

KOKAPSTRĀDES UZŅĒMUMA SIA "VOLMĀRKOKS" MĀJASLAPAS IZVEIDES PAMATOJUMS

THE SUBSTANTIATION OF CREATING WOODWORKING ENTERPRISE "SIA VOLMĀRKOKS" HOMEPAGE

Jānis Sparāns

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, sparans21@gmail.com, +371 26183180,
Rēzekne, Latvija

Ēvalds Višķers

Mg.soc.sc., Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, evalds.viskers@rta.lv, Rēzekne, Latvija

***Abstract.** In Latvia exist a huge amount of woodworking enterprises thus the competition in the department is really powerful. While industrial brunches develop information technologies develop too. All in all it means that people start using the Internet more often. It gives opportunity for present and potential clients to receive useful information about products, enterprises and provided services without leaving home. (online) Nowadays enterprises which do not exist on the Internet environment in the near future will lose positions on the market. Novelty of the research: Created woodworking enterprise SIA "VOLMĀRKOKS" homepage*

***Keywords:** homepage creation, the principles of manufacturing, business*

Ievads

Pētījuma aktualitāte - Autori savu pētījuma darba tēmas izvēli pamato ar to, ka Latvijā kokapstrāde un mežizstrāde aizņem ievērojamu vietu Latvijas valsts ekonomikas veidošanā. Gandrīz vai katrā Latvijas novadā ir kokapstrādes uzņēmumi. Tie nodarbina tūkstošiem cilvēku. Taču attīstoties tehnoloģijām, informācija par uzņēmumiem arvien vairāk ir atrodamā e-vidē.

Raksta mērķis - Izveidot kokapstrādes uzņēmuma SIA "Volmārkoks" mājaslapu.

Uzdevumi:

1. Raksturot kokapstrādes uzņēmuma SIA "Volmārkoks" darbību
2. Aptaujas veikšana noskaidrojot uzņēmuma mājaslapas nozīmi uzņēmējdarbības attīstībā
3. Noteikt mājaslapu izveidošanas principus
4. Veikt konkurentu mājaslapu analīzi

Pētījuma metodes – aprakstošā metode, salīdzināšanas metode, loģiski-konstruktīvā metode un aptaujas metode.

Pētījuma periods – 2011. - 2017.gads.

1. SIA "Volmārkoks" darbības raksturojums

Uzņēmums SIA "Volmārkoks" ir dibināts 2011.gadā. Uzņēmums atrodas Latvijas Republikā, Riebiņu nov., "Zaseki". Uz 2017. gadu SIA "Volmārkoks" uzņēmumā ir nodarbināti 15 cilvēki. Darbības virzieni ir mežizstrāde, zāģbaļķu pārstrāde zāģmateriālos un šķeldas ražošana.

Lai veiktu ražošanas modernizēšanu un paplašināšanu uzņēmums SIA "Volmārkoks" 2013. gadā noslēdza pirkuma līgumu par ražošanas telpu iegādi no SIA "Artel plus". Šajās telpās ir 1475m² lietderīgās platības, kas pilnībā atbilst uzņēmuma ražošanas vajadzībām.

Savukārt 2017. gadā tika izveidotas divas paralēlās ražošanas līnijas, līdz ar to ražošanas apjomi palielināsies par 40%.

Uzņēmuma ieņēmumi veidojas no papīrmalkas, malkas, finierkluču, šķeldas un zāģmateriālu pārdošanas. Pamatprodukcija ir zāģmateriāli, kas sastāda 60% no apgrozījuma. 10-15% apgrozījuma veido šķeldas realizācija un pārējo malkas, papīrmalkas un finierkluču realizācija.

Galvenie sadarbības partneri: IK "Flas", SIA "Belwood", SIA "Jubergs", SIA "Preiļu Saimnieks", SIA "Tipeks", SIA "Kalni B", vairāki vietējie celtniecības uzņēmumi un privātpersonas. Neskatoties uz to, ka minētie uzņēmumi ir sadarbības partneri, tie vienlaicīgi ir

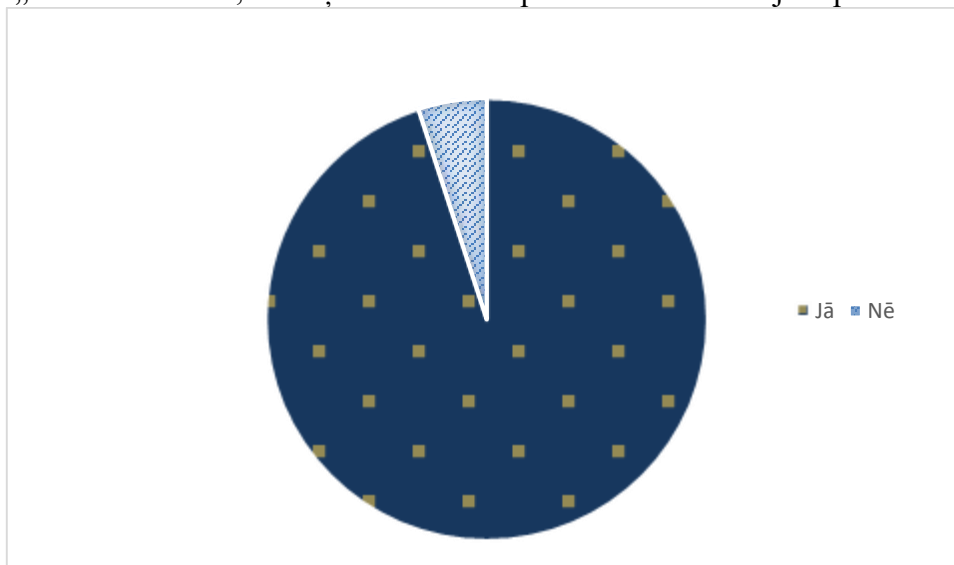
arī konkurenti savā starpā, turklāt, daļai uzņēmumu ir pieejamas mājaslapas, tādēļ pētījuma autori ir izvēlējušies veikt mājaslapas izstrādes teorētisko izpēti un veikt SIA "Vilmārkoks" mājaslapas praktisko izveidi.

2. Aptaujas veikšana noskaidrojot uzņēmuma mājaslapas nozīmi uzņēmējdarbības attīstībā

Autori veica aptauju, lai noskaidrotu respondentu viedokli par uzņēmuma mājaslapas nozīmi uzņēmējdarbības attīstībā.

Pētījumā piedalījās 40 respondenti.

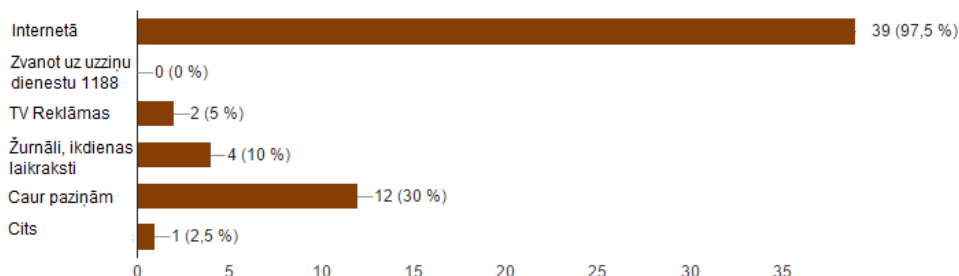
Lai noskaidrotu viedokli par mājaslapas nepieciešamību uzņēmumam, tika uzdots jautājums „Vai Jūs uzskatāt, ka uzņēmumam ir nepieciešama sava mājaslapa?”



1. attēls. Respondentu atbilžu sadalījums jautājumā „Vai Jūs uzskatāt, ka uzņēmumam ir nepieciešama sava mājaslapa?” (autoru apkopoti dati)

Lielākā daļa, jeb 95% respondentu piekrīt, ka jā, uzņēmumam ir nepieciešama sava mājaslapa, savukārt 2 aptaujātie, jeb 5% norādīja nē.

Autori apkopo aptaujāto respondentu viedokļus uz jautājumu „Kur Jūs meklējat informāciju par sev interesējošo uzņēmumu?” tika piedāvāti tādi atbilžu varianti kā internets, žurnāli un ikdienas laikraksti, TV reklāmas, caur paziņām, zvanot uz uzziņu dienestu 1188 un atbildes variants cits, ja sev vēlamo neatrada starp piedāvātajiem.

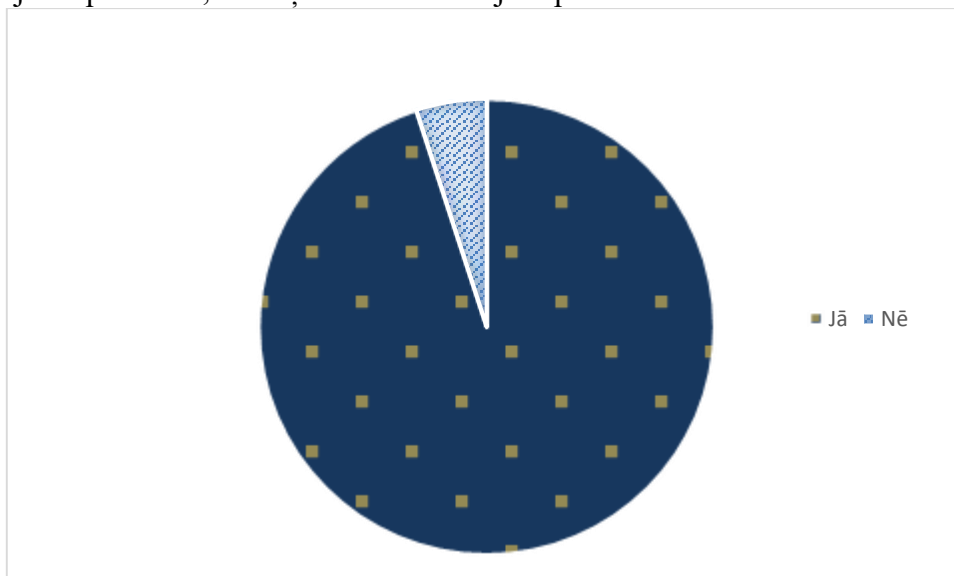


2. attēls. Respondentu atbildes uz jautājumu „Kur Jūs meklējat informāciju par sev interesējošo uzņēmumu?” (autoru apkopoti dati)

Vairākums, jeb 97,5 % respondentu atzīmēja, ka sev interesējošo informāciju par uzņēmumu meklē internetā, 30% caur paziņām, 10% aptaujāto informāciju meklē žurnālos, ikdienas laikrakstos, bukletos, 5% atzīmēja, ka atrod informāciju skatoties tv pārraidēs,

savukārt 1 respondents atzīmēja – cits. Jāpiemin, ka neviens no respondentiem nav izvēlējis atbildžu variantu – zvanot uz uzziņu dienestu 1188.

Aptaujas anketas vienā no jautājumiem, “ Pēc Jūsu domām cilvēkiem pieaug uzticība uzņēmumam, ja tam ir sava mājaslapa?” rezultāti parāda, vai aptaujātiem respondentiem ir drošāka sajūta apzinoties, ka uzņēmumam ir mājaslapa.



3. attēls. Respondentu atbilžu sadalījums jautājumā „ Pēc Jūsu domām cilvēkiem pieaug uzticība uzņēmumam, ja tam ir sava mājaslapa?” (autoru apkopotu dati)

Arī šajā jautājumu respondenti bija gandrīz vienbalsīgi un 95% piekrīt, ka jā cilvēkiem pieaug uzticība uzņēmumam, ja tam ir sava mājaslapa.

Aptaujas rezultāti uzrāda to, ka respondenti šajos jautājumos praktiski viennozīmīgi uzskata, ka uzņēmuma mājaslapa veidos tā atpazīstamību un uzticamību.

3. Mājaslapas izstrādes principi un konkurentu mājaslapas analīze

Pastāv vairāki mājaslapu dizaina veidi, emocionālais , "flat" un "fullscreen" dizaina veidi, kā arī “adaptīvs” dizaina veids. Katrs atšķiras ar savu pielietojumu, taču var pateikt to, ka web mājaslapu izstrāde un to dizaini attīstās līdz ar tehnoloģiju attīstību, tādēļ tas, kas šodien ir pats jaunākais, jau pavisam drīz var kļūt novecojis, tādēļ autori izpētīja dažus pēdējā laikā biežāk izmantotus mājaslapu izstrādes dizaina veidus.

Izmantotās krāsas ļoti spēcīgi ietekmē vispārējo mājaslapas izskatu. Krāsu teorija tiek izmantota, lai paustu dažādas izjūtas un nozīmes. Pareizo krāsu izvēle mājaslapai ir viens no visgrūtākajiem uzdevumiem. Nevar vienkārši sarindot krāsas uz šautriņu dēļa un izmantot pirmās 4 vai 6, kam izdodas trāpīt. Dažas krāsas labi sader ar citām, dažas nē. Par krāsu teoriju vien varētu sarakstīt vairākus rakstus. (5)

Runājot par dizainiem, tad, mūsdienās palielinoties interneta lejuplādes ātrumam, arvien vairāk mājaslapu kā dizaina pamatelements tiek izmantota fotogrāfija vai video, jeb "fullscreen" dizaina veidi, kas attēloti pa visu ekrānu. Tas palīdz web lapām, kurām ir svarīgi komunicēt ar spēcīgu imidžu. (4)

Termins “adaptīvs” web dizains ir aizgūts no angļu valodas “responsive”, jeb tāds, kas pielāgojas vai adaptējas uz konkrētās ierīces ekrāna izmēram. Citiem vārdiem sakot, universāls dizains visām ierīcēm uzreiz – “visi zaķi ar vienu šāvienu.” Adaptīvs web dizains ir īpaša pieeja mājas lapas izkārtojumam un kodēšanai, kas nodrošina pēc iespējas vienkāršāku navigāciju un lasāmību ar pēc iespējas mazāku nepieciešamību skrullēt un zoomēt lapu uz plaša ierīču klāsta sākot no galda datora līdz pat viedtālrunim. (1)

Gascho Rempel un Bridges Laurie savā zinātniskajā rakstā "That Was Then, This Is Now: Replacing the Mobile-Optimized Site with Responsive Design" uzskata, ka tehnoloģijas

turpina attīstīties, viedtalruņu lietošana ir ikdiena, tādēļ responsīvais dizains ir risinājums visiem interneta lietotājiem. (Rempel, Laurie, 2013., 17.lpp.) Savukārt Bohyun Kim savā zinātniskajā darbā "Responsive Web Design, Discoverability, and Mobile Challenge" apgalvo, ka cilvēki vēlas piekļūt internetam no visām ierīcēm, tādēļ ir lieliski apzināties, ka mājaslapa pielāgojas tavas ierīces ekrāna izmēram. (Kim, 2013., 11.lpp.)

Autori izpētīja SIA "Volmārkoks" tuvākos konkurentus kuriem ir savas mājaslapas, tādus kā SIA „1111”, SIA „JUBERGS”, SIA „AGLONAS SERVISS”, u.c pēc 6 dažādiem kritērijiem, tādiem kā fona krāsa, krāsu un sadaļu skaits mājaslapā, kataloga un cenu pieejamība, kā arī valodu skaits.

Pēc pētījuma autoru domām šie kritēriji ir būtiskākie, jo izvēlēta fona krāsa un izmantotās krāsas ietekmē cilvēka vizuālo uztveri, sadaļu skaits parādā mājaslapas uzbūvi, valodu skaits norāda uz uzņēmuma akcentu piesaistīt ārvalstu sadarbības partneriem, savukārt katalogs un cenu pieejamība ļauj mājaslapas klientiem vieglāk orientēties uzņēmuma piedāvātajos produktos un pakalpojumos.

1. tabula

Izpētīto mājaslapu apkopojums (autoru sastādīta)

Mājaslapas	Fona krāsa	Krāsu skaits	Sadaļu skaits	Katalogs	Cenas	Valodas
SIA „1111”	Gaiši zaļš	2	5	Ir	Ir	2
SIA „JUBERGS”	Balts	3	6	Nav	Nav	1
SIA „AGLONAS SERVISS”	Gaiši zaļš	4	6	Ir	Nav	4
SIA „BELWOOD”	Brūna	4	5	Ir	Nav	5
SIA „DIŽMEŽS”	Balta	4	4	Ir	Nav	2
SIA „MNOGOLAT”	Brūna	3	5	Nav	Nav	4
SIA „OŠUKALNS”	Balta	3	6	Ir	Nav	4

Autori 1. tabulā ir atspoguļojuši informāciju par kokapstrādes uzņēmuma SIA "Volmārkoks" konkurentu mājaslapām. Šīs mājaslapas tika izvērtētas tādos kritērijos kā fona krāsa, krāsu skaits, sadaļu skaits, produktu kataloga esamība, cenu esamība un valodu skaits. Fona krāsu kā baltu izvēlējās SIA „DIŽMEŽS”, SIA „OŠUKALNS” un SIA „JUBERGS”, brūnu krāsu izvēlējās SIA „BELWOOD” un SIA „MNOGOLAT”, savukārt gaiši zaļu fona krāsu izvēlējās SIA „1111” un SIA „AGLONAS SERVISS”. Apskatītajās mājaslapās krāsu skaits variē no 2 – 4. Sadaļu skaits visās mājaslapās nav mazāks par 4. Savukārt kataloga nav tādiem uzņēmumiem kā SIA „JUBERGS” un SIA „MNOGOLAT”. Cenas no visiem izpētītajiem uzņēmumiem piedāvā tikai SIA „1111”. Līderis pēc valodu skaita ir SIA „BELWOOD”, kas norādā uz to, ka šis uzņēmums liek akcentu arī uz ārvalstu sadarbības partneriem.

Pētījuma autori uzskata, ka uzņēmuma SIA „1111” mājaslapa, pēc izvirzītajiem kritērijiem ir veiksmīgs piemērs, jo tajā ir vērojams minimālisma stils, kas nepārpūlē un veicina vieglu informācijas uztveri apmekletājiem, tādēļ autori izstrādājot SIA "Volmārkoks" uzņēmuma mājaslapu, par piemēru ņems vērā SIA „1111” uzņēmuma lapu.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Uzņēmuma SIA "Volmārkoks" mājaslapa ir nepieciešama, jo 95% aptaujāto respondentu uzskata, ka uzņēmumam ir nepieciešama sava mājaslapa, tas nozīmē, ka cilvēki arvien vairāk izmanto internetu. Tātad neatradoties e-vidē tiek zaudēti potenciālie klienti.

2. Izveidojot uzņēmuma mājaslapu, apmeklētāji - topošie klienti un sadarbības partneri, varēs vairak saprast ar ko nodarbojas uzņēmums un izvēleties, vai ir vērts sadarboties ar tādu uzņēmumu.
3. Veidojot SIA "Volmārkoks" mājaslapu ir svarīgi izvēlēties mājaslapas dizaina veidu un krāsu saderību. Izvērtējot pētījuma ietvaros apskatītos dizaina veidus, autors konstatēja, ka adaptīvais dizains ir veiksmīgs izstrādes variants, jo mājaslapu ir iespējams atvērt un pārskatīt no visām iespējamajām ierīcēm.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Adaptīvs web dizains mājas lapā, [tiešsaiste] [atsauce 15.03.2017] Pieejas veids: <http://devini.com/adaptivs-web-dizains-majas-lapa/>
2. Bohyun Kim. (Aug/Sep2013). Responsive Web Design, Discoverability, and Mobile Challenge. Vol. 49 Issue 6, p29-30. 11p. [online] [cited 18.04.2017.]. Available from Internet: <http://web.ebscohost.com>
3. Gascho Rempel, Bridges Laurie. (Dec,2013). That Was Then, This Is Now: Replacing the Mobile-Optimized Site with Responsive Design. Vol. 32 Issue 4, p8-24. 17p [online] [cited 19.04.2017.]. Available from Internet: <http://web.ebscohost.com>
4. Kas aktuāls web dizainā, [tiešsaiste] [atsauce 15.03.2017] Pieejas veids: <http://www.monday.lv/kas-aktuals-web-dizaina/>
5. Noskaņa un krāsu izvēle, [tiešsaiste] [atsauce 15.03.2017] Pieejas veids: <http://webdizaini.lv/lv/dizains/noskana-un-krasu-izvele>

Summary

Enterprise location in the Internet and creation of the homepage takes important place into the successful development of the business. Even now the competitors of enterprise SIA "Volmārkoks" had worked out homepages that for sure are affecting the choice of a client, which is positive for one or another enterprise. Therefore it is really important that the website should be visual attractive for present and potential clients. The results of the research reveal fact that enterprises which do not exist on the Internet environment and are not developing in the future will lose positions on the market. The reason is that nowadays the Internet became a huge part of people's everyday routine. People are using this for searching necessary information and shopping online without leaving their home.