайтами компаний является бизнес-планирование. Бизнес-планирование в данной сфере осуществляется через составление технического задания исполнителю.

В классическом варианте такое задание может излагаться, как в кратком письменном описании желаемого результата, так и в устной форме при общении с исполнителем. У такого метода имеются свои преимущества и недостатки.

К преимуществам классического подхода относятся:

- быстрота и простота;
- отсутствие необходимости вникать в технические подробности;
- минимальная необходимость контроля.

Но за все это приходится расплачиваться следующими недостатками:

- результат может не соответствовать ожиданиям;
- возможная переплата за услуги;
- конфликтные ситуации;
- увеличение сроков реализации;
- полная зависимость от навыков и совести исполнителя.

Для устранения недостатков классического подхода можно использовать стандарты для составления технического задания. В российской практике техническое задание регламентируется ГОСТ 19.201-78 "Техническое задание, требования к содержанию и оформлению" и ГОСТ 34.602-89 "Техническое задание на создание автоматизированной системы" [2, 3]. Несмотря на то, что представлено два документа, стоит больше уделить внимания второму, так как он является более проработанным вариантом первого.

Структура технического задания в ГОСТ 34.602-89 имеет следующий вид:

- общие сведения;
- назначение и цели создания (развития) системы;
- характеристика объектов автоматизации;
- требования к системе
- состав и содержание работ по созданию системы;
- порядок контроля и приемки системы;
- требования к составу и содержанию работ по подготовке объекта автоматизации к вводу системы в действие;
- требования к документированию и источники разработки.

Все перечисленные проблемы классического подхода, суть которых сводится к низкой степени проработки задания, решаются представленным документом. Данный документ не смотря на свой возраст, который составляет уже тридцать лет с момента введения, совсем не устарел и актуален по сей день. Тем более, что представленная структура технического задания представляет собой универсальный каркас и может быть изменена под конкретный проект.

Проведем исследование 100 случайных компаний из списка РБК 500 за 2019 год [4], как лучших компаний страны, для выявления степени уделения ими внимания своим сайтам, путем анализа и оценки таковых.

Случайность исследования будет обеспечена генератором случайных чисел от 1 до 500 [5]. Анализ и оценка будет проводиться по факту наличия сайта у компании, а также параметру оценки актуальности дизайна и содержимого сайта на текущий момент по пяти-балльной шкале, где:

- оценка 5 означает, что у компании имеется сайт, который полностью удовлетворяет всем запросам, в число которых всходит современный дизайн без навязчивых элементов интерфейса (баннеров, выплывающих окон и т.д.), сайт интересно, красиво и в выгодном свете предоставляет необходимую информацию о компании и ее товаре или услугах, а также безопасен;
- оценка 4 означает, что у сайта компании имеются незначительные недочеты в дизайне, присутствуют навязчивые элементы интерфейса или ошибки в предоставлении информации о компании, либо безопасность сайта находится на низком уровне, но в целом работа проводилась относительно недавно;
- оценка 3 означает, что у сайта компании есть значительные недочеты в дизайне, присутствуют навязчивые элементы интерфейса или ошибки в предоставлении информации о компании, которые могут отпугнуть пользователя и требуют устранения;
- оценка 2 означает, что сайт компании был актуален более пяти лет назад, но на данный момент устарел;
- оценка 1 означает, что сайт не загрузился или выдает какую-либо ошибку.

Таким образом, было выявлено, что среди 100 случайных компаний из списка РБК 500, всего две компании не имеют сайтов. Это ресурсодобывающие компании, одна занимается добычей угля, а вторая добычей нефти. Среди оставшихся 98 компаний, всего две получили оценку 1, так как у них не работают сайты. Оценку 2 получили 13 компаний, их сайты давно уже устарели. Оценку 3 получили 5 компаний и главной проблемой был устаревший дизайн. Все компании, получившие оценки от 1 до 3, а именно 20 штук, а также 2 компании без сайтов, можно объединить в группу компаний, которые мало уделяют внимания своим сайтам. Также к особенностям данной группы стоит отнести то, что компании не получают значительной выгоды от ведения своих сайтов. 25 компаний получили оценку 4, основной проблемой было обеспечение безопасности сайта. Оценку 5 получили 53 компании и их сайты являются полностью актуальными. Наиболее часто в данной группе встречались банки, страховые компании, сберегательные фонды, и автомобильные представительства, то есть те компании, прибыль которых могут зависеть от сайтов. Но также в данной группе были совершенно разные компании, которые просто уделили внимание своим сайтам. Компании, которые получили оценки 4 и 5 можно выделить в группу тех, кто уделяет внимание своим сайтам, а именно 78 компаний из 100. Тем самым мы можем наблюдать, что подавляющее большинство компаний уделяют внимание своим сайтам.

В заключение статьи сделаем выводы. Сайт компании уже давно перестал быть просто красивым дополнением, теперь он может выполнять множество полезных функций и тем самым приносить дополнительную прибыль компании, в случае если к этому располагает специфика деятельности. Но как и в других областях функционирования компании, сайты требуют грамотной настройки, которую стоит проводить регулярно, так как технологии не стоят на месте, а основой для проведения работ над сайтом является бизнес-планирование.

1. Журавлева Г. П., Экономическая теория. Микроэкономика – 1, 2 / под ред. Г. П. Журавлева. – 8-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 934 с.

2. ГОСТ 19.001-77 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rugost.com/index.php?option=com_content&view=article&id=46:19001-77&catid=19&Itemid=50

3. ГОСТ 34.602-89 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rugost.com/index.php?option=com_content&view=article&id=96:gost-34602-89&catid=22&Itemid=53

4. Рейтинг РБК 500 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbc500/>

5. Генератор случайных чисел [Электронный ресурс]. – URL: <https://generator-online.com/numbers/>