

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский государственный аграрный университет»

Институт экономики
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Кафедра экономики и информационных технологий

Допустить к защите

Заведующий кафедрой

_____ Газетдинов М.Х.

«11» января 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Совершенствование взаимодействия с партнерами и контрагентами в
обществе с ограниченной ответственностью «Саба» Сабинского района
Республики Татарстан на основе информационных технологии.

Обучающийся:

Шакиров Муслим Маратович

Руководитель:

к.э.н., доцент

Панков Андрей Олегович

Рецензент:

к.э.н., доцент

Исхаков Альберт Тагирович

Казань 2019

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский государственный аграрный университет»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Кафедра экономики и информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ Газетдинов М.Х.

«5» декабря 2017 г.

ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу

Шакирова Муслима Маратовича

1. Тема работы: Совершенствование взаимодействия с партнерами и контрагентами в обществе с ограниченной ответственностью «Саба» Сабинского района Республики Татарстан на основе информационных технологии.
2. Срок сдачи выпускной квалификационной работы «11» января 2019 г.
3. Исходные данные к работе: годовые бухгалтерские отчетности сельскохозяйственных организаций, специальная и периодическая литература, материалы Федеральной службы государственной службы РФ, Министерства сельского хозяйства и продовольствия РТ, нормативно-правовые документы, результаты личных наблюдений и разработок.
4. Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретические основы взаимодействия с заказчиками и партнерами; основы взаимодействия с партнерами и контрагентами; web-сайт, общие понятия, виды и структуры; программное обеспечение для web-разработчиков; системы управления содержанием, виды и классификации; характеристика предприятия ООО «Саба» сабинского района рт; характеристика природных и экономических

условий производства в организации; организационно-производственная структура и специализация организации; обеспеченность организации производственными фондами и трудовыми ресурсами; динамика обобщающих показателей эффективности производства в хозяйстве; текущее состояние взаимодействия с партнерами и контрагентами; совершенствование взаимодействия с партнерами и контрагентами в ООО «Саба» сабинского района рт на основе информационных технологии; исследование современных информационных технологии в сельскохозяйственных учреждениях; web-сайт как средство для совершенствования взаимодействия с партнерами и контрагентами в организации; разработка web-сайта и внедрение в ООО «Саба».

5. Перечень графических материалов: _____

6. Дата выдачи задания

«5» января 2017 г.

Руководитель

А.О. Панков

Задание принял к исполнению

М.М. Шакиров

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Сроки выполнения	Примечание
ВВЕДЕНИЕ	15.04.18	
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАКАЗЧИКАМИ И ПАРТНЕРАМИ	15.04.18	
1.1. Основы взаимодействия с партнерами и контрагентами		
1.2. Web-сайт, общие понятия, виды и структуры		
1.3. Программное обеспечение для web-разработчиков		
1.4. Системы управления содержанием, виды и классификации		
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ	15.09.18	
2.1. Характеристика природных и экономических условий производства в организации.		
2.2. Организационно-производственная структура и специализация организации		
2.3. Обеспеченность организации производственными фондами и трудовыми ресурсами		
2.4. Динамика обобщающих показателей эффективности производства в хозяйстве		
2.5. Текущее состояние взаимодействия с партнерами и контрагентами		
3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПАРТНЕРАМИ И КОНТРАГЕНТАМИ В ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ	15.12.18	
3.1. Исследование современных информационных технологии в сельскохозяйственных учреждениях		
3.2. Web-сайт как средство для совершенствования взаимодействия с партнерами и контрагентами в организации		
3.3. Разработка web-сайта и внедрение в ООО «Саба»		
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	10.01.19	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	10.01.19	
ПРИЛОЖЕНИЯ	10.01.19	

Обучающийся

М.М. Шакиров

Руководитель

А.О. Панков

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАКАЗЧИКАМИ И ПАРТНЕРАМИ.....	7
1.1. Основы взаимодействия с партнерами и контрагентами	7
1.2. Web-сайт, общие понятия, виды и структуры	10
1.3. Программное обеспечение для web-разработчиков	22
1.4. Системы управления содержанием, виды и классификации	26
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ.....	30
2.1. Характеристика природных и экономических условий производства в организации.	30
2.2. Организационно-производственная структура и специализация организации	35
2.3. Обеспеченность организации производственными фондами и трудовыми ресурсами.....	37
2.4. Динамика обобщающих показателей эффективности производства в хозяйстве	42
2.5. Текущее состояние взаимодействия с партнерами и контрагентами....	45
3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПАРТНЕРАМИ И КОНТРАГЕНТАМИ В ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ.....	47
3.1. Исследование современных информационных технологий в сельскохозяйственных учреждениях	47
3.2. Web-сайт как средство для совершенствования взаимодействия с партнерами и контрагентами в организации.....	48
3.3 Разработка web-сайта и внедрение в ООО «Саба».....	50
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	61
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время в нашей стране наблюдается стремительное распространение информационных технологий. Сельское хозяйство не осталось в стороне, более того благодаря новым технологиям оно шагнуло в следующую ступень развития. Производство в разы увеличила КПД, при этом не, сколько не пострадало качество продукции, экономический отдел также увеличила свою эффективность, тяжелый ручной труд постепенно заменяется умной техникой. Проще говоря, информационные технологии нашли применение во всех процессах сельскохозяйственной промышленности.

Во время прохождения преддипломной практики было выявлено, что организация использует информационные технологии не в полную силу, а именно у организации отсутствует web – сайт. Сегодня сайт во всемирной сети интернет это мощный бизнес инструмент, который позволяет поднять престиж организации, усовершенствовать коммуникативные функции организации и наконец, увеличить продажи конечной продукции. Исходя из этой информации, можно предположить, что тема создания web-сайта более чем актуальна.

И так объектом исследования данной дипломной работы является организация ООО «Саба», а предмет исследования это внедрение информационных технологии в маркетинговый и экономический отдел организации. В процессе работы над дипломом были выбраны такие методы исследования, как: теоретический анализ, изучения материалов научных и периодических изданий, наблюдение развития информационных технологии в рамках сельскохозяйственных учреждений. При написании этой работы были использованы такие информационные базы, как: годовые бухгалтерские отчетности организации, информационный и мультимедийный архив организации, общая и специальная литература по

выбранной теме, руководства пользователя используемых программных обеспечении, статьи и блоги по теме в сети интернет.

Разработку интерактивного web – сайта можно разделить на такие задачи:

1. Ознакомление с текущим состоянием предприятия и его работой в сфере взаимодействия с клиентами и партнерами.
2. Сбор информационной и мультимедийной базы данных об организации.
3. Планирование структуры и вида будущего сайта.
4. Разработка и согласование с руководством организации дизайна сайта.
5. Выбор места (хостинг, собственный сервер) и адреса (домена) сайта в сети.
6. Написание программной части сайта (верстка), загрузка файлов в сетевой диск хостинга или собственного web сервера.
7. Установка и адаптация системы управления сайтом (cms) для удобства дальнейшей поддержки сайта.
8. Наполнение сайта текстовым и графическим материалом.
9. Тестирование готового сайта на всевозможные ошибки и несоответствия с подготовленным тех заданием.
10. Публикация сайта в сети интернет.

Целью данной дипломной работы является разработка современного, многофункционального бизнес инструмента, которая бы решала коммуникативные проблемы в обществе с ограниченной ответственностью «Саба» Сабинского района Республики Татарстан.

Аннотация работы, правила по технике безопасности, а также используемые методы физической культуры, обеспечивающие полноценную социальную и профессиональную деятельность, представлены в Приложениях А и Б.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЗАКАЗЧИКАМИ И ПАРТНЕРАМИ

1.1. Основы взаимодействия с партнерами и контрагентами

В предпринимательской деятельности партнерами и контрагентами являются те люди или организации, которые каким либо образом участвуют в экономических или других процессах протекающих в конкретном учреждении. В основном партнерами являются поставщики и покупатели.

Поставщик — это физические лица или организации, поставляющие товары или услуги, требуемые для решения каких либо задач внутри конкретного предприятия. Чаще всего это сырье, упаковка, услуги по перевозке, информационные услуги. Поставщик работает в соответствии с условиями заключенного договора поставки [5].

Второй тип – покупатели, этот вид можно разделить еще на два подтипа: Розничные покупатели и оптовые покупатели. Розничные покупатели это чаще всего одно физическое лицо, которое покупает продукцию компании исключительно для личного использования, и в малых объемах. Оптовики — это посредники, которые приобретают товары с целью перепродажи. К ним относятся оптовые «торговцы или дистрибьюторы, торговые представители производителя, агенты и брокеры. Оптовый посредник продает товар другим посредникам, таким как розничные торговцы или конечным потребителям-компаниям, но не конечным потребителям-индивидуумам. Оптовые торговцы получают как право собственности, так и физическое обладание товарами; имеют склады полные товаров, чаще всего нескольких производителей; в свою очередь занимаются продвижением товара; регулируют проблемы финансирования, заказов и осуществления платежа со своими покупателями. Они получают прибыль, покупая товар по оптовой цене и продавая его с наценкой, они кладут себе в карман разницу между этими двумя ценами за вычетом понесенных ими издержек.

Специализированные посредники реализуют в канале сбыта специфические потоки и обычно не вовлечены в ту сферу бизнеса, которая выпускает продукт. К этим посредникам относятся: страховые компании, финансовые компании, компании, занимающиеся кредитными карточками, рекламные агентства (участвуют в продвижении товаров), компании по логистике и транспортные компании, компании, занимающиеся информационными технологиями (могут участвовать при осуществлении заказов или платежей), и компании, проводящие маркетинговые исследования (собирают маркетинговые данные, которые могут использоваться для организации эффективного сбыта) [6].

Торговые представители производителя, агенты и брокеры обычно не получают ни право собственности, ни физическое обладание продаваемыми товарами. Основные потоки, в которых они принимают участие, — это продвижение товара и переговоры, так как они занимаются продажей продукта представляемого ими производителя и переговорами по поводу условий продажи. Некоторые из этих посредников, такие как торговые компании и агенты по импорту-экспорту, специализируются на международной торговле.

Сотрудничество представляет собой классическую (традиционную) модель построения делового взаимодействия на договорных отношениях с опорой на собственные ресурсы, реализуя цель максимальной отдачи имеющихся ресурсов. Контракт (договор) закрепляет достигнутые соглашения между двумя и более фирмами на сотрудничество, в котором они устно или письменно выражают намерения делать или не делать что-либо. Такое соглашение становится легальным, когда стороны проходят определенные стадии взаимодействия: определили предмет сотрудничества, установили обязанности сторон и условия, при которых действует (или не действует) соглашение. Взаимоотношения такого рода складываются на свободном рынке, как правило, между фирмами-конкурентами в виде разовых сделок по стандартным условиям. Контракт (договор) существенно

меняет положение дел во взаимоотношениях субъектов рыночной экономики и переводит их в прямые контакты. Таким образом, сотрудничество в современных межфирменных отношениях выражается, как правило, в связях контрактного типа. С другой стороны, любые договорные (контрактные) отношения между фирмами представляют собой сотрудничество фирм. Однако по глубине отношений такое взаимодействие следует рассматривать как начальный уровень развития межфирменных деловых связей. Тем не менее, контрактные отношения являются базовым и наиболее массовым уровнем межфирменных связей [7].

Причина появления интегрированных межфирменных связей объясняется тем, что как только предприниматели объединяют свои усилия для реализации совместных производственных проектов, то неизбежно оказываются заинтересованы в том, чтобы повысить степень влияния друг на друга. Тогда и возникает потребность во взаимном участии в капиталах и ресурсах, что придает устойчивость связям.

В первую очередь межфирменное сотрудничество возникает при производстве высокотехнологической продукции с большим разнообразием качественных характеристик, когда решающая роль принадлежит высоким требованиям к сервису. Тогда стороны не только конкурируют, но и взаимодополняют друг друга. Они открыты внешним связям, не чувствуют угрозы конкуренции и легче поддаются объединению. Возникает разветвленная система посредников как по материально-техническому обеспечению производства, так и по движению товаров на рынок. Отсюда вытекает возможность совместного финансирования участников всей технологической цепочки от производства до реализации продукции.

Углубление межфирменного сотрудничества объективно приводит к новому уровню взаимодействия — партнерству, а межфирменные связи эволюционно перерастают в партнерские отношения.

Большие сельскохозяйственные учреждения чаще всего имеют оптовых покупателей и посредников, потому что производят большие

объемы продукции, при таком объеме выгоднее реализовывать продукцию оптом, то есть большими партиями. Такой тип реализации освобождает от таких проблем как: необходимость больших складских помещений, необходимость высокоразвитого маркетингового отдела и отдела продаж, риски потери товарного качества и т.д.

1.2. Web-сайт, общие понятия, виды и структуры

Web-сайт (англ. Website, от web -«паутина» и site - «место») – это страница или совокупность страниц логически связанных между собой, написанных на языке разметки страницы html [4]. Каждый сайт, опубликованный в сети интернет должен иметь свой уникальный адрес, раньше все сайты размещались под IP адресами, но со стремительным увеличением количество сайтов в сети интернет находить нужный сайт по IP адресу стало просто невозможно, поэтому придумали систему DNS (Domain Name System — Система имен доменов). Итак, при использовании DNS любой компьютер в Сети может иметь не только IP адрес, но также и символическое имя. Выглядит оно примерно так: www.bud-online.mgu.ru то есть, это набор слов (их число произвольно), опять же соединенных точкой. Каждое такое сочетание слов называется доменом N-го уровня (например, ru — домен первого уровня, mgu.ru — второго, bud-online.mgu.ru — третьего и т. д.) [24].

Для того чтобы опубликовать web – сайт в сети интернет, все его файлы должны быть размещены в так называемый веб сервер который был заранее настроен для внешнего доступа. В современном мире далеко не каждый имеет у себя дома нужный сервер, но специально для решения данной проблемы в мире появились компании предоставляющие услуги хостинга. Хóстинг (англ. hosting) — услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети (обычно Интернет). Разместив системные файлы на одном из серверов нужно

прикрепить домен к этому серверу, таким образом открывается внешний доступ к сайту и можно сказать что сайт опубликован в сети интернет [22].

Изначально Web-сайты были только совокупностью статических документов. Сегодня, благодаря дополнительным библиотекам (обычно написанным в языке java script или jquery) сайты обрели динамичность и интерактивность [5].

В большинстве случаев в Интернете одному сайту соответствует одно доменное имя. Именно по доменным именам сайты определяются в глобальной сети. Но не исключены и такие варианты: один сайт на нескольких доменах или несколько сайтов под одним доменом. Обычно несколько доменов используют крупные Web-порталы чтобы логически отделить разные виды предоставляемых услуг [6]. Например почтовая служба google имеет домен - mail.google.com, а новостная - news.google.com. Многие разработчики выделяют отдельные домены для разных стран или языков. Объединение нескольких сайтов под одним доменом характерно для бесплатных конструкторов сайтов, таких как tilda или wix. Иногда для идентификации сайтов в адресе после указания хоста стоит тильда и имя сайта: constructor.ru/~my-site /, иногда используется доменное имя третьего уровня: my-site.constructor.ru [24].

На сегодняшний день существуют такие классификации web сайтов, как: сайт визитка, корпоративный сайт, портал, сайт-сервис, сайт-каталог, интернет-магазин, лендинг, промо-сайт, социальная сеть, форум, блог.

Сайт визитка – это самый древний тип web-сайтов, именно сайты визитки появились первыми во всемирной сети интернет. Но визитки тех времен конечно же отличались от сегодняшних. Сейчас сайты визитки выглядят намного красивее и интереснее. Итак, что же такое сайт визитка? Это небольшое количество страниц, обычно от 3 до 6 связанных между собой главным меню, в котором размещены ссылки на все страницы. На сайте визитке обычно размещают информацию о компании, кратко о предлагаемых товарах, небольшой новостной блог, контакты и в некоторых случаях раздел

акции и конкурсы. Такой сайт редко взаимодействует с посетителем сайта, он несет исключительно информационный характер, разве что несколько форм обратной связи. Простые сайты визитки сейчас уже не сильно востребованы, развивающиеся компании сейчас стараются делать большие и многофункциональные сайты, а визитки остались как начальный и бюджетный вариант в освоении интернета.

Корпоративный сайт – это наиболее распространённый тип сайта для больших организации, которые всерьёз решились осваивать интернет для ведение в нем бизнеса. В отличии от сайта визитки которая предоставляла только краткую информацию о компании, корпоративный сайт полностью знакомит с компанией, вовлекает в деятельность. Часто в корпоративных сайтах собирают email адреса посетителей, таким образом даже после того как пользователь покинул сайт ему приходят новости и сообщения компании. Корпоративный сайт – это уже полноценный офис в виртуальном мире, где желающий может узнать любую информацию о компании, связаться с руководителем компании, оформить заказ и доставку товара, посмотреть отзывы и галерею выполненных работ, найти компанию в интерактивной карте и построить навигационный маршрут от своего местоположения до дверей офиса не выходя из сайта. Собственный корпоративный сайт для организации это действительно престижно и полезно. Потому что в 21 веке не только клиенты оценивают компанию по сайту, но и потенциальные партнеры. Наличие такого объема информации и разнообразие функционала сайта действительно заставляют думать о компании лучше. Каким бы хорошим не являлся тип корпоративный сайт, всегда есть куда развиваться [18].

Портал — это, фактически, следующая ступень развития корпоративного сайта. Данный тип сайта ориентирован на гораздо более широкий круг пользователей и призван значительно облегчать им жизнь всеми доступными способами.

Примером для этого типа сайтов выступает всем известный портал электронных услуг ГОСУСЛУГИ (gosuslugi.ru). Действительно какие только возможности не предлагает этот сайт: заказ услуги не выходя из дома, проверка и поиск задолженностей в государственных управляющих органах (налоговая, пенсионная, штрафы ГИБДД и т.д.), оплата из банковских карт и многое другое.

Главная особенность сайта портала — это очень активное взаимодействие с посетителями. Так как, портал должен удовлетворить запросы тысячи пользователей, его нужно установить в достаточно мощный сервер, а это требует не мало финансовых средств, но обычно это окупается для компании новыми клиентами и повышением репутации.

Сайт-сервис — это небольшой сайт, который разработан специально для решения одной и несколько однотипных задач. Для примера в интернете есть много таких сайтов которые конвертирует файлы с одного формата на другой, помогают редактировать фото или видео, помогают подсчитать необходимый материал для строительных работ и т.д. Сайт сервисы обычно разрабатывают широко известные компании иногда для решения конкретных задач своих клиентов, а иногда и для заработка денег на предоставлении этой услуги.

Сайт-каталог — это разновидность корпоративного сайта, где располагаются все товары организации с размещением текстовой, графической, а иногда и аудио, видео информацией о товаре. Также в каталоге размещают информацию о наличии товара на складах и по мере уменьшения обновляют данную информацию. Сайт-каталог является виртуальной витриной, в котором посетитель сайта может «прогуливаться» просматривая товары. Во многих случаях просто сайт-каталог не приносит желаемой отдачи от посетителей, так как в нем не хватает удобств для заказа и нет маркетинговых разделов, которые бы призывали к покупке [19].

Интернет-магазин — это самый популярный и самый прибыльный тип продаж в интернете. В отличие от сайта-каталога в интернет магазинах

решены все проблемы. Все что нужно для покупки товара здесь реализовано – это онлайн оплата, расчет стоимости доставки, оформление доставки и многое другое. Главная задача интернет магазина это призыв посетителей к совершению заказа и обеспечение наиболее удобного быстрого заказа. Интернет-магазин подходит для компании, которые решили продавать наибольшую часть своих товаров только через всемирную сеть интернет, в реальности у них может быть только большой склад и все.

Лендинг или лендинг-пейдж (landing page) – это одностраничный сайт который создан по всем маркетинговым правилам движет посетителей к одной единственной цели – это может быть сделать покупку, записаться на урок, приехать на мероприятие и так далее. Казалось бы что можно уместить на одной странице но дело в том что ограничения по высоте нет, и сайт может прокручиваться очень долго. На этом и основан лендинг-пейдж на нем поэтапно распределена вся необходимая информация для достижения поставленной цели. Создание действительно качественного одностраничного сайта задача не из легких так как здесь требуются не только знания в web-программировании но и хорошие знания в интернет маркетинге. Если по суммарной прибыли выигрывает интернет-магазин, то по проценту купивших от всех посетителей сайта, безусловно, выигрывает качественный лендинг-пейдж [6].

Промо-сайты – это также одностраничные сайты, заменяющие листовки, баннеры, афише в виртуальном мире. Как уже понятно промо-сайт это некая презентация для чего-либо нового. Это может быть концерт, конкурс или акция, новая версия популярного продукта и т.д. Промо-сайты появились не давно, так как маркетологи организации поняли что сегодня аудитория интернета превысила аудиторию все всевозможных журналов и газет и даже телевидению с радио. Так что сегодня стало выгоднее проводить промо акцию и презентацию товаров и мероприятия в интернете а не в привычных СМИ.

Социальные сети — это сайты, предназначенные для построения социальных взаимоотношений между разными людьми независимо от территориальных границ. Такие сайты имеют полный набор функционала для ведения диалога — обмен быстрыми текстовыми, голосовыми сообщениями, аудио-видео записями. Более того соц. сети развиваются очень быстро и с каждым днем появляются все новые и новые возможности так недавно появились мгновенные видео звонки, облачные хранилища файлов, облачные интерфейсы для совместной работы.

Социальные сети не разрабатывают, для каких либо организации, тут сам сайт является бизнесом и компанией. Популярные соц. сети за счет посещения зарабатывают деньги. Различные рекламодатели платят для размещения своей рекламы на видном месте сайта. Самые популярные социальные сети в России это — Вконтакте, Одноклассники, Facebook.

Форум — сайт для общения. Форум может быть как отдельным сайтом, так и частью главного. Зачастую форумы создаются под определенные тематики (например, форумы веб-мастеров, форумы любителей охоты и рыбалки). В бизнесе используется в роли площадки для общения с клиентами. Создание форума оправдано в случае, когда вы имеете много клиентов, у которых часто возникают вопросы. Если это условие не выполняется, то получается мёртвый форум, который своей пустотой только отпугивает других потенциальных клиентов.

Блог — это сайт компании или отдельной личности. Может быть как отдельным, так и совмещённым с основным корпоративным сайтом компании. Блог это своего рода трибуна, из которой доносят необходимую информацию посетителям сайта. Посетители как могут быть зарегистрированными постоянными читателя, так и могут быть случайным зашедшим на сайт. Несомненно, иметь отдельный сайт-блог или хотя бы раздел блог на корпоративном сайте пойдет на пользу компании. Во первых это продвижение в поисковых сетях — поисковые роботы постоянно следят за сайтами и те сайты которые регулярно обновляются полезной информацией

они поднимают в первые строки поиска. Во вторых много полезной информации, которая часто обновляется, придает уверенность в компании и поднимает его репутацию.

Web-программист – это программист который владеет серверными и клиентскими языками программирования такими как: html, php, java script, jquery, sql и т.д. Это конечно минимальные знания для web-разработчика, существуют, множество различных технологии и подходом в web-программировании. Начнем с самых азов – HTML.

Html (от англ. HyperText Markup Language) — язык гипертекстовой разметки или же язык разметки страницы. Html стандартный язык всех документов во всемирной сети интернет. С помощью него создается некий каркас будущего сайта, размещается текст, изображения, видеофайлы. Уникальной особенностью html является возможность вставки ссылок на различные другие html документы или якорь в нужное место в данном документе. Как и другие языки программирования html имеет совокупность правил и законов, свою структуру и ограничения. Html документ состоит из собственных тэгов, тэги могут быть парные и одиночные. Парные тэги обычно содержат внутри себя текст и имеют открывающий и закрывающий тэг. Тэги могут содержать атрибуты которые несут системную информацию. В разделе (внутри тэга) HEAD указывается информация о кодировке, базовом домене сайта его заголовок, краткое описание. Также в этом разделе к документу подключаются дополнительные файлы, такие как стили, скрипты, иконки, шрифты и т.д. Раздел HEAD не показывается посетителям сайта. Следующий раздел (тэг) BODY называется телом документа так как все что внутри (кроме того что специально скрыто) показывается на странице, здесь уже размещаются все элементы сайта по заранее придуманной структуре. В html обычно создают только базовую структуру сайта без красоты. За наведение красоты отвечает формальный язык описания внешнего вида CSS [27].

CSS (англ. Cascading Style Sheets — каскадные таблицы стилей) – это

совокупность стилей для каждого элемента html документа. Как и html css имеет свои правила. В css можно определить размеры, положение, цвет, прозрачность, видимость и даже анимацию для элемента. К элементу в html документе можно обратиться по специальному селектору, который написан в атрибуте id или class. Таким можно написать стили к одному селектору class и использовать их во многих местах. Также к элементу документа можно обращаться непосредственно по названию тэга, например к заголовку первого уровня, по названию h1. Изменение начертания шрифта и его размера происходит через свойства CSS [26].

Стили можно написать как в отдельном файле так и внутри документа для этого нужно открыть тэг <style> записать стили по правилам css и закрыть тэг с помощью </style> как бы удобным не казался этот способ написания стилей он не очень подходит при написании больших сайтов.

При написании стилей рекомендуется учесть то что сайт должен одинаково хорошо смотреться на разных экранах начиная от больших экранов ЖК-дисплеев заканчивая маленькими экранами телефонов. CSS позволяет для каждого размера экрана написать свои стили, таким образом можно делать адаптивные, подстраивающиеся под любой экран сайта. Такие сайты в народе называют «резиновыми» [13].

И так допустим структура сайта создана в html документе к нему подключены css стили в отдельном файле. Далее мы переходим к серверной части, самый распространённый серверный язык программирования это php.

PHP (англ. Personal Home Page Tools — инструменты для создания персональных веб-страниц) – скриптовый язык программирования, который применяется при создании web-сайтов и web-приложений. Обычно на этом языке пишут серверную часть – запись информации в базу данных, отправление электронных писем (в том числе и заявки из форм связи), работа по поиску и форматированию текста. PHP — язык (надстройка над HTML), который позволяет встраивать программный код в HTML-документы. Мы

можем привлекать его для формирования HTML-документов и избавиться от множества вызовов внешних сценариев [24].

Как и в любом другом языке программирования (за исключением, может быть, языка Forth), в PHP существует такое понятие, как переменная. При программировании на PHP принято не скупиться на объявление новых переменных, даже если можно обойтись и без них. Отчасти это связано с тем, что создание нового идентификатора интерпретатору обходится довольно дешево, частично из-за того, что все переменные в функциях по умолчанию локальны (о локальных переменных разговор пойдет чуть позже).

Имена переменных чувствительны к регистру букв: например, `$my_per` — не то же самое, что `$My_Per` или `$MY_PER`. Кроме того, имена всех переменных должны начинаться со знака `$` — так интерпретатору значительно легче "понять" и отличить их, например, в строках. Поначалу это довольно сильно раздражает, но потом привыкаешь (и даже автоматически начинаешь писать "доллары" перед именами переменных в программах на Си, Паскале...)

Переменные в PHP — особые объекты, которые могут содержать в буквальном смысле все, что угодно. Если в программе что-то хранится, то оно всегда хранится в переменной (исключение — константа, которая, впрочем, может содержать только число или строку). Такого понятия, как указатель (как в Си), в языке не существует — при присваивании переменная копируется один-в-один, какую бы сложную структуру она ни имела. Тем не менее, в PHP версии 7 существует понятие ссылок — жестких и символических, их мы вскоре рассмотрим. Как уже говорилось, в PHP не нужно ни описывать переменные явно, ни указывать их тип. Интерпретатор все это делает сам. Однако иногда он может ошибаться (например, если в текстовой строке на самом деле задано десятичное число), поэтому изредка возникает необходимость явно указывать, какой же тип имеет то или иное выражение. Чуть чаще возникает потребность узнать тип переменной

(например, переданной в параметрах функции) прямо во время выполнения программы.

Давайте посмотрим, какие же типы данных понимает PHP. PHP непосредственно поддерживает 5 типов переменных:

Integer - целое число со знаком, обычно длиной 32 бита (от -2 147 483 648 до 2 147 483 647).

Double - вещественное число довольно большой точности (ее должно хватить для подавляющего большинства математических вычислений).

String - строка любой длины. В отличие от Си, строки могут содержать в себе также и нулевые символы, что никак не повлияет на программу. Иными словами, строки можно использовать для хранения бинарных данных. Длина строки ограничена только размером свободой памяти, так что вполне реально прочитать в одну строку целый "объемистый" файл размером так килобайтов 200—300 (что часто и делается). Строка легко может быть обработана при помощи стандартных функций, можно также непосредственно обратиться к любому ее символу.

Array - ассоциативный массив (или, как его часто называют, хэш, хотя для PHP такое понятие совсем не подходит). Это набор из нескольких элементов, каждый из которых представляет собой пару вида ключ => значение. Доступ к отдельным элементам осуществляется указанием их ключа. В отличие от массивов Си, ключами здесь могут служить не только целые числа, начиная с нуля, но и любые строки.

Object - объект, реализующий несколько наиболее простых принципов объектно-ориентированного программирования. Внутренняя структура объекта похожа на хэш, за исключением того, что для доступа к отдельным элементам и функциям используется оператор ->, а не квадратные скобки.

Логические переменные - существует еще один гипотетический тип переменных — логический. Логическая переменная может содержать одно из двух значений: false (ложь) или true (истина). Любое ненулевое число (и непустая строка), а также ключевое слово true символизирует истину, тогда

как 0, пустая строка и слово false — ложь. Таким образом, любое ненулевое выражение (в частности, значение переменной) рассматривается в логическом контексте как истина.

PHP позволяет воспользоваться встроенными операциями. Существуют 8 типов операции:

Арифметические операции – это сложение, вычитание, умножение, деление, остаток от деления. Операция деления / возвращает целое число (то есть, результат деления нацело), если оба выражения *a* и *b* — целого типа (или же строки, выглядящие как целые числа), в противном случае результат будет дробным. Операция вычисления остатка от деления % работает только с целыми числами, так что применение ее к дробным может привести к, мягко говоря, нежелательному результату.

Строковые операции – это слияние строк *a* и *b*, символ строки в позиции *n*. Собственно, других строковых операций и нет — все остальное, что можно сделать со строками в PHP, выполняют стандартные функции.

Операции присваивания - основным из этой группы операций является оператор присваивания =. Еще раз напомним, что он не обозначает "равенство", а говорит интерпретатору, что значение правого выражения должно быть присвоено переменной слева. Например: $\$a = (\$b = 4) + 5$;

После этого $\$a$ равно 9, а $\$b$ равно 4. Обратите внимание на то, что в левой части всех присваивающих операторов должна стоять переменная или ячейка массива. Помимо этого основного оператора, существует еще множество комбинированных.

Операции инкремента и декремента - для операций $\$a+=1$ и $\$b-=1$ в связи с их чрезвычайной распространенностью в PHP ввели, как и в Си, специальные операторы. Итак: $\$a++$ — увеличение переменной $\$a$ на 1;

$\$a--$ — уменьшение переменной $\$a$ на 1. Как и в языке Си, эти операторы увеличивают или уменьшают значение переменной, а в выражении возвращают значение переменной $\$a$ до изменения. Операторы

инкремента и декремента на практике применяются очень часто. Например, они встречаются практически в любом цикле `for`.

Битовые операции - эти операции предназначены для работы (установки/снятия/проверки) групп битов в целой переменной. Биты целого числа — это не что иное, как отдельные разряды того же самого числа, записанного в двоичной системе счисления. Например, в двоичной системе число 12 будет выглядеть как 1100, а 2 — как 10, так что выражение `12|2` вернет нам число 14 (1110 в двоичной записи). Если переменная не целая, то она вначале округляется, а уж затем к ней применяются перечисленные ниже операторы.

Операции сравнения - это в своем роде уникальные операции, потому что независимо от типов своих аргументов они всегда возвращают одно из двух: `false` или `true`. Операции сравнения позволяют сравнивать два значения между собой и, если условие выполнено, возвращают `true`, а если нет — `false`.

Следует отметить, что в PHP сравнивать можно только скалярные (то есть строки и числа) переменные. Для массивов и объектов этого делать нельзя. Их даже нельзя сравнивать на равенство (при помощи оператора `==`), но при выполнении такой операции PHP не выдает предупреждения. Так что удивившись как-то раз, почему это два совершенно разных массива при сравнении их с помощью `==` оказываются вдруг одинаковыми, вспомните, что перед сравнением оба операнда преобразуются в слово `аггау`, которое потом и сравнивается.

Операции эквивалентности - в PHP версии 4 появился новый оператор сравнения — тройной знак равенства `===`, или оператор проверки на эквивалентность. Как мы уже замечали ранее, PHP довольно терпимо относится к тому, что строки неявно преобразуются в числа, и наоборот. Проблему решает оператор эквивалентности `===` (тройное равенство). Он не только сравнивает два выражения, но также их типы. Вот теперь ничего напечатано не будет. Но возможности оператора эквивалентности идут далеко за пределы сравнения "обычных" переменных. С его помощью можно

сравнивать также и массивы, объекты и т. д. Это бывает иногда очень удобно.

Разумеется, для оператора `===` существует и его антипод — оператор `!==` (он состоит из целых четырех символов!). Думаю, что не нужно объяснять, как он работает.

Логические операции - эти операции предназначены исключительно для работы с логическими выражениями и также возвращают `false` или `true`.

Следует заметить, что вычисление логических выражений, содержащих такие операции, идет всегда слева направо, при этом, если результат уже очевиден (например, `false && что-то` всегда дает `false`), то вычисления обрываются, даже если в выражении присутствуют вызовы функций. Разумеется, теоретическая информация о языке `php` на этом не заканчивается, но для реализации дипломной работы этих знаний будет достаточно [24].

1.3. Программное обеспечение для web-разработчиков

Создание web-сайта можно облегчить и ускорить, используя специализированное программное обеспечение. На разных стадиях разработки нужны разные программы. Например для стадии разработки дизайна самое распространённое ПО это – Adobe Photoshop. В нем дизайнер рисует весь сайт от а до я, полное графическое представление, благодаря обширный функционал программы позволяет это делать. Каждый элемент сайта создается в отдельном слое, это поможет при верстке сайта, верстальщик просто вытянет все графические элементы в соответствующую папку и позже просто запишет адреса требуемых файлов. В новых версиях программы (от 2017 года) реализована возможность экспорта `css` стилей элемента, это безусловно облегчает верстку сайта.

Далее следует этап верстки сайта. Верстка сайта – это создание структуры `html`-кода, написание и подключение `css` стилей, подключение все

возможных скриптов и модулей. Короче говоря, верстка это оживление сайта.

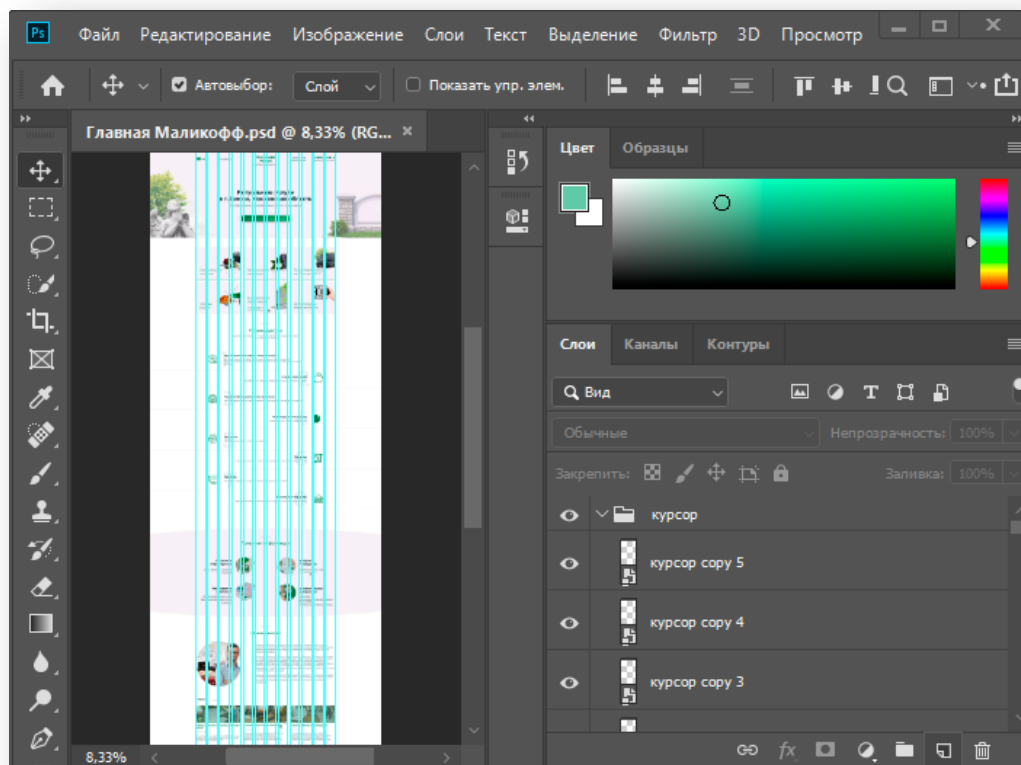


Рисунок 1.3.1. Программа Adobe Photoshop

Дизайн сайта созданного в программе Photoshop сохраняют в формате psd и передают верстальщику. Он в свою очередь открывает его в той же программе, но не с целью редактирования, а с целью получения информации так скажем только в режиме чтения. Для облегчения процесса верстки также придуманы и написаны много программ. Наиболее популярные из них это - Sublime Text, Atom, Coda 2, Notepad++. Рассмотрим Sublime Text и Notepad подробнее, так как, по-моему, они самые удобные из выше перечисленных.

Sublime Text – супер многофункциональный текстовый редактор разработанный специально для web-программистов. Отличительными возможностями программы является – подцветка синтаксиса кода по правилам выбранного или определенного автоматический языка программирования, установка плагинов для решения специализированных задач, грамотный поиск по документу, быстрый обзор всего документа,

объединение файлов в один проект и многое другое. Sublime Text больше всего распространен во всем мире, поэтому встроенного русского языка в нем нет, но его можно установить отдельно.

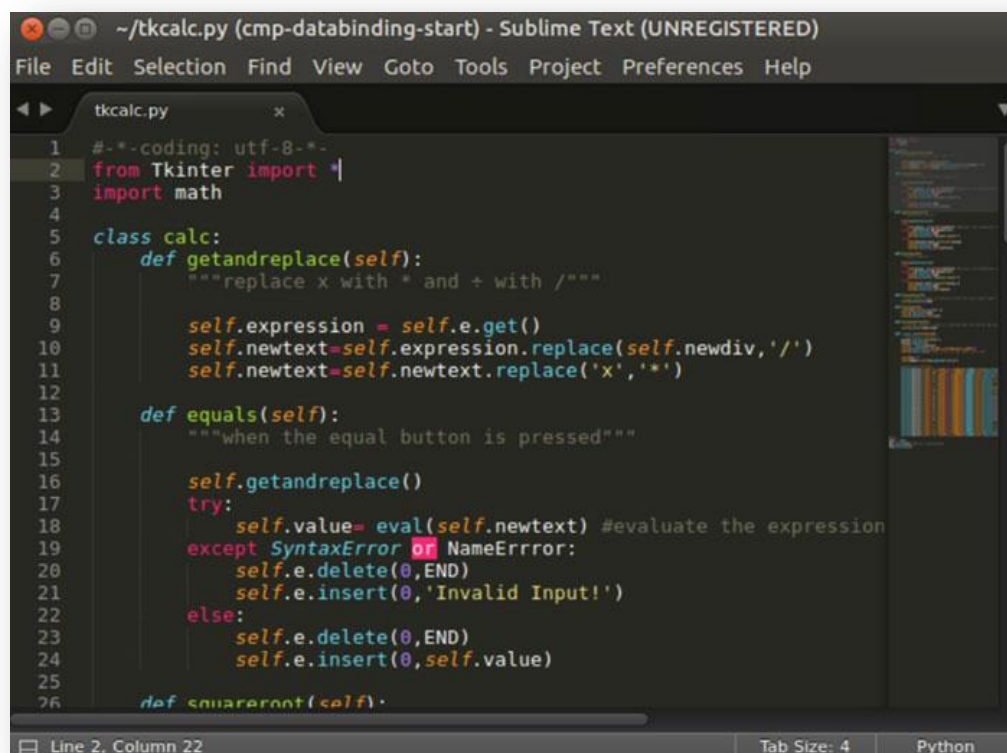


Рисунок 1.3.2. Программа Sublime Text

Notepad++ - по многофункциональности не особо уступает предыдущей программе, но все же является менее популярной. Несмотря на это мне он нравится и я предпочитаю работать именно на ней. В отличие от Sublime Text он включает в себя русский язык так сказать «из коробки». Является совершенно бесплатных и скачивается в официальном сайте без проблем, независимо от большого функционала является очень легкой программой и устанавливается за несколько секунд. Работает без тормозов и зависаний.

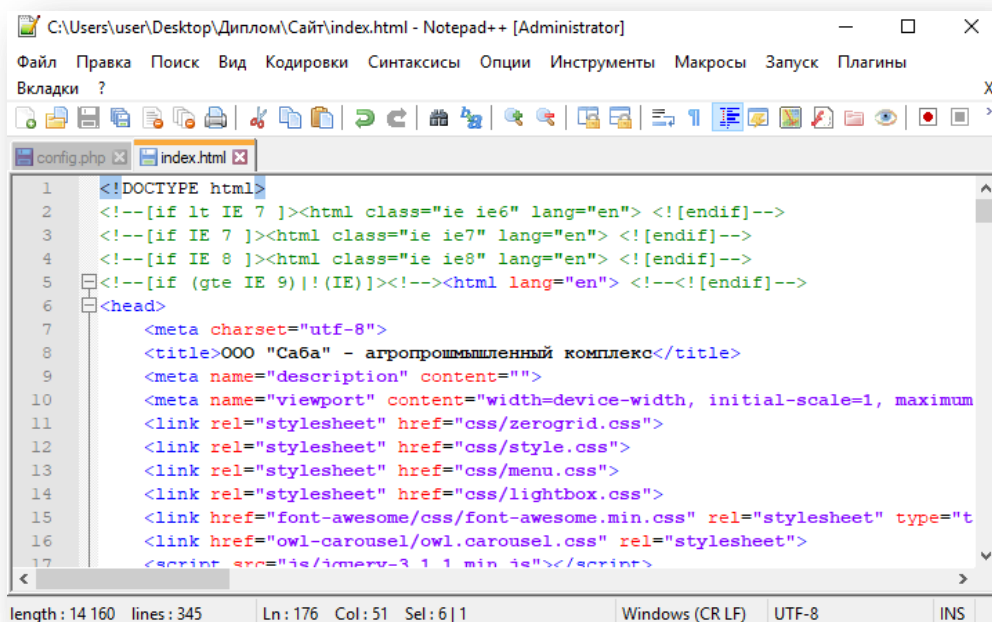


Рисунок 1.3.3. Программа Notepad++

Кроме текстовых редакторов верстальщики используют FTP-клиенты. FTP-клиент – это программа, которая подключается к файловой структуре удаленного сервера по FTP-протоколу. Для подключения к серверу нужно знать хост (уникальное название сервера) логин и пароль пользователя имеющего доступ к выбранной папке. Используя такие программы можно легко загрузить файлы, которые будут использованы при разработке сайта.

FTP-клиентов в мире тоже не мало, но рассмотрим подробно только один из них – это FileZilla. Эта программа распространяется бесплатно с открытым исходным кодом. Не смотря на бесплатность, он достаточно хорошо справляется с поставленной задачей. Программа обладает удобным и приятным интерфейсом, имеет предустановленный русский язык. Имеет такие функции как – возобновление прерванной передачи файлов, поддержка больших файлов, очередность загружаемых файлов, удаленная правка файлов, удаленный поиск и т.д. Работает на Windows, Linux, *BSD, Mac OS X и других ОС.

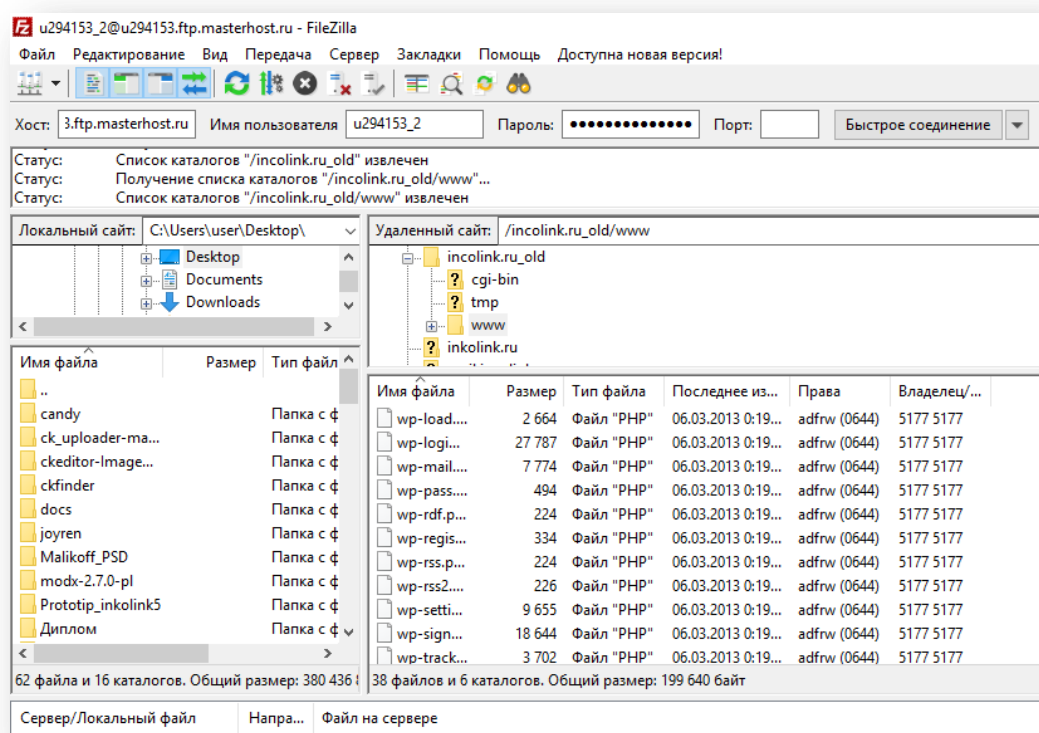


Рисунок 1.3.4. Программа FTP-клиент FileZilla

Существуют еще не мало достойных программ, которые тоже облегчают работу web-программистов, это конвертеры файлов, редакторы изображений, анализаторы качества кода, эмуляторы web-серверов, онлайн инструменты оценки скорости сайта, проверка удобства сайта в различных устройствах и многое другое.

1.4. Системы управления содержимым, виды и классификации

Системы управления содержимым (англ. Content management system, CMS) – это совокупность web-приложений вместе создающих некую администраторскую часть сайта в котором владелец сайта или специальные сотрудники организации без знания программирования смогут управлять сайтом. Современные CMS предоставляют такие возможности, как: создание и редактирование страниц сайта, ведение блога с отслеживанием написанных отзывов и комментарии, редактирование всех текстовых и графических частей сайта, общение с посетителями сайта, маркетинговый анализ

показателей сайта и т.д. Как видите с помощью CMS можно полностью управлять сайтом в удобном и понятном виде, так что использование CMS в своем проекте имеет место быть. Рассмотрим наиболее популярные современные CMS: WordPress, Joomla, Drupal и Modx.

WordPress – это системы управления содержимым (контентом) написанная на языке php. Его без сомнения можно назвать самым популярным cms. Популярен он благодаря своей бесплатности и простоте использования, человек без малейшего понимания программирования, без проблем сможет управлять небольшим сайтом, работающим на движке wordpress. Имеет достаточное количество готовых модулей и шаблонов, которые устанавливаются несколькими кликами мыши. WordPress идеально подходит для таких типов сайтов как сайт визитка, небольшой корпоративный сайт, лендинг проще говоря, на нем делают небольшие сайты для разработки, которых ограничены время и финансовые средства [29].

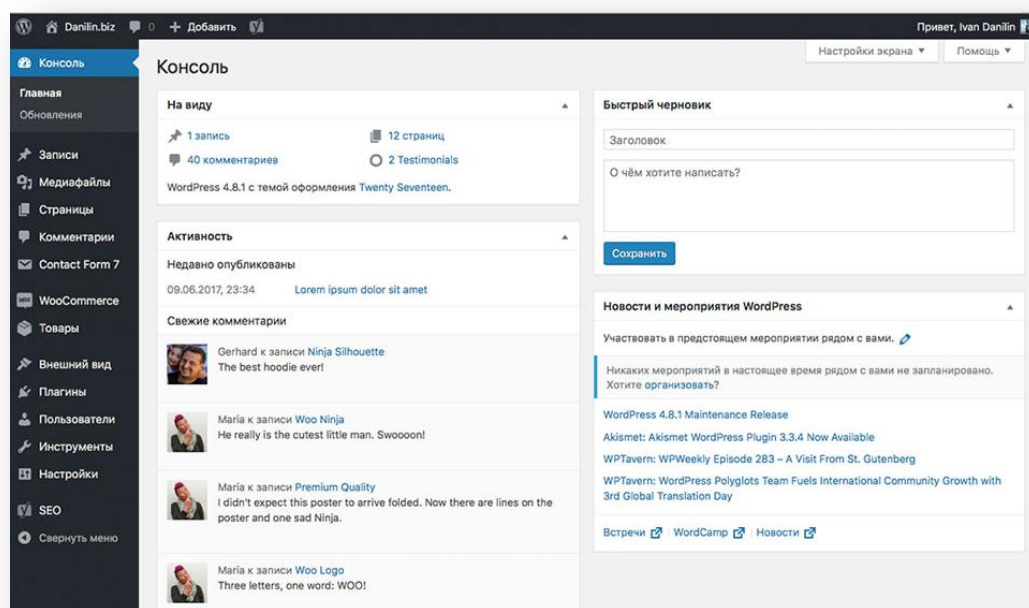


Рисунок 1.3.5. Интерфейс CMS WordPress

Joomla – это достаточно популярная бесплатная CMS, которая объединяет в себя простоту использования и неплохую стабильность. Joomla соответствует своему названию, в переводе с языка суахили «все вместе» – действительно joomla объединяет в себя все, что нужно для управления

сайтом: хороший текстовый редактор, удобный файловый менеджер, и т.д. На движке Joomla можно сделать средний корпоративный сайт со стандартными возможностями, небольшой интернет-магазин. Joomla по сравнению с WordPress уже более мощный инструмент. Система имеет армию фанатов и благодаря открытому исходному коду каждый день появляются новые дополнения и модули, которые расширяют и так не плохой функционал [30].

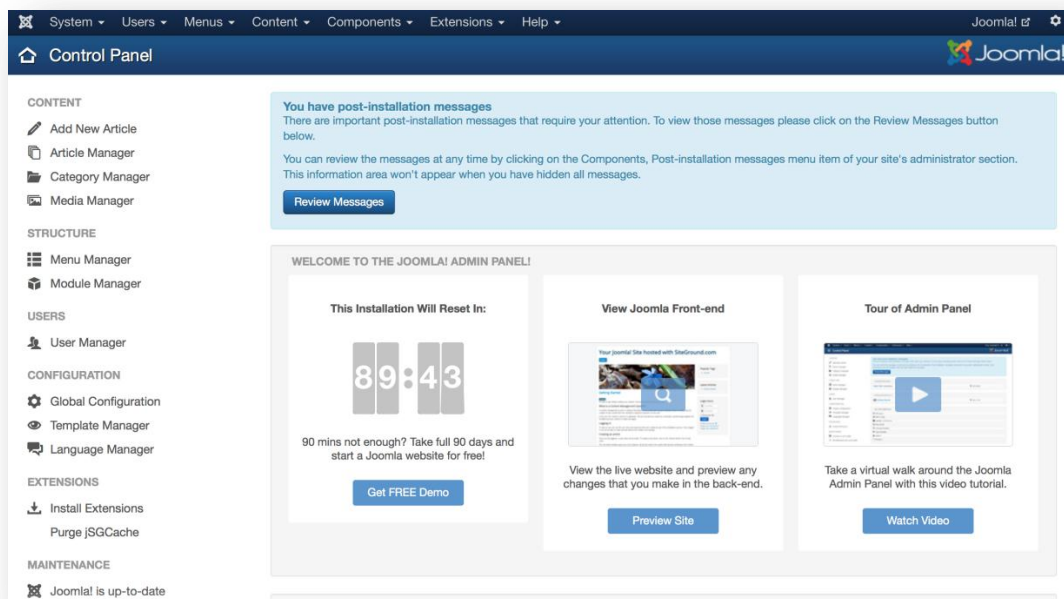


Рисунок 1.3.6. Интерфейс CMS Joomla

Drupal – это один из наиболее популярных бесплатных CMS, работает как и все предшественники на языке php. Достаточно гибок в использовании, позволять организовать от простых сайтов визиток до гигантских социальных сетей. Для этой системы написаны множество хороших модулей установка которых проходит достаточно просто и безвредно для сайта. В Drupal широко распространена технология ajax, она позволяет динамический (без перезагрузки страницы) менять содержимое страницы [31].

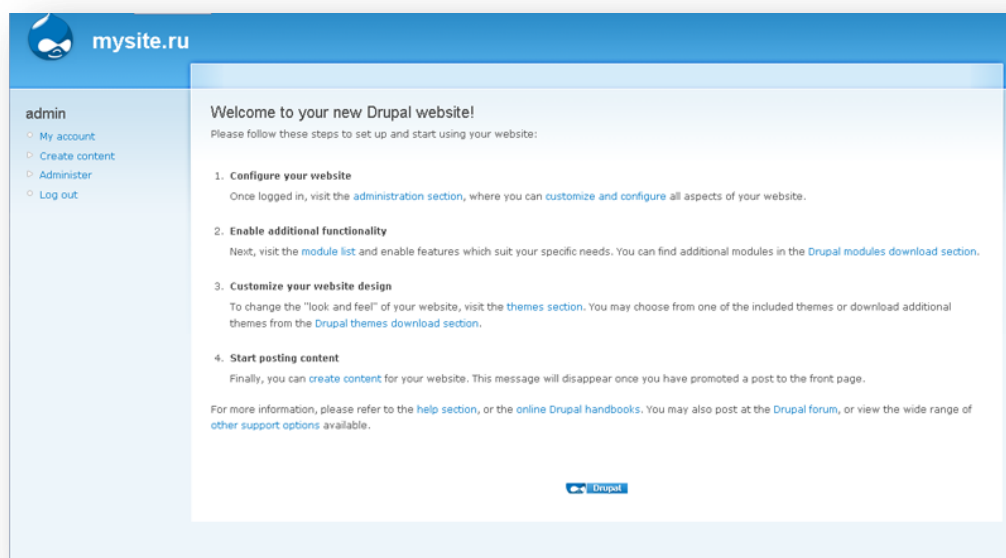


Рисунок 1.3.7. Интерфейс CMS Drupal

Modx – последняя но не худшая CMS среди рассмотренных в данной работе. Как и все выше перечисленные CMS написан на языке php, также имеет открытый исходный код и является бесплатной. Возможно, modx не является самой популярной, но она, по моему мнению, является самой «чистой» CMS. Его «чистота» заключается в том что он не содержит много предустановленных скриптов которые бы без надобности нагружал сайт. Modx имеет две ветки развития это Revolution и Evolution. Первая ветка развивается официально – его обновляют и поддерживают создатели, а вторая ветка была заброшена создателями, но она все еще на плаву благодаря энтузиастам которые не только поддерживают систему но и развивают его оставляя актуальным среди современных и совсем еще молодых CMS. Благодаря «чистоте» кода на modx можно разрабатывать отличные быстрые сайты. Modx предоставляет волю для творчества и не ограничивает пользователей стандартными модулями. Эта система рассчитана на более менее опытных пользователей, хотя при желании здесь может работать любой желающий [32].

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ

2.1. Характеристика природных и экономических условий производства в организации.

Сабинский район расположен на северной части Татарстана. Общая площадь составляет 1098 кв.км. Центр района – поселок городского типа Богатые Сабы, расположен в 98 км от столицы нашей республики – города Казани, 22 км от железнодорожной станции Шемордан, 60 км от пристани Вятской Поляны. Сабинский район граничат с такими районами как Тюлячинский, Арский и Кукморский.

Поверхность района представляет собой холмистую равнину с абсолютными высотами 150-180 метров, которые расчисленную речными долинами. Среднегодовая температура 24 градуса, количество осадков 450-470 мм. Климатические условия в целом благоприятные для роста и развития всех сельскохозяйственных культур, возделываемых в данной зоне. Преобладающими почвами в районе являются почвы лесные светло-серые, на втором месте дерево - подзолистые, по механическому составу свыше 10% почв является тяжело сушинистыми и без достаточного внесения органических удобрений они склонны к заплыванию.

ООО «Саба» расположен в Сабинском районе в восьми километрах от районного центра села Богатые Сабы в селе Сатышево. До 2015 года в селе Сатышево была сельскохозяйственная организация под наименованием «Филиал №1 «Сатышево» ООО «Саба». С января 2015 года все филиалы были объединены и сельскохозяйственная организация стала называться ООО «Саба». Однако главным центром осталось село Сатышево.

ООО «Саба» занимается возделываниями зерновых, зернобобовых и кормовых культур и выращиванием картофеля. Действуют три отделения: столярная мастерская, пилорама. Хозяйство имеет 117 трактора, 40

зерноуборочных комбайнов, 53 грузовых автомашин. Для ее обслуживания созданы ремонтная мастерская, автогараж, машинный двор, ангары.

Сельское хозяйство постоянно совершенствует производственные технологии, что позволяет эффективно использовать имеющиеся ресурсы и получать хорошие результаты. Полученная предприятием прибыль направляется, в первую очередь, на развитие производства: обновляются машинно-тракторный и автомобильный парки, приобретается современная техника и оборудование. Для представления более полной картины о предприятии рассмотрим некоторые показатели, характеризующие его деятельность.

Земля в сельском хозяйстве является главным средством и предметом труда. Таким образом, рассмотрим изменение состава земельных фондов и структуру сельскохозяйственных угодий за 2015-2017 годы, анализируя таблицы 2.1.1.

Таблица 2.1.1- Состав и структура сельскохозяйственных угодий в ООО «Саба» Сабинского района в РТ за 2015-2017 годы

Виды угодий	Годы						В среднем по РТ, 2017 год	
	2015		2016		2017			
	Площ адь, га	Струк тура, %	Площ адь, га	Струк тура, %	Площ адь, га	Струк тура, %		
	Площадь ь, га	Структ ура, %						
Всего земель	17375	X	17428	X	17428	X	6500	X
Всего сельхозу годий	15786	100	15840	100	15840	100	6290	100
Из них: пашня	14237	90,2	14292	90,2	14292	90,2	5508	87,6
Сенокос ы	130	0,8	130	0,8	130	0,8	119	1,9
Пастби ща	1419	9,0	1418	9,0	1418	9,0	644	10,2
Уровень распаханности, %	X	90,2	X	90,2	X	90,2	X	87,6

Исходя из данных, представленных в таблице 2.1.1., в связи с объединением филиалов, в ООО «Саба» в 2015 году вся площадь земель составлял 17375 га, из них 15786 га занимает сельскохозяйственные угодья. Наибольший удельный вес в структуре сельскохозяйственных угодий за 2017 год приходится на долю пашни, равное 90,2 % . По сравнению с средними данными по РТ, это больше на 2,6%. Пашня - наиболее продуктивный вид сельскохозяйственных угодий, способный восстанавливать, а также

поддерживать плодородие. На втором месте находится пастбища: удельный вес ее составляет 9,0%.

Таким образом, общая земельная площадь, площадь сельскохозяйственных угодий и площадь пашни в данном предприятии превышали средние показатели по республике в 2,5 раза.

Кроме того актуальным считается и обсуждение специализации при рассмотрении сельского хозяйства. Для определения производственного направления сельскохозяйственного предприятия ООО «Саба» Сабинского района РТ используется понятие специализация.

Специализация- это есть процесс сосредоточения деятельности предприятия, какой-либо зоны или экономического региона на развитии той или иной отрасли или на производстве определенных видов продукции.

Для всесторонней характеристики специализации сельхоз предприятия применяется система показателей, такие как показатели структуры товарной продукции, структуры денежной выручки и структуры валовой продукции. Главным среди них является показатель структуры товарной продукции.

Для характеристики уровня специализации предприятий используются показатели коэффициентов специализации, который находится по следующей формуле:

$$K_c = \frac{100}{\sum P(2i-1)},$$

где K_c —коэффициент специализации;

P —удельный вес каждой отрасли в структуре товарной продукции;

i —порядковый номер отрасли в ранжированном ряду по удельному весу в структуре товарной продукции, начиная с наивысшего.

При определении уровня специализации предприятия следует рассмотреть для начала структуру товарной продукции в ООО «Саба» Сабинского района в РТ.

Таблица 2.1.2. - Структура товарной продукции в ООО «Саба»
Сабинского района в РТ за 2015-2017гг.

Виды угодий	Годы					
	2015		2016		2017	
	Сумма, тыс. руб.	Структ ура, %	Сумма, тыс. руб.	Структу ра, %	Сумма, тыс. руб.	Структура, %
1	2	3	4	5	6	7
Зерно	1706,6	21,02	1429,7	13,9	1435,7	13,6
Картофе ль	132,0	1,62	23,38	0,22	874,3	8,35
Молоко	3625,7	44,67	4065,2	39,8	3984,3	37,7
Прирост КРС	2644,3	32,57	4692,9	46,0	4256,8	40,3
Мед	7,9	0,09	8,4	0,08	5,4	0,05
Всего по хозяйств у	8116,5	100	10219,5 8	100	10556,5	100

Как видно из таблицы 2.1.2, наибольший удельный вес в структуре товарной продукции приходится на продукцию животноводства – 78,05%: молоко – 37,7%, прирост КРС – 40,3%, мед – 0,05%. Удельный вес зерна в данной предприятии равна 13,6%.

Таким образом, ООО «Саба» Сабинского района РТ специализируется как молочно-мясное скотоводство и зернопроизводство.

Используя данные таблицы 2.1.2. можно найти коэффициент специализации:

$$\frac{(37,7 + 40,3)(2 * 1 - 1) + 13,6(2 * 2 - 1) + 8,35(2 * 3 - 1) + 0,05(2 * 4 - 1)}{100} = 0,62$$

По данным расчета можно сказать, что в изучаемом хозяйстве глубокий уровень специализации.

2.2. Организационно-производственная структура и специализация организации

Сельскохозяйственные предприятия в своей деятельности проводят обоснование рациональной технологии производства и устанавливают форму организации труда, осуществляют подбор и расстановку кадров, формируют организационно-производственную структуру предприятия.

В целом, структура предприятия представляет собой состав и соотношения его внутренних звеньев и подразделений. Различают производственную и организационную структуры.

Производственная структура хозяйства – совокупность подразделений, входящих в данное производственное звено. Она отражает специализацию хозяйства, четко характеризует его тип.

Организационная структура хозяйства – совокупность количественно и качественно различных основных и вспомогательных производственных подразделений различного рода служб. С размещением сельскохозяйственного производства непосредственно связана специализация.

Организационно-производственная структура хозяйства – это такое сочетание внутрихозяйственных подразделений и аппарата управления, которое обеспечивает определенную организацию и управление производством, закрепление и использование земли, других средств производства и трудовых ресурсов. Чем эта структура проще, тем меньше расходы на содержание административно-управленческого аппарата.

Организационно-производственная структура предприятия зависит от следующих факторов:

- размера предприятия;
- специализация предприятия;
- состав отраслей и т.д.

Наиболее распространенной организационно-производственной структурой является цеховая (отраслевая) структура.

Особенностью данной структуры является то, что производственные подразделения организуются по отраслевому принципу: на предприятиях создаются цеха, специализирующиеся на производства отдельных видов продукции и выполнении работ.

Нужно отметить, что на данный момент в ООО «Саба» существует трёхступенчатая структура управления отраслевого типа.

Высшей ступенью управления в ООО «Саба» является общее собрание участников общества, исполнительным органом которого является директор. Руководители служб несут ответственность перед высшим руководством за выполнение порученных заданий, сохранность имущества вверенных им подразделений. Зачастую именно от них зависит психологический настрой в коллективе, они ответственны за внедрение рациональной системы морального и материального стимулирования.

К исключительной компетенции общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью относятся:

1. изменение устава общества, изменение размера его уставного капитала;
2. образование исполнительных органов общества и досрочное прекращение его полномочий;
3. утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества и распределение его прибылей и убытков;
4. решение о реорганизации и ликвидации общества;
5. избрание ревизионной комиссии (ревизора) общества.

При утверждении годовых результатов деятельности, отчетов должностных лиц, общим собранием участников принимаются такие стратегические решения как распределение доходов и определение направлений их использования (одним из таких решений является решение об инвестировании средств в реконструкцию предприятия), образование резервов и т.д.

Директор осуществляет стратегическое руководство хозяйством в целом, его производственно – хозяйственными и функциональными подразделениями, повседневное руководство, добивается выполнения решений общего собрания участников, представляет предприятие в отношениях с другими хозяйствами, заключает договора и т.д.

Он представляет годовой отчет, баланс, смету расходов, счета прибылей и убытков общему собранию членов, наблюдательному совету. Совместно с главным бухгалтером несет ответственность за финансовую деятельность общества. В решении наиболее актуальных задач, существующих в сельском хозяйстве, большая роль принадлежит специалистам как руководителям отрасли, организаторам производства. Специалист сельского хозяйства должен знать свои должностные функции, активно внедрять современные технологии, технику и организацию в производство; владеть экономическими, административными и социально-психологическими методами управления.

2.3. Обеспеченность организации производственными фондами и трудовыми ресурсами

Самым главным и необходимым ресурсом для каждого предприятия, несомненно, являются финансовые средства. Без использования основных и оборотных средств невозможно представить процесс производства.

Основных средства – это средства труда, без которых немислим процесс производства. На практике основными средствами принято называть денежную стоимость основных фондов, используемых в натуральной форме

в течение длительного времени в сфере материального производства. Их характерной особенностью является то, что, участвуя в процессе производства длительное время, они сохраняют основные свойства и первоначальную форму, при этом постепенно изнашиваются, и их стоимость переносится на изготавливаемую продукцию. К ним относятся земля, производственные здания, сооружения, машины, оборудования и т.д.

Оборотные фонды – часть производственных фондов, которая потребляется в каждом производственном цикле и полностью переносит свою стоимость на новый продукт труда. Оборотные фонды меняют свою натуральную форму в процессе производства, их стоимость в течение одного производственного цикла целиком входит в издержки производства.

При анализе использования производственных фондов решаются такие задачи как определение и анализ показателей экономической эффективности использования основных средств и факторы ее определяющие, а также анализ воспроизводства основных фондов, анализ показателей тракторного и автомобильного парка, выявление причин их изменения и т.д.

Рассмотрим таблицу 2.3.1., определим динамику изменения показателей в ООО «Саба» за 3 года и сравним с теми же показателями в среднем по Сабинскому району.

Таблица 2.3.1. - Показатели использования основных фондов и энергетических мощностей в ООО «Саба» Сабинского района РТ за 2015-2017гг.

Показатели	Годы			В среднем по РТ, 2017г.
	2015	2016	2017	
1	2	3	4	5
Среднегодовая стоимость основных производственных	1047992,9	724586,5	707832,0	265228

фондов с/х назначения, тыс. руб.				
Мощность энергетических ресурсов, л.с.	41258	41115	41543	6477
Площадь с/х угодий, га	15964	15840	15840	6290
Площадь пашни, га	14390	14292	14292	5508
Среднегодовое число работников, чел	572	568	557	98
Фондооснащенность, тыс.руб.на 100 га с/х угодий	6564,7	4574,4	4468,6	4216,7
Фондовооруженность, тыс. руб. на 1 работника	1832,2	1275,7	1270,8	2706,4
Энергооснащенность на 100 га пашни, л.с	286,7	287,7	290,7	117,6
Энерговооруженность, л.с на 1 работника	72,1	72,4	74,6	66,1

Анализируя таблицу 2.3.1, фондооснащенность изучаемого хозяйства на 1,05 раза больше среднереспубликанских. В среднем по РТ фондооснащенность равна 4216,7 тыс.руб., а в хозяйстве за 2017 год равна 4468,6 тыс.руб., что на 251,9 выше среднереспубликанских показателей. Такое изменение связано как с изменением стоимости основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения, так и с площади сельскохозяйственных угодий.

Показатель фондовооруженности труда показывает стоимость основных производственных фондов, приходящих на одного работника. Как

видно из таблицы, в изучаемом предприятии по данному показателю уступает данным по РТ на 1435,6 тыс. руб. по сравнению 2017 годом.

Основным уровнем процесса производства остается наличие материально-технической базы, уровень развития которой определяется энергетическими ресурсами и техническим обеспеченностью хозяйства энергоресурсами характеризуется показателями энергооснащенности и энерговооруженности. Энергооснащенность показывает мощность энергоресурсов, приходящихся на 100 га пашни. Сравнивая показатели энергооснащенности 2017 года по хозяйству с среднереспубликанскими, то видно, что среднереспубликанский показатель ниже на 173,1 л.с. Также следует отметить, что показатель энерговооруженности труда за 2017 год превышает показатели в среднем по республике на 8,5 л.с.

Чем выше уровень энергооснащенности и энерговооруженности труда, тем выше уровень производительности труда, а со снижением энерговооруженности труда увеличиваются общие затраты на единицу продукции.

Таблица 2.3.2. – Численность работников ООО «Саба» Сабинского района РТ по категориям, за 2015 – 2017 гг.

Показатели	Годы		
	2015	2016	2017
Рабочие постоянные, чел	501	497	473
Рабочие временные и сезонные, чел	-	-	4
Служащие, чел	71	71	80
Итого	572	568	557
Работники, занятые в подсобных предприятиях, чел	8	9	9
Работники жилищно-коммунального хозяйства и культурно-бытовых учреждений, чел	-	-	-
Работники торговли и общественного питания, чел	10	10	10
Работники занятый на строительстве хозспособом, чел	4	4	4
Всего:	594	591	580

Анализ таблицы 2.3.2 показывает, что численность рабочих постоянных колеблется из года в год, в среднем за 3 года она составляет 1471 человек.

Наличие трудовых ресурсов хозяйства представляет собой сумму фактической численности постоянных, сезонных и временных рабочих, руководителей и специалистов. Приведем эти данные в таблице 5

Немало важную роль в производственном цикле хозяйства играют трудовые ресурсы. Трудовые ресурсы – это часть населения страны, которые обладают необходимым физическим развитием, а так же умственными способностями и знаниями. Для того, чтобы определить обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами необходимо определить годовой запас труда и определить уровень его использования.

Уровень использования запаса труда находится через отношение фактически отработанных человеко-часов к их годовому запасу, и выражается в процентах. Рассмотрим таблицу 2.3.3.

Таблица 2.3.3. - Использование трудовых ресурсов в ООО «Саба» Сабинского района РТ за 2015-2017гг.

Показатели	Годы			В среднем по РТ за 2017г.
	2015	2016	2017	
1	2	3	4	5
Среднегодовое число работников в хозяйстве - всего, чел.	594	568	580	106
Годовой запас труда, тыс. чел.- час	1081,1	1033,8	1055,6	192,4
Фактические затраты, тыс. чел.- час	1267	1225	1232	213
Уровень использования запаса труда, %	117,2	118,5	116,7	110,7

Как видно, по данным таблицы 2.3.3, среднегодовое число работников в хозяйстве за 2017 год в 5,5 раза больше по средним данным за тот же год. За рассматриваемый период годовой запас труда и фактические затраты аналогично превышают средних данных по РТ. Уровень использования запаса труда свидетельствует о большой трудовой нагрузке на работников в ООО «Саба» Сабинского района, так как наблюдается дефицит рабочей силы. В хозяйстве уровень использования труда в 2017 году составляет 116,7%, что выше среднереспубликанского уровня на 6%.

2.4. Динамика обобщающих показателей эффективности производства в хозяйстве

Эффективность сельскохозяйственного производства зависит не только от обеспеченности главными факторами производства, но и от того, как они используются.

Для всесторонней оценки достигнутого уровня экономической эффективности производства в сельском хозяйстве применяется система показателей, характеризующих использование главных факторов производства – земли, производственных фондов и труда.

Наиболее важными в системе этих показателей является стоимость валовой продукции, сумма валового дохода, сумма чистого дохода и прибыль в расчете на 100 га соизмеримой пашни, на 1 чел. - час затрат живого труда или на 1 работника, на 100 рублей основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения, на 100 рублей издержек производства, а также показателей уровня рентабельности.

Каждый из этих показателей несет свою экономическую информацию по использованию производственных ресурсов. Так, выход валового и чистого дохода на единицу земельной площади синтезирует экономическую сторону использования земли в плане организации расширенного воспроизводства. Размеры чистого дохода, отнесенные к общим

производственным затратам и сумме основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения, характеризуют уровень рентабельности предприятия, что в совокупности с показателем выхода чистого дохода на единицу земельной площади достаточно полно выражает экономические условия и возможности расширенного воспроизводства и дальнейшей интенсификации сельского хозяйства.

По таблице 6, мы можем сказать, что наиболее эффективным годом для производства продукции в изучаемом хозяйстве явились 2016 и 2017 годы, об этом свидетельствуют приведенные данные таблицы.

Таблица 2.4.1. – Динамика обобщающих показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства в ООО «Саба» Сабинского района РТ за 2015-2017 годы

Показатели	Годы			В среднем по РТ за 2017 год
	2015	2016	2017	
Стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах 1994 г. в расчете на:				
- 100 га сельхозугодий, тыс. руб.	58,8	64,4	78,6	77,1
- 1 среднегодового работника, тыс. руб.	15,8	16,1	19,9	49,3
- 100 руб. основных средств, руб.	0,9	0,7	0,8	1,8
- 100 руб. издержек производства, руб.	1,3	1,2	1,2	2,5
Сумма валового дохода в расчете на:				
- 100 га сельхозугодий, тыс. руб.	-57,3	27,1	16,7	558,7
- 1 среднегодового работника, тыс. руб.	-14,3	6,7	4,2	357,0
- 100 руб. основных средств, руб.	-0,7	0,3	0,2	13,3
- 100 руб. издержек производства, руб.	-1,1	0,5	0,3	17,9
Сумма прибыли в расчете на:				
- 100 га сельхозугодий, тыс. руб.	443,5	478,7	633,9	190,7
- 1 среднегодового работника, тыс. руб.	110,6	119,1	160,7	121,8

- 100 руб. основных средств, руб.	5,1	5,2	6,5	4,5
- 100 руб. издержек производства, руб.	8,8	8,9	9,9	6,1
Уровень рентабельности, %	-1,3	0,6	0,3	9,7

Анализируя таблицу 2.4.1, делаем выводы, что стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах 1994 г. на 2015-2017 гг. колеблется. В 2017 году данный показатель составляет 78,6 тыс.руб. Среднее значение показателей на 2017 год по РТ на 1 среднегодового работника, на 100 руб. основных средств, на 100 руб. издержек производства, сумма валового дохода в расчете на: 100 га сельхозугодий, 1 среднегодового работника, 100 руб. основных средств, 100 руб. издержек производства превышают те же данных в ООО «Саба» за тот же период.

Стоимость валового дохода на 100 га сельскохозяйственных угодий, на 33,4 раза меньше среднереспубликанских данных на 2017 год. Стоимость валового дохода на 100 руб. основных средств и на 100 руб. издержек производства также оказались ниже средних данных по РТ. А стоимость валового дохода на 1 среднегодового работника выше средних показателей по республике на 38,9 тыс.руб.

В 2015 г. предприятие работало в убыток, а в 2016 и 2017 гг. - прибыль.

В ООО «Саба» уровень рентабельности на 2017 год составлял 0,3%, то ниже среднереспубликанских данных 9,4 п.п.

Таким образом, ООО «Саба характеристика природно-экономических условий производства» свидетельствуют о создании достаточно благоприятных условий, что исходит из высокой обеспеченности производственными ресурсами, но при этом также имеются существенные резервы, которые главным образом связаны более эффективным использованием производственных фондов предприятия.

2.5. Текущее состояние взаимодействия с партнерами и контрагентами

Общество с ограниченной ответственностью «Саба» хоть и достаточно хорошо применяет информационные технологии в своей деятельности, но все же некоторые возможности упускает. Например, взаимодействия с партнерами и контрагентами идет в устаревшем формате: в частности через встречи, телефонные звонки и даже через бумажную почтовую службу. Такой формат преобладал во времена СССР и во многих сельскохозяйственных учреждениях сохранился, по сей день.

Рассмотрим один из взаимосвязей ООО «Саба» с таким партнером как оптовый покупатель молока, например ООО «Веселый молочник». Начало взаимосвязей начинается от получения информации о деятельности ООО «Саба» компанией ООО «Веселый молочник». Сейчас получить информацию о деятельности компании можно через рекламу в местной газете, с телевидения, с рекламных щитов в Сабинском районе и просто через «сарафанное радио». Допустим ООО «Веселый молочник» узнает про ООО «Саба» через телевидение, далее ему необходимо запомнить телефонный номер, который проговаривается в ТВ рекламе, потому что просто через название компании будет проблематично узнать телефонные номер. Первый контакт происходит через телефонный звонок. Тут возникает риск частой недоступности телефона компании, или безответных гудков (обед, нерабочее время). Рано или поздно все же удастся связаться с представителем компании. По телефону обсуждается исключительно время и место встречи, потому что других вариантов решения задачи, пока нет. В назначенное время представитель компании ООО «Веселый молочник» встречается с руководством или менеджером компании ООО «Саба», происходят переговоры, в результате чего компании заключают договор о оптовых поставках молока. В процессе сотрудничества хочется, отметить то, что сопроводительные документы о сделках идут в бумажном формате, которые чаще всего задерживаются в одном из сторон, иногда и вовсе теряются. Чуть

важные вопросы решаются телефонными звонками или даже встречами хоть и территориально офисы компании находятся в достаточной удаленности.

Как видно из наблюдения в процессе взаимодействия с партнерами и контрагентами есть проблемы, при решении которых, теоретический, процессы взаимодействия должны усовершенствоваться.

3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПАРТНЕРАМИ И КОНТРАГЕНТАМИ В ООО «САБА» САБИНСКОГО РАЙОНА РТ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИИ.

3.1. Исследование современных информационных технологий в сельскохозяйственных учреждениях

Информационные технологии - это комплекс взаимосвязанных, научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы.

С каждым годом информационные технологии все больше и больше внедряются в сельскохозяйственную деятельность, новые технологии используются не только в экономической деятельности организации, но и в других ее процессах. Например, при возделывании почвы широко используются геоинформационные технологии, а для профилактики и лечения растений и животных используются новейшее медицинское оборудование, в производстве используют многооперационные энергосберегающие сельскохозяйственные агрегаты.

Самой большой проблемой сельского хозяйства Российской Федерации является общее техническое и технологическое отставание. В большинстве случаев малые и средние сельскохозяйственные учреждения не используют информационные технологии. Развитие агропромышленного комплекса тормозится, в том числе из-за низкого уровня технологической оснащенности, во многом определяемой техническим и технологическим уровнем промышленности и недостаточной квалификацией кадров. В то время как в других, развитых странах, без информационных технологий не

обходится не одно сельскохозяйственное учреждение в России это лишь несколько процент.

Но радует то, что государство видит эту проблему и всячески пытается решить ее, в последнее время выделяются огромные бюджетные средства для информатизации сельскохозяйственных учреждений. Существуют гранты и специальные кредиты, которые помогают аграриям внедрять дорогостоящие оборудование.

Итак, исходя из представленной информации можно заявить, что внедрение информационных технологии в сельскохозяйственную деятельность имеет хорошие перспективы, но имеются и минусы, маловажные, но все таки минусы. К минусам внедрения ИТ мы можем отнести вытеснение ручного труда из производства, на первый взгляд это плюс, но с ручным трудом пропадают и рабочие места. Например, один роботизированный кормораздатчик заменить 5-10 человек. Также к минусам относятся большие финансовые потери при информатизации организации. Но развития иногда требует жертв, в данном случае их не избежать.

3.2. Web-сайт как средство для совершенствования взаимодействия с партнерами и контрагентами в организации

К одним из средств информационных технологии относиться всемирная сеть – интернет. На сегодняшний день интернет глубоко проник в нашу жизнь, в среднем один человек проводит 8 часов в день в интернете. На первый взгляд это немыслимо, уделять 8 часов своего времени на виртуальный мир, но исследования показывают, что в интернете люди не только развлекаются, но работают. Действительно на сегодняшний день интернет развился до такой степени, что он позволяет перенести большинство рабочих процессов в виртуальный мир, качество работы при этом не снижается, а наоборот повышается. Через интернет проводятся переговоры, онлайн совещания, обучения сотрудников, ведение информационных проектов и многое другое.

Для доступа в интернет требуется устройство, каким либо способом подключенное к глобальной сети. Обычно это компьютеры или мобильные устройства. Для подключения рабочего компьютера к сети интернет требуется модем. Он кодирует информацию из аналогового формата в цифровой и наоборот.

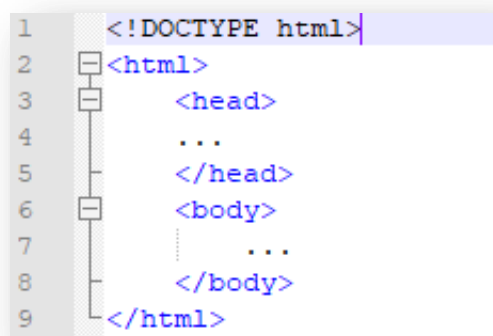
ООО «Саба» в Сабинском районе РТ достаточно плотно использует информационные технологии, такие как автоматизированные рабочие места, локальные сети с подключением к принтерам и сканерам, узкоспециализированные устройства (анализаторы почвы, gps трекеры и т.д.), но наблюдение показало, что организация не имеет своего web-сайта. Итак, какую ценность должен предоставить web-сайт для ООО «Саба»? Web-сайт это виртуальное представительство компании, которая отражает всю необходимую информацию об организации и позволяет без проблем связаться с нужным отделом компании.

Индивидуальной задачей дипломной работы является совершенствование взаимодействия с партнерами и контрагентами в организации на основе информационных технологии. Благодаря достаточной популярности интернета мы можем предположить что потенциальный партнер или контрагент для нашей организации пользуется интернетом и при наличии сайта сможет связаться с компанией без каких либо передвижений, достаточно оставить заявку в форме обратной связи или позвонить по номеру указанному в разделе контакты. Получается, благодаря сайту мы можем усовершенствовать взаимосвязь партнеров и контрагентов с ООО «Саба».

Для создания сайта не нужны особые финансовые расходы, а знания, полученные во время обучения в Казанском Государственном Аграрном Университете позволят разработать сайт без привлечения сторонних программистов.

3.3 Разработка web-сайта и внедрение в ООО «Саба»

Для создания сайта нам нужна хорошая информационная база об организации. Собираем базу из внутреннего архива. В эту базу войдут фотографии, относящиеся к деятельности организации (при их отсутствии, необходимо провести фотосъемку), видео файлы, история и общая информация о компании. Далее создаем удобное рабочего пространство. В первых это хороший текстовой редактор специализированный для написания кода. Для нашей задачи подойдет редактор Notepad++ его преимущество мы уже описывали в первой части этой дипломной работы. В редакторе выбираем язык программирования html и делаем базовый каркас будущего сайта. Он состоит из тэгов `<html>`, `<head>` и `<body>`.

A screenshot of the Notepad++ text editor showing the basic structure of an HTML document. The code is as follows:

```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3   <head>
4     ...
5   </head>
6   <body>
7     ...
8   </body>
9 </html>
```

The code is color-coded: `<!DOCTYPE html>` is blue, `<html>` is blue, `<head>` is blue, `</head>` is blue, `<body>` is blue, `</body>` is blue, and `</html>` is blue. The ellipses (...) are in black. The line numbers 1 through 9 are on the left side of the editor.

Рисунок 3.3.1. Базовая структура html документа

Распределяем тэги по правилам html и начинаем работу внутри тэга `<head>`. Внутри `<head>` записываются мета тэги и подключаются дополнительные файлы: таблицы стилей, иконки, js скрипты. Сюда же записываем главный заголовок сайта – title, кодировку и базовый домен сайта. После `<head>` приступаем непосредственно к «телу» документа - `<body>`. Все что внутри этого тэга показывается в браузере. Внутри `<body>` также есть свои тэги, которые записываются в нужном месте последовательно. Так создается структура сайта. Макет в том числе структура сайта заранее планируется или на бумаге или в специальных

программах. При создании макета планируется расположения и размеры всех элементов сайта, количество страниц, тип сайта и тд.

Выбор типа сайта это очень важный этап при создании сайта, от него зависит эффективность сайта. Для разных задач выбирается разный тип сайта. Описание всех типов есть в первой главе этой дипломной работы. Так как для организации ООО «Саба» это первый сайт, было решено сделать его максимально простым, а уже позже развивать его, добавляя новые возможности. Можно было сделать простую сайт визитку, но после исследования типов сайтов стало понятно, что сайт визитки уже не актуальны. Поэтому было решено делать сайт по типу лендинг. Это современный тип сайтов, который располагается лишь на одной странице и растягивается по высоте. Вся информация была распределена по разделам и проставлена последовательно: главные раздел, о компании, продукция, новости, интерактивная карта и контакты. Рассмотрим структуру каждого раздела отдельно:

Главный раздел. Это раздел-обложка, именно по нему создается первое впечатление, не только о сайте, но и о компании. Поэтому было решено написать большими буквами название организации, а на заднем фоне расположить стильную фотографию пшеничного поля – именно такой фон приходит на ум когда представляется сельское хозяйство. В самой верхней части не большое приветствие и не навязчивая кнопка связи. После фонового рисунка располагается горизонтальное меню с тремя кнопками-ссылками: главная, наши предложения и контакты – по нажатию на них можно быстро перейти в соответствующий раздел.



Рисунок 3.3.2. Главный раздел сайта организации ООО «Саба»

Раздел о компании. В этом разделе написали не большую информацию о компании ООО «Саба». Для более удобного восприятия текста разделили его на две колонки. Раздел также украсили фоновым изображением по теме.

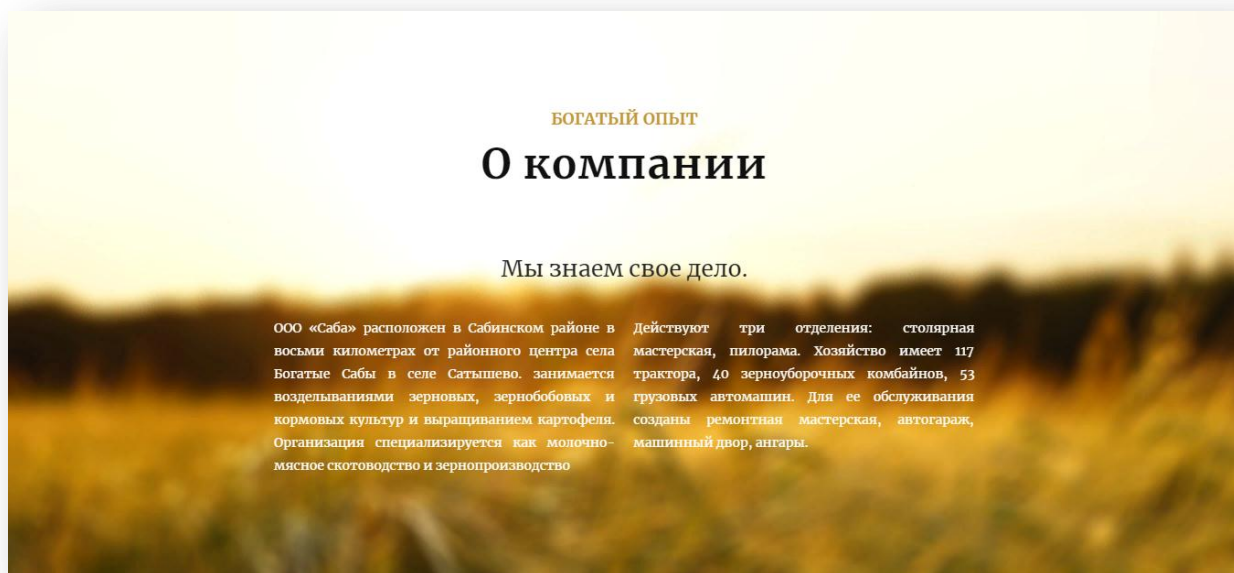


Рисунок 3.3.2. Раздел о компании сайта организации ООО «Саба»

Раздел о продукциях. Для этого раздела уделили совсем немного места, ширину экрана разделил на 3 части и разместили туда 3 основные направления: зерновые культуры, мясо и молоко. Поставили для каждого

направления соответствующую картинку и сделали, чтобы при наведении появлялась кнопка «Узнать подробнее» при клике появляется окно с формой которую можно заполнить и отправить, отдел продаж компании быстро примет и обработает заказ.



Рисунок 3.3.3. Раздел о продукциях сайта организации ООО «Саба»

Новостной раздел. В этом раздела показываются последние новости из жизни компании. У каждой новости есть заголовок, дата и краткое описание.

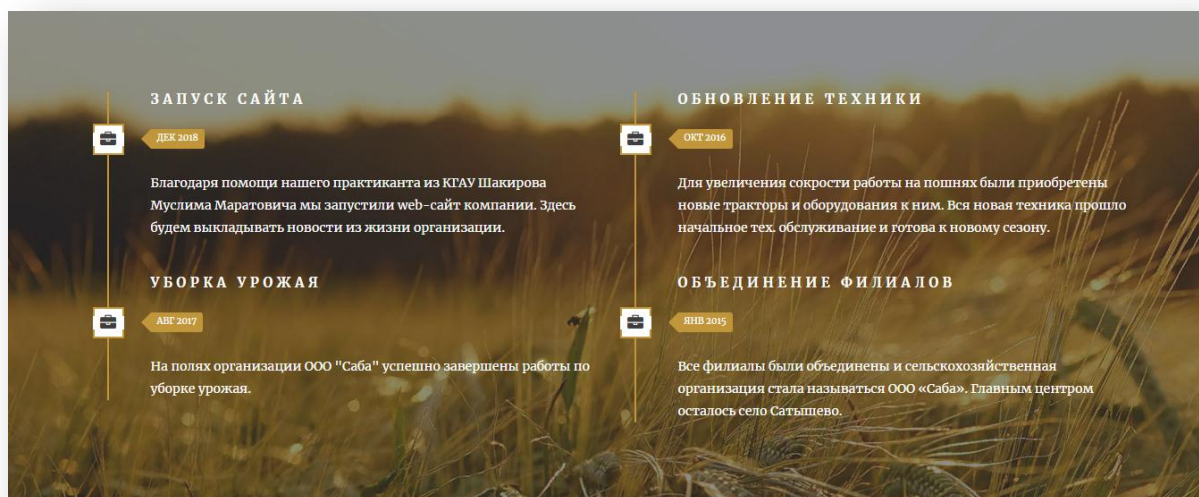


Рисунок 3.3.4. Новостной раздел сайта организации ООО «Саба»

Раздел с интерактивной картой. На этом разделе полностью расположилась интерактивная карта с меткой адреса ООО «Саба». Особенностью раздела является то что она полностью динамична в нем

можно увеличивать и уменьшать масштаб карты, построить автомобильный маршрут, сделать поиск по названиям населенных пунктов и городов, показать пробки на дорогах в реальном времени и менять режимы просмотра карты. Карта работает на технологиях *api* © Яндекс карты.

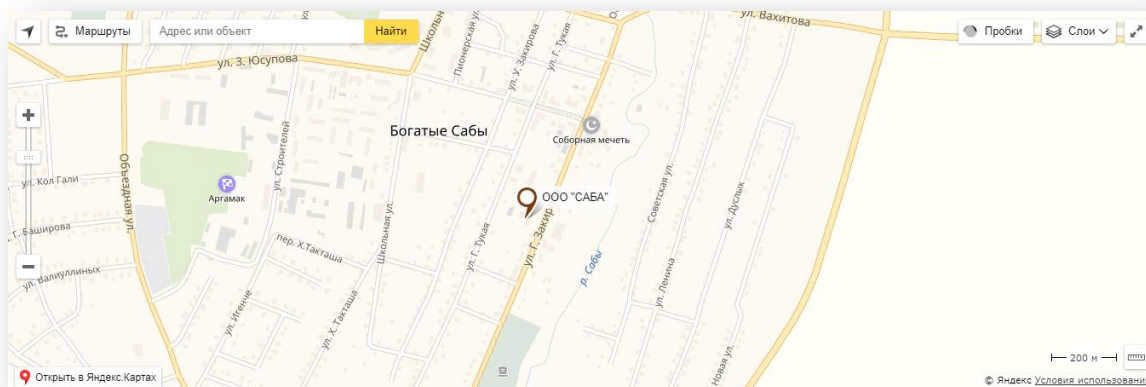


Рисунок 3.3.5. Раздел с интерактивной картой сайта организации ООО «Саба»

Раздел контакты. Это практический обязательный раздел каждого сайта, в нем располагается контактная информация организации. Телефон, email, адрес и ссылки на профили компании в социальных сетях.

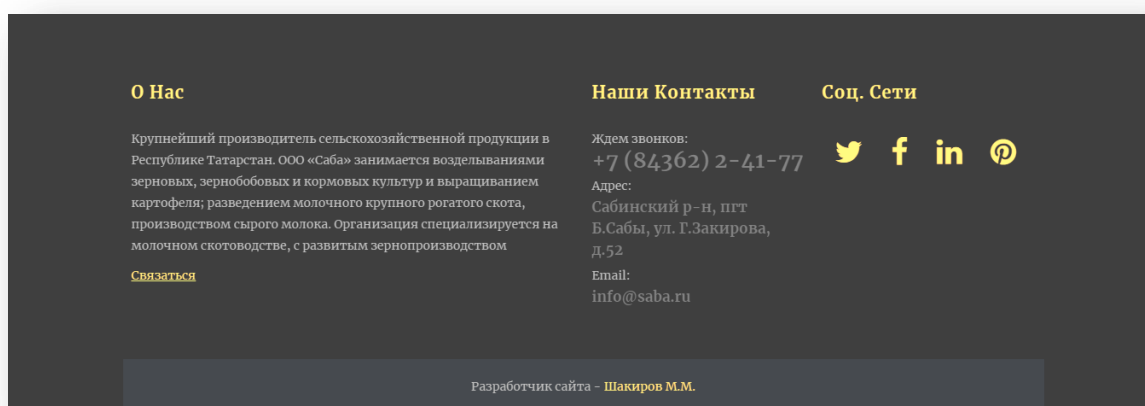


Рисунок 3.3.6. Раздел контакты сайта организации ООО «Саба»

На этом структура сайта готова но, не смотря на представленные скриншоты разделов они пока не выглядят в таком виде. Мы сделали пока только структуру. Далее нужно нарисовать дизайн сайта. Для этого мы

используем программу Adobe Photoshop. Он достаточно функционален для решения данной задачи. В Adobe Photoshop последовательно прорисовываем все элементы сайта. Для удобства верстки для каждого элемента создаем отдельный слой. Дизайн делаем, основываясь на заранее подготовленный макет сайта. Как только дизайн готов можно приступить к верстке сайта. Для этого мы возвращаемся к программе Notepad++, там у нас подготовлена базовая структура сайта. Загружаем туда текстовую и графическую информацию, заполняем документ необходимыми элементами. Полный html код главой страницы представлен в Приложении В. Для создания необходимого дизайна нам нужно стилизовать элементы html по специальным правилам. Используем для этого таблицы стилей css. Создаем отдельный файл style.css и подключаем его к основному документу внутри тэга <head>.

Вот и все в принципе на этом этапе сайт уже можно посмотреть, открыв главный файл index.html в любом установленном браузере. Но на этом этапе сайт еще не опубликован в сети интернет. Для этого нужно разместить сайт в специальном web-сервере к которому настроим доступ из интернета. Существуют такие компании которые позволяют арендовать такие сервера. Это называется хостинг. Воспользоваться данной услугой очень просто, достаточно выбрать компанию, зарегистрировать аккаунт внутри специального сайта, активировать место на сервере, загрузить все файлы сайта в специально настроенную папку и все сайт на хостинге. Но сайт все еще не доступен из интернета. Потому что нет уникального идентификатора сайта. Он называется домен. Домен можно приобрести у того же хостинга. Когда домен, наконец получен, его нужно подключить к серверу. Внутри панели управления хостингом это делается довольно просто.

Вот и все. Сайт опубликован во всемирной сети интернет и каждый желающий может найти его, введя домен в адресную строку или сделав поиск в поисковых системах.

Казалось бы, процесс разработки сайта на этом закончен, но это еще не все. Сразу после публикации сайта возникает потребность в его заполнении. Базово мы его заполнили но для того чтобы сайт приносил результат его нужно обновлять очень часто. Для меня, то есть для разработчика сайта это не проблема, но для сотрудников сельскохозяйственного предприятия это может быть проблематично. Специально для дальнейшей поддержки сайтов были придуманы так называемые системы управления содержимым (контентом). Они внедряются в существующие сайты и становятся администраторской частью сайта. Доступ к этой части сайта надежно блокируется паролем. Для примера установим CMS Modx на наш хостинг и подключим к сайту.

Процесс внедрения Modx хорошо описан в официальной документации. Первым делом нужно скачать архив с дистрибутивом modx и подготовить хостинг. Любой CMS требует наличия базы данных. Его нужно создать на специальном разделе хостинга. При создании базы создается одноименный пользователь, логин и пароль которого обязательно нужно записать, он нам еще понадобится. Далее загружаем скаченный архив на хостинг и распаковываем на корневой папке. На этом подготовительный этап завершен, приступаем к установке. Для начала установки надо набрать в адресной строке браузера такой адрес - домен/setup. После этого на браузере появится окно установки modx, там в понятном языке набирается информация о сайте, то есть вас спрашивают о названии сайта, email адрес и желаемый пароль администратора, кодировка сайта, временные зоны для сайта. Кстати именно на этом этапе запрашивается логин и пароль пользователя базы данных, которую мы недавно записали. После заполнения данных установщик проверит систему на совместимость и установит CMS. Сразу после завершения в окне браузера отобразится экран приветствия modx и форма входа в админку. Сюда записываем данные, которые ввели при установке и заходим в систему управления содержимым.

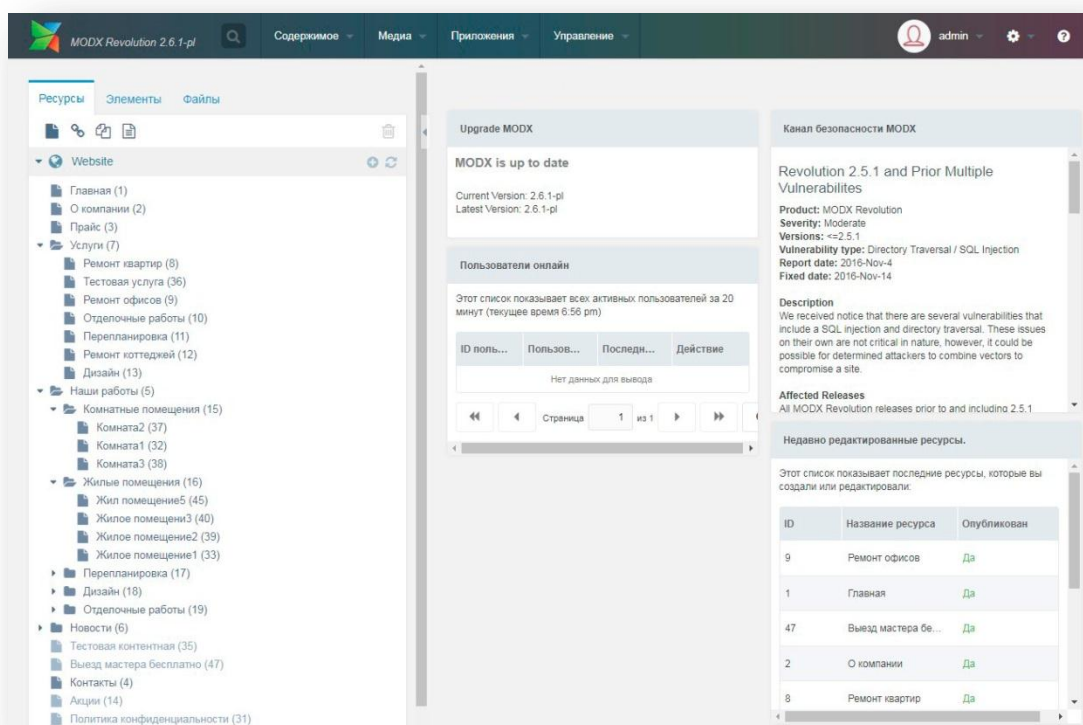


Рисунок 3.3.7. Интерфейс CMS Modx revolution

На первый взгляд интерфейс системы выглядит пугающим, сразу же встречаются куча кнопок и непонятных слов, но разобраться в нем достаточно просто, в интернете куча справочников написанных специально для этой CMS. Итак, разберемся в интерфейсе системы:

Экран разделен на три части, первая часть это горизонтальное меню по всей ширине на самом верху экрана, вторая и третья часть разделили экран на две части. В левой части расположен список всех страницы сайта, там можно отредактировать существующие страницы и создать новые, в правой части изначально находиться небольшая статистика сайта: какие пользователи в сети, какие документы отредактированы недавно и т.д. И так установив CMS и настроив в нем сайт, нашей задачей является обучить специального сотрудника управлению сайтом. Сотрудника нужно обучить: создавать и редактировать новые документы, писать и опубликовывать новости в блоге, загружать новые и заменять старые изображения, сменить контактную информацию, редактировать базовые таблицы стилей, отслеживать и обрабатывать входящие заявки.

И так на этом внедрение сайта в ООО «Саба» можно считать завершенным. Теперь сайт будет постоянно обновляется специально обученным сотрудником. Партнеры и контрагенты смогут найти сайт и связаться с нужным отделом организации.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Во время написания дипломной работы рассмотрены актуальные вопросы по внедрению информационных технологий в сельскохозяйственное учреждение. При этом были решены следующие задачи:

- Ознакомление с текущим состоянием предприятия и его работой в сфере взаимодействия с клиентами и партнерами;
- Ознакомление с современными интернет-технологиями и их использование;
- Изучение программного инструментария, применяемого для разработки и создания web-сайтов;
- Ознакомление с основными правилами и рекомендациями по разработке и созданию Web-сайтов и неукоснительное следование им на практике;
- Определение типа и структуры Web-страниц;
- Разработка дизайна web-сайта в программе adobe Photoshop.
- Выбор стратегии разработки и создания Web-сайта.
- Ознакомления с наиболее популярными системами управления содержимым, внедрение одного из них в сайт.
- Совершенствование взаимодействия партнеров и контрагентов на основе web-сайта.
- Обучение сотрудника компании управлению сайтом.

В результате выполнения всех этих задач был создан современный web-сайт с адаптивным и приятным дизайном.

Для управления сайтом без привлечения стороннего программиста была внедрена система управления содержимым. Для поддержки сайта в актуальном состоянии был обучен сотрудник организации.

Разработанный сайт действительно решает коммуникационные проблемы компании, так как любой желающий может оставить заявку и эту заявку в любом случае обработает сотрудник компании, данный тип связи

имеет преимущества перед звонком в офис компании, так как нету проблемы занятости и недоступности. Исходя из этого, можно сказать, что цель дипломной работы достигнута.

Предложения для дальнейшего развития:

- Для достижения наибольшей эффективности сайта, необходимо провести seo оптимизацию сайта;
- Для улучшения качества заполняемого контента сайта рекомендуется взять в штат пресс-секретаря;
- Для увеличения количества посещения сайта рекомендуется разместить ссылку на сайт в других популярных сайтах по схожей тематике;
- Для развития собственного бренда и узнаваемости, рекомендуется разработать единую стилистику, повторяющуюся и на сайте и на упаковке выпущенной продукции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон Российской Федерации «О развитии сельского хозяйства» от 22 декабря 2006 года №264–ФЗ.
2. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция).
3. Федеральный закон № 209-ФЗ от 24 июля 2007 года "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
4. Галицких В. Формирование конкурентных преимуществ агропромышленного производства// АПК: экономика, управление. – 2008. - №9. – С.24-26.
5. Бардовский, В.П. Экономика / В.П. Бардовский. - М.: Изд-во Форум. - Инфра-М. - 2016. - 672 с.
6. Бородич, С.А. Экономика. Учебное пособие для студентов экономических специальностей / С.А. Бородич,- М.: Новое знание. - 2016. - 403 с.
7. Буфетова, А.Н. Основы экономики. Учебное пособие для абитуриентов ЭФ НГУ / А.Н. Буфетова, Л.С. Веселая - Новосибирск. - 2016.
8. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике / К.В. Балдин. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 224 с.
9. Новоселова Е.Н., Кадыров И.Р. Создание Web-страниц с помощью HTML//Информатика и образование. - 2015. - №1-3.- 396 с.
10. Уилсон Р. Планирование стратегии интернет-маркетинга.- М.: И.Д. Гребенникова, 2003.- 411 с.
11. Сапков, В. В. Информационные технологии и компьютеризация делопроизводства / В.В. Сапков. - М.: Академия, 2017. - 288 с.

12. Юлия, Владимировна Вертакова Информационные технологии в менеджменте. Учебник и практикум для СПО / Юлия Владимировна Вертакова. - М.: Юрайт, 2016. - 293 с.
13. Информационные технологии. Учебник. В 2 томах. Том 1-2 (комплект из 2 книг) / В.В. Трофимов и др. - М.: Юрайт, 2016. - 632 с.
14. Бенкен, Е. PHP, MySQL, XML. Программирование для Интернета / Е. Бенкен. - М.: БХВ-Петербург, 2016. - 352 с.
15. Шкрыль, А. PHP - это просто. Программируем для Web-сайта / А. Шкрыль. - М.: БХВ-Петербург, 2016. - 368 с.
16. Никсон, Робин Создаем динамические веб-сайты с помощью PHP, MySQL и JavaScript / Робин Никсон. - М.: Питер, 2013. - 496 с.
17. Клименко, Роман Веб-мастеринг на 100% / Роман Клименко. - М.: Питер, 2013. - 512 с.
18. Дакатт, Дж. Основы веб-программирования с использованием HTML, XHTML и CSS / Дж. Дакатт. - М.: Эксмо, 2010. - 768 с.
19. Романова, Ю.Д. Информационные технологии в управлении персоналом: Учебник и практикум / Ю.Д. Романова, Т.А. Винтова, П.Е. Коваль. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 291 с.
20. Информационные системы и технологии: Научное издание. / Под ред. Ю.Ф. Тельнова. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 303 с.
21. Кузнецов Максим, Симдянов Игорь PHP на примерах -- 2-е изд. перераб. и доп.. -- Спб.: «БХВ-Петербург», 2011. -- С. 400. -- ISBN 978-5-9775-0445-4.
22. Дмитрий Котеров, Алексей Костарев PHP. В подлиннике -- Спб.: «БХВ-Петербург», 2005. -- С. 1120. -- ISBN 5-94157-245-X.
23. Разработка концепции модернизации сайта Интернет-конференции-конкурса. Статья на сайте sci-article.ru, Скокова Ирина Константиновна. 2014 год

24. Общие рекомендации для проектирования и реализации WEB-сайтов. Статья на сайте sci-article.ru, Гутовский Дмитрий Игоревич. 2016 год
25. Web-технологии: учебно-методический комплекс. Электронная книга, КемГУКИ 2014 г. 104 стр.
26. Материалы из официального сайта CMS Wordpress - <https://ru.wordpress.org>
27. Материалы официального сайта CMS Drupal - <http://drupal.org/>
28. Материалы из официального сайта CMS Joomla - <https://www.joomla.org>
29. Материалы из официального сайта CMS Modx - <https://modx.ru>
30. Fred, Kofman Conscious Business (аудиокнига на 12 CD) / Fred Kofman. - Москва: Огни, 2014. - 423 с.
31. Российский экономический журнал № 1 / 2017. Издатель – АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования». Главный редактор - Мелентьев Алексей Юрьевич, кандидат экономических наук.
32. Журнал «Экономика: вчера, сегодня, завтра» 3А`2017. Издательство «АНАЛИТИКА РОДИС»