

**Современные реалии создания виртуального
представительства малого предприятия**
**Modern realities of creating a virtual representation of a small
business**

Димант Элина Игоревна

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия

***Аннотация.** Исследованы теоретические и методические аспекты создания виртуального представительства малого предприятия. Рассмотрены возможные пути достижения результата и их особенности, определены риски при решении задачи разработки виртуального представительства. В статье приведены базовые навыки разработчиков Веб-представительств и способы поиска исполнителей для данной работы.*

***Ключевые слова:** Создание виртуального-представительства, малые предприятия, web-разработка, frontend, backend.*

***Аннотация.** Theoretical and methodological aspects of creating a virtual representation of a small business have been studied. Possible ways to achieve the result and their features are considered, risks are identified when solving the problem of developing a virtual representation. The article presents the basic skills of developers of Web representations and ways to find performers for this work.*

***Ключевые слова:** Creation of a virtual representation, small businesses, web development, frontend, backend.*

На сегодняшний день практически все предприятия имеют собственные Web-представительства, различающиеся между собой целью внедрения и функциональностью. Данная сущность является высокоэффективным инструментом привлечения новых клиентов и удержания имеющихся. Эффективность такого инструмента обуславливается уровнем развитости сети интернет и количеством ее пользователей, а также сформировавшейся тенденции у потребителей в поиске информации о требуемых товарах и услугах на просторах интернета.

Веб-представительство является эффективным инструментом привлечения за счет своей информативности и визуального оформления этой информации, которая привлекает потребителя.

Сущность Веб-представительства заключается в представлении на интернет-ресурсе информации о компании, производимых товарах и услугах, а также иной сопутствующей информацией, которая может заинтересовать пользователя, посетившего данный ресурс. Таким образом посетитель еще до личного контакта с представителем компании может определить для себя необходимость обращения за услугами к рассматриваемой компании.

Помимо привлечения клиентов Веб-представительство может привлекать и партнеров, в том числе и поставщиков товаров условия которых могут оказаться выгоднее, чем у нынешних.

Также веб-представительства являются самым оптимальным инструментом для регистрации заявок клиентов на предоставления товаров или услуг, так как данные заявки принимаются в автоматизированном режиме без участия администратора, что сильно урезает расходы на операторов call-центров или иных структурных единиц компании.

Описанные Веб-представительства разрабатываются web-разработчиками, которые в свою очередь разделяются на два основных направления: Frontend-разработчики и Backend-разработчики.

Frontend разработка представляет из себя программирование визуальной составляющей Веб-представительств, все взаимодействия уловимые глазами пользователей разрабатываются и поддерживаются Frontend-разработчиками.

Backend-разработчики реализуют серверную составляющую Веб-представительств. Это часть, которая не видна пользователям, например обработка данных их хранение.

В зависимости от функциональных возможностей Веб-представительства его разработка требует разных инструментов и навыков разработчиков. Самые простые Веб-представительства могут быть реализованы без участия программистов путем использования конструкторов-сайтов, в большинстве случаев этого достаточно для создания информативного Веб-представительства, однако в данном случае функционал разрабатываемого продукта сильно ограничен возможностями используемых конструкторов.

Следует определить преимущества и недостатки разработки Веб-представительств с использованием сервисов-конструкторов. В качестве плюсов можно выделить следующее:

- Простота разработки;
- Встроенная система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM);
- Базовые возможности для создания магазинов и блогов;

- Зачастую доступны возможности взаимодействия с внешними сервисами
- Множество макетов
- Однако такой подход имеет и свои минусы:
- Владелец не имеет доступа к исходному коду своего Веб-представительства;
- Ограниченные возможности по функциональному внедрению;
- Низкая SEO-оптимизация (не оптимальная поисковая выдача)
- Веб-представительство является не оригинальным, так как используемый шаблон использовали и другие пользователи в большом количестве;
- Реклама автоматически встраивается в сайт, отключение, которое платное;
- Относительно малый объем хранилища файлов Веб-представительства;
- Большая засоренность исходного кода ненужными для владельца файлами из-за чего теряется скорость работы.

Второй подход к разработке Веб-представительств – самостоятельная разработка. В данном случае исходя из потребностей от разработчиков требуются навыки различных уровней. В некоторых случаях можно обойтись только одним frontend-разработчиком исключив backend как таковой, в иных случаях необходимы оба направления.

Далее будут перечислены основные навыки из обоих направлений Веб-разработки необходимые для создания собственного Веб-представительства по возрастанию их сложности и квалификации разработчиков.

Frontend-разработчик:

- HTTP;
- Принцип работы сайтов;
- HTML;
- CSS;
- JavaScript;
- Git;
- API
- Web-безопасность;
- Линтеры;
- Таск-раннеры;
- Бандлеры;
- Менеджеры пакетов;
- Frameworks(React/Angular/Vue/другие);

- State-менеджеры (Redux/MobX).
- Backend-разработчик;
- Навыки работы с терминалом;
- Концепции построения сети;
- Управление памятью;
- Язык(Java/C#/PHP/Python/Go/другие);
- Git;
- Базы данных;
- API;
- Кэширование;
- Безопасность;
- Тестирование;
- CI/CD;
- Виртуализация;
- Web-серверы.

Очевидно, такие навыки требуют существенной оплаты в зависимости от их полноты, поэтому нужно тщательно продумать необходимость такой разработки, при этом в случае выбора самостоятельной разработки выделяется два варианта: найм программистов в штат, аутсорс (Freelance). В первом случае необходимо определить по каким параметрам необходимо подбирать кандидатов, какого уровня разработчики нужны (junior/middle/senior), а также стек используемых разработчиком технологий. Для этого рекрутер компании должен обладать должными знаниями в области, на приобретение которых необходимо дополнительное время, также стоит учесть, что содержание в штате разработчиков даже самого начального уровня обходится в немалую стоимость.

При выборе аутсорсинга сложно оценить квалификацию кандидатов, так как не предусмотрено проведение интервью, при выборе заказчик может опираться только на выполненные кандидатом проекты, без осведомленности о том, как выполнялись данные работы. При этом существует еще одна проблема – исполнитель не обязуется поддерживать разрабатываемый продукт и вносить правки в дальнейшем, а значит при необходимости нужно будет в ускоренном режиме выполнять повторный поиск исполнителя, которому придется разбираться в чужом коде, что повысит стоимость работ и понизит скорость выполнения.

Таким образом можно подвести итог о том, что при разработке Веб-представительства необходимо учитывать все факторы, продумать возможные исходы событий и определиться с планом действий, при

этом неся риск потери денежных средств, что в некоторых случаях может быть критично для малых предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арисова Д. А., Чернова С. В. К вопросу о веб-разработках // Вестник науки и образования. 2018. №15 (51). Часть 2. С. 24-26.
2. Игнатов Ю.Ю. Проектирование и разработка веб-представительства фирмы: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, 01.03.02 Прикладная математика и информатика. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им Г.В. Плеханова, 2017. – 160с.
3. Инькова Н.А., Котов Е.В. Повышение эффективности бизнеса компании на основе интернет-представительства // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2010. № 2 (16). С. 1-2.
4. Как освоить бэкенд-разработку в 2022 году: дорожная карта // TProger URL: <https://tproger.ru/articles/backend-roadmap-2021/> (дата обращения: 25.11.2022).
5. Как освоить фронтенд-разработку в 2022 году: дорожная карта // TProger URL: <https://tproger.ru/articles/frontend-roadmap-2021/> (дата обращения: 28.11.2022).
6. Чугунова Н.Ю., Королева И.В. Официальный сайт как инструмент продвижения компании // Научный журнал КубГАУ. 2017. № 130. С. 1-12. DOI: 10.21515/1990-4665-130-069