

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И ОЦЕНКИ WEB-САЙТА КАК ИНСТРУМЕНТА ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. Садовский (БГУИР)

Научный руководитель:

ст. преподаватель Э.В. Крум

В последнее время сеть Интернет стала одним из важнейших средств маркетинга, которое имеет значительные преимущества по сравнению с традиционными маркетинговыми каналами. В связи с развитием глобальных компьютерных сетей маркетинговые мероприятия выходят на принципиально новый уровень.

Современные мировые тенденции диктуют актуальность вопроса о создании web-сайтов предприятий. В условиях увеличивающейся конкуренции эта необходимость вызвана стратегиями компаний, направленными на поиск новых рынков сбыта как в ближнем, так и в дальнем зарубежье.

Интернет ассоциируется в первую очередь с электронной почтой и сайтами. Web-сайт является визитной карточкой предприятия, которая позволяет потенциальному потребителю не только ознакомиться с информацией о предприятии, его услугах и товарах, но и приобрести продукцию. Содержание многофункционального, красочного, имеющего удобный интерфейс сайта способствует формированию положительного имиджа компании.

Как показывает практика, использование Интернета в традиционном бизнесе приобретает стратегическое значение не только для зарубежных компаний. Сайты некоторых белорусских экспортно-ориентированных предприятий уже имеют версии не только на русском, белорусском, украинском и английском, но и на других языках. Постоянное обновление информации на сайте является одним из важнейших вопросов, касающихся содержания web-ресурса, т. к. размещенная информация всегда должна быть актуальной и соответствовать действительности.

В настоящее время наиболее остро стоит вопрос о разработке и подробном описании экономико-правовых основ и правовом обеспечении функционирования web-сайтов. Информация, содержащаяся на web-сайте, не должна противоречить существующему законодательству Республики Беларусь.

Перед правительством Республики Беларусь стоит задача о создании правовой базы и государственном регулировании работы web-сайтов. В настоящее время на рассмотрении находится проект Указа Президента «О мерах по усовершенствованию использования национального сегмента глобальной компьютерной сети Интернет» [1]. Специалисты отмеча-

ют, что при разработке проекта указа были допущены недочеты, причиной которых можно назвать отсутствие понятийного аппарата функционирования web-сайтов. Многие определения, указанные в проекте, например, «оказание услуг на территории Беларуси с использованием национального сегмента сети Интернет осуществляется с помощью размещаемых на данной территории и зарегистрированных в установленном порядке информационных сетей, систем, ресурсов», будут иметь сложности в применении на практике. У многих белорусских экспортно-ориентированных предприятий могут возникнуть большие проблемы, так как, имея расположение не в зоне «бу», их сайты окажутся незаконными [2].

Анализ специальной литературы показал, что экономическая эффективность web-сайта, как правило, рассчитывается с помощью соответствующих критериев оптимальности, математических моделей и методов их реализации по следующему алгоритму:

- оценка экономической эффективности создания (проектирования);
- оценка экономической эффективности функционирования web-сайта по текущим и конечным показателям;
- определение стоимости web-сайта (стоимости бизнеса).

В то же время отсутствуют методики оценки экономической эффективности web-сайта на всех этапах.

Сайт создается для формирования на нем постоянной, четко сегментированной или, напротив, максимально широкой аудитории. Web-сайт должен «жить», так как является эффективным инструментом товарной политики предприятия.

Литература

1. В Администрации президента рассматривают проект указа об интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://naviny.by/rubrics/computer/2010/01/14/ic_news_128_324217/. – Дата доступа: 19.01.2010.

2. «Экспертиза» с Юрием Зиссером: Как регулировать интернет? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/155729.html>. – Дата доступа 19.01.2010.