

РЕКЛАМНО - ИНФОРМАЦИОННЫЙ САЙТ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

С. И. Хамицкий¹, П. С. Тимохин², О. Г. Пташинский³

¹ - студент 3 курса, факультета учета и статистики, группы УКС-1, Белорусского государственного экономического университета

² - студент 3 курса, факультета учета и статистики, группы УКС-1, Белорусского государственного экономического университета

³ – научный руководитель, старший преподаватель кафедры информационных технологий, Белорусского государственного экономического университета, Минск, 220672, Партизанский пр., 26, тел. (8017) 249-19-81, e-mail: Ptashinsky_O@bseu.minsk.by

Аннотация. Работа посвящена проблемам совершенствования процессов и результатов хозяйственной деятельности посредством современных информационных технологий, в частности, с помощью использования WEB – сайта.

Ключевые слова: Internet, web – сайт, браузер, хозяйственная деятельность, дизайн.

Уже давно и довольно прочно Интернет вошел в жизнь людей по всему миру. Это обусловлено всеми теми преимуществами и услугами, которые способна нам дать всемирная сеть. Заметно также оживление в развитии белорусской части глобальной сети. Появляется все больше сайтов организаций и фирм, открываются все новые сервера, все это говорит о том, что Интернет пришел к нам всерьез и надолго. Почему же все-таки организации и фирмы решаются вкладывать свои деньги в эту новую сферу? Ответ на этот вопрос довольно прост. В силу географического и геополитического положения Беларуси нашим предприятиям и фирмам очень сложно, а зачастую практически невозможно пробиться на рынки других государств, хотя в некоторых случаях услуги, предоставляемые «нашими» организациями, объективно превосходят своих зарубежных аналогов. Также необходимо упомянуть и о внутреннем рынке республики. Из-за неразвитости инфраструктуры бизнеса, из-за недостаточной информированности предпринимателей, предприятия и фирмы постоянно теряют своих потенциальных партнеров по бизнесу и как следствие теряют в прибылях. Преимущества

Интернета очевидны: никаких границ, легкость поиска и доступа к информации, ее сравнительная дешевизна (в наше время своевременность получения той или иной информации во многом предопределяет результат сделки и размер прибыли, поэтому получение такой информации «дорогого стоит»). А также весь процесс заключения сделки ускорен и упрощен многократно.

Оценивая эти преимущества, множество хозяйствующих субъектов решается на такой шаг, как создание и размещение своего сайта во всемирной глобальной сети Интернет. В начале работы опишем специфику сайта для фирмы, работающей в производственной сфере, а потом опишем примерный сайт финансового учреждения на примере коммерческого банка. Сначала хотелось бы отметить типичные ошибки, которые допускают разработчики при создании сайта. Во-первых, типично, когда сайт больше напоминает выдержку из книги по истории предприятия, чем деловую информацию. Потенциальному посетителю будут любопытно прочитать, в каком году создано предприятие и какова его специализация, но ему надоест читать огромные архивы информации, где будет указаны имена всех ваших

сотрудников с их датами рождения и тому подобное. Вторая типичная ошибка- это перенасыщение сайта графикой и мультимедиа приложениями, не надо забывать, что качество нашей связи оставляет желать лучшего, и если страница будет переполнена емкими графическими файлами-изображениями, вашему посетителю просто надоест ждать, когда же этот файл будет получен, и он просто уйдет на поиски другого сайта с похожей тематикой. Следующая ошибка - это заблуждение в том, что как только ваш сайт будет подключен к сети, то у вас просто не будет отбоя от посетителей. Тут просто напрашивается логический вопрос: как пользователь сети сможет найти ваш сайт среди миллионов других. И еще одна, может быть, самая грубая ошибка заключается в описании предлагаемой для сделки продукции или услуги. Как правило, дается огромное количество лишней информации, а самая важная остается незатронутой.

Перед приведением конкретных советов по созданию сайта я хотел бы отметить следующее: разработкой профессиональных сайтов занимаются так называемые web-дизайнеры (объединенные в web-агентства, где кроме них есть программисты, HTML кодеры и т.д.). Если вы хотите иметь действительно грамотно разработанный web-сайт, обратитесь в подобное агентство, а не по дешевому объявлению в газете. оформить его в HTML. Поверьте, в сфере новых технологий скупой платит трижды.

Теперь перейдем к конкретным советам:

1. Графика и дизайн

Единство - вот ключевое слово, именно единство стиля и характеризует профессионализм выполнения web-дизайна (исключение составляет лишь дизайн первой страницы - визитной карточки сайта). Следует отметить, что для web-дизайна применимы и все законы пресс-дизайна. Наибольшее внимание следует обратить на исполнение навигационного меню, «шапки», таблиц и ссылок.

2. Скорость загрузки

Как уже было отмечено выше, качество телефонной связи оставляет желать лучшего (. Поэтому следует следить за

размерами предлагаемых для загрузки страниц. Так, как правило, пользователь не будет ждать загрузки страницы более 40-60 сек. Из этого следует, что размер загружаемой страницы, желательно, не должен превышать 100 Кб (размер страницы, это не только размер непосредственно HTML документа, но и размер всех догружаемых файлов, как-то: картинки и т.д.).

3. Навигация

Схема ссылок, отражающая структуру вашего сайта и призванная подсказать наиболее оптимальный путь для изучения его содержимого, называется навигацией. Как любой другой вспомогательный инструмент должна быть понятной, продуманной и удобной. Инструментом навигации, как правило, выступает меню, из которого посетитель выбирает тот или иной раздел. Расположение и внешний вид этого меню могут принимать самый разнообразный вид, как правило, диктуемый общим дизайнерским решением для всего сайта (следует указать, что подобные навигационные меню следует располагать на всех страницах, дабы посетитель всегда мог перейти в другую, интересующую его категорию). Самый распространенный вид такого меню располагается с левой стороны экрана и представляет собой кнопки-ссылки с надписями разделов, в которые они ведут.

4. Универсальность для посетителя

В настоящее время наиболее распространенными браузерами являются Internet Explorer (далее IE) и Netscape Navigator (далее NS). При разработке сайта необходимо учитывать некоторую специфику этих двух браузеров, проблема заключается в том, что для каждого из них существуют некоторые общие гипертекстовые команды и некоторые специфические (применимые только для одного из них). Поэтому некоторые страницы могут отлично смотреться в IE, но при открывании в NS будут значительно искажены. Также необходимо задуматься и о просмотре текстовой информации. Следует избегать использования нестандартных шрифтов, так как у вашего посетителя такового может просто не оказаться. Следует помнить о принципе контрастности

(выделение ключевых слов и заголовков жирным текстом). Также необходимо отметить, что все графические файлы должны быть форматах JPG или GIF (никаких BMP).

5. Первая страница, или визитная карточка сайта

Первая страница вашего сайта должна являться своеобразной визитной карточкой для посетителя. Здесь уместно расположить логотип вашего предприятия, адресные данные и небольшое вспомогательное меню с выбором языка пользователя. Дизайн этой страницы может существенно отличаться от общепринятого в данной сфере (некоторые web-дизайнеры рекомендуют сделать его совершенно другим).

6. Описание продукции

Раздел, посвященный описанию предлагаемой продукции, должен содержать исчерпывающую информацию по предлагаемой вами продукции. Ниже представлена самая необходимая информация:

- наименование продукта;
- модель (серийный номер);
- основные технические характеристики модели (отличия, преимущества);
- вес, габариты;
- графическое представление информации о продукте (фото), с возможностью увеличения фотографии;
- ценовая информация (стоимость товара с указанием денежной единицы);
- способ оплаты (банковский перевод, ON-line трансфер, чек);
- дополнительные условия (минимальная партия, предоплата, условия поставки и т.д.).

Также на данной странице желательно включить возможность предварительного заказа товара по электронной почте.

7. Новости как признак жизни

Для того, чтобы ваш посетитель вернулся на ваш сайт еще не один раз, необходимо показать ему, что сайт постоянно развивается и пополняется, что даже если в этот раз он не нашел интересующую его информацию, то есть вероятность того, что он найдет ее в следующий раз. Наилучший способ сделать это - сделать на сайте раздел «Новости», где вы можете сделать анонс

выхода в свет новой продукции, сообщить посетителю о пополнении сайта новой информацией и т.д. Данный раздел должен обновляться и пополняться как можно чаще, чтобы показать, что ваш сайт не заброшен и работоспособен.

8. Контактная информация

Для посетителя нелишним будет увидеть на вашем сайте контактную информацию:

- а) адрес (юридический/физический);
- б) телефон, факс, телекс, телефакс, E-mail;
- в) дополнительная информация:
 - дата основания предприятия;
 - месторасположения предприятия (часто карта);
 - имя руководителя и должность;
 - название головного предприятия;
 - начальник отдела сбыта, телефон;
 - начальник отдела снабжения, телефон;
 - контактное лицо, телефон.

После того, как разработка вашего сайта будет завершена, самое время подумать о том, как его найдет ваш потенциальный посетитель. Во-первых, вам необходимо зарегистрировать имя для сайта - «domain name» и получить так называемый «hosting» - место под страничку. Есть множество сайтов, позволяющих сделать это бесплатно, найти их можно через любой поисковик. Затем закачайте ваш сайт на сервер и зарегистрируйте его в как можно большем количестве поисковых систем. Например, на сайте www.design.ru вы сможете, один раз заполнив анкету, зарегистрироваться сразу в нескольких поисковых системах. Можно приобрести так называемые «показы» в баннерной сети, но это довольно дорогостоящая услуга. А лучше всего найти сайты похожей тематики и договориться о взаимном размещении баннеров.

По мнению многих специалистов одними из наиболее удобных и доступных программ, призванных помочь вам с созданием собственного сайта, являются:

Работа с графикой: Adobe Photoshop 5,5, Adobe Image Styler 1.0, Adobe Image Ready 2.0.

HTML верстка: Dreamweaver 3.0, Microsoft Frontpage 98. FTP загрузка: CuteFTP 4.0.

Теперь опишем сайт финансово-кредитной организации на примере коммерческого банка. Сайты банков в основном выполняют информационную задачу (в Республике Беларусь объемы транзакций с использованием Интернета незначительны по сравнению с общим объемом переводов денежных средств).

В современных условиях развития финансового бизнеса открытие сайта банка в сети Интернет должно сопровождаться рядом мероприятий, имеющих своей целью:

1. обеспечение соответствия концепции сайта информационной и маркетинговой стратегии банка;
2. достижение должного качества отражаемой на сайте информации;
3. обеспечение экономической безопасности (в первую очередь в аспекте риска потери репутации).

Работа с сайтом начинается с разработки его концепции, основанной на адекватном понимании руководством банка целей размещения сайта в Интернете. Решение о размещении сайта чисто информационного характера принимается с учетом экономической целесообразности его размещения как информационно-рекламного продукта.

Как показывает практика, выбор дизайнера сайта следует проводить на конкурсной основе. Такой подход позволяет оптимизировать затраты на поддержку сайта и добиться нужного качества проекта.

В разработке сайта нет мелочей: любая недоработка отрицательно скажется на имидже банка. Например, существен такой аспект, как скорость работы сайта: медленная работа сайта раздражает потребителя. Из этого следует, что нельзя недооценивать этап настройки и опробования сайта: желательно получить несколько экспертных оценок (взгляд со стороны потенциального потребителя).

Что касается организации работы с сайтом с позиции финансового менеджмента, рекомендуется затраты на сайт отражать отдельной строкой в бюджете банка — в дальнейшем это позволит лучше контролировать расходы, связанные с работой с сайтом, четче расставлять приоритеты по статьям рекламных и информационных расходов.

Большое значение для обеспечения успешной работы сайта имеют мероприятия по обеспечению экономической безопасности и предотвращению опасности потери репутации.

В первую очередь, внутрибанковские процедуры должны предотвращать возможность ошибочного размещения на сайте конфиденциальной информации (например, сведения о крупной сделке без предварительного письменного согласования с контрагентом). Внутрибанковские документы должны включать исчерпывающий перечень лиц, уполномоченных принимать решения о размещении информации на сайте и размещать информацию.

Во-вторых, необходимо, чтобы аналитическая служба банка проводила анализ финансовой информации, размещаемой на сайте. Это — составная часть банковской технологии под названием «оценка со стороны». Суть этой технологии заключается в том, что аналитическое подразделение регулярно проводит анализ своего банка на основе имеющейся на рынке информации. Целью подобного анализа является оценка возможности работы на межбанковском рынке, с крупной корпоративной клиентурой, перспективы выпуска долговых обязательств, новой эмиссии, а также выработка рекомендаций по совершенствованию структуры баланса.

Проведение предлагаемого комплекса мероприятий позволит повысить эффективность сайта банка, размещенного в Интернете, что найдет выражение в росте числа клиентов и, следовательно, делового оборота. Кроме того, правильная организация работы с сайтом снизит риск потери репутации вследствие действий хакеров и недобросовестных конкурентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Салохин А. Как сделать рекламный сайт отечественному производителю. // *Банковские технологии*, №4, 2000.
2. Седин А. Сайт коммерческого банка в Интернете. // *Банковские технологии*, №5, 2000.