

УДК 657.471.7:659.1: 004

## К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗРАБОТКИ САЙТА НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

**Новикова Т.Б.**

*ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,  
Магнитогорск, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

Сегодня если необходимо узнать о каких-либо услугах или информации, то сеть Интернет становится незаменимым помощником. И путешествуя по сети, встречается огромное количество разнообразной рекламы. Часто встречая среди них интересные услуги, информацию и ресурсы. В связи с этим, практически все современные компании, учреждения, организации имеют в сети Интернет собственные Web-сайты, где раскрывается основная информация об организации, сообщается информация о предоставляемых услугах, контактах. Любому человеку легко найти интересующие его ресурсы и перейти на них. Таким образом, любая организация – будь то коммерческая или нет, может обеспечить себе рекламу и сообщить о себе миллионам пользователей по всему миру. В статье подробно рассмотрено обоснование экономической эффективности разработки сайта для рекламной компании.

**Ключевые слова:** рекламная компания, экономическая эффективность, расчет затрат, сайт

## THE QUESTION OF EFFICIENCY OF DEVELOPMENT SITE FOR EXAMPLE ADVERTISING AGENCY

**Novikova T.B.**

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

Today, if you want to know about any services or information, the network is the Internet becomes an indispensable assistant. And traveling over the network, we found a huge variety of advertising. Frequent meetings among them interesting services, information and resources. Therefore, almost all modern companies, institutions and organizations have their own Internet Web-sites, which reveals basic information about the organization, according to information on its services, contacts. Any person is easy to find its resources and move them. Thus, any organization - whether commercial or not, can secure advertising and inform yourself about the millions of users around the world. The article discussed in detail the economic rationale for the effectiveness of the development site for the advertising company.

**Keywords:** advertising campaign, cost-effectiveness, cost calculation, website

Рекламная компания, которая занимается созданием рекламных баннеров в лифтах, является коммерческой организацией, созданной для донесения информации о различных компаниях жителям города. Задачами компании являются:

- помощь в развитии бизнеса клиентов, посредством донесения информации об их компании как можно большему числу жителей;

- удовлетворение потребностей клиента;
- качественное обслуживание клиентов;
- повышение статуса компании на рынке.

В статье рассмотрены результаты расчета эффективности разработки сайта для рекламной компании, которая занимается созданием рекламных баннеров в лифтах. После детального изучения документов, анкетирования и интервьюирования были построены модели [1]. На основании данных моделей был выявлен «узкие места», а именно, отсутствие возможности:

- обеспечить дополнительный ресурс новых потенциальных клиентов;
- иметь архив фото-отчетов предоставленных рекламных услуг;
- поддерживать связь с клиентами посредством e-mail сообщений;

- ознакомить посетителей с предоставляемыми услугами агентства;

- предоставить информацию о способах получения услуги;

- увеличить узнаваемость бренда компании;

- ведения клиентской базы.

По результатам анализа было сделано заключение, что привлечение клиентов происходит только путем рассылки писем или телефонных звонков, что не очень эффективно. Обсудив данную проблему с директором компании, пришли к выводу, что стоит создать корпоративный сайт для расширения списка потенциальных клиентов.

Корпоративный сайт - это официальное представительство компании, предприятия, организации в Интернете. Задача компании сводится к продвижению товаров или услуг, а также созданию или стимулированию положительного образа (имиджа) компании. Корпоративный web-сайт позволит хранить в упорядоченном электронном виде полную информацию о деятельности рекламного агентства и иметь оперативный доступ к этой информации [2]. Сайт должен представлять агентство в интернете, поддерживать ее положительный и современный

Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Трудозатраты	Фактические затраты	Названия ресурсов
<b>Разработка Web-сайта</b>	<b>40 дней</b>	<b>Ср 11.02.15</b>	<b>Ср 08.04.15</b>	<b>132 ч</b>	<b>24 000,00р.</b>	<b>Разработчик[20%]</b>
<b>Разработка</b>	<b>22 дней</b>	<b>Ср 11.02.15</b>	<b>Пт 13.03.15</b>	<b>84 ч</b>	<b>16 800,00р.</b>	<b>Разработчик[21%]</b>
Формирование требований к Web-сайту	3 дней	Ср 11.02.15	Пт 13.02.15	12 ч	2 400,00р.	Разработчик[50%]
Разработка и утверждение технического задания	4 дней	Сб 14.02.15	Чт 19.02.15	16 ч	3 200,00р.	Разработчик[50%]
Создание технологической основы	3 дней	Пт 20.02.15	Вт 24.02.15	12 ч	2 400,00р.	Разработчик[50%]
Разработка и утверждение дизайна Web-сайта	4 дней	Чт 26.02.15	Вт 03.03.15	16 ч	3 200,00р.	Разработчик[50%]
Наполнение контентом	4 дней	Ср 04.03.15	Пн 09.03.15	16 ч	3 200,00р.	Разработчик[50%]
Тестирование	3 дней	Вт 10.03.15	Чт 12.03.15	12 ч	2 400,00р.	Разработчик[50%]
Утверждение разработки	0 дней	Пт 13.03.15	Пт 13.03.15	0 ч	0,00р.	Разработчик
<b>Внедрение</b>	<b>14 дней</b>	<b>Пн 16.03.15</b>	<b>Пт 03.04.15</b>	<b>40 ч</b>	<b>6 000,00р.</b>	<b>Внедренец</b>
Публикация сайта в интернет	4 дней	Пн 16.03.15	Вт 24.03.15	16 ч	2 400,00р.	Внедренец[50%]
Подписание акта о внедрении	0 дней	Ср 25.03.15	Ср 25.03.15	0 ч	0,00р.	Внедренец
Разработка руководства пользователя	5 дней	Чт 26.03.15	Ср 01.04.15	20 ч	3 000,00р.	Внедренец[50%]
Обучение персонала	1 день	Чт 02.04.15	Чт 02.04.15	4 ч	600,00р.	Внедренец[50%]
Утверждение внедрения	0 дней	Пт 03.04.15	Пт 03.04.15	0 ч	0,00р.	Внедренец
<b>Сопровождение</b>	<b>2 дней</b>	<b>Пн 06.04.15</b>	<b>Ср 08.04.15</b>	<b>8 ч</b>	<b>1 200,00р.</b>	<b>Спец. По сопровождению</b>
Формирование требований к сопровождению	1 день	Пн 06.04.15	Пн 06.04.15	4 ч	600,00р.	Спец. По сопровождению
Составление договора на сопровождение	1 день	Вт 07.04.15	Вт 07.04.15	4 ч	600,00р.	Спец. По сопровождению
Утверждение сопровождения	0 дней	Ср 08.04.15	Ср 08.04.15	0 ч	0,00р.	Спец. По сопровождению

Рис. 1. Расчет затрат на внедрение и эксплуатацию Web-сайта

имидж, знакомить посетителей с услугами агентства.

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

- экономическая эффективность;
- функциональная эффективность;
- социальная эффективность;
- экономическая эффективность

Данные об этапах разработки и сопровождения, а так же длительности и стоимости web-сайта представлены на рисунке 1.

Затраты на разработку сайта приведены в таблице 1. Затраты на сопровождение в таблице 2.

Рассмотрим расчет прямого экономического эффекта, он сводится к следующему: определяется разность в годовых приведенных затратах по базовому и предлагаемому вариантам ИС:

Таблица 1

Единовременные затраты

Разработка проекта (технического задания, задания на внедрение)	16800
Оплата труда специалистов, участвующих во внедрении (+обучение персонала)	6000
Налоги и отчисления на фонд оплаты труда ФСС-4% Пенсионный фонд-28% ФОТ-3,6%	2136
Материальные затраты (распечатка акта, распечатка руководства пользователя) 1стр-2р	20
Прочие затраты. 7%	1746,92
Итого	26702,92

Таблица 2

Постоянные затраты (затраты на сопровождение АИС)

Оплата труда специалистов по сопровождению (по договору)	3000р
Эксплуатационные расходы на АИС (регистрация доменного имени сайта, хостинг)	775р
Расходы на потребление электроэнергии Системный блок: 0,35кВт/час*2,51руб*8час*20дней=140,56р Монитор: 0,07кВт/час*2,51руб*8час*20дней=28,12р Сэл=140,56+28,12=168,68	168,68р
Затраты, связанные с использованием глобальных вычислительных сетей (Интернета и др.) Син =600руб/30дней/24ч*8ч*20=133,33руб	133,33р
Прочие затраты 7%	285,39
Итого	4362,53

$$\mathcal{E}_{\text{прям}} = \Pi - \Pi = \Delta C_{\text{зн}} - C - EK$$

В нашем случае  $\Delta C_{\text{зн}} = 0$ , так как с внедрением функционального модуля не предполагается понижение зарплаты работников или их увольнение или реструктуризация подразделений.

Расчет годовых приведенных затрат ( $\Pi$ ) [3]:

$$\Pi = C + E, \quad (3)$$

$\Pi = 4362,53 + 26702,92 = 31065,45$  руб.

Значение позволяет = 0 определить.

$$\mathcal{E}_{\text{прям}} = \Delta C_{\text{зн}} - \Pi, \quad (4)$$

$\mathcal{E}_{\text{прям}} = 0 - 31065,45 = -31065,45$  руб.

Величина прямого экономического эффекта является недостаточной (даже отрицательной) для оправдания затрат на внедрение ИС. Это объясняется отсутствием экономии на заработной плате управленческого персонала. Рассмотрим расчет косвенного экономического эффекта.

$$\mathcal{E} = \Delta \mathcal{E}_{\text{год}} - C - E \times K = \Delta \mathcal{E}_{\text{год}} - \Pi = \mathcal{E}_{\text{прям}} + \mathcal{E}_{\text{косв}} = -\Pi + \mathcal{E}_{\text{косв}} \quad (5)$$

$$\mathcal{E} = \Delta \mathcal{E}_{\text{год}} = \mathcal{E}_{\text{косв}}$$

Данный расчет предполагает определение следующих составляющих:

$$\mathcal{E}_{\text{косв}} = \Delta A + \Delta C_{\text{себ}} + \Delta \Pi, \quad (6)$$

где  $\Delta A$  - годовой прирост выручки от реализации продукции, прочей реализации или внереализационной деятельности, связанной с сайтом;

Среднее количество посетителей на сайте 100 человек в месяц. Примерно 3% становятся клиентами агентства.

Стоимость минимального заказа 4136р. Отсюда следует, что дополнительная прибыль в месяц благодаря сайту составит:

$$\Pi = 4136 * (100 * 0,3) = 12480$$

Экономия расходных материалов представляет экономию бумаги на печатные прайс-листы. При стоимости одного листа 5 руб, экономия на бумагу и краску для 100 распечатанных прайс-листов за год составит (при затратах - пять листов бумаги на один прайс-лист) 2500 руб. в месяц.

$\Delta A$  - годовой прирост выручки от реализации продукции = 148896

$\Delta C_{\text{себ}}$  - годовая экономия на себестоимости продукции объекта управления;

$\Delta \Pi$  - других не планируемых потерь за год;

Состав статей, по которым рассчитывается экономия на себестоимости продукции за счет сайта, обычно следующий:

$$\Delta C_{\text{себ}} = \Delta C_{\text{к}} + \Delta C_{\text{з}} + \Delta C_{\text{зпр}} + \Delta C_{\text{сз}} + \Delta C_{\text{док}}$$

Если внедрение сайта не влияет на какую-либо статью затрат в составе себестоимости, то эта статья, не фигурирует в расчете косвенного экономического эффекта.

Получаем:

$\Delta C_{\text{к}}$  - экономия на канцелярии

$\Delta C_{\text{к}} = 2500$  руб/мес

Таким образом, годовая экономия на себестоимости продукции

$\Delta C_{\text{себ}} = 12 * (\Delta C_{\text{к}} + \Delta C_{\text{зп}} + \Delta C_{\text{пр}}) = 12 * 2500 = 30000$  руб/год

Таким образом,

$\mathcal{E}_{\text{косв}} = \Delta A + \Delta C_{\text{себ}} + \Delta \Pi = 148896 + 30000 + 0 = 178896$  руб.

$\mathcal{E}_{\text{год}} = \mathcal{E}_{\text{косв}} + \mathcal{E}_{\text{прям}} = 178896 + (-31065,45) = 147830,55$  руб.

Годовой экономический эффект представляет собой абсолютный показатель эффективности. Сайт считается эффективным, если  $\mathcal{E} > 0$ .

Вспомогательными показателями экономической эффективности являются:

Срок окупаемости:

$E_p = \mathcal{E}_{\text{год}} / K = 31065,45 / 147830,55 = 0,21$

Коэффициент экономической эффективности:

$T_{\text{ок}} = 1 / E_p = K / \mathcal{E}_{\text{год}} = 1 / 0,21 = 4,76$

После внедрения сайта сократятся затраты по материальным расходам, так же будет дополнительная прибыль. Данная экономия позволит окупить создание и внедрение сайта. Предполагаемое время окупаемости проекта составляет немного больше 2 месяцев. Коэффициент экономической эффективности очень высок и составляет 4,76.

Функциональная эффективность 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) [4].

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

Оптимизация рекламной деятельности организации. Поиск новых клиентов и деловых партнеров.

Формирование положительного имиджа организации.

#### Список литературы

1. Chusavitina G.N., Zerkina N.N. Cyber extremism preventive measures in training of future teachers: в сборнике: sgem 2015 international multidisciplinary scientific conference on so-

---

cial sciences and arts 2-nd international multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts. 2015. С. 275-280.

2. Большакова О.Н., Чусавитина Г.Н. Применение методики рми для управления рисками проекта по продвижению интернет-магазина : в сборнике: кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, в 2-х томах. Ответственный редактор Горохов А.А.. 2015. С. 64-68.

3. Назарова О.Б. Теория экономических информационных систем : Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: 080800.62 - «Прикладная информатика», 080801.65 - «Прикладная информатика (в экономике)». В 2-х частях / Магнитогорск, 2012.

4. Назарова О.Б., Колодкина Е.А. Использование референтной модели процессов для управления качеством телекоммуникационных услуг // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 6 (33). С. 21.