

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Бизнес-информатика»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Пупков А.Н.
« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.05 «Бизнес информатика»

«Реорганизация и бизнес-администрирование Web-пространства предприятия
на примере ООО ИД Класс Плюс»

Руководитель _____ доцент кафедры БИ, к.т.н. А.Н. Роголёв

Выпускник _____ Д.Г. Горожанкин

Нормоконтролер _____ А.В. Раскина

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Бизнес-информатика»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.Н. Пупков
« ____ » _____ 2016 г

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту Горожанкину Даниилу Геннадьевичу

Группа УБ 12-09 Направление (специальность) 38.03.05.02

«Бизнес-информатика»

Тема выпускной квалификационной работы «Реорганизация и бизнес-администрирование Web – пространства предприятия на примере ООО ИД Класс Плюс»

Утверждена приказом по университету № 2511/с от 26.02.2016

Руководитель ВКР Рогалев.А.Н. – доцент кафедры БИ, к.т.н.

Исходные данные для ВКР нормативные и законодательные документы; специальная, научная литература; внешняя информация об исследуемом предприятии.

Перечень разделов ВКР 1 Характеристика предприятия и анализ бизнес – среды. 2 Теоритические основы решения задачи. 3 Реализация проектных решений по реорганизации Web – структур и бизнес – технологий.

Перечень графического или иллюстративного материала с указанием основных чертежей, плакатов, слайдов: актуальность темы исследования; цели и задачи ВКР; характеристика деятельности предприятия; обоснование необходимости реорганизации web – пространства и усовершенствования информационных систем; преимущества реорганизации; инструменты необходимые для разработки; результаты разработки информационной системы; итоги и выводы.

Руководитель ВКР

А.Н.Рогалев

Задание принял к исполнению

Д.Г.Горожанкин

« ____ » _____ 2016 г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Реорганизация и бизнес-администрирование Web – пространства предприятия на примере ООО ИД Класс плюс» содержит 68 страниц текстового документа, 8 таблиц, 25 иллюстраций, 3 приложения, 39 использованных источников, 15 страниц презентации.

АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, WEB TO PRINT, ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО, АВТОМАТИЗАЦИЯ РАСЧЕТА И ПРИЕМА ЗАКАЗОВ, ОБОСНОВАНИЕ И ПРЕИМУЩЕСТВА РЕОРГАНИЗАЦИИ.

Объект исследования – Общество с ограниченной ответственностью Издательский Дом «Класс Плюс»

Целью данной бакалаврской работы является реорганизация web – пространства предприятия с помощью создания сайта предприятия и разработанной информационной системы для автоматизации процессов расчета и приема заказов на полиграфическом предприятии, что позволит обеспечить повышение оперативности работы с клиентами и снижение трудоемкости оформления и проверки заказов сотрудниками предприятий, а также принимать заказы через интернет. В результате проведения исследования дана характеристика объекту исследования ООО ИД «Класс Плюс» и проанализирована его хозяйственная деятельность, дана характеристика рынку полиграфического производства в целом, дано обоснование усовершенствования информационных технологий предприятия, а также преимущества реорганизации.

Результатом настоящей выпускной квалификационной работы является создание web – сайта, а также разработка информационной системы для расчета и приёма заказов через Интернет.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
1 Характеристика предприятия и анализ бизнес – среды.....	9
1.1 Определение базового рынка	9
1.2 Анализ факторов внешней среды, определяющий функционирование отрасли	15
1.3 Анализ внутренней среды предприятия.....	23
2 Теоритические основы решения задачи	38
2.1 Обоснование необходимости реорганизации Web – пространства и усовершенствования информационных систем.....	38
2.2 Преимущества реорганизации Web - пространства.....	42
2.3 Необходимые инструменты для разработки Web - сайтов	48
3 Реализация проектных решений по реорганизации Web – структур и бизнес - технологий	60
3.1 Разработка программы для автоматизации расчета и приема заказов ...	60
3.2 Разработка компонентов Web - сайта.....	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	73
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	75
ПРИЛОЖЕНИЕ А	79
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ В	96

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время все более актуальными становятся вопросы развития издательско-полиграфического комплекса страны в условиях изменяющегося мультимедийного рынка. Это связано прежде всего с тем, что ситуация в посткризисный период в сфере издательско-полиграфической деятельности продолжает оставаться весьма неустойчивой.

Серьезные изменения, происходящие в сфере массовых коммуникаций, и связанные со все более широким использованием цифровых платформ, начинают все в большей степени оказывать влияние на дальнейшую перспективу развития не только полиграфического производства, но и всей производственной инфраструктуры (производство оборудования и материалов, бумаги и картона для печати, организация оптовой торговли и сервиса).

Современное издательско-полиграфическое производство печатной продукции жестко разделилось на две зоны ответственности:

- издательская работа: создание контента, его подготовка и передача цифрового оригинал-макета в печать;
- полиграфическая реализация издательского проекта: прием и контроль оригинал-макета, печать и сдача готового тиража издания.

До недавнего времени сектор допечатных процессов был неотъемлемой частью полиграфии, связывающий создателей контента с конкретным процессом печати. Сегодня он не только выделился в самостоятельную сферу производственной деятельности, но и стал достаточно универсальным для создания любого вида контента, независимо от способа его распространения.

Более того, современные допечатные процессы на основе цифровых технологий заложили основу для создания систем сквозного цифрового управления всех ступеней полиграфического производства.

С развитием Интернета появились абсолютно новые формы организации производства печатных изданий – размещение заказа, утверждение цветопробы, оформление и доставка тиража, согласование текущих вопросов, все это и

многое другое осуществляется в режиме online. Эти процессы расширили возможности издающей организации в сфере децентрализованной печати, позволили преодолеть географические барьеры, из-за которых ранее издательский бизнес был в основном привязан к конкретной типографии.

Характерной чертой современной медиа-среды является разделение рыночного пространства на товарные секторы и сегменты, ориентированные на определенный контингент потребителей, что сформировало изменение некогда единого понятия издательско-полиграфического комплекса как отрасли на отдельные сферы производства печатной продукции: отрасль печатных СМИ, книгоиздания, индустрия печатной рекламы, упаковки, цифровая полиграфия и т.п.

Все эти направления бизнеса в той или иной мере инициируют новые организационные формы, по-разному восприимчивы к регулирующим воздействиям, неоднозначно влияют на развитие сферы печатной инфраструктуры.

Актуальность работы обусловлена тем, что в современных условиях постоянного развития полиграфического производства, его многовекторности, большого количества заказов разной степени сложности, а также острой потребности в сокращении расходов (финансовых, производственных и т.д.), возникает необходимость в переносе отдельных задач, которые ранее выполнялись персоналом предприятия, на программное обеспечение (ПО). Одной из сложных задач, которую целесообразно решать с помощью ПО, является прием и оформление заказа. Возможность автоматизации этого этапа принесёт ряд преимуществ, которые заключаются в уменьшении нагрузки на работников, освобождении их рабочего времени для выполнения других задач.

Целью данной бакалаврской работы является реорганизация web – пространства предприятия с помощью создания сайта предприятия и разработанной информационной системы для автоматизации некоторых процессов на полиграфическом предприятии, что позволит обеспечить

повышение оперативности работы с клиентами и снижение трудоемкости оформления и проверки заказов сотрудниками предприятий.

Объектом исследования данной работы является общество с ограниченной ответственностью издательский дом «Класс Плюс».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- 1) Проанализировать рынок полиграфических услуг
- 2) Комплексно изучить деятельность предприятия ООО ИД «Класс Плюс»;
- 3) Обосновать необходимость в реорганизации и автоматизации бизнес-процессов на предприятии;
- 4) Описать все преимущества реорганизации информационной разработки;
- 5) В рамках реорганизации Web – сайта предприятия, разработать информационно-программное обеспечение для автоматизации расчета и приема заказов на предприятии;

1 Характеристика предприятия и анализ бизнес – среды.

1.1 Определение базового рынка

В системе государственной статистики оценка работы отрасли осуществляется по результатам работы только части типографий, представляющих в основном крупные и средние предприятия, доля которых в общем объеме выпуска печатной продукции существенно превышает 50 процентов. Работа остальных типографий, как правило, относящихся к категории малых предприятий, учитывается обобщенными данными малых предприятий в сводных статистических отчетах по регионам.

Для получения объективной оценки промышленного потенциала отечественной полиграфии в рамках данной работы, было проведено дополнительное исследование на базе имеющихся данных Росстата по мониторингу отрасли, экспертных оценок и аналитических расчетов. Для этого все типографии были разбиты на группы, исходя из их производственной мощности и оценочного оборота по основным видам деятельности.

В результате были получены следующие данные, которые характеризуют полиграфическую деятельность России в 2015 году: [37]

– I группа – 1405 предприятий, объединяющая крупные и средние типографии (с числом работающих свыше 1000, 500 и 100 человек) – общий годовой оборот производства составляет 85,2 млрд. рублей.

– II группа– 1712 предприятий, объединяющая средние типографии (с числом работающих от 50 до 100 и от 20 до 50 человек) – общий годовой оборот производства – 42,7 млрд. рублей.

– III группа – 1862 предприятия, объединяющая малые типографии (с числом работающих до 20 человек) – общий годовой оборот производства – 4,9 млрд. рублей или 0,2 млрд. долл. США.

– IV группа - 2160 предприятий, объединяющая средние и малые цифровые типографии, типографии широкоформатной струйной печати, а

также типографии цифровой офсетной печати общий годовой оборот производства, которых составил 33,4 млрд. рублей.

На основании выполненной работы можно сделать достаточно объективный прогноз об общей эффективности деятельности субъектов рынка полиграфических работ в 2015. Общий годовой оборот полиграфической промышленности России в 2015 году составил 166,0 млрд. рублей, что на 3 % больше уровня 2014 года (161,2 млрд. рублей) и на 12,3 % меньше чем в 2013 году (189,3 млрд. рублей).

Результаты статистических данных за 2015 год дают основание сделать вывод о том, что уровень производства первой половины этого года не превышал полученный в 2014 году, а основной прирост был достигнут во втором полугодии.

В течение 2015 года среди руководящего состава полиграфических предприятий доминировала достаточно трезвая оценка текущей ситуации, присутствовало понимание необходимости постоянной выработки конкретных мер и это, в конечном счете, обеспечило в значительной мере сохранение основного производственного потенциала полиграфической отрасли.

В таблице 1 представлен Общий выпуск печатной продукции в натуральных показателях по номенклатуре Росстата в 2015 году. [37]

Таблица 1 - Общий выпуск печатной продукции в натуральных показателях по номенклатуре Росстата в 2015 году (код по ОКВЭД 22.2 газеты, книги, прочая (журналы, рекламная, этикетка, упаковка, сопроводительная документация и представительская продукция)

Вид продукции	2013 г.	2014 г.	2014/2013 %	2015 г.	2015/2013 %
Газеты, млрд. экз. (4-х полосные. формата А 2)	18.1	14.1	78,0 %	16.7	92%
Книги, млрд. л/01 г.	10.2	8,9	87,0 %	9,4	92%
Прочая, млрд. л/отт	23.5	21.2	90,2 %	22.9	94%

Состояние отечественного рынка полиграфии характеризуется балансом спроса и предложения на выпуск той или иной печатной продукции в тот или иной отрезок времени. Сегодня рынок полиграфических работ уже сформировался и достаточно насыщен. Он включает в себя общефедеральную, межрегиональную и региональную составляющие.

По данным Межрегиональной ассоциации полиграфистов (МАП) [37] на полиграфическом рынке страны функционируют более 7 тысяч типографий и комплексов, на которых занято более 200 тысяч человек (таблица 2).

Таблица 2 - Структурные показатели полиграфии России на 2015г. Количество типографий и работающих на них

Федеральные округа	Общее кол-во типографий	Кол-во цифровых типографий	Кол-во типографий в столицах региона	Общая численность работающих в типографиях
1. Северо-Западный округ г. Санкт-Петербург всего:	2016	552	844	40497
II. Центральный округ г. Москва всего:	1017	623	1525	69354
III. Приволжский округ	1243	324	686	34682
IV. Северо-Кавказский округ	306	34	42	5342
V. Южный округ	482	97	250	11891
VI. Уральский округ	689	280	392	14860
VII. Сибирский округ	1174	268	797	22181
VIII. Дальневосточный округ	426	77	236	8643
Итого:	7353	2255	4772	207450

Самую большую группу предприятий в полиграфии продолжают составлять типографии с численностью работающих до 50 человек (рисунок 1), основной удельный вес среди которых падает на типографии с численностью работающих до 20 человек.

Численность занятых в крупных или средних типографиях и малых типографиях распределяется поровну, следовательно, в сфере малого полиграфического бизнеса сегодня занято около 100 тыс. человек.

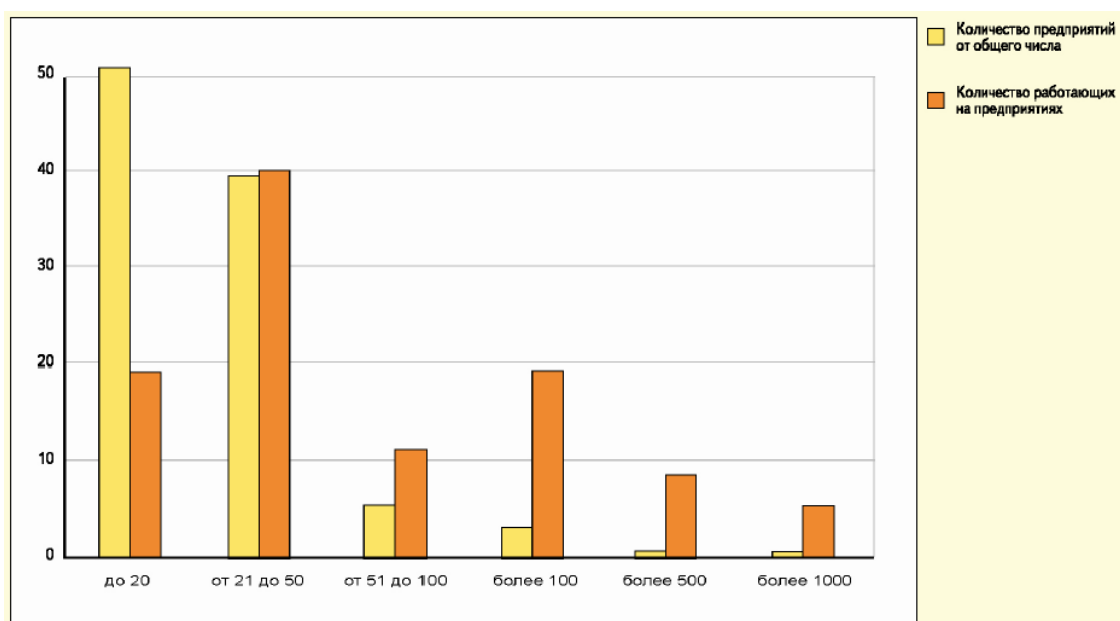


Рисунок 1 – Общая структура полиграфии в России в 2015 году, %

В отечественном издательско-полиграфическом комплексе в настоящее время такие условия отсутствуют и, следовательно, узко направленная сегментация рынка печатной продукции нарушает производственное и технологическое единство комплекса, приводит к потере необходимого регулирования ряда организационно-технических вопросов в этой сфере деятельности, оказывающих существенное влияние на функционирование и развитие отраслевого производственного потенциала.

Решающим фактором для индустрии печати будет не только развитие спроса на печатную продукцию, но, в первую очередь, усиливающееся давление электронных средств массовой информации.

На рисунке 2 представлена структура рынка печатной продукции.

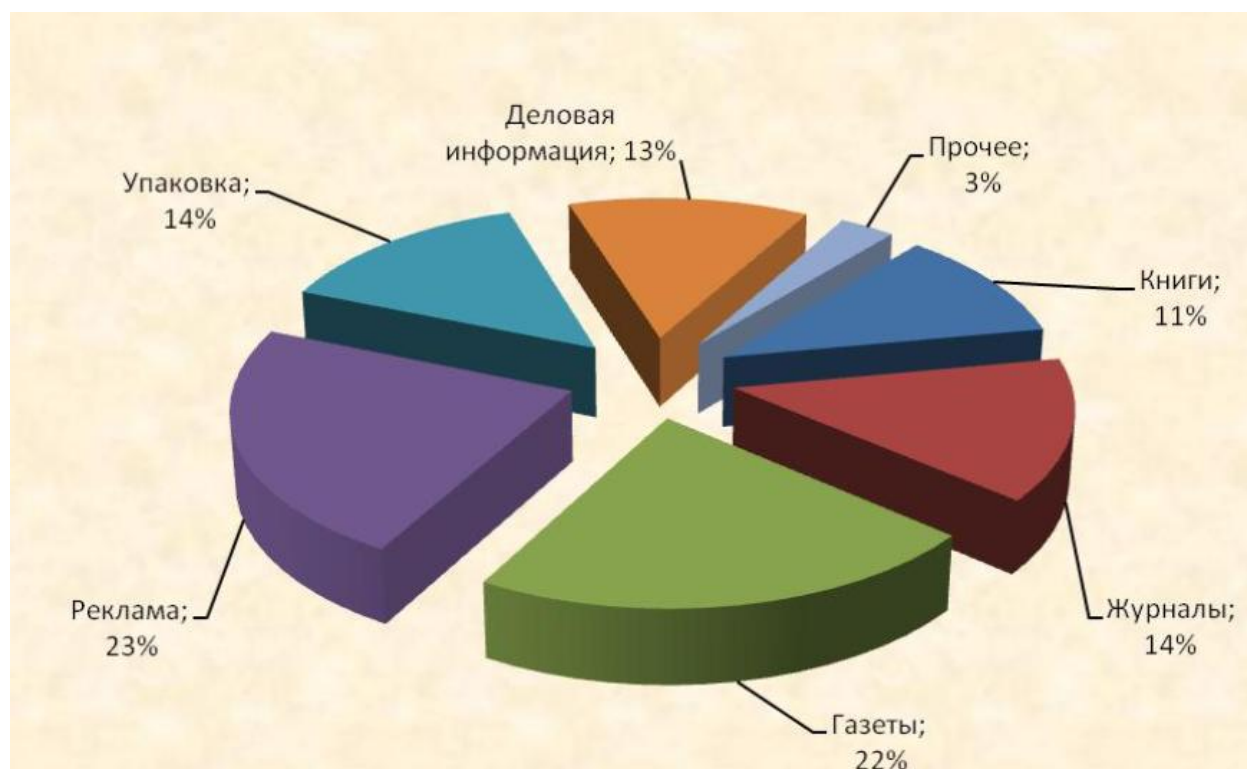


Рисунок 2 - Структура рынка печатной продукции в 2015 году

Коммуникационные технологии будут все больше влиять на все сферы общественной деятельности и иметь повышенное воздействие на рынок печати. С одной стороны, новые информационные технологии будут активно внедряться в полиграфическое производство, и совершенствовать его, обеспечивая дальнейшее развитие, а с другой стороны – вытеснять (замещать) печатную продукцию на информационном рынке.

Как показала экспертная оценка, среди основных проблем, продолжавших оказывать влияние на эффективность работы полиграфических предприятий, оставались:

- недостаточные темпы роста общего объема печатных работ;
- рост дебиторской задолженности за выполненные работы;
- уровень цен на полиграфические работы, влияние демпинга;
- недостаток собственных оборотных средств и последовательное увеличение стоимости бумаги и других расходных материалов.

Если оценивать общее состояние рынка полиграфических работ по завершению текущего года, то следует констатировать, что большинство типографий уже адаптировалось к новым требованиям издательских заказов, на рынке установился определенный баланс “спрос-предложение” за счет вынужденной “консервации” излишних производственных мощностей, в конкурентной борьбе наметилось ужесточение, а в работе с клиентами – улучшение.

Оценивая масштабы инвестиционной деятельности в отрасли в прошедшем году, следует отметить, что она отражает главное направление модернизации в современной полиграфии, связанное с расширением номенклатуры предлагаемых работ, повышением их качества и диверсификацией действующих производств. Несмотря на заметное снижение общего объема инвестиций, в 2015 году было установлено более 220 единиц печатной техники, половину из которых составили цифровые печатные машины промышленного типа.

В процессе разработки различных прогнозных вариантов развития полиграфического производства были определены положения и выявлены основные факторы, которые будут оказывать доминирующее влияние на дальнейшее позиционирование полиграфического потенциала в системе коммуникаций. Анализ развития событий последнего времени выявил, что главной проблемой для всего полиграфического бизнес-сообщества остается падение общего объема выпуска печатной продукции, нарастающая тенденция уменьшения масштабов полиграфического производства. Печать уступает ведущие позиции на информационном рынке, ее опережают комплексные интегрированные средства коммуникаций. Неизбежное решение проблемы монетизации в сети для издательств резко ускорит процесс сжатия рынка печатной продукции, но, одновременно, инновационные процессы откроют для полиграфии новые ниши в электронной сфере коммуникаций, в придании специфических свойств продукции, в которой используется печать.

1.2 Анализ факторов внешней среды, определяющий функционирование отрасли

Кризис и его последствия заставили все издательское сообщество осознать, что возврата к прежним условиям ведения бизнеса уже не будет. Ставится главная практическая задача – обозначить основные этапы движения в сторону мультимедийности и освоения новых источников доходов. Другими словами, найти оптимальное соотношение между производством печатной продукции и расширением зоны распространения контента в цифровом формате. На рисунке 3 представлен перечень предпринимательских рисков в полиграфическом производстве и критерии их возникновения

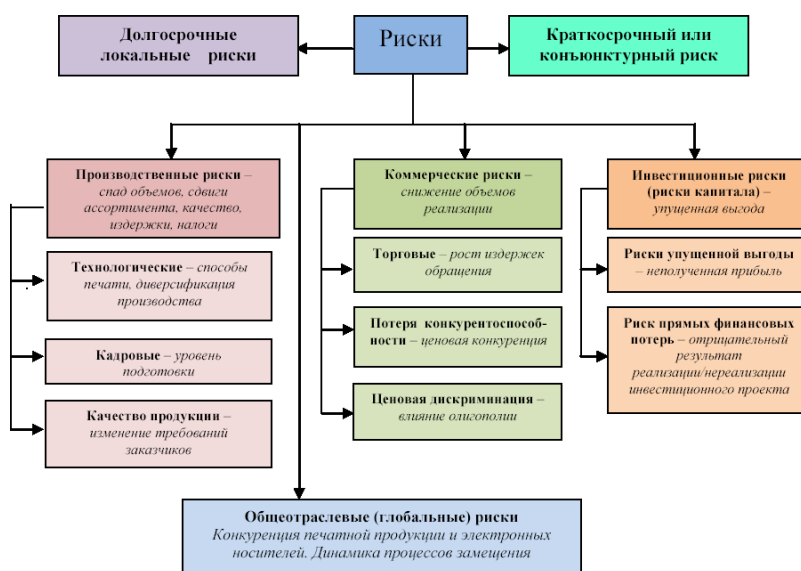


Рисунок 3 - Перечень предпринимательских рисков в полиграфическом производстве и критерии их возникновения

Следует отметить, что все представленные риски взаимообусловлены, воздействуют друг на друга и в то же время являются вполне автономными. Тем не менее, среди всех предпринимательских рисков следует выделить производственные и коммерческие риски, в связи с их наибольшим влиянием на развитие рынка.

Производственный риск в полиграфической сфере деятельности непосредственно связан с производством того или иного вида печатной продукции, осуществлением того или иного вида производства на данном отрезке времени.

Главные причины возникновения такого риска сегодня связаны с сокращением объемов производства, несоответствием ассортимента и качества печатной продукции складывающемуся спросу и рост материальных затрат.

Истоки коммерческого риска – тенденция снижения объема реализации вследствие негативного изменения конъюнктуры и рост издержек производства и обращения.

Рассмотрим наиболее значимые параметры, позитивное или негативное событие которых оказывает непосредственное влияние на позиционирование полиграфического производства в современной медиа-сфере и эффективность его функционирования.

Это в первую очередь факторы, определяющие потребление печатной продукции и соответствующее издательское предложение, состояние производственных мощностей и их структурные изменения, а также финансовую устойчивость производств.

1. Уровень потребления печатной продукции. В мировой практике оценка емкости рынка полиграфических работ осуществляется на основе подушевого внутреннего продукта (ВВП), т.е. определяется размером ВВП на душу населения и численностью населения. Согласно прогнозу развития экономики страны Центра макроэкономических исследований Сбербанка России на прогнозируемый период - ни в одном из просчитанных вариантов динамики показателей, определяющих емкость рынка печатной продукции (реальный ВВП, %; номинальный ВВП, трлн. руб.; инфляция, %; стоимость бивалютной корзины среднегодовая, руб.; реальные денежные доходы населения, %), а тем более их сочетание не предопределяет заметного роста производства печатной продукции [26]. Решающим обстоятельством при оценке перспектив

полиграфического производства будет не только экономическое развитие, а эффект замены печатной продукции средствами информации на электронных носителях.

2. Объем производства печатной продукции. Сложившаяся и перспективная динамика выпуска печатной продукции представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 - Объем производства печатной продукции

Анализ рынков печатной продукции, состояния полиграфического потенциала и оценка основных факторов влияния на дальнейшее развитие производства печатных изданий однозначно подтверждают прогноз о сохранении понижающего вектора в основных показателях полиграфического производства. [26]

Продолжается сокращение годового объема выпуска газет в натуральных показателях (листы-оттиски), как результат снижения общего разового тиража, уменьшение средних объемов газетных экземпляров и средней периодичности их выпуска.

Снижение средних тиражей книг и уменьшение их объемов, при наиболее вероятном продолжении замедления темпов роста, а более вероятно – падении числа названий изданий, сохранит ситуацию в секторе книжной печати рынка

полиграфических работ достаточно напряженной. Это весьма отрицательный фактор – с точки зрения загрузки и сохранения производственных мощностей. Позиции журнального полиграфического производства в условиях возрастания технологической сложности изданий и повышения требований к организации их выпуска будет определяться, главным образом, конкурентными возможностями по отношению к зарубежной полиграфической базе. Сохранится и высокая концентрация этого вида предприятий. Ввод новых мощностей в этой сфере деятельности в прогнозируемом периоде времени весьма ограничен из-за их высокой капиталоемкости, низкой рентабельности, длительной окупаемости и продолжительного ввода в эксплуатацию. При сохранении стабильности работы обрабатывающих отраслей, динамика производства бумажной, гибкой и картонной упаковки будет положительной.

Однако, тенденция роста издержек в результате постоянного повышения стоимости материалов и сырья будет инициировать отток заказов за рубеж. Сокращение всех видов печатной рекламы сохранит кризисную ситуацию в области малой полиграфии.

Несмотря на определенную внутреннюю проблематичность и возрастающую конкуренцию со стороны электронных средств коммуникаций, печатное производство в прогнозируемый период не претерпит каких-либо радикальных изменений. Тренд падения объемов выпуска печатной продукции еще будет вне зоны критического состояния полиграфического рынка, хотя процессы по его “оздоровлению” уже будут прогрессировать (вывод мощностей, закрытие предприятий). В течение предстоящих нескольких лет сокращение производства печатной продукции будет сдерживаться благодаря еще высоким издержкам переключения для большинства потребителей, связанных с финансовыми затратами на приобретение дополнительных электронных средств визуализации, с психологическими барьерами и временными затратами.

3. Потребление бумаги и картонов для печати. Объем производства бумаги для печати всегда рассматривался как отражение уровня выпуска печатной продукции в издательско-полиграфическом комплексе. Современная специфика отечественного целлюлозно-бумажного производства заключается в том, что выпуск продукции осуществляется в ограниченном ассортименте и не в соответствии с изменяющимися потребностями внутреннего рынка.

4. Состояние производственных мощностей полиграфического производства и их структура, направление модернизации. Основная характеристика состояния производственного потенциала полиграфического производства состоит в том, что все последние годы его развитие осуществлялось без учета реального спроса на рынке полиграфических работ. В результате, в этой сфере деятельности постоянно присутствует хроническое недоиспользование производственных мощностей и, как следствие, крайне низкая эффективность ведения бизнеса.

Оценивая тенденции инвестиционной деятельности в полиграфии с позиций настоящего, следует констатировать, что они отражают главное направление модернизации в современном производстве, когда в условиях спада объемов выпуска печатной продукции и расширения ее ассортимента, ужесточения конкуренции, основное внимание концентрируется на задачах расширения номенклатуры предлагаемых видов работ (услуг), повышения качества и возможностей диверсификации действующих производств.

Несомненно, что это направление деятельности получит свое продолжение и в прогнозируемый период времени. Возможный ограниченный ввод новых производственных мощностей в это время будет нивелирован более масштабным их выводом в результате консервации отдельных производств и закрытия отдельных предприятий.

Можно предвидеть, что в предстоящем отрезке времени будет заложена основа структурных преобразований в организации производства полиграфических предприятий, которые получат ускоренное развитие и в

дальнейшем. Имеется в виду, что печатная база типографий будет стремиться к универсальности, включать в свой состав комбинированное оборудование и располагать всеми преимуществами офсетной печати, систем “СtP – цифровая офсетная печатная машина” и цифровых печатных машин промышленного типа.

Такая структура позволит более гибко реагировать на все требования рынка и повысить рентабельность производства.

5. Инновационные тенденции в полиграфическом производстве. В сложных экономических условиях, стремясь к снижению затрат и повышению эффективности печатного бизнеса, а также расширению применения мультимедийных средств, издающие организации начинают использовать аутсорсинг второстепенных функций, что позволяет им сосредоточиться на своих ключевых компетенциях – создании контента и продажах рекламы. Данная тенденция открывает в полиграфической сфере деятельности новые возможности по расширению своих услуг за счет допечатных и кросс-медийных издательских процессов, таких как: цветное сканирование, электронная ретушь изображений, электронная верстка полос, цифровая цветопроба, цифровая печать и многое другое.

Освоение собственно производственного процесса и технологий, связанных с кросс-медийными изданиями в полиграфическом производстве вполне реально, поскольку в этой области деятельности уже существует определенная база применения электронных издательских процессов.

Несмотря на капиталоемкость организации данного направления в условиях печатно-отделочного производства и учитывая еще ограниченную клиентскую базу, следует считать, что в ближайшее время в полиграфии будет создана стартовая основа для освоения мультимедийных систем и их развития в дальнейшем.

6. Позиционирование цифровой печати. Приоритетное развитие цифровых технологий во всех сферах производств и коммуникаций стало

главным фактором настоящего времени. Не исключением стало и полиграфическое производство. Исключив полностью аналоговые технологии в допечатных процессах, цифровая техника последовательно внедряется в печатное производство. Уже сегодня в области производства малотиражной, персонализированной печатной продукции, печати “по требованию”, цифровые печатные машины находятся вне конкуренции. Даже в сложное для экономики время цифровая печать оставалась единственным сегментом полиграфического рынка, демонстрирующим рост.

7. Фактор распространения электронных средств чтения. По данным фирмы Digitimes Research и WAN-IFRA, в 2013 году продано в мире 10 млн. ридеров (планшетных ПК) – устройств для электронного чтения. Ожидается, что в ближайшее время эти устройства купят около 20 млн. человек. Конечно, если сопоставить эти данные только с мировым выпуском книг, то они не очень впечатляют. Но вспоминая темпы, с которыми распространялась компьютерная техника и средства мобильной связи, то представляется, что влияние этого фактора на рынок печатной продукции нельзя игнорировать. Электронные ридеры обладают широкими функциями: удобное чтение, возможность хранения большого объема документов, возможность обращения к словарям и энциклопедиям и т.д.

Несомненно, издательства проявляют интерес к этим устройствам, способным объединить преимущества печати и цифровых технологий. Однако, сегодня, когда отсутствует четкая бизнес-модель и единство в медиа-среде, можно утверждать, что в прогнозируемом периоде времени электронные устройства для чтения не окажут заметного влияния на масштабы полиграфического производства. Прогнозы их широкого распространения впечатляют, но о масштабной замене ими печатных изданий говорить пока не приходится.

8. Сравнение показателей эффективности издательского сектора и сектора полиграфического производства рынка печатной продукции.

Важнейшим фактором, определяющим настоящее состояние полиграфического производства и его последующее развитие в будущем, является рентабельность. Это относительный показатель эффективности каждой типографии, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов. Все последние годы вопросы эффективности полиграфических предприятий не сходят с повестки дня всех профессиональных собраний.

Сложившиеся состояние рынка полиграфических работ является отражением положения издательских и редакционных организаций на рынке печатной продукции, когда уровень цен на печатную продукцию определяется текущим спросом и ограничен в возможностях увеличения, с одной стороны, и постоянным ростом затратной составляющей в себестоимости продукции, с другой стороны. Одновременно, высоко конкурентный рынок полиграфических работ характеризуется хроническим превышением предложения над спросом, дальнейшим снижением тиражности изданий и усилением ценового диктата со стороны заказчиков производства печатной продукции.

Окончательный прогнозный вариант состояния полиграфического производства построен на основе анализа действующих факторов, характеризующих рынок полиграфических работ в настоящий период времени и имеющих устойчивое продолжение в будущем в силу определенной инерционности всей системы производства печатной продукции. Все факторы разделены на позитивные и негативные с позиции их дальнейшего влияния на развитие полиграфического комплекса, дана оценка степени их влияния на принципиальные изменения позиционирования полиграфии в мультимедийной среде.

Была сделана попытка определения наиболее явных тенденций в функционировании рынка печатной продукции и полиграфических работ в настоящем, вероятность их развития и возникновение новых направлений в будущем. Объективная оценка всех отрицательных факторов указывает на тенденцию дальнейшего сокращения полиграфического предложения на рынке

производства печатной продукции, и как следствие, увеличение удельного веса убыточных предприятий и количества банкротств.

В процессе разработки различных прогнозных вариантов развития полиграфического производства были определены основные положения и выявлены основные факторы, которые будут оказывать доминирующее влияние на дальнейшее позиционирование полиграфического потенциала в системе коммуникаций.

Проведенный прогнозный анализ возможного развития событий в сфере издательско-полиграфической деятельности в ближайший период времени дает только качественное представление о грядущих изменениях. Для определения точных ориентиров дальнейшего ведения бизнеса в этой области ИПК необходима разработка концепции на базе специального исследования современного состояния, общих тенденций и факторов, безусловно, влияющих на развитие индустрии печати, а именно:

Место ИПК в общей системе мультимедиа и предстоящие изменения в этой структуре;

Влияние электронных средств визуализации информации на отдельные сегменты традиционных рынков создания печатной продукции;

Оценка (характеристика) произошедших в последнее время существенных структурных и технологических изменений в издательско-полиграфическом комплексе страны (ИПК);

Определение востребованности общества в печатной продукции вообще и печатных средств информации, в частности, в предстоящие периоды времени.

1.3 Анализ внутренней среды предприятия

Общество с ограниченной ответственностью Издательский Дом «Класс Плюс» именуемое в дальнейшем «Обществом» создано в соответствии с

Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Общество действует на основании настоящего Устава и в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Полное официальное фирменное наименование Общества: Общество с ограниченной ответственностью Издательский Дом «Класс плюс»,
Сокращенное наименование Общества: ООО ИД «Класс».

Общество является коммерческой организацией.

Общество для достижения целей своей деятельности приобретает любые имущественные и личные неимущественные права, предоставляемые законодательством обществам с ограниченной ответственностью, несет обязанности, от своего имени совершает любые допустимые законом сделки, выступает в качестве истца или ответчика в суде.

Общество является собственником имущества, приобретенного в процессе его хозяйственной деятельности, учитываемого на его самостоятельном балансе. Общество осуществляет владение, пользование и распоряжение находящимся в его собственности имуществом по своему усмотрению в соответствии с целями своей деятельности и назначением имущества.

Основными видами деятельности Общества являются:

- издание книг, брошюр, буклетов и аналогичных публикаций, в том числе для слепых;
- издание карт и атласов, в том числе для слепых;
- издание нот, в том числе для слепых;
- издание газет;
- издание журналов и периодических публикаций;
- издательская деятельность;
- полиграфическая деятельность;
- брошюровочно-переплетная и отделочная деятельность;

- печатание газет;
- изготовление печатных форм;
- оптовая торговля книгами;
- розничная торговля книгами;
- оптовая торговля газетами и журналами;
- розничная торговля газетами и журналами;
- оптовая торговля писчебумажными и канцелярскими товарами;
- розничная торговля писчебумажными и канцелярскими товарами;
- оптовая торговля бумагой и картоном;
- розничная торговля бумагой и картоном;
- рекламная деятельность;

Фирма выполняет следующие работы и услуги:

- Дизайн (разработка товарного знака, логотипа, оригинал-макетов для размещения в средствах массовой информации (далее – СМИ)).
- Размещение оригинал-макетов, рекламных статей, частных и другого рода объявлений в СМИ г. Красноярска и других регионов страны.
- Полиграфия (ежемесячный рекламно-информационный каталог «Твой город детства», листовки, буклеты, календарь настенный, календарь карманный, визитные карточки, фирменные бланки, каталоги, брошюры, плакаты и др.)
- Шелкография (визитные карточки, фирменные бланки, полиэтиленовые пакеты, бумажные пакеты, конверты, одежда (футболки, бейсболки и т.д.), флаги, значки, фирменные папки, стикеры (наклейки) и т.п.).
- Адресная рассылка.
- Плоттерная резка.
- Сувенирная продукция (с нанесением фирменной символики методом шелкографии, декорирования, лазерной гравировки (VIP - сувениры), конгрева, тиснения фольгой, тампопечати, термографии, термоаппликации, персиковой печати и др. на авторучки, зажигалки, брелоки, флаги, посуду, линзовые наклейки и т.д.).

- Упаковочная продукция (методом флексопечати - скотч, крупные партии пакетов с нанесением фирменной символики).
- Наружная реклама (щиты, указатели, оформление фасада здания, имиджевая реклама, лайт – боксы (световые коробки), вывески, таблички, маркизы (козырьки), штендеры («раскладушки»), оформление автотранспорта, печать банерных растяжек и их установка, нестандартные конструкции по желанию клиента) – изготовление и монтаж с подготовкой пакета документов для согласования размещения объектов с городскими властями и уполномоченными службами города.

Миссия:

- понять потребность каждого клиента, предварительно изучив его деятельность;
- выбрать из всего многообразия услуг необходимое сочетание и предложить оптимальные варианты комплексного обслуживания с детальным описанием;
- предоставить в максимально короткие сроки готовую продукцию как можно лучшего качества за предоставленные потребителем деньги;
- уменьшить по максимуму затраты потребителя, прежде всего, затраты времени;
- помочь клиенту с выходом на новые рынки сбыта.

Производственные цели:

- уменьшение простоя оборудования;
- эксплуатация производственных площадей независимо от сезона;
- четкий режим загрузки рабочих;
- увеличение объема производства;
- уменьшение затрат и издержек производства путем поиска новых поставщиков качественных и недорогих материалов;

В ООО ИД «Класс Плюс» организация управления сочетает в себе линейные и функциональные формы, образуя линейно – функциональную структуру управления, когда руководитель, являясь единоначальником, имеет в

своем ведении штат, состоящий из функциональных отделов, выполняющих определенные функции управления.

Общее собрание учредителей является высшим органом управления Общества. Общество обязано ежегодно проводить годовое общее собрание учредителей в сроки не ранее чем через 2 месяца и не позднее чем через 6 месяцев после окончания финансового года. Рассмотрим организационную структуру предприятия на рисунке 5.

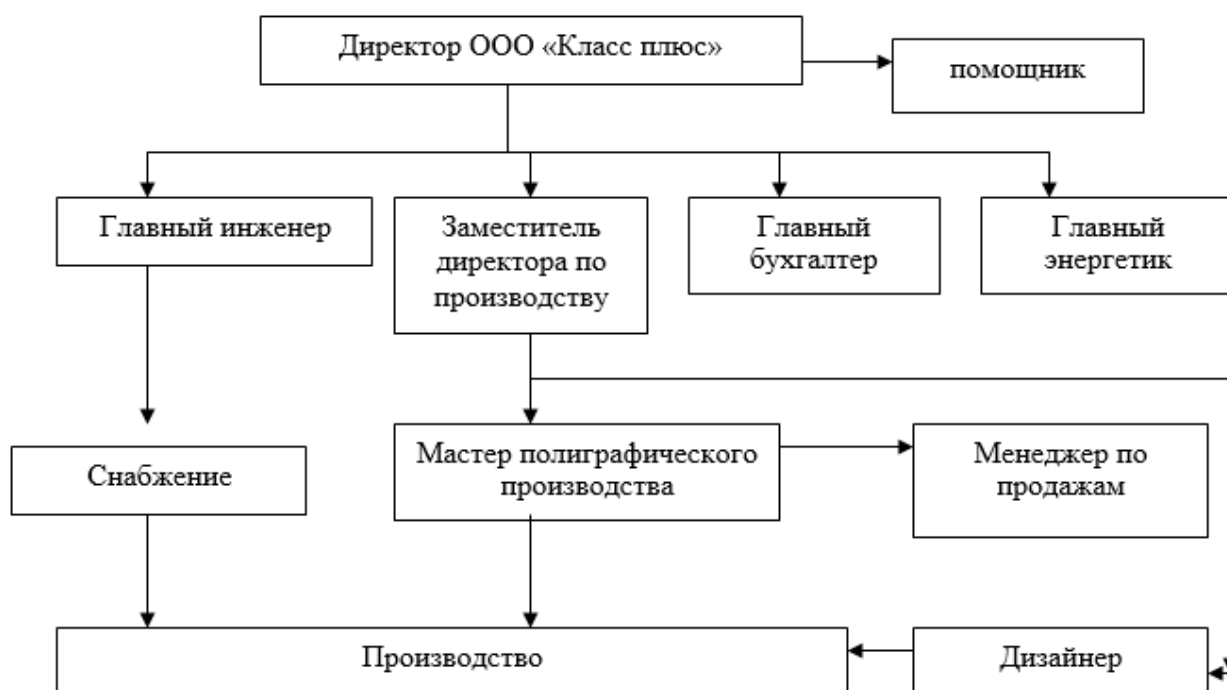


Рисунок 5 - Организационная структура ООО ИД «Класс Плюс»

Единоличным исполнительным органом, осуществляющим текущую деятельность Общества, является директор, который подотчетен общему собранию учредителей. Директору подчиняются все функциональные руководители, каждый из которых осуществляет управление в пределах своих зон ответственности.

Текущее руководство деятельностью осуществляет директор предприятия на основе использования научных методов управления, исследования внешних

и внутренних условия рынка, обеспечивает взаимодействие производственных единиц, служб, цехов и других подразделений.

Бухгалтер ведет бухгалтерский учет, осуществляет контроль за расходованием средств и соблюдением финансовой дисциплины, составляет отчеты и бухгалтерские балансы, производит расчеты с рабочими и служащими, анализирует финансовые результаты деятельности предприятия.

Заместитель директора по производству непосредственно руководит производственным процессом, заключает договора на поставку продукции, отвечает за организацию доставки товаров покупателям, организует работу складского хозяйства.

Менеджер осуществляет оперативный контроль за сбытом продукции, составляет планы продаж и занимается привлечением новых клиентов, приемом и обработкой заказов клиентов, оформлением необходимых документов, связанных с продажей, осуществляет информационную поддержку покупателей.

Типография имеет четкое распределение функций, прав и обязанностей между сотрудниками, организационную структуру "начальник-подчиненный", практически отсутствует совмещение функциональных обязанностей, и как следствие – существует определенный в документах и применяемый на практике набор основных бизнес-процессов и процедур. Особенностью таких типографий среднего уровня, как «Класс Плюс» является территориальная концентрация, т.е. все подразделения расположены на одной территории, что существенно упрощает взаимодействие между ними.

По индивидуальным обращениям, заказ поступает лично при обращении к менеджеру, либо консультация по телефону, с последующим утверждением заказа непосредственно с менеджером. Заказ оформляется в паспорте, с указанием всех видов работ и всех затрат на производство для внесения в бухгалтерскую отчетность, также прилагается макет заказчика или разработанный непосредственно в типографии. Далее паспорт передается на

утверждение заместителю директора по производству и после подтверждения оплаты, в конечном итоге передается мастеру полиграфического производства, который контролирует весь процесс от самого начала и до выдачи заказчику. Выдача производится непосредственно в типографии, либо с курьерской доставкой.

Анализируя данный алгоритм можно выделить следующие моменты. Бумажная волокита занимает достаточно много времени и при больших объемах заказов повлечет задержки и путаницу среди всех работников предприятия. Заказчику необходимо лично присутствовать при утверждении заказа у менеджера. Размещенной информации о всех особенностях услуг и цен на них в открытом доступе недостаточно, значит на этапе принятия решения о выборе подходящего предприятия, потенциальный покупатель выберет более выгодное предложение. Данная система является устаревшей, неудобной, отталкивает целевую аудиторию, заинтересованную в более выгодном предложении и желающую знать товаре или услуге, которые получит, больше информации.

Также проведем анализ внутренней среды, обеспечивающие ООО ИД «Класс Плюс» преимущества перед конкурентами, и слабые стороны, не позволяющие организации достичь конкурентных преимуществ.

Выбор базовых характеристик будем производить из критериев, характеризующих деятельность фирмы.

Рассмотрим наиболее значимые сильные и слабые стороны организации.

Кадровый срез. Штатная численность персонала ООО ИД «Класс Плюс» состоит из 46 штатных единиц (фактически работают 41 человек). 27% персонала имеют высшее образование.

Должностные инструкции определяют права, обязанности и ответственность каждого сотрудника организации.

Таблица 3 - Выбор ключевых характеристик кадровой составляющей потенциала ООО ИД «Класс Плюс»

Базовые характеристики	Оценка важности	Ключевые характеристики
1	2	3
1. высокая квалификация сотрудников	+9	1. высокая квалификация сотрудников
2. большой опыт работы в рекламной сфере у сотрудников проектного отдела	+7	2. компетентность руководства
3. низкая мотивированность труда	-3	3. большой опыт работы в рекламной сфере у сотрудников производства
4. оптимальное соотношение исполнительского и управленческого персонала	+4	4. низкая степень вовлечения сотрудников в управление
5. продуманная кадровая политика	+2	5. отсутствие возможности карьерного роста
6. высокая текучесть кадров	-4	6. высокая текучесть кадров
7. высокая трудовая дисциплина	+4	
8. отсутствие возможности карьерного роста	-6	
9. компетентность руководства	+8	
10. низкая степень вовлечения сотрудников в управление	-5	

Финансовый срез. Анализ коэффициентов ликвидности позволяет судить об улучшении платежеспособности ООО ИД «Класс Плюс» в отчетном периоде. Тем самым, повысилась возможность предприятия своевременно рассчитываться по своим текущим финансовым обязательствам за счет

оборотных активов различного уровня ликвидности. Выявлены резервы для расширения деятельности в связи с ростом оборотного капитала.

Таблица 4 - Выбор ключевых характеристик финансовой составляющей потенциала ООО ИД «Класс Плюс»

Базовые характеристики	Оценка важности	Ключевые характеристики
1	2	3
1. адекватные финансовые ресурсы	+10	1. адекватные финансовые ресурсы
2. своевременные расчеты по налоговым обязательствам	+2	2. эффективный контроль за издержками
3. владельцы руководят предприятием	+3	3. гибкая система расчетов с покупателями
4. использование лизинга на предприятии	+2	4. гибкая система расчетов с поставщиками
5. удовлетворительная ликвидность предприятия	+4	5. удовлетворительная ликвидность предприятия
6. эффективный контроль за издержками	+6	6. внутрифирменное планирование
7. внутрифирменное планирование	-4	
8. использование системы предоплаты	+3	
9. гибкая система расчетов с покупателями	+5	
10. гибкая система расчетов с поставщиками	+5	

Организационный срез. Структура управления ООО ИД «Класс Плюс» является высокоэффективной: гибкой, адаптивной, с налаженными коммуникациями, высокой скоростью реакции на изменения внешней среды. Параметры эффективности: достижение цели, качество функционирования, экономичность, внешние и внутренние социально-экономические условия

высоко оценены экспертами. Таким образом, эффективность структуры управления обеспечивает конкурентное преимущество ООО ИД «Класс Плюс».

Маркетинговый срез. Анализ маркетинговых возможностей организации выявил, что на предприятии этой деятельности уделяется крайне мало внимания, что проявляется в неэффективных методах продвижения услуг компании на рынке и отсутствии инноваций в методах продаж типографских услуг.

Рассмотрим методы продвижения продуктов компании на рисунке 6.



Рисунок 6 – Методы продвижения продуктов ООО ИД «Класс Плюс»

Следующим этапом будет, сведение всех ключевых характеристик маркетинговой составляющей потенциала ООО ИД «Класс Плюс» . Этот этап произведен в таблице 5

Таблица 5 - Выбор ключевых характеристик маркетинговой составляющей потенциала ООО ИД «Класс Плюс»

Базовые характеристики	Оценка важности	Ключевые характеристики
1	2	3

Продолжение таблицы 5

1. высокое качество и эксклюзивность продукции	+9	1. высокое качество и эксклюзивность продукции
2. широкий ассортимент продукции	+7	2. отсутствие маркетинговых исследований
3. договорная стоимость продукции	+5	3. широкий ассортимент продукции
4. длительный жизненный цикл продукции	+4	4. договорная стоимость продукции
5. хорошая репутация у покупателей	+6	5. небольшое количество рекламы
6. комплексное обслуживание	+3	6. небольшая доля рынка
7. отсутствие маркетинговых исследований	-8	
8. небольшое количество рекламы	-3	
9. небольшая доля рынка	-2	
10. непродуманная концепция продвижения	-1	

Среди клиентов ООО «Класс» был проведен анализ причин взаимного сотрудничества. На вопрос о том, что наиболее важно при принятии решения о работе с той или иной типографией, те, кто уже сотрудничает с ООО ИД «Класс Плюс», и те, кто по разным причинам в данный момент не работает с ООО «Класс», отвечали почти одинаково:

1. На первом месте у клиентов ООО ИД «Класс Плюс» стоит удовлетворение качеством выполнения заказов.

2. Далее клиенты ООО ИД «Класс Плюс» назвали важным общее впечатление от общения с менеджером или личное знакомство с руководителем ООО ИД «Класс Плюс» – почти треть опрошиваемых.

3. На третьем месте финансовые условия: скидки, выгодные цены. Выгодные цены – 14% (для тех же, кто еще не решился на совместную работу, это условие стоит на первом месте наряду с примерами работ типографии – 21,5%).

Среди влияющих на решение факторов и той, и другой категорией опрашиваемых были отмечены еще и положительные рекомендации коллег.

Основная проблема комплекса маркетинга объекта исследования заключается в элементе «продвижение»: потенциальные клиенты не достаточно хорошо осведомлены о продуктах компании. Причиной проблем продвижения является низкая эффективность методов продвижения. К основным методам продвижения услуг ООО ИД «Класс Плюс» относятся реклама, стимулирование продаж, публик рилейшнз, паблицити, прямые продажи, телемаркетинг, прямая рассылка.

Таким образом, в маркетинге для ООО ИД «Класс Плюс» сосредоточены основные слабые стороны организации: неэффективные методы продвижения товаров на рынке и отсутствие инноваций в методах продаж.

Технологический срез. ООО ИД «Класс Плюс» практикует следующую схему работы с клиентом. При обращении клиента, менеджер, прежде всего, составляет план для данного клиента. Менеджер утверждает план у клиента, заключает договор на размещение, выставляет счет и ждет стопроцентной оплаты. При поступлении платежа и наличии уже согласованного с заказчиком оригинал-макета или объявления менеджер подает внутреннее техническое задание с приложением распечатки макета или указанием его пути в электронном виде в компьютере дизайнеру. При отсутствии платежа заказ не печатается.

При подаче менеджером утвержденного заказа в виде внутреннего технического задания, зам директора по производству передает все необходимые материалы в производство, где курирует производственный процесс мастер.

Печать полиграфической продукции производится способом офсетной печати – переносом с помощью типографского оборудования изображения, текста на бумажный носитель. Применяется при необходимости производства крупных тиражей либо при печати полноцветного изображения.

Тираж печатается на машине «Хайльдельберг», которая характеризуется высокой себестоимостью в сочетании с очень высоким качеством. Имеет смысл применения с целью печати продукции для потребителей высокого уровня, для привлечения корпоративных клиентов.

Таблица 6 - Выбор ключевых характеристик производственной составляющей потенциала ООО ИД «Класс Плюс»

Базовые характеристики	Оценка важности	Ключевые характеристики
1	2	3
1. близость расположения производственных помещений и офиса	+3	1. высококачественные материалы
2. большие производственные помещения	+5	2. современное оборудование
3. современное оборудование	+8	3. эффективное управление производственным процессом
4. высококачественные материалы	+9	4. низкая степень нововведений
5. недорогие материалы	+6	5. отсутствие экономии от масштабов
6. эффективное использование основных и оборотных средств	+5	6. работа только под заказ
7. отсутствие экономии от масштабов производства	-2	
8. низкая степень нововведений	-4	
9. эффективное управление производственным процессом	-1	
10. работа только под заказ		

Далее произведем формирование перечня сильных и слабых сторон ООО ИД «Класс Плюс». Этот этап осуществляем путем ответа на ключевые вопросы в таблице 7.

Таблица 7 - Формирования перечня сильных и слабых сторон ООО ИД «Класс Плюс»

Ключевой вопрос	Сильная сторона	Слабая сторона
1	2	3
<p>1. Маркетинг</p> <p>1.1.высокое качество и эксклюзивность продукции</p> <p>1.2.договорная стоимость продукции</p> <p>1.3.широкий ассортимент продукции</p> <p>1.4.отсутствие маркетинговых исследований</p> <p>1.5.небольшое количество рекламы</p> <p>1.6.небольшая доля рынка</p>	<p>Высокое качество и эксклюзивность продукта и широкий ассортимент продукции привлекают заказчиков.</p> <p>Договорная стоимость продукции позволяет разрабатывать проекты доступные по цене для заказчика</p>	<p>Отсутствие маркетинговых исследований мешает фирме четко определять емкость рынка.</p> <p>Небольшое количество рекламы и малая доля рынка снижают узнаваемость фирмы.</p>
<p>2.Производство</p> <p>2.1высококачественные материалы</p> <p>2.2. современное оборудование</p> <p>2.3. эффективное управление производственным процессом</p> <p>2.4.низкая степень нововведений</p> <p>2.5.отсутствие экономии от масштабов</p> <p>2.6.работа только под заказ</p>	<p>Производственные мощности соответствуют конкурентным требованиям сегодняшнего дня.</p> <p>Производственные мощности используются эффективно.</p>	<p>Исследования и разработки самостоятельно не проводятся.</p> <p>Производство штучное, под заказ, поэтому нет возможности экономии от масштабов.</p>

Продолжение таблицы 7

<p>3.Кадры</p> <p>3.1. высокая квалификация сотрудников</p> <p>3.2. выдающаяся компетентность руководства</p> <p>3.3. большой опыт работы в рекламной сфере у сотрудников проектного отдела</p> <p>3.4. низкая степень вовлечения сотрудников в управление</p> <p>3.5. отсутствие возможности карьерного роста</p> <p>3.6. высокая текучесть кадров</p>	<p>Руководят фирмой ее владельцы. Смена состава руководства не планируется, так как руководители обладают выдающейся компетенцией. Квалификация персонала фирмы соответствует ее текущим и будущим потребностям</p>	<p>Слабая мотивация персонала. Оплата труда работников ниже фирм аналогичного профиля.</p>
<p>4.Финансы</p> <p>4.1. адекватные финансовые ресурсы</p> <p>4.2. эффективный контроль за издержками</p> <p>4.3. гибкая система расчетов с покупателями</p> <p>4.4. гибкая система расчетов с поставщиками</p> <p>4.5. удовлетворительная ликвидность предприятия</p> <p>4.6. внутрифирменное планирование</p>	<p>Фирма обладает адекватными ресурсами и прослеживается тенденция постоянного повышения финансовых показателей.</p> <p>Приобретение оборудования осуществляется путем финансового лизинга.</p>	<p>Фирма не пользуется краткосрочными кредитами.</p>

На основании анализа данных, проведенного в таблице 7, выделим самые сильные по составляющим потенциала фирмы и слабые стороны фирмы (таблица 8).

Таблица 8 - Итоги анализа сильных и слабых сторон ООО ИД «Класс Плюс»

Составляющая потенциала фирмы	Сильная сторона фирмы	Слабая сторона фирмы
1	2	3
1. Маркетинг	Высокое качество продукции	Отсутствие программы продвижения услуг на рынке
2. Производство	Производственные мощности соответствуют конкурентным требованиям сегодняшнего дня.	Отсутствие экономии от масштабов
3. Кадры	Исключительная компетентность руководства	Низкая степень вовлечения сотрудников в управление
4. Финансы	Адекватные финансовые ресурсы	Отсутствие внутрифирменного планирования

Выявленные сильные стороны фирмы помогут ей в достижении своих целей, слабые стороны являются препятствием к достижению целей.

2 Теоритические основы решения задачи

2.1 Обоснование необходимости реорганизации Web – пространства и усовершенствования информационных систем

В первую очередь, следует обратить внимание, что внедрение информационной разработки должно помочь предприятию решить какую – то проблему и повысить конкурентоспособность предприятия, за счет привлечения большего количества потенциальных покупателей и увеличить прибыль в долгосрочной перспективе.

Так как предприятие работает в основном с корпоративными клиентами и за счет государственных заказов, ему стоит сконцентрироваться на продвижении своих услуг и товаров среди простых покупателей. продвижение

бренда, услуг и продуктов за пределами края; продвижение новых товаров и услуг для жителей города Красноярска.

Сайт предприятия на сегодня является одним из слабых мест в каналах коммуникации с клиентами. Для администрации он решает часть задач, связанных с информированием, но не является ресурсом способным привлечь потенциальную аудиторию (много места занимают новости, много мелкого нечитабельного на мобильных устройствах текста, нет яркого и эмоционального визуального фото; отсутствие английской версии сайта; сайт выглядит устаревшим и не интересным). Главный интернет ресурс предприятия нуждается в переработке: в информационной части приоритет должен отводиться показу преимуществ типографии; провести интеграцию сайта с социальными сетями; добавить больше информации об услугах; адаптировать сайт для мобильных устройств.

На сегодняшнее время большинство этапов технологических производственных процессов самых разнообразных типов продукции является в той или иной степени автоматизированными, что значительно повышает продуктивность и эффективность производства. В частности, данная тенденция, ярко выраженная в полиграфической отрасли, однако, если автоматизация печатных и послепечатных производственных процессов достигла высокого развития и обеспечивается, главным образом, использованием сложного высокопроизводительного полиграфического оборудования, то допечатные процессы, такие как оформления заказа, расчет его стоимости автоматизированы в незначительной степени. При этом если верстка и разработка дизайна являются процессами, которые трудно формализуются и плохо поддаются автоматизации, то расчет стоимости заказа на полиграфическую продукцию зависит от ограниченного количества значений факторов, которые относительно легко могут быть учтены в среде автоматизированной программы.

С развитием Интернета появились абсолютно новые формы организации производства печатных изданий – размещение заказа, утверждение цветопробы, оформление и доставка тиража, согласование текущих вопросов, все это и многое другое осуществляется в режиме online и позволяет предприятию эффективнее использовать свои ресурсы.

На данный момент на предприятии не существует онлайн заказа товаров и расчета стоимости заказа. В основном все заказы формируются только непосредственно у менеджеров организации в бумажном виде, что не всегда удобно. Вот некоторые недостатки процесса:

1) Тратится много времени, чтобы прийти и сделать заказ, высчитать его стоимость, а также дозвонится до менеджера и договориться.

2) Длительное ожидание при оформлении и утверждении документов, который предоставляется в бумажном виде.

3) Ошибки и неточности в заполнении и дальнейшем утверждении документов. Они могут возникнуть при заполнении заявки. Сведения могут заполняться по телефону, что может привести к некоторому непониманию и ошибкам в заполнении бумаг.

Для того чтобы избавиться от этих недостатков, было принято решение о реорганизации web - пространства и разработке информационной системы, основной целью которой стало бы сокращение времени на формирование заказа и расчет его стоимости, а также упрощения процесса обслуживания клиентов.

Технология онлайн типографии подразумевает под собой перенос на заказчика или потенциального покупателя, а также на систему автоматизации выполнения основной части рутинной работы, не являющейся для предприятия прибыльной и занимающей много времени и, как следствие, тормозит производительность и эффективность предприятия. Реализуется данная система очень просто. Клиент формирует на сайте типографии заказ на основании предоставляемых типовых шаблонов или пользуется редактором, если таковой присутствует. После этого клиент сам утверждает свою работу и нет

необходимости в длительной бумажной работе. Поскольку заказ шаблонный, то его выполнение для предприятия пройдет намного быстрее и проще, чем обычного. Получается, себестоимость выполнения такого заказа для предприятия ощутимо снижается, и в итоге, отпускная цена будет снижена. Чем ниже цены на заказы, тем больше будет привлечено новых покупателей и выполнено больше заказов. Получается более эффективное производство за счет более низкой себестоимости и выше полученный доход. Но существуют и некоторые проблемы. Для большинства заказов можно разработать типовые стандарты, но главное, это абсолютно четкая проработка и описание шаблонов. В результате для клиента весь процесс покупки будет проходить таким образом: Клиент при посещении сайта предприятия выбирает шаблонный макет, который больше всего соответствует его представлению о готовом продукте, и скачивает его. Взяв за основу шаблон, клиент создает свой макет придерживаясь установленных ограничений: величина полос, количество применяемых цветов, формат изделия и т. д. В итоге у заказчика получается готовый макет, который он загружает на сайт типографии и заполняет обратную форму связи, с указанием базовых параметров: сорт и плотность бумаги, тиражи т.д. Все доступные параметры, как правило, выбираются из готового списка доступных. Обычно имеется несколько сортов бумаги и два-три типа плотности. Типичные варианты: 250, 500, 1000, 1500, 2000, 5000 экземпляров. Другие варианты заказать нельзя, так как обычно существуют ограничения по тиражам, чтобы можно было объединить заказ с другими. Также возможно несколько вариантов отделочных работ: лакирование, ламинирование (с обеих сторон или только с одной). Обычно, большого разнообразия отделочных работ не предусматривается. После того, как заказчик заполнил форму обратной связи, система автоматически рассчитывает сумму заказа (на базе шаблонных изделий это сделать легко) и выставляет клиенту счет на оплату, либо запускает терминал по работе с кредитными картами. Когда клиент оплатил стоимость заказа, ему дается доступ к FTP- сайту

предприятия, где он сможет загрузить шаблон своего изделия. По окончании загрузки на сайт предприятия, файл с макетом попадает в систему по управлению рабочими потокам предприятия, где в первую очередь проходит проверку на соответствие установленным параметрам (формат изделия, красочность цветов, разрешение картинки и т. д.). Если в файле, который загрузил заказчик не находят нарушений, то клиенту высылается подтверждение о принятии заказа, и устанавливается срок изготовления и выдачи товара (это возможно установить и заранее, после ввода параметров заказа на сайте). Если обнаружатся какие-либо неточности и ошибки, то клиенту придет сообщение о необходимости исправления. До тех пор, пока ошибки не исправлены, заказ в работу не поступит. Спустя указанное время курьерская служба доставляет клиенту готовый товар. Именно так должна работать данная система в идеале. Во многих иностранных типографиях она работает очень эффективно.

2.2 Преимущества реорганизации Web - пространства

Web-to-print, также известный как Web2Print или удаленная публикация (remote publishing) — это коммерческий допечатный процесс, который заполняет пробел между цифровым контентом в сети и коммерческим печатным производством[7]. Этот процесс позволяет типографии, клиенту и, возможно, графическому дизайнеру создавать, редактировать и утверждать макеты в электронном виде во время фазы допечатной подготовки. Этот процесс всё больше и больше опирается на рабочий процесс, основанный на формате PDF (Portable Document Format) и цифровой печати. Хотя, безусловно, не существует ограничения, что результат может быть достигнут исключительно методом цифровой печати. Сегодня Web-to-print используется в полиграфической отрасли как в офсетной печати, так и в цифровой.

На сегодняшний день автоматизация производства занимает одно из важнейших мест в вопросах, связанных с организацией производства. С

развитием таких технологий, как “print-on-demand” (печать по требованию), спрос на оперативное и качественное выполнение заказов возрос. Появление термина “Web to print” не случайно. Данная технология – это логическая ступень развития печати по требованию. Интернет придал полиграфии новый импульс в развитии и породил целое направление, связанное с заказом продукции через интернет (Web-to-Print). Если в 2000 году лишь 3% полиграфических заказов в мире поступало из Интернета, то в 2010 г. – 15%, в 2014 г. – 22%, а в 2016г. – 28 [5]. С использованием Web to print, возможно значительное повышение эффективности производства, что не маловажно при работе с большим объемом печатных наименований, в то время, когда их тиражи снижаются. Web to print включает в себя множество технических и технологических переходов, которые объединяются одной или несколькими логически-связанными системами, позволяющие соединить все процессы производства воедино и сократить переходы между ними. Стандартная схема изготовления тиража изображена на рисунке 7.

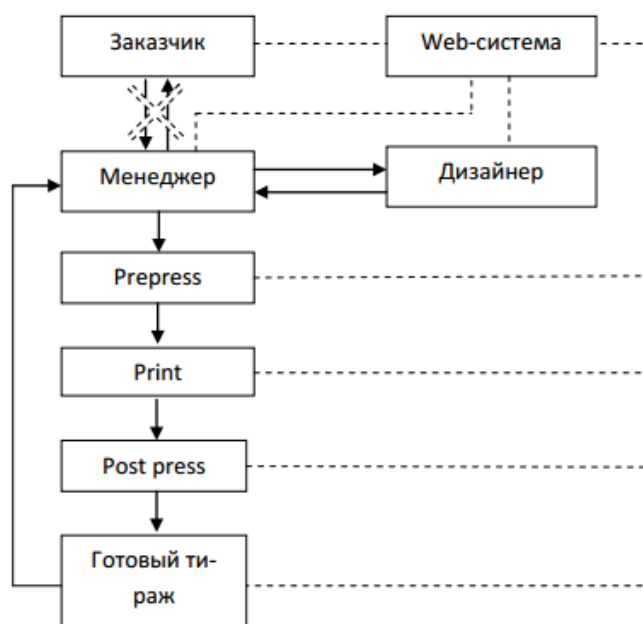


Рисунок 7 - Изготовление тиража

На ней видно, что заказ поступает к менеджеру, а далее, если требуется, к дизайнеру, который либо корректирует макет заказчика, либо создает новый.

При получении пригодного к печати макета, он согласуется через менеджера с заказчиком и только после этого отправляется на производство. После прохождения всех стадий производства, тираж через менеджера передается заказчику. Такова типовая структура выполнения заказа. Когда речь идет об использовании технологии Web2Print, то появляется некая Web-система (рисунок 8), которая включает в себя как сайт с набором шаблонов, так и различное ПО для создания тех. карт, договоров и что, несомненно, упрощает диалог между различными звеньями производства и с самим заказчиком.

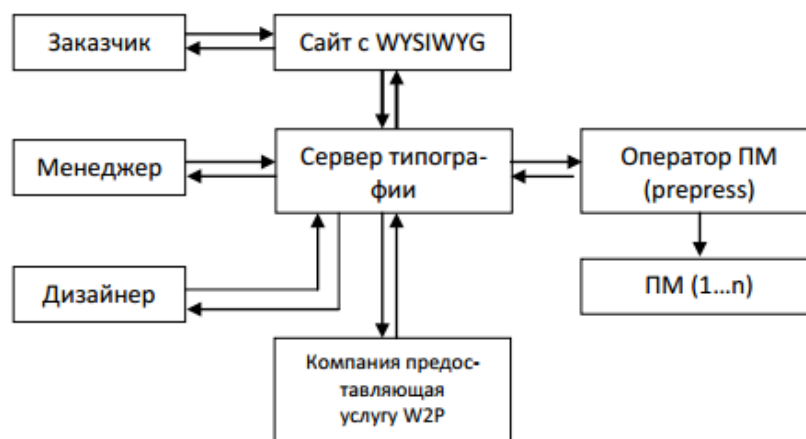


Рисунок 8 - Пример структуры Web-системы

В комплексе с использованием данной технологии главным отличием является то, что все связи являются двусторонними (обозначены пунктиром) и более оперативными за счет компьютеризации как запросов, так и ответов. В то время как большинство связей между объектами в типичной схеме односторонние и не имеют технического контроля, который бы позволил улучшить и ускорить их качество.

Рассмотрим подробнее Web-систему. На рисунке 8 показано, как происходит диалог между объектами и субъектами управления. Заказчик отправляет созданный или готовый оригинал-макет через сайт на сервер типографии, где он становится доступен менеджерам и дизайнерам, которые могут вносить коррективы по требованию заказчика и работать с ним в режиме

online. Далее заказ отправляется на печать через оператора ПМ. Далее по схеме на рисунке 7 на остальные стадии производства (postpress). В этой структуре компания, которая предоставляет услугу Web to Print, контролирует исправность и правильность прохождения сигналов между объектами.

Если теоретически описать все преимущества внедрения онлайн продажи на предприятии, то самое основное: при работе через Интернет не нужны менеджеры для принятия заказов от покупателей. Эту функцию берет на себя сам интернет-сайт. Под этим подразумевается, что клиент сам найдет сайт предприятия и, во всем разобравшись сам, разместит заказ. Но, если не указаны регионы доставки и местоположение компании, то могут возникнуть определенные проблемы. Например, если клиент из Кемеровской области разместит заказ в типографии Красноярска, то доставить тираж будет очень дорого и займет много времени. Если система сможет это отследить, то не будет проблем, а если нет, то с большой вероятностью может оказаться, что доставка будет за счет предприятия. А заказчик будет формально прав. Это одна из особенностей работы через Интернет. Но самая важная особенность заключается в том, что раз нет менеджеров по работе с клиентами, то нет и затрат на их работу, ведь в стоимость каждого заказа включены и затраты за работу ведущего менеджера, исчисляемые в процентах от цены. Допустим, это всего лишь 5%, но, исключив затраты на менеджера, можно безболезненно снизить стоимость заказа или же получить повышенную прибыль. Кроме того, менеджеру для работы необходимо иметь офис, различные инструменты для работы и т.д. – все это стоит предприятию огромных затрат.

Для работы через Интернет предприятию нет необходимости нанимать операторов по приему заказов, так как при наличии типовых заказов есть возможность переложить на клиента часть выполняемой работы. Для типовых работ весь процесс значительно упрощается и автоматизируется. Благодаря тому, что заказы оплачиваются автоматически, нет необходимости в развитом финансовом отделе типографии. Делать выписки счета, оформлять документы

и контролировать оплату нет необходимости, поэтому в финансовом отделе предприятия можно сократить штат сотрудников. Таким образом, выходит значительная экономия фонда зарплаты и уменьшение затрат на содержание офиса и других социальных благ для работников.

Предприятию необязательно иметь большое разнообразие типов бумаг и материалов для производства. Будет достаточно закупать один или два проверенных типа триадной краски и пару форматов бумаги, исходя из которых и будут рассчитываться все виды типовых товаров. Все это будет выгодно типографии, и поможет сэкономить на складских помещениях и затратах на материалы. А использование бумаги по максимуму поможет понизить отходы до минимума, что будет выгодно и с экономической точки зрения и с экологической. Практика некоторых зарубежных типографий говорит о том, что при переходе на технологию web-to-print удастся экономить до 12–15% бумаги. При наличии минимума расходных материалов и бумаги, можно отладить технологии на производстве и решить проблемы, связанные с браком. Благодаря этому, производительность предприятия увеличивается. На деле, возможно увеличить пропускную способность на 25-30% за счет того, что происходит максимальное упрощение переналадок машины, требующих замену красок и используется одинаковый формат бумаги.

Разработав хорошую программную оптимизацию заказов, возможно даже изготовить последовательно множество однотипных изделий без изменения послепечатной аппаратуры. Предприятию не потребуется «лишнее» оборудование, которое долгое время бездействует, и лишь иногда используется для исполнения специальных операций. Вполне хватит минимального набора оборудования для автоматизированного производства изделий. Благодаря этому максимально снижается шанс производственного брака и других различных ошибок при исполнении заказа.

Также при наличии всего нескольких шаблонных видов изделий, работники смогут быстро привыкнуть к однотипным операциям и будут

совершать меньше ошибок, в следствии чего, вероятность бракованных тиражей снизится. Каким именно образом это сможет повлиять на финансовую экономичность типографии, будет зависеть от текущей величины переделываемых тиражей.

Вот таким образом и организуется «работа по-новому». В каком-то смысле концепция web-to-print может перевести предприятие из сферы услуг (изготовление всего, что захочет клиент) в сферу производства (изготовление шаблонных видов продукции, но с информацией заказчика). Именно такая концепция позволит в новом свете взглянуть на планирование производственного процесса. При изготовлении типовых изделий вполне реально просчитать все типовые затраты и нормы времени, что в свою очередь позволит более эффективно загружать и планировать производство. У типовых изделий всегда четко известна себестоимость, благодаря чему, есть возможность установить оптимальную цену продажи.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что web-to-print – это в полной мере новый вид промышленного полиграфического производства. И хотя внешне кажется, что почти ничего не меняется, на самом деле меняется базовый подход: теперь полиграфия — это производство с полностью другой экономикой и другими расчетами. Полиграфическое производство всегда было сферой услуг, то есть занималось изготовлением уникальных штучных изделий. Но как известно, промышленное производство товаров всегда дешевле и, если перевести полиграфические заказы именно в эту область, это позволит заметно снизить на него цену и сохранить высокий уровень прибыльности. Ниже приведены некоторые преимущества систем электронной коммерции:

Информация о товарах и услугах оборачивается быстрее. Фактически, вы получаете дополнительный коммуникационный канал, открытый 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Вы более доступны для клиента географически и во времени, к тому же он получает новое средство поиска и работы с информацией.

Быстрее обрабатывается внутренняя информация (документы, служебная переписка, принятие и утверждение решений и пр.). Расширенная возможность для контроля исполнения. Иначе говоря, ускоряются все бизнес-процессы за счет доступности и скорости передачи информации.

Интернет предлагает новые сервисы для клиентов – например, отслеживание продвижения заказа. Наличие дополнительных сервисов создает конкурентное преимущество и приводит к вам новых посетителей.

Поскольку Интернет является технологической оболочкой, он позволяет собирать важную информацию о ваших клиентах. Кроме того, он позволяет использовать маркетинговый инструментарий – опросы, рассылки и т.п. оперативно и без дополнительных затрат.

Системы электронной коммерции помогут сэкономить на персонале и на аренде площадей для торговых залов[3].

Таким образом, основными преимуществами онлайн продаж это доступность для большого количества клиентов, географически и во времени, широкие возможности рекламы и маркетинга, экономия средств на персонале и торговых площадях.

2.3 Необходимые инструменты для разработки Web - сайтов

Для создания web-сайта может быть использован следующий инструментарий:

1. Языки разметки: HTML, XHTML, XML, CSS и др. Это единственные категории, которые при разработке веб-страниц нельзя обойти никак. Стоит подчеркнуть, что, если HTML используется чтобы передать семантику веб-страницы, а CSS — для редактирования стилистики.

2. Языки активных сценариев, которые исполняются на стороне сервера, в браузере, а результат выполнения, выводится на экран: JavaScript, JScript, VBScript.

3. Языки серверных сценариев, код которых выполняется на сервере (и не виден конечному пользователю), а результат формирует окончательную страницу и выдает в браузер посетителя: PHP, Perl, ASP, JSP, Parser, ColdFusion и другие. Собственно, ЯСС не работают без специализированных серверов, например, Apache и IIS. Обычно они могут работать в сочетании с базой данных — MySQL, Oracle, Firebird, к которым обращается при помощи разновидностей языка SQL.

4. Смешанная клиентско-серверная технология AJAX, при использовании которой клиент (браузер) и сервер обмениваются данными без перезагрузки страницы (в отличие от языков серверных сценариев), что ускоряет работу.

5. Встраиваемая растровая графика. Современные браузеры воспринимают изображения в форматах JPG, GIF и PNG. Поддержка формата BMP, похоже, ушла в прошлое. Сочетание (X)HTML- и CSS-разметок с графикой и составляет основу верстки и дизайна большинства страниц [13].

6. Технология Flash (+ язык ActionScript). Используется как для анимированных векторных графических вставок в отдельных фрагментах веб-страниц, так и для построения целых сайтов.

7. Программы, исполняемые на сервере в помощь серверным языкам. Например, модули сервера для выполнения сценариев по времени (cron). Или программа по обработке графики, которая делает уменьшенные копии изображений по запросу сценария[20].

Оптимизацию web-сайта можно улучшить с помощью следующих действий:

- Следить за соответствием текстов на страницах вашего сайта запросам ваших потенциальных клиентов.
- При помощи поисков статистики запросов по регионам можно посмотреть популярность поискового запроса в вашем городе или регионе.
- Выбрать несколько ключевых фраз, которыми можно охарактеризовать предоставляемые услуги. Чтобы страница ранжировалась высоко, она должна давать лучший в интернете ответ на вопрос пользователя.

Выбрать правильную цветовую гамму также очень важно при создании сайта. От нее напрямую зависит его восприятие посетителями: и восприятие сайта в целом, и психологическое и физиологическое состояние человека, и удобство чтения. Цвет также может влиять на настроение и самочувствие. Поэтому при разработке сайта очень важно учитывать[12]: особенности фирменного стиля, на основании которого разрабатывается сайт; физиологические и психологические особенности восприятия цветовой гаммы людьми.

При длительном сидении перед монитором у людей может появиться усталость, поэтому выбор правильной цветовой гаммы сайта ни в коем случае не должна быть раздражающей, а, наоборот, не сильно нагружать глаза. Только в этом случае человек не будет отвлекаться от нужной ему информации. Пользователям должен нравиться сайт, они должны получать от него удовольствие и приятное впечатление.

Оформление сайта должно соответствовать его тематике[19]. Кроме соответствия тематике сайта, цветовая гамма должна быть построена так, чтобы не нарушать основные закономерности влияния цветов на психологическую реакцию человека, должна отвечать устойчивым гармоничным сочетаниям цветов. Конечно, восприятие цветов в целом субъективно, зависит от внешних обстоятельств. Существуют некоторые закономерности, которые стоит учитывать при разработке web-сайтов. Выбирая цветовое решение, важно не забывать следующее:

- цвета должны соответствовать фирменному стилю компании;
- комбинация цветов зависит от целевой аудитории данного сайта;
- цвета должны гармонизировать между собой.

Важным аспектом также является цвет текста. Он необязательно должен быть черным, но должен гармонизировать с основной цветовой гаммой и быть хорошо читаемым. Главный критерий – гармоничное сочетание цветов.

WordPress – это Система Контент Менеджмента (Content Management System) с открытым исходным кодом, распространяемая под GNU GPL. Официальный сайт wordpress.org [34]. С помощью WordPress можно создавать и редактировать наполнение вашего сайта с помощью специальной панели администратора. Кроме того, в WordPress разработчики реализовали возможность настроить на свой вкус навигационную структуру сайта, включая расположение всех страниц, а также «сайдбары», «виджеты», «баннеры», при этом знать HTML язык совсем необязательно. WordPress легок в освоении. Эта CMS подходит для выполнения большого спектра задач – от создания «сайта визитки» до огромного новостного портала.

WordPress является Open Source разработкой, созданной благодаря работе тысяч программистов со всего мира, и поэтому его установка бесплатна. Также он является web-приложением, написанным на языке PHP, использующим для хранения данных базы MySQL.

PHP – язык программирования, разработанный для создания web-приложений; MySQL – бесплатная база данных, постоянно дополняемая и развиваемая. Все это, также, как и WP, является Open Source разработками.

WordPress является самой популярной CMS: в 2010 году приблизительно 200 миллионов сайтов по всему миру использовали в его качестве Системы Управления контентом.

Сфера применения — от блогов до достаточно сложных новостных ресурсов и даже интернет-магазинов. Встроенная система «тем» и «плагинов» вместе с удачной архитектурой позволяет конструировать практически любые проекты.

Бесплатные темы для WordPress позволяют легко и непринужденно изменить внешний облик сайта. А бесплатные плагины для WordPress расширяют его функционал.

Большинство пользователей WP выбрали эту CMS за ее легкость в использовании, чего нельзя сказать о более сложных аналогах (Joomla, Drupal), которые могут быть не только трудны в понимании, но и платными (DLE).

Adobe Dreamweaver - профессиональный редактор HTML для проектирования, написания кода и поддержки сайтов, web-страниц и приложений сети. Официальный сайт - adobe.com [32].

Визуальные возможности редактирования в Dreamweaver позволяют быстро создавать страницы без того, чтобы писать код вручную. Существует возможность просматривать все элементы сайта или активы и быстро вставлять их из панели непосредственно в документ. Можно упрощать действия, создавая и редактируя изображения в Adobe Photoshop или в другом графическом редакторе, затем импортируя их непосредственно в Dreamweaver, или добавляя объекты Flash Professional.

Богатый инструментарий, удобный интерфейс, открытость приложения для всевозможных настроек и другие особенности делают Dreamweaver одним из самых популярных HTML-редакторов в мире.

Возможности Adobe Dreamweaver CS5 значительно шире, чем возможности обычных редакторов для создания веб-страниц. Однако вместе с этим программа благодаря легко настраиваемому и простому пользовательскому интерфейсу подходит как для профессионалов, так и начинающих создателей веб-проектов любой сложности.

Основной упор в данном продукте сделан на визуализацию разработки веб-страницы. Работа проходит в режиме WYSIWYG (What You See Is What You Get – что видишь, то и получаешь), то есть Dreamweaver объединяет в себе средство для визуального расположения элементов, управления их свойствами на уровне языка HTML и средства поддержки Dynamic HTML.

Adobe Dreamweaver обеспечивает:

- генерацию свободного от ошибок HTML-кода;
- динамическое отображение создаваемой страницы в выбранном браузере;

- сохранение расположения для ранее созданных документов и документов, созданных другими средствами;
- средства наглядного дизайна таблиц и фреймов;
- генерацию Dynamic HTML для различных браузеров;
- расширяемую коллекцию скриптовых программ JavaScript;
- поддержку анимации, схожую с инструментами Macromedia Director.

Dreamweaver также обеспечивает полнофункциональную среду написания кода, которая включает инструментальные средства редактирования кода (например, раскраска кода или проверка закрытия тегов) и справочная информация по HTML, CSS, JavaScript, язык разметки ColdFusion (CFML), Microsoft Active Server Pages (ASP) и страницы JavaServer (JSP).

Dreamweaver также дает возможность строить динамические станицы использующие сервер-технологии CFML, ASP.NET, ASP, JSP и PHP. Dreamweaver полностью настраиваемый. Существуют версии программы под Windows и Mac OS.

В разработке данного web-сайта Dreamweaver был необходим для редактирования тегов, являющихся ключевыми при оценке сайта роботами поисковых систем. В этой программе происходила пометка заголовков сайта тегом <H1> и <TITLE>. Определялся цвет и размер шрифтов для визуального разграничения разных тематических блоков. Была задана кодировка сайта для правильно отображения в различных браузерах при разных региональных настройках. Была выбрана кодировка UTF-8 - в настоящее время распространённая кодировка, реализующая представление Юникода, совместимое с 8-битным кодированием текста. Нашла широкое применение в операционных системах и веб-пространстве. В отличие от UTF-16, UTF-8 является самосинхронизирующейся кодировкой: при потере одного байта последующие байты будут раскодированы корректно.

Текст, состоящий только из символов Юникода с номерами меньше 128, при записи в UTF-8 превращается в обычный текст ASC II и наоборот, в тексте

UTF-8 любой байт со значением меньше 128 изображает символ ASCII с тем же кодом. Остальные символы Юникода изображаются последовательностями длиной от 2 до 6 байт (реально только до 4 байт, поскольку использование кодов больше 2^{21} не планируется), в которых первый байт всегда имеет вид 11xxxxxx, а остальные — 10xxxxxx.

Проще говоря, в формате UTF-8 символы латинского алфавита, знаки препинания и управляющие символы ASCII записываются кодами US-ASCII, а все остальные символы кодируются при помощи нескольких октетов. Это приводит к двум эффектам:

- 1) Даже если программа не распознаёт Юникод, то латинские буквы, арабские цифры и знаки препинания будут отображаться правильно.
- 2) В случае, если латинские буквы и простейшие знаки препинания (включая пробел) занимают существенный объём текста, UTF-8 даёт выигрыш по объёму по сравнению с UTF-16.

В Dreamweaver была задана неизменяемая ширина «тела» страниц в 900 пикселей, такое значение было определено по причине разноформатности мониторов. Данная ширина позволяет корректно отображать содержимое страниц независимо от диагонали монитора, используемого браузера на ПК, либо мобильном устройстве. Данный сайт будет корректно отображаться на любом из современных устройств. Адаптивность сайта для мобильных устройств важна, так как число пользователей мобильных устройств растёт с каждым годом в геометрической прогрессии, и, это несомненно подчеркивает необходимость в реализации данной функции. На рисунке 9 представлено изображение программы Dreamweaver CS5.

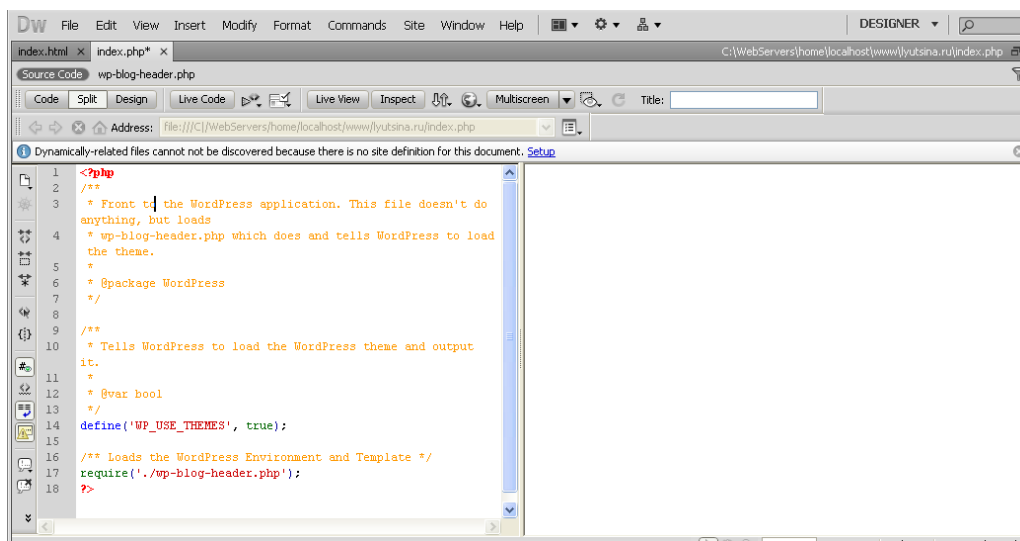
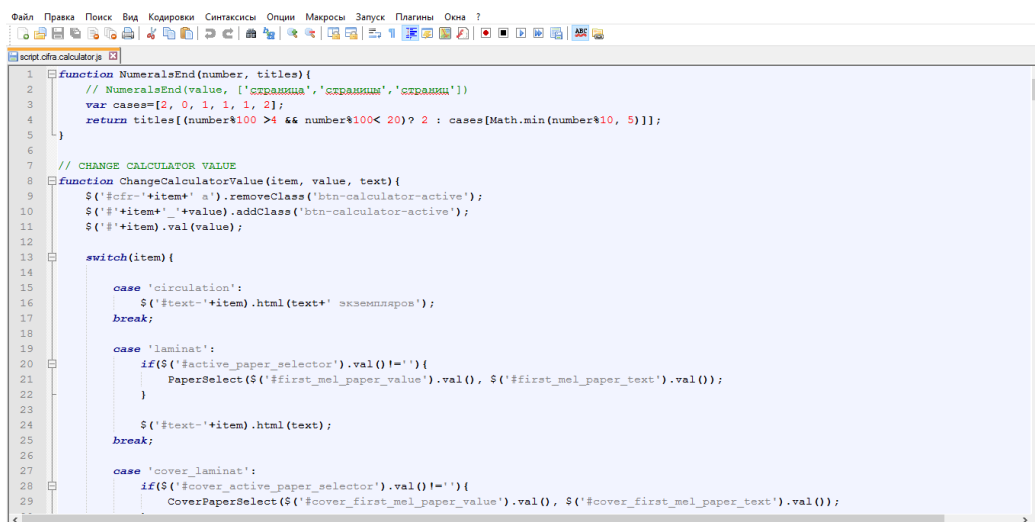


Рисунок 9 - Dreamweaver CS5

Текстовый редактор для программистов и веб-дизайнеров Notepad++ обладает хорошей функциональностью и удобным интерфейсом и при этом отличается быстротой работы. Редактор может открыть сразу несколько документов, подсвечивать множество языков программирования, автоматически завершать набираемый текст, записывать макросы и многое другое. В Notepad++ присутствуют следующие опции: мастер создания своей схемы подсветки, возможность создания своего API-файла для подстановки набираемого текста, режим печати WYSIWYG, который позволяет при печати листинга сохранять подсветку кода и много всевозможных функций для работы с текстом (вставка дат, замена спецсимволов на их коды, удаление лишних пробелов и переводов строки и т.д.) К программе подключаются плагины, которые добавляют ей дополнительные возможности, например, просмотр открытого документа в шестнадцатеричном виде и файловый менеджер.

В создании сайта данный редактор применялся для быстрого редактирования файлов PHP, HTML. Например, вставки гиперссылок на полезные ресурсы в «подвале» сайта. Изображение программы приведено на рисунке 10.



```
1 function NumeralsEnd(number, titles){
2     // NumeralsEnd(value, ['страница', 'страницы', 'страниц'])
3     var cases=[2, 0, 1, 1, 1, 2];
4     return titles[(number%100 >4 && number%100< 20)? 2 : cases[Math.min(number%10, 5)]];
5 }
6
7 // CHANGE CALCULATOR VALUE
8 function ChangeCalculatorValue(item, value, text){
9     $('#fifr-'+item+' a').removeClass('btn-calculator-active');
10    $('#'+item+'_'+value).addClass('btn-calculator-active');
11    $('#'+item').val(value);
12 }
13
14 switch(item){
15     case 'circulation':
16         $('#text-'+item).html(text+' экземпляров');
17         break;
18
19     case 'laminat':
20         if($('#active_paper_selector').val()!=''){
21             PaperSelect($('#first_mel_paper_value').val(), $('#first_mel_paper_text').val());
22         }
23
24         $('#text-'+item).html(text);
25         break;
26
27     case 'cover_laminat':
28         if($('#cover_active_paper_selector').val()!=''){
29             CoverPaperSelect($('#cover_first_mel_paper_value').val(), $('#cover_first_mel_paper_text').val());
30         }
31 }
```

Рисунок 10 - Редактор Notepad++ 6.1.

Для удобства навигации по сайту будет сделано главное меню. С помощью плагина UberMenu - WordPress Mega Menu Plugin. С помощью этого плагина можно сделать много видов разнообразных меню с различными стилями и расположением как горизонтальным, так и вертикальным, в стандартный пакет входит 10 разных цветовых стилей меню. Можно добавлять в меню картинки и разбивать его на блоки.

Устанавливается плагин, как и все плагины, или через инсталлятор Wordpress или напрямую, если поместить его в папку wp-plugins.

HTML – это язык разметки. Данный язык применяется для создания веб-страниц. Он обрабатывается браузером и отображается в виде документа в удобной для человека форме. Именно HTML позволяет нам наделять содержимое страницы определенным смыслом, а реализуется это с помощью, так называемых тэгов. [8]

CSS – это язык описания внешнего вида документа, написанного с использованием языка разметки. Название произошло от англ. Cascading Style Sheets – каскадные таблицы стилей.

Целью создания CSS было отделение описания логической структуры веб-страницы от ее внешнего вида. Для описания структуры используется

HTML, для описания же того, как эта логическая структура будет выглядеть, отвечает, как раз CSS.

Раздельное описание логической структуры и представления документа позволяет более гибко управлять внешним видом документа и минимизировать объем повторяющегося кода, который бы неизбежно возникал при использовании HTML для описания внешнего вида документа.

С помощью CSS веб-разработчик может задавать для страницы и отдельных ее элементов различные гарнитуры и размеры шрифта, цвета элементов, отступы элементов друг от друга, расположение отдельных блоков на странице и т.д.

Для того чтобы использовать CSS для придания внешнего вида HTML-документу, нужно этот документ как-то связать со стилями, т.е. “сообщить” HTML-документу, что он будет оформлен с помощью CSS. Для этого существуют различные способы подключения CSS к документу, которые дают браузеру знать, что к странице в целом, либо к каким-то отдельным ее элементам должно быть применено стилевое оформление.

В процессе своего развития язык CSS уже прошел достаточно длинный путь, и в настоящее время существует несколько его уровней: CSS1, CSS2, CSS2.1, CSS3. С конца 2011 года разрабатывается уже CSS4.

Делая выводы из предыдущей информации можно сделать выводы, что использование HTML и CSS является удобным и не сложным в использовании, но имеет ряд недостатков таких как: ограниченные возможности при создании сайта, отсутствие динамических элементов, большое количество кода

PHP – скриптовый язык общего назначения, интенсивно применяемый для разработки веб-приложений. В настоящее время поддерживается подавляющим большинством хостинг-провайдеров и является одним из лидеров среди языков, применяющихся для создания динамических веб-сайтов.

Все команды и скрипты, написанные на языке PHP, выполняются на сервере. После того, как PHP-скрипт выполнится на сервере, сервер “отдает”

результат своей работы браузеру, который преобразует этот результат в удобный для нас вид. По исходному коду веб-страницы, который можно посмотреть в любом браузере через опцию вроде “Исходный код страницы” нельзя определить, использовался ли язык PHP для создания данной страницы, или нет.

В случае с HTML-страницей есть только один этап: браузер обрабатывает HTML-код, т.е. разметку страницы в соответствии с определенными правилами, в результате чего мы и видим веб-страницу в нормальном виде.

В случае с PHP-страницей есть два этапа: сначала так называемый PHP-интерпретатор (обработчик) производит выполнение PHP-кода (в результате этого получается простой HTML-код), а после этого уже браузер обрабатывает результат этой обработки, т.е., по сути, выполняется тот самый этап, который является единственным в случае с HTML-страницей.

Вообще PHP прекрасно работает в паре с HTML. Более того, в HTML-код можно делать вставки PHP-кода, а с помощью PHP выводить HTML-разметку.

Bootstrap – это CSS/HTML фреймворк для создания сайтов. Другими словами, это набор инструментов для вёрстки. В нём есть ряд преимуществ, благодаря которым BS считается самым популярным из себе подобных.

Преимущества Bootstrap:

- 1) скорость работы – благодаря множеству готовых элементов вёрстка с бутстрапом занимает значительно меньше времени;
 - 2) масштабируемость – добавление новых элементов не нарушает общую структуру;
 - 3) лёгкая настраиваемость – редактирование стилей производится путём создания новых CSS-правил, которые исполняются вместо стандартных. При этом не требуется использовать атрибуты типа «!important»;
 - 4) большое количество шаблонов;
 - 5) огромное сообщество разработчиков;
- широкая сфера применения;

Bootstrap используется в создании тем для практически любой CMS (OpenCart, Prestashop, Magento, Joomla, Bitrix, WordPress и любые другие), в том числе для одностраничных приложений.

Если выбрать Bootstrap, этот фреймворк может существенно сэкономить время на вёрстку и разработку фронтенда благодаря множеству компонентов. Я опишу основные из них, которые требуются большинству фронтенд-спецов.

Нужно заметить, что бутстрап – это скорее набор из трёх фреймворков: css/html, js-компонентов и иконочного шрифта.

Кроме оформления блоков и структуры страницы, Bootstrap позволяет оформить текст: абзацы, цитаты, заголовки, подзаголовки, различные размеры текста, вставки кода и так далее. В большинстве случаев вам не придётся менять установленные по умолчанию параметры текста, ведь все отступы, заголовки, межстрочные расстояния и прочее прописаны с точностью как в аптеке.

Текстовые поля и блоки (textarea), кнопки, лейблы, радиокнопки, чекбоксы, выпадающие списки - для всех элементов форм у бутстрапа есть стили оформления. Можно оформить вертикальное и горизонтальное разделение элементов и названий, а также подсвечивать части формы при возникновении ошибок или предупреждений.

На сегодняшнее время на рынках программного обеспечения представлены огромное множество различных продуктов для создания и верстки Web-страниц или HTML-документов: от мощных пакетов для профессионального использования типа FrontPage и Dreamweaver до популярных программ вроде Notepad++, Microsoft Word и Corel WordPerfect.

Для создания элементов страниц используются следующие инструментальные средства: графические редакторы (Adobe Photoshop, Fireworks, Paint Shop Pro, Painter и др.) для создания графических файлов, текстовые редакторы для создания текстов, звуковые редакторы для создания звуковых файлов.

3 Реализация проектных решений по реорганизации Web – структур и бизнес - технологий

3.1 Разработка программы для автоматизации расчета и приема заказов

На сегодняшнее время большинство этапов технологических производственных процессов самых разнообразных типов продукции является в той или иной степени автоматизированными, что значительно повышает продуктивность и эффективность производства. В частности, данная тенденция ярко выражена в полиграфической отрасли, однако, если автоматизация печатных и послепечатных производственных процессов достигла высокого развития и обеспечивается, главным образом, использованием сложного высокопроизводительного полиграфического оборудования, то допечатные процессы, такие как оформления заказа, расчет его стоимости, автоматизированы в незначительной степени. При этом если верстка и разработка дизайна являются процессами, которые трудно формализуются и плохо поддаются автоматизации, то расчет стоимости заказа на полиграфическую продукцию зависит от ограниченного количества значений факторов, которые сравнительно легко могут быть учтены в среде автоматизированной программы, так называемого полиграфического калькулятора.

Разработка большинства подобных программ требует относительно небольших затрат времени и денег, которые с высокой вероятностью компенсируются повышением производительности допечатных процессов. Однако, на многих полиграфических предприятиях оформления заказа и расчет его стоимости выполняются преимущественно вручную; в случае же использования при расчетах специализированных программных средств полученные данные в дальнейшем, как правило, в значительной степени корректируются. Учитывая сложность и разнообразие современной печатной

продукции, а также заметную тенденцию многих полиграфических предприятий с ориентацией на конкретных заказчиков, недостатки расчета стоимости выполнения полиграфических услуг приводят к повышению продолжительности процесса приема заказа, возникновению неточностей и ошибок в определении стоимости полиграфической продукции, отсутствию оперативности пересчета заказов при внесении изменений. Все это в результате приводит к снижению эффективности производства предприятия и падению его репутации, следствием чего является уменьшение прибыли.

Учитывая, что стоимость изготовления или приобретения полиграфического калькулятора с минимальной функциональностью, необходимой для учета заказов конкретного типа полиграфического предприятия, относительно небольшая по сравнению с общим соотношением доходов и расходов этого предприятия, резонным будет предположение, что игнорирование многими полиграфическими предприятиями средств автоматизации расчета стоимости заказов обусловлено не столько соображениями экономии средств, сколько отсутствием полноценной систематизированной методики создания соответствующей программы-калькулятора.

Разработка данной методики будет способствовать повышению уровня автоматизации допечатных процессов и полиграфического производства в целом, тем самым, обеспечивая рост его производительности и эффективности, однако, соответственно, и увеличение прибыли полиграфических предприятий. Создание программы автоматизации расчета стоимости заказа является многоаспектным процессом, зависит от совокупности различных факторов, таких как принципы и алгоритмы вычисления стоимости заказа в условиях полиграфического предприятия, особенности оформления интерфейсов интерактивных приложений, особенности программирования с помощью различных средств разработки. Себестоимость и рыночная цена изготовления полиграфической продукции может быть определена на основе различных

подходов, критериями обоснованности применения, которых в том или ином случае может выступать не только получение максимальной прибыли, но и особенности структуры и функционирования предприятия, характер взаимоотношений с заказчиками и другие факторы.

Печатная полиграфическая продукция по сравнению со многими другими товарами отличается высокой сложностью, разнообразием и многоэтапностью производства. В результате на ценообразование единицы печатной продукции в равной степени влияют как характеристики самого изделия (такие, как формат, тираж, красочность, тип бумаги и других используемых материалов), так и особенности процесса изготовления данного издания (технологические операции, виды и модели оборудования, продолжительность изготовления тиража, количество и квалификация необходимых работников и другие).

Для корректного определения стоимости полиграфической продукции необходимо, учитывая все вышеперечисленные факторы, определить прежде всего себестоимость изготовления тиража, значение которой эквивалентно комплексной величине всех типов затрат на производство данной продукции.

Очень эффективным подходом является определение производственных нормативов, то есть относительно постоянных значений стоимости выполнения той или иной технологической операции за единицу времени, например, один час. при этом можно составить отдельные нормативы для работы оборудования и работы персонала, или же объединить эти показатели в единый норматив для осуществления конкретной операции, однако последний прием рационально использовать только в рамках небольших предприятий и тиражей, так как он слишком упрощенно отражает структуру расходов и, если тиражи продукции являются большими, может привести к существенным неточностям в определении себестоимости.

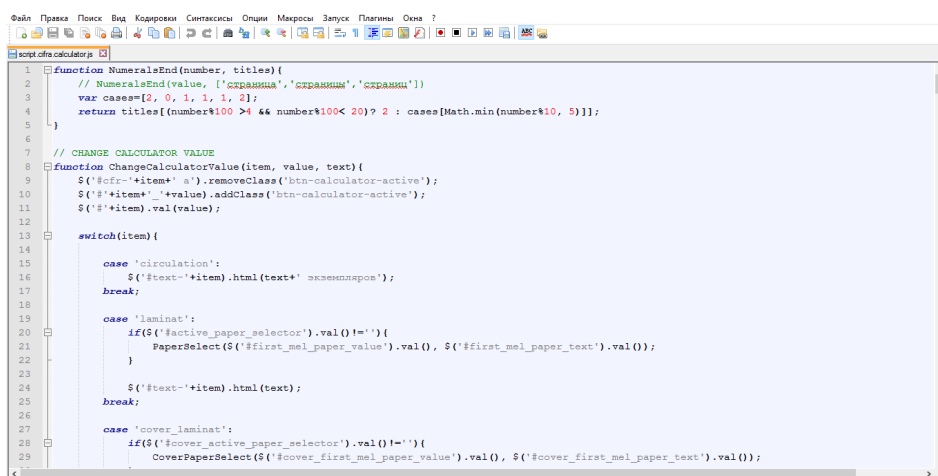
Существует несколько подходов к расчету нормативной стоимости заказа:

1) расчет через нормативную рентабельность (нс): для технологических операций задаются коэффициенты рентабельности, применяемые в плановой себестоимости операций, которые включены в технологический процесс заказа (Наценка, обеспечивает заданную рентабельность производства, может начисляться как на отдельную операцию, так и на общую себестоимость заказа);

2) расчет, отталкивающийся от рыночной стоимости полиграфических услуг (СПУ); в этом случае для каждой технологической операции указывается методика расчета стоимости, опирающаяся только на цены рынка полиграфических услуг и может быть не связана с параметрами операции.

3) расчет, ориентируется на рыночную стоимость полиграфической продукции (СПП): стоимость заказа определяется по прейскуранту для конкретного вида продукции, а не по отдельным операциям; то есть выходные данные для расчета - это описательные параметры заказа, а не отдельных технологических операций. Для разработки скрипта калькулятора был использован прейскурант цен типографии (Приложение Б)

Для написания программного скрипта полиграфического калькулятора был выбран язык Javascript, который будет интегрирован в разработанный веб-сайт. Для написания был выбран текстовый редактор для разработчиков Notepad++. Пример Javascript кода представлен на рисунке 11.



```
1 function NumeralsEnd(number, titles){
2 // NumeralsEnd(value, ['страница', 'страницы', 'страниц'])
3 var cases=[2, 0, 1, 1, 1, 2];
4 return titles[(number%100 >4 && number%100< 20)? 2 : cases[Math.min(number%10, 5)]];
5 }
6
7 // CHANGE CALCULATOR VALUE
8 function ChangeCalculatorValue(item, value, text){
9 $('#calc-' + item + ' a').removeClass('btn-calculator-active');
10 $('#'+item+'_'+value).addClass('btn-calculator-active');
11 $('#'+item').val(value);
12
13 switch(item){
14
15 case 'circulation':
16 $('#text-'+item).html(text+' экземпляров');
17 break;
18
19 case 'laminat':
20 if($('#active_paper_selector').val() != ''){
21 PaperSelect($('#first_mel_paper_value').val(), $('#first_mel_paper_text').val());
22 }
23 $('#text-'+item).html(text);
24 break;
25
26 case 'cover_laminat':
27 if($('#cover_active_paper_selector').val() != ''){
28 CoverPaperSelect($('#cover_first_mel_paper_value').val(), $('#cover_first_mel_paper_text').val());
29 }
```

Рисунок 11 - Javascript кода

Калькулятор представляет из себя блок разделенный на два поля. С левой стороны расположены кнопки с параметрами, нажимая на которые активируются указанные параметры и высчитывается конечная стоимость товара. Также в левой части присутствует кнопка сброса параметров на начальные. С правой стороны расположен блок с указанием полученной цены товара, а на против с кнопками параметров - текстовые поля, в которых отображается выбранный параметр. В правом нижнем углу расположена кнопка оформления заказа. Калькулятор для буклетов изображен на рисунке 12.

Буклеты, лифлеты Формат: А5, А4, А3 (1 или 2 сгиба)		7500,00 руб. ~ 25,00 руб./экз.
Формат:	A5 (210×148) A4 (297×210) A3 (420×297) в открытом виде	A4 (297×210)
Биговка:	1 сгиб 2 сгиба	1 сгиб
Цветность:	4+4 (двусторонние)	4+4 (двусторонние)
Тираж:	100 200 300 400 500	300 экземпляров
Бумага:	150 200 250 300 г/м ² , мелованная	Мелованная 200 г/м ²
Макет:	Есть дизайн макет Нет, надо делать	Есть дизайн макет
Файл:	Загрузить файлы для печати (pdf, eps, tif, ai, cdr ...)	Выберите файл для загрузки
Комментарий:	Дополнительная информация, пожелания, примечания	
Сбросить		Оформить заказ

Рисунок 12 – Калькулятор буклетов

После выбора всех параметров и нажатия кнопки «Оформить заказ» открывается окно для выбора параметров доставки, способов оплаты и указание данных заказчика. В самом низу расположена кнопка «Отправить заказ» при нажатии на которую все введенные данные отправляются на электронную почту для оформления заказа. Форма оформления заказа показана на рисунке 13, а листинг Javascript кода в приложении А.

Рисунок 13 - Форма оформления заказа

3.2 Разработка компонентов Web - сайта

Web-сайт для типографии разрабатывался и проходил дальнейшую обработку в административной панели системы управления содержимым сайта WordPress. Административная панель — это «сердце» сайта или блога. Из нее создатель/администратор проекта производит все необходимые действия: создает и меняет дизайн сайта, создает, новые посты, редактирует посты, создает различные категории, делает карту сайта. В общем, в административной панели заключены все настройки и элементы, которые обеспечивают стабильную работу сайта, а также его обновление. В ней создавались страницы, установлены тема сайта, меню. Административная панель WP показана на рисунке 14. Далее проходил верстку в HTML-редакторах Adobe Dreamweaver CS5, Notepad++. Для создания была выбрана операционная система Microsoft Windows 7. Она была выбрана из-за хорошей устойчивостью к отказам системы и наличием разнообразного программного обеспечения. Она является наиболее распространённой и знакома большинству пользователей.

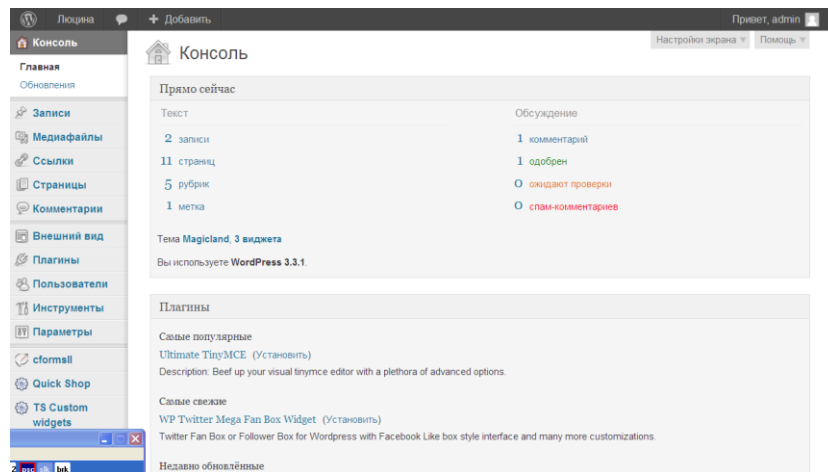


Рисунок 14 - Административная панель WordPress

Заглавной страницей сайта является страница index. Она представлена на рисунке 1. Index.htm — стандартное название головного файла веб-сайта, который написан при помощи языка HTML. Листинг кода в Приложении В.

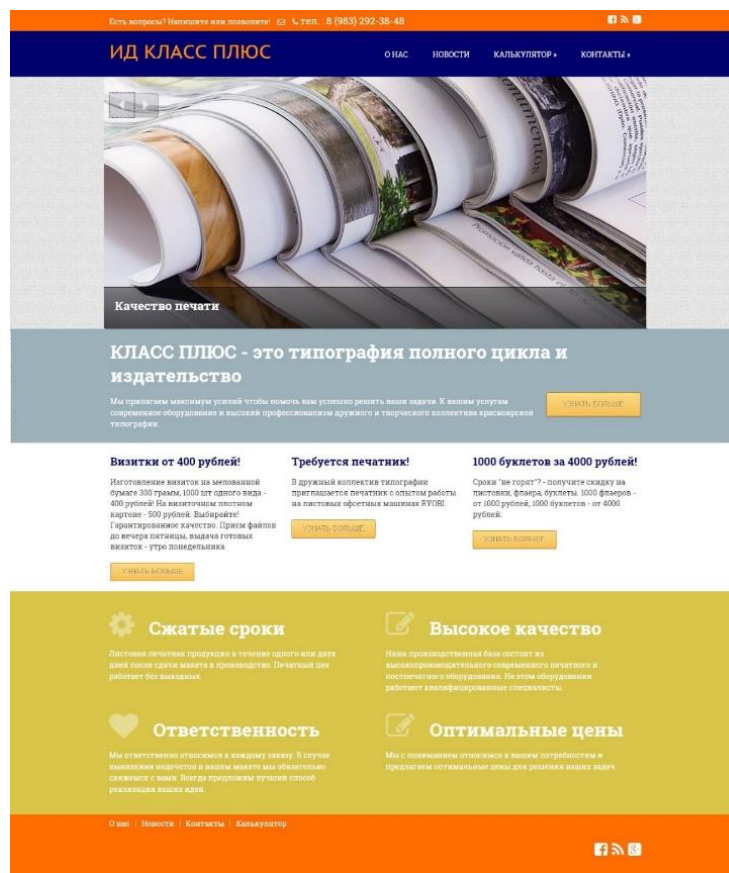


Рисунок 15- Главная страница сайта

Веб сервер по умолчанию ищет данный файл, если в настройках не указать другой файл. Если же никакой из указанных файлов сервер не обнаружит, то может появиться ошибка доступа.

Для дизайна сайта выбрана тема terrifico. Она соответствует стилистике типографии, её цветовой гамме и тематической направленности, а также имеет удобную структуру. Шаблон имеет многофункциональное меню.

Темы сайта устанавливаются в соответствующем разделе административной панели на консоли в категории «внешний вид» -> «темы».

Вверху страницы находится оранжево-синий прямоугольник с логотипом, который является "шапкой" данной страницы и сайта в целом, так как во всех остальных страницах она присутствует без изменений. «Шапка» страницы изображена на рисунке 16.



Рисунок 16 - «Шапка» web-сайта

С левого края шапки расположен заголовок сайта – название типографии – «ИД КЛАСС ПЛЮС» и контактные данные. Справа расположено меню сайта и ссылки на социальные сети.

Главная страница является лицом сайта и должна кратко отображать максимальное количество информации. «Тело» страницы - это её основная часть, исключая только верхнюю и нижнюю полосы, состоит из трех блоков.

В первом блоке расположен так называемый слайдер с прокруткой: циклично прокручиваемые изображения. Он представлен на рисунке 17.



Рисунок 17 – Первый блок

Во втором блоке краткая информация о предприятии и новости с ссылками на подробный источник. Это сделано для привлечения просмотра пользователем к акциям и различным полезным новостям типографии, а также недавних изменений на сайте. Постоянные посетители сайта всегда заинтересованы в быстром доступе к новым предложениям. Данный блок показан на рисунке 18.

КЛАСС ПЛЮС - это типография полного цикла и издательство

Мы прилагаем максимум усилий чтобы помочь вам успешно решить ваши задачи. К вашим услугам современное оборудование и высокий профессионализм дружного и творческого коллектива красноярской типографии.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

Визитки от 400 рублей! Изготовление визиток на мелованной бумаге 300 грамм, 1000 шт одного вида - 400 рублей! На визиточном плотном картоне - 500 рублей. Выберите! Гарантированное качество. Прием файлов до вечера пятницы, выдача готовых визиток - утро понедельника.	Требуется печатник! В дружный коллектив типографии приглашается печатник с опытом работы на листовых офсетных машинах RYOBИ.	1000 буклетов за 4000 рублей! Сроки "не горят"? - получите скидку на листовки, флэра, буклеты. 1000 флэров - от 1000 рублей, 1000 буклетов - от 4000 рублей.
---	--	--

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#) [УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#) [УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

Рисунок 18 – Второй блок

В третьем блоке описаны различные преимущества типографии для того, чтобы получить больше доверия у потенциальных покупателей и указать на плюсы предприятия. Данный блок показан на рисунке 19.

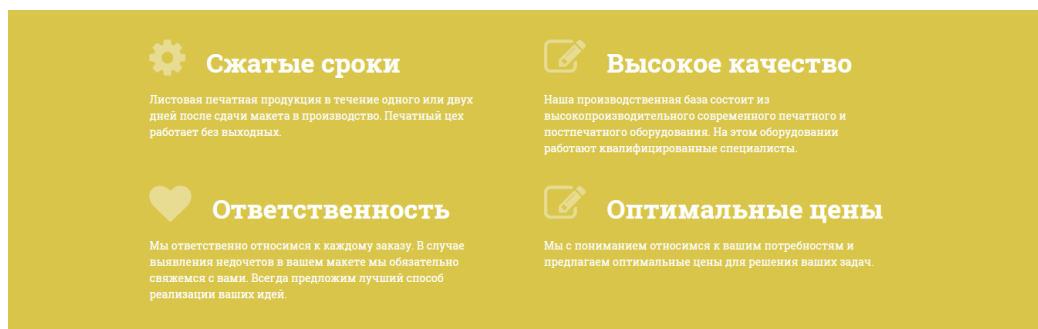


Рисунок 19 – Третий блок

«Подвалом» называется нижняя полоса сайта, несущая менее важную информацию для рядового пользователя. Разработчики обычно располагают там ссылки на сайт своей студии, либо личную контактную информацию. Указывается город, к которому привязан данный сайт и год для отображения актуальности сайта.

«Подвал» сайта разбит на два блока. В верхней части расположены ссылки на другие страницы сайта и на социальные сети. Нижняя часть отображает информацию о городе, к которому привязан данный сайт и год для отображения актуальности сайта, а также в самом низу находится кнопка для скроллинга в верх страницы, что очень удобно для быстрого просмотра страниц. Все элементы подвала изображены на рисунке 20.



Рисунок 20 - «Подвал» web-сайта.

Страница «О нас» содержит все основные элементы сайта, такие как «шапка» и «подвал», а также содержит несколько блоков. В самом центре расположена информация о типографии, а справа от него несколько небольших блоков: «Рубрики», «Свежая информация» и «Свежие комментарии». На рисунке 21 представлена страница «О нас».

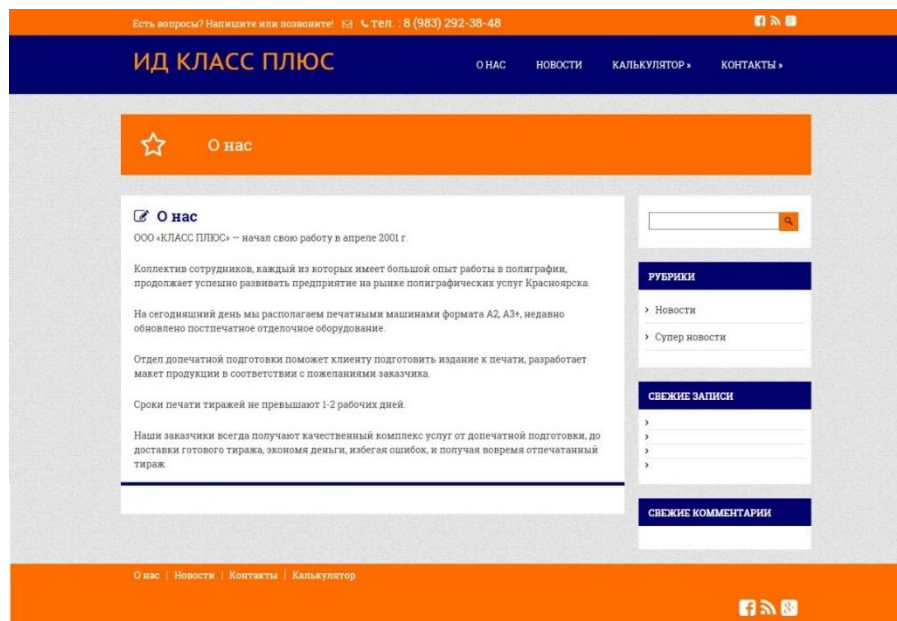


Рисунок 21 – Страница «О нас»

На странице «Калькулятор» расположены ссылки на калькуляторы для которых был разработан скрипт. Используется он для расчетов стоимости различных изделий: Визитки, брошюры, этикетки, буклеты и прочее. Страница «Кулькулятор» представлена на рисунке 22.

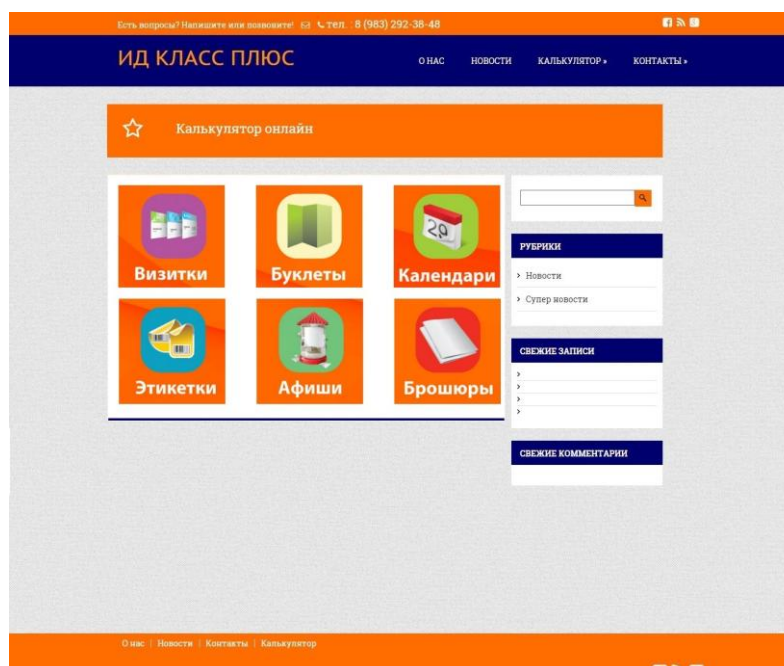


Рисунок 22 – Страница «Калькулятор»

При нажатии на картинку с названием изделия открывается онлайн калькулятор для расчетов стоимости заказов, при выборе всех параметров и загрузке макета на сервер вся информация отправляется на почтовый адрес в типографию. На эту страницу также можно попасть через главное меню сайта, которое находится вверху. Меню каталога состоит из категорий, на которые поделён весь товар на сайте. Каждая категория является ссылкой на страницу с соответствующим калькулятором для товара. Все калькуляторы сделаны по одному и тому же принципу с применением языка Javascript. Пример калькулятора для листовок и флаеров представлен на рисунке 23.

The screenshot shows a web interface for an online calculator. At the top, there is a navigation bar with the site name "ИД КЛАСС ПЛЮС" and links for "О НАС", "НОВОСТИ", "КАЛЬКУЛЯТОР", and "КОНТАКТЫ". Below this is a header for the calculator: "Калькулятор онлайн".

The main content area is divided into two columns. The left column contains the following settings:

- Буклеты, лифлеты** (Brochures, leaflets)
- Формат: A5 (210×148), **A4 (297×210)**, A3 (420×297) в открытом виде
- Биговка: 1 сгиб, 2 сгиба
- Цветность: 4+4 (двусторонние)
- Тираж: 100, 200, **300**, 400, 500
- Бумага: 150, **200**, 250, 300 г/м², мелованная
- Макет: **Есть дизайн макет**, Нет, надо делать
- Файл: Загрузить файлы для печати (pdf, eps, tif, ai, cdr ...)
- Комментарий: Дополнительная информация, пожелания, примечания

The right column shows the calculated price and options:

- 7500,00 руб. – 25,00 руб./лэк.
- А4 (297×210)
- 1 сгиб
- 4+4 (двусторонние)
- 300 экземпляров
- Мелованная 200 г/м²
- Есть дизайн макет
- Выберите файл для загрузки

At the bottom of the calculator, there are two buttons: "Сбросить" (Reset) and "Оформить заказ" (Place order). To the right of the calculator, there is a sidebar with sections: "РУБРИКИ" (Categories) with links for "Новости" (News) and "Супер новости" (Super news); "СВЕЖИЕ ЗАПИСИ" (Latest posts) with three entries; and "СВЕЖИЕ КОММЕНТАРИИ" (Latest comments).

Рисунок 23 – «Калькулятор»

После выбора параметров изделия открывается форма обратной связи для отправки заказа на электронный адрес предприятия с возможностью выбрать вариант оплаты, доставки и указанием контактных данных.

ИД КЛАСС ПЛЮС

О НАС | НОВОСТИ | КАЛЬКУЛЯТОР | КОНТАКТЫ

Оплата: Предоплата в нашем офисе Постоплата в нашем офисе Постоплата наличными курьеру Безналичный расчет

Выберите способ оплаты

Доставка: Нет Да

Без доставки

Заказчик:

 Нужна цветопроба печати (пилотный экземпляр)

Укажите имя
Укажите e-mail

Цветопроба не нужна

Отправить заказ

О нас | Новости | Контакты | Калькулятор

Рисунок 24 – Форма отправки заказа

Страница «Новости» также представляет из себя набор «Шапка сайта» «Тело сайта» и «Подвал сайта», а в центре размещаются различные новости и события, связанные с типографией. Новости добавляются при помощи администраторской панели WordPress. Страница представлена на рисунке 22.

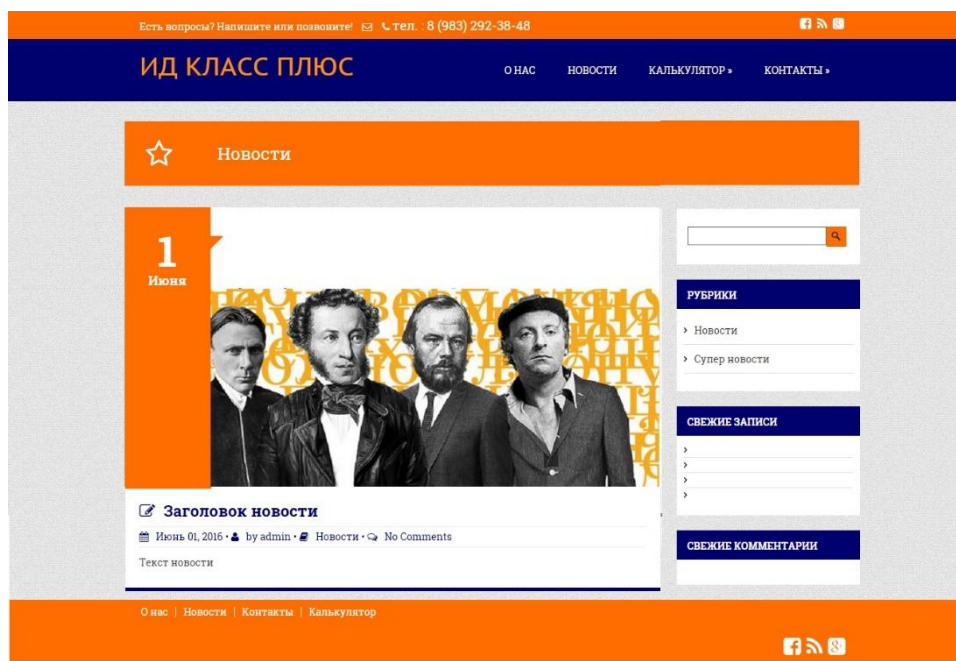


Рисунок 25 – Страница «Новости»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью выпускной квалификационной работы является повышение эффективности работы предприятия путем реорганизации Web-пространства предприятия и разработки информационно-программного обеспечения для автоматизации расчета и приема заказов. С помощью изучения теоретических и методологических основ ведения хозяйственной деятельности предприятия, выявлены значительные недостатки в системе обслуживания клиентов.

Был решён ряд задач:

1. Проанализировано состояние и тенденции развития полиграфического производства.
2. Дана характеристика предприятию ООО ИД «Класс Плюс»
3. Обоснована необходимость реорганизации Web – пространства предприятия.
4. Описаны все преимущества реорганизации web - пространства.
5. Разработано информационное обеспечения для автоматизации приема и расчета заказов.

ООО ИД «Класс Плюс» – современная и динамично развивающаяся компания, и ей просто необходимы современные технологии для успешного ведения бизнеса.

По результатам анализа деятельности компании было выявлено, что бумажная волокита занимает достаточно много времени и при больших объемах заказов повлечет задержки и путаницу среди всех работников предприятия. Заказчику необходимо лично присутствовать при утверждении заказа у менеджера. Размещенной информации о всех особенностях услуг и цен на них в открытом доступе недостаточно, значит на этапе принятия решения о выборе подходящего предприятия, потенциальный покупатель выберет более выгодное предложение. Данная система является устаревшей, неудобной, отталкивает целевую аудиторию, заинтересованную в более выгодном

предложении и желающую знать товаре или услуге, которые получит, больше информации.

Для повышения эффективности деятельности предприятия и уменьшения нагрузки на персонал было разработано информационное обеспечение для автоматизации расчетов и принятия заказов. Такая система позволит клиенту самостоятельно формировать на сайте типографии свой заказ в соответствии с требованиями, а также узнать стоимость прямо на сайте типографии.

Как показывает практика автоматизация бизнес процессов, в особенности, таких как сокращение затрат рабочего времени персонала, автоматический расчет и принятия заказов, несет в себе большой потенциал для развития и материальную выгоду с течением времени.

Также важно отметить, что разработанная информационная система помогает уменьшить затраты на оплату сотрудникам работы, которую выполняет сайт. Это приводит к уменьшению как временных, так и материальных затрат.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности. - М.: Экономика, 2013 г. - 50 с.
2. Романо Ф. Современные технологии издательско-полиграфической деятельности - ПРИНТ-МЕДИА бизнес, 2013. – 122 с.
3. Балабанов И.Т. - «Торговля через виртуальный магазин».2004г. С.195-197.
4. Мэтью МакДональд «Создание Web-сайтов. Основное руководство» 2010 г. Издательство: Эксмо, - 768 с.
5. Робин Никсон. Создаем веб-сайты с помощью PHP, MySQL и JS. - М: O'reilly, 2011г. - 497с.
6. Баканов, М. И. Экономический анализ: учебное пособие / М. И.Баканов, А. Н.Кашаев, А. Д.Шеремет. – Москва: Речь, 2015. – 198 с.
7. КомпьюАрт [Электронный ресурс]: журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике. – Режим доступа: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=24724&iid=1141>.
8. Справочник по HTML [Электронный ресурс]: электронный справочник – Режим доступа: <http://html5book.ru/html-tags/>
9. Виханский, О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М: Гардарики, 2014, 528 с.
10. Гордиенко, Ю. Ф. Менеджмент: учебное пособие / Ю. Ф. Гордиенко, Д. В. Обухов, М. С. Зайналабидов. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 287 с.
11. Грищенко, О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / О. В. Грищенко. – Таганрог: ТРТУ, 2000. – 112с.
12. Вуд, Л. Web-графика. – СПб: «Диалектика», 2010. –488с..
13. Цеховой В.А. Web-дизайн и коммерция. – М.: Наука и техника, 2010. – 192с.

14. Гурьянов, С. Г. Социология управления: учебное пособие / С. Г. Гурьянов. – М: Речь, 2014. – 396 с.
15. Добротворский, И. Л. Самоменеджмент: эффективные технологии. Практическое руководство для решения повседневных проблем: учебное пособие / И. Л. Добротворский. – М: Приор-издат, 2013. – 272 с.
16. Друкер, П. А. Задачи менеджмента в XXI веке: текст / П. А. Друкер. – М: Вильямс, 2015. – 272 с.
17. Друкер, П. А. Эффективное управление: текст / П. А. Друкер. – пер. с англ. – М: Гранд, 2013. – 272 с.
18. Методы и средства разработки программных систем [Электронный ресурс]: электронный журнал. – Красноярск, 2012. – Режим доступа: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/delovoj-kvartal-nagradil-liderov-knigi-rejtingov-236728535>
19. Кирсанов Д. Web-дизайн. - СПб: Символ-Плюс, – 2010. – 376с.
20. Шапошников И. Web-сайт своими руками. - СПб: Изд-во «Питер», 2012. – 390с.
21. Игумнова, Н. Е. Руководство по дипломному проектированию: методические материалы / Н. Е. Игумнова, А. Н. Кара, О. Н. Наумова. – Тольятти, 2013. – 301 с.
22. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента: текст / Н. И. Кабушкин. – СПб: Питер, 2013. – 455 с.
23. Кобец, Е. А. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли: учебное пособие / Е. А. Кобец, М. Н. Корсаков. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2015. – 213 с.
24. Комаров, Е.И. Общий менеджмент: учебное пособие / Е. И. Комаров. – М : ИНФРА, 2010. – 134 с.
25. Деловой квартал [Электронный ресурс]: электронное (сетевое) СМИ – Режим доступа: <http://krasnoyarsk.dkvartal.ru/>

26. Новости полиграфии [Электронный ресурс]: электронное (сетевое) СМИ – Режим доступа: <http://www.newsprint.ru/>
27. Курочкина, Р. Д. Организация, нормирование и оплата на предприятиях отрасли [Электронный курс]: учеб. Пособие / Р.Д. Курочкина. – 2-е изд., стер. – М: ФЛИНТА, 2014. – 188с.
28. Курс экономической теории: учебное пособие / под ред. М. Н.Чепурина, Е. А. Киселевой. – Киров: АСА, 2014. – 176 с.
29. Лапуста М.Г. Планирование и распределение рабочего времени руководителя [Электронный ресурс] : Управление персоналом. – Москва, 2012 г. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru>.
30. Маховикова, Г. А. Инновационный менеджмент: учеб. курс / Г. А. Маховикова, Н. Ф. Ефимова. – М : ЭКСМО, 2009. – 208 с.
31. Моргенстерн, Д. Б. Технология эффективной работы. 9 ключевых навыков самоорганизации: учебное пособие / Д. Б. Моргенстерн. – М: Добрая книга, 2014. – 336 с.
32. Официальный сайт Adobe Systems Incorporated [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.adobe.com>
33. Петренко, И. М. Учебное пособие по экономике [Электронный ресурс]: лаб. практикум / И.М. Петренко. – Саратов, 2014. – Режим доступа: <http://www.unilib.org/page.php?idb=1&page=010200>
34. Русский WordPress [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.wordpress.org>
35. Резник, С. Д. Персональный менеджмент: учебник / С. Д. Резник. – М: ИНФРА - М, 2010. – 232 с.
36. Самраилова, Е. К. Анализ эффективности использования персонала в организации: учебное пособие – практикум / Е. К. Самраилова, С. А. Шапиро, А. Б. Вешкурова. – М: Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 210 с.
37. Федеральная службы государственной статистики. [Электронный ресурс]: сайт гос. статистики – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

38. Тихомирова, Т. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учеб. пособие / Т. П. Тихомирова, Е. И. Чучкалова. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Рос.гос.проф.-пед.ун-т», 2008. – 185 с.

39. Pixlpark [Электронный ресурс]: Облачная платформа для создания интернет-магазина по продаже полиграфии и фотопродукции – Режим доступа: <http://www.pixlpark.ru>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

(обязательное)

Листинг Javascript кода

```
function NumeralsEnd(number, titles){
    // NumeralsEnd(value, ['страница','страницы','страниц'])
    var cases=[2, 0, 1, 1, 1, 2];
    return titles[(number% 100 >4 && number% 100< 20)? 2 : cases[Math.min(number% 10, 5)]];
}
// CHANGE CALCULATOR VALUE
function ChangeCalculatorValue(item, value, text){
    $('#cfr-'+item+' a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#'+item+'_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#'+item).val(value);

    switch(item){

        case 'circulation':
            $('#text-'+item).html(text+' экземпляров');
            break;

        case 'laminat':
            if($('#active_paper_selector').val()!=""){
                PaperSelect($('#first_mel_paper_value').val(), $('#first_mel_paper_text').val());
            }

            $('#text-'+item).html(text);
            break;

        case 'cover_laminat':
            if($('#cover_active_paper_selector').val()!=""){
                CoverPaperSelect($('#cover_first_mel_paper_value').val(),
                $('#cover_first_mel_paper_text').val());
            }

            $('#text-'+item).html(text);
            break;

        case 'innerblock_laminat':
```

Продолжение приложения А

```
        if($('#innerblock_active_paper_selector').val()!=""){
                InnerBlockPaperSelect($('#innerblock_first_paper_value').val(),
$('#innerblock_first_paper_text').val());
        }

        $('#text-'+item).html(text);
        break;

        case 'in_pocket':
                $('#in_papka').val(value);
                $('#text-in_papka').html(text);

                $('#selector-in_binder').removeClass('calculator-selector-active');
                $('#in_binder a').removeClass('selector-item-link-active').removeClass('btn-calculator-
active');
                break;

        default:
                $('#text-'+item).html(text);
                break;
    }

    $('#in_binder').css({display:'none'});

    if(item=='format'){
        if(value=='other_size'){
            $('#td-format_other_size').css({display:'none'});
            $('#input-format-other_size').css({display:'table-cell'});
            OthersizeInputKeyup('format','Свой размер');
        }
        else{
            $('#input-format-other_size').css({display:'none'});
            $('#td-format_other_size').css({display:'table-cell'});
        }
    }

    Calculate();
}

// FORMAT -----
```


Продолжение приложения А

```
function OthersizeInputKeyUp(id, sub_text){
    var width=$('#'+id+'-other_size-width').val();
    var height=$('#'+id+'-other_size-height').val();

    var re=/[^0-9]/gi;

    var str=width;
    var newstr=str.replace(re, "");
    if(newstr!=""){ var width=Number(newstr); }else{ var width=210; }

    var str=height;
    var newstr=str.replace(re, "");
    if(newstr!=""){ var height=Number(newstr); }else{ var height=210; }

    if(width>420){ var width=420; $('#'+id+'-other_size-width').val('420'); }
    if(height>420){ var height=420; $('#'+id+'-other_size-height').val('420'); }
    if(width*height>124740){
        var width=420; $('#'+id+'-other_size-width').val('420');
        var height=297; $('#'+id+'-other_size-height').val('297');
    }

    $('#text-'+id).html(sub_text+' <small>('+width+'×'+height+')</small>');

    Calculate();
}

// PAPER -----
function PaperSelect(value, text){
    $('#paper_type').val("");

    $('.paper-selector a').removeClass('calculator-selector-active');
    $('.paper-selector a').removeClass('calculator-selector-selected');
    $('.selector-item a').removeClass('selector-item-link-active');
    $('.paper-selector-list').css('display','none');
    $('#active_paper_selector').val("");
    $('#cfr-paper a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#paper_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#paper').val(value);
    $('#text-paper').html(text);
}
```

Продолжение приложения А

```
Calculate();
}

function CoverPaperSelect(value, text){
    $('#cover_paper_type').val("");

    $('.cover_paper-selector a').removeClass('calculator-selector-active');
    $('.cover_paper-selector a').removeClass('calculator-selector-selected');
    $('.cover_paper-selector .selector-item a').removeClass('selector-item-link-active');
    $('.paper-selector-list').css('display','none');
    $('#cover_active_paper_selector').val("");

    $('#cfr-cover_paper a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#cover_paper_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#cover_paper').val(value);
    $('#text-cover_paper').html(text);

    Calculate();
}

function InnerBlockPaperSelect(value, text){
    $('#innerblock_paper_type').val("");

    $('.innerblock_paper-selector a').removeClass('calculator-selector-active');
    $('.innerblock_paper-selector a').removeClass('calculator-selector-selected');
    $('.innerblock_paper-selector .selector-item a').removeClass('selector-item-link-active');
    $('.paper-selector-list').css('display','none');
    $('#innerblock_active_paper_selector').val("");

    $('#cfr-innerblock_paper a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#innerblock_paper_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#innerblock_paper').val(value);
    $('#text-innerblock_paper').html(text);

    Calculate();
}

function PaperSelectorToggle(item, item_prefix){
    if($('#'+item_prefix+'paper_'+item).css('display')=='block'){
        $('#plupload').css({display:'block'});// show upload plugin btn

        $('#'+item_prefix+'selector-paper_'+item).removeClass('calculator-selector-active');
```

Продолжение приложения А

```
$('#'+item_prefix+'paper_'+item).css('display','none');

        if($('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()!=""){
$('#'+item_prefix+'selector-paper_'+$('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()).addClass('calculator-selector-
selected');
        }
    }
    else{
        $('#plupload').css({display:'none'});// hide upload plugin btn

        $('#'+item_prefix+'paper-selector a').removeClass('calculator-selector-active');
        $('#'+item_prefix+'paper-selector a').removeClass('calculator-selector-selected');
        $('#'+item_prefix+'selector-paper_'+item).addClass('calculator-selector-active');
        $('#paper-selector-list').css('display','none');
        $('#'+item_prefix+'paper_'+item).css('display','block');

        if($('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()!=""){
            if($('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()===item){
                $('#'+item_prefix+'selector-paper_'+item).removeClass('calculator-selector-
selected');

                $('#'+item_prefix+'selector-paper_'+item).addClass('calculator-selector-active');
            }
            else{
                $('#'+item_prefix+'selector-
paper_'+$('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()).addClass('calculator-selector-selected');
            }
        }
    }
}

function DizPaperSelect(item, value, text, item_prefix){
    $('#plupload').css({display:'block'});// show upload plugin btn
    $('#'+item_prefix+'paper-selector a').removeClass('calculator-selector-active');
    $('#'+item_prefix+'paper-selector a').removeClass('calculator-selector-selected');
    $('#'+item_prefix+'selector-paper_'+item).addClass('calculator-selector-selected');
    $('#paper-selector-list').css('display','none');

    $('#'+item_prefix+'paper-selector .selector-item a').removeClass('selector-item-link-active');
    $('#'+item_prefix+'selector-item-link_'+value).addClass('selector-item-link-active');

    $('#cfr-'+item_prefix+'paper a').removeClass('btn-calculator-active');
```

Продолжение приложения А

```
$('#'+item_prefix+'paper').val(value);
$('#'+item_prefix+'paper_type').val('diz');
$('#text-'+item_prefix+'paper').html(text);
$('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val(item);

$('#active_paper_selector').val(item);

// без ламината
if($('#'+item_prefix+'laminat').length!==0){
    $('#cfr-'+item_prefix+'laminat'+ ' a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#'+item_prefix+'laminat'+ '_'+ 'laminat_no').addClass('btn-calculator-active');
    $('#'+item_prefix+'laminat').val('laminat_no');
    $('#text-'+item_prefix+'laminat').html('Her');
}

Calculate();
}
function InbinderSelectorToggle(){
    if($('#in_binder').css('display')==='block'){
        $('#in_binder').css('display','none');

        $('plupload').css({display:'block'}); // show upload plugin btn

        $('#'+item_prefix+'selector_paper_'+item).removeClass('calculator-selector-active');
        $('#'+item_prefix+'paper_'+item).css('display','none');

        if($('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()!=""){
            $('#'+item_prefix+'selector-
paper_'+$('#'+item_prefix+'active_paper_selector').val()).addClass('calculator-selector-selected');
        }
    }
    else{
        $('plupload').css({display:'none'}); // hide upload plugin btn

        $('#in_binder').css('display','block');
    }
}

function InbinderSelect(value, text){
```

Продолжение приложения А

```
$('#plupload').css({display:'block'});// show upload plugin btn

$('#in_binder a').removeClass('calculator-selector-selected');
$('#in_binder a').removeClass('selector-item-link-active');
$('#in_binder').css('display','none');

$('#in_binder a').removeClass('btn-calculator-active');
$('#selector-item-link_'+value).addClass('btn-calculator-active').addClass('selector-item-link-active');
$('#in_papka').val(value);
$('#text-in_papka').html(text);

$('#cfr-in_pocket a').removeClass('btn-calculator-active');

$('#selector-in_binder').addClass('calculator-selector-active');

Calculate();
}

function SliderValueSet(item, value){
    $('#'+item).val(value);
    $('#text-'+item).html(value);
    Calculate();
}

function InnerblockPagesSet(value){
    $('#innerblock_pages_count').val(value);
    $('#text-innerblock_pages').html(value+' '+NumeralsEnd(value, ['страница','страницы','страниц']));
    Calculate();
}

// МАКЕТ -----
function MaketSelect(value, text, files){
    $('#cfr-maket'+ ' a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#maket_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#maket').val(value);
    $('#text-maket').html(text);

    if(value=='no'){
```

Продолжение приложения А

```
    $('#file').val('1');
  }
  else{
    $('#file').val('0');
  }
  if(files==0){
    if(value=='no'){
      $('#calculator-row-file .calculator-row-error-title').css({display:'none'});
      $('#calculator-row-file .empty-row').css({display:'block'});
    }
    else{
      $('#calculator-row-file .calculator-row-error-title').css({display:'block'})
      $('#calculator-row-file .empty-row').css({display:'none'});
    }
  }
  else{
    $('#calculator-row-file .calculator-row-error-title').css({display:'none'});
    $('#calculator-row-file .empty-row').css({display:'none'});
  }
}

// DELIVERY -----
function DeliveryToggle(action, text){
  $('#cfr-delivery a').removeClass('btn-calculator-active');
  $('#btn-delivery_'+action).addClass('btn-calculator-active');
  $('#delivery').val(action);
  // yes
  if(action=='yes'){
    $('#input-delivery').removeClass('input-calculator-disabled').attr('disabled',false).focus();
    $('#text-delivery').html('+500<br />'+text);
    Calculate();
  }
  // no
  else{
    $('#input-delivery').val('Адрес доставки').addClass('input-calculator-disabled').attr('disabled',true);
    $('#text-delivery').html(text);
    Calculate();
  }
}
}
```

Продолжение приложения А

```
function DeliveryBlur(title){
    if($('#input-delivery').val()===title || $('#input-delivery').val()==''){
        $('#btn-delivery_yes').removeClass('btn-calculator-active');
        $('#btn-delivery_no').addClass('btn-calculator-active');
        $('#delivery').val('no');
        $('#text-delivery').html('Нет');
        $('#input-delivery').val(title).addClass('input-calculator-disabled').attr('disabled',true);
    }
}

function DeliveryInputKeyup(input_id, text_id){
    $('#'+text_id).html('+$('#delivery_price').val()+'<br />'+$('#'+input_id).val());
}

// URGENCY -----
function UrgencySet(value){
    $('#urgency').val(value);
    if(value!=0){
        $('#text-urgency').text('+value+% за скорость изготовления');
    }
    else{
        $('#text-urgency').text("");
    }
    $('#slider-urgency-text').text('+value+% к стоимости');
    Calculate();
}

// PAYMENT -----
function PaymentSelect(value, text){
    $('#calculator-row-payment').removeClass('calculator-form-row-error');

    $('#cfr-payment a').removeClass('btn-calculator-active');
    $('#payment_'+value).addClass('btn-calculator-active');
    $('#payment').val(value);
    $('#text-payment').html(text);
}

// ORDER =====
function CheckCalculatorErrors(){
    var error_count=0;
```

Продолжение приложения А

```
var check_fields=['file'];

for(var i=0; i<check_fields.length; i++){
    if($('#'+check_fields[i]).val()=='0'){
        $('#calculator-row-'+check_fields[i]).effect('highlight', {color:'#faa'}, 300);
        error_count++;
    }
}
return error_count;
}

function OrderSend(){
    $('#sub_do').val('add');
    var form_data=$('#form-calculator').serialize();
    $.post(INDEX, form_data,
        function(data){
            document.location.href=HOST+"ordering";
        }
    );
}

function OrderAdd(){
    $('#sub_do').val('add');
    var form_data=$('#form-calculator').serialize();
    $.post(INDEX, form_data,
        function(data){
            document.location.href=HOST+"print";
        }
    );
}

// UPLOAD FILES -----
function UploadInit(){
    // UPLOAD BTN
    $('plupload').hover(
        function(){
            $('#btn-file').addClass('btn-calculator-active');
        },
        function(){
            $('#btn-file').removeClass('btn-calculator-active');
        }
    );
}
```


Продолжение приложения А

```
function UploadPrepare(){
    $('#calculator-row-file .calculator-row-error-title').css({display:'none'});
    $('#calculator-row-file .empty-row').css({display:'none'});
}
function UploadReset(){
    $('#calculator-row-file .calculator-row-error-title').css({display:'block'});
    $('#file').val('0');
}
function UploadStart(){
    ShowFog();
    $('#file_upload-mbox').css({display:'block'});
    $('#file_upload-mbox-percent').removeClass('color_09f');
    $('#file_upload-mbox-text').removeClass('color_09f').html('Подождите...<br />Идет загрузка файлов');
}

function UploadProgress(percent){
    $('#file_upload-mbox-percent').text(percent+'%');
    $('#file_upload-mbox-loadbar').css('background-position','+Math.round(percent*4.4)+'px'+' 0');
}
function UploadComplete(){
    $('#file_upload-mbox-btn-close').css({display:'block'});
    var action=$('#action').val();
    switch(action){
        case 'add_to_cart':
            $('#file_upload-mbox-percent').addClass('color_09f');
            $('#file_upload-mbox-text').addClass('color_09f').html('Файлы загружены.<br />Заказ
добавлен в список заказов. ');
            setTimeout('OrderAdd();', 3000);
            break;

        case 'send_order':
            $('#file_upload-mbox-percent').addClass('color_09f');
            $('#file_upload-mbox-text').addClass('color_09f').html('Файлы загружены.<br />Вы будете
перенаправлены<br />на страницу оформления заказа. ');
            setTimeout('OrderSend();', 3000);
            break;
    }
}
function OrderAction(id){
    var action=$('#action').val();
```

Продолжение приложения А

```
switch(action){
    case 'add_to_cart':
        $('#+id).css({ display:'none'});
        HideFog();
        OrderAdd();
    break;

    case 'send_order':
        $('#+id).css({ display:'none'});
        HideFog();
        OrderSend();
    break;
}
}
function Show_ErrorMbox(text){
    ShowFog();
    $('#error_upload-mbox').css({ display:'block'});
    $('#error_upload-mbox-text').html(text);
}

// POST LOAD FUNCTIONS #####
$(function(){
if($('#calculator').length!=0){
Calculate();
// CALCULATOR SLIDER
$('#calculator-slider-urgency').slider({
    value:0,
    min: 0,
    max: 100,
    step: 50,
    slide: function(event, ui){
        UrgencySet(ui.value);
    }
});

$('#slider-urgency-caption a').click(
    function(){
        $('#calculator-slider-urgency').slider('value', $(this).attr('urgency'));
        UrgencySet($(this).attr('urgency'));
    }
}
```

Продолжение приложения А

```
$('#slider-urgency-caption a').hover(  
    function(){  
        var p=$(this).position();  
        $('#urgency_tip').css({ display:'block', left:(p.left-40)+'px', top:(p.top+28)+'px'});  
        $('#urgency_tip .tip-text').css({ display:'none'});  
        $('#urgency_tip-'+$(this).attr('urgency')).css({ display:'block'});  
        $('#urgency_tip').attr('urgency',$$(this).attr('urgency'));  
    },  
    function(){  
        $('#urgency_tip').css({ display:'none'});  
        $('#urgency_tip .tip-text').css({ display:'none'});  
    }  
);  
$('#urgency_tip').hover(  
    function(){  
        $('#urgency_tip').css({ display:'block'});  
        $('#urgency_tip-'+$(this).attr('urgency')).css({ display:'block'});  
    },  
    function(){  
        $('#urgency_tip').css({ display:'none'});  
        $('#urgency_tip .tip-text').css({ display:'none'});  
    }  
);  
// CALCULATOR INNERBLOCK PAGES SLIDER  
$('#calculator-slider-innerblock_pages').slider({  
    value:",  
    min: 4,  
    max: 100,  
    step: 1,  
    slide: function(event, ui){  
        InnerblockPagesSet(ui.value);  
    }  
});  
  
$('#innerblock_pages_count').keyup(  
    function(){  
        var re=/[^0-9]/gi;  
        var value=$(this).val();  
        var value=value.replace(re,"");
```

Окончание приложения А

```
        if(value>100){ var value=100; }

        $('#calculator-slider-innerblock_pages').slider('value', value);
        InnerblockPagesSet(value);
    }
);
$('#innerblock_pages_count').blur(
    function(){

        var value=$(this).val();

        if(value<4){ var value=4; }
        if(value>100){ var value=100; }

        $('#calculator-slider-innerblock_pages').slider('value', value);
        InnerblockPagesSet(value);
    }
);
$('#innerblock_pages_count').keypress(function(e){
    if(e.keyCode==13){ $('#innerblock_pages_count').blur(); });
}
});
```

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

(обязательное)

Прайс – лист на полиграфические услуги ООО ИД «Класс Плюс»

Услуга\Формат	A0	A1	A2	A3	A4	A5
Широкоформатная печать:						
Черно-белая, цветная печать (плотность бумаги 80 г/м2)	220 руб.	110 руб.	55 руб.	10 руб.	5 руб.	-
Цветная печать (плотность бумаги 134 г/м2)	600 руб.	300 руб.	150 руб.	75 руб.	40 руб.	-
Цветная печать на фотобумаге	1200 руб.	600 руб.	300 руб.	150 руб.	75 руб.	-
Печать на холсте	2100 руб.	1050 руб.	525 руб.	260 руб.	130 руб.	-
Сканирование:						
Сканирование чертежей больших форматов ч/б, цветное	300 руб.	150 руб.	75 руб.	40 руб.	30 руб.	-
Сканирование чертежей больших форматов с фотокачеством	900 руб.	450 руб.	225 руб.	110 руб.	55 руб.	-
Верстка, дизайн:						
Разработка оригинал-макета	-	-	от 200 руб.	от 100 руб.	от 50 руб.	-
Верстка текстовой полосы	-	-	-	-	от 25 руб.	-
Ламинирование:	500 руб.	250 руб.	125 руб.	60 руб.	30 руб.	15 руб.
Листоподборка:	-	-	-	0,4 руб.	0,3 руб.	-
Фальцовка: в формат (% от стоимости копии)	-	-	-	35%	25%	-
Компьютерная обработка изображений:	от 150 руб. за час					
Фальцовка: А4 в А5	0,3 руб./лист					
Переплетные работы:						
до 30	5 руб.					

Продолжение приложения Б

от 31 до 100	10 руб.	
от 101 до 200	20 руб.	
Пластиковая пружина	50 руб.	
Пластиковая гребенка	70 руб.	
Металлическая пружина	80 руб.	
Клеевой переплет	30 руб.	
Термокорешок	45 руб.	
Жесткая папка	300 руб.	
Биговка:	0,5 руб./лист	
Резка:		
Диск	1,0 руб./рез.	
Гильотина	0,09 руб./рез.	
Визитные карточки:		
Односторонние ч/б, цв.	5/7 руб.	
Двухсторонние ч/б, цв.	8/12 руб.	
Запись на носитель CD-R, CD-RW:	от 30 до 100 руб.	
Услуга\Формат	A4	A5
Надпись на металле:		
Черно-белая	350 руб.	240 руб.
Цветная	450 руб.	190 руб.

Черно-белое ксерокопирование

Формат	A0	A1	A2	A3	A4
	48 руб.	24 руб.	12 руб.	6 руб.	3 руб.

Цветное ксерокопирование

формат\кол. копий	1-4	5-10	11-20	21-50	50-100
A4	30 руб.	25 руб.	22 руб.	20 руб.	15 руб.
A3	45 руб.	40 руб.	35 руб.	30 руб.	25 руб.

Окончание приложения Б

Ризография

Печать одной стороны черной краской, формат А4:	
от 50 до 500 экз.	1 руб./лист
от 500 до 3000 экз.	0,9 руб./лист
от 3000 до 5000 экз.	0,8 руб./лист
свыше 5000 экз.	0,7 руб./лист
Печать с двух сторон черной краской, формат А4:	
от 50 до 500 экз.	1,5 руб./лист
от 500 до 3000 экз.	1,35 руб./лист
от 3000 до 5000 экз.	1,2 руб./лист
свыше 5000 экз.	1,0 руб./лист

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(обязательное)

Листинг кода главной страницы

```
<!DOCTYPE html>

<!--[if IE 7]>
<html class="ie ie7" lang="ru-RU" prefix="og: http://ogp.me/ns#">
<![endif]-->

<!--[if IE 8]>
<html class="ie ie8" lang="ru-RU" prefix="og: http://ogp.me/ns#">
<![endif]-->

<!--[if !(IE 7) | !(IE 8) ]><!-->
<html lang="ru-RU" prefix="og: http://ogp.me/ns#">
<!--<![endif]-->

<head>

<meta charset="UTF-8" />

<meta name="viewport" content="width=device-width; initial-scale=1.0; maximum-scale=1.0; user-scalable=0;">
<meta name='yandex-verification' content='4262401a4f3d5a99' />

<title>Типография Класс Люкс - Живая печать!!</title>

<link rel="profile" href="http://gmpg.org/xfn/11/index.htm" />

<link rel="pingback" href="xmlrpc.php" />

<link rel="shortcut icon" href="wp-content/uploads/2013/10/favicon-20.ico" type="image/x-icon" />

<style media="screen" type="text/css">

#social-bar-footer ul li a i, #social-bar ul li a i {color:#FFFFFF !important}

#prefooter ul.links li a {color:#ffffff !important}

#from-blog-wrap {background-color:#f5f5f5 !important}

#content-wrap {background-color:#ffffff !important}

.widget-title, .widget-title .rsswidget {color:#ffffff !important}

.widget-title {background-color:#00006e !important}

#sidebar-frame ul li a:hover {color:#1e73be !important}

#sidebar-frame ul li a, .widget .textwidget {color:#333333 !important}

.widget {background-color:#ffffff !important}
```


Продолжение приложения В

```
#respond, #post-article .link-box a, #post-article .quote-author, #post-article .quote-text, #post-article .meta-wrap a, #post-article .meta-wrap, #post-article .blog-title, #post-article .title-meta .blog-socials a, #post-article .title-meta .blog-posted-by .icon-user, #post-article .title-meta .blog-posted-by a {color:#00006e !important}

.title-meta {border-top: 5px solid#00006e !important}

#post-article .title-meta .left-border {border-left: 1px solid#00006e !important}

#post-article aside:after {border-color:#ff6c00 transparent transparent !important}

#post-article .blog-date:after, #post-article .blog-date:before {border-top-color:#ff6c00 !important}

#copyright {background-color:#00006e !important}

.footer-area h4 {color:#ffffff !important}

#footer {background-color:#ff6c00 !important}

.reading-box {color:#ffffff !important}

#tagline-wrap, .reading-box {background-color:#9db1ba !important}

#menu-main-navigation ul li a:hover {color:#ffffff !important}

.slide-caption p {color:#ffffff !important}

.slide-caption h3 {color:#ffffff !important}

.slide-caption {width:100% !important}

#contact-bar {margin-top:12px !important}

#info-box #account-set a, #info-box #shopping-cart a, #top-panel, #contact-bar a {color:#ffffff !important;}

#top-panel {background-color:#ff6a00 !important;}

#logo {margin-left:20px !important}

#logo {margin-top:20px !important}

#branding {height:85px !important}

#branding {background-color:#00006e !important}

#menu-main-navigation ul, #menu-main-navigation li a:hover, #menu-main-navigation li: hover a {background-color:#ff6c00!important}

#site-navigation {background-color:#00006e!important}

#menu-main-navigation a {color:#ffffff!important}

#site-navigation {margin-top:20px !important}

#menu-main-navigation {font-size:14px !important}

#top-panel {height:40px !important;}

#logo a {font-weight:300!important}

#logo a {color:#ff9600!important}
```

Продолжение приложения В

```
#logo {font-family:PT Sans Caption!important}

#logo {font-size:36px !important}

body {background-image: url(http://test1.ru/wp-content/themes/terrifico/images/bg/bg8.png) !important;}

body {font-family:Roboto Slab!important}

body {font-size:14px !important}

body, .paginate a {color:#444444 !important}

h6 {font-size:10px !important;}

h5 {font-size:16px !important;}

h4 {font-size:20px !important;}

h3 {font-size:22px !important;}

h2 {font-size:34px !important;}

h1 {font-size:40px !important;}

</style>

<meta name="description" content="Живая печать!!"/>

<meta name="robots" content="noodp"/>

<link rel="canonical" href="index.htm" />

<link rel="next" href="page/2/index.htm" />

<meta property="og:locale" content="ru_RU" />

<meta property="og:type" content="website" />

<meta property="og:title" content="Типография Класс Плюс - Живая печать!!" />

<meta property="og:description" content="Живая печать!!" />

<meta property="og:url" content="http://test1.ru" />

<meta property="og:site_name" content="Типография Класс Плюс" />

<script
type='application/ld+json'>{ "@context":"http://\schema.org", "@type":"WebSite", "url":"http://\test1.ru\/", "name":"\u0422\u0438\u0433\u0440\u0430\u0444\u0438\u044f\u0430\u0444\u0444\u0438\u044f\u0410\u0410\u0421\u0421", "potentialAction":{"@type":"SearchAction", "target":"http://\test1.ru\/?s={ search_term_string }", "query-input":"required name=search_term_string" }}</script>

<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Типография Класс Плюс &raquo; Лента" href="feed/index.htm" />

<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="Типография Класс Плюс &raquo; Лента комментариев"
href="comments/feed/index.htm" />

<script type="text/javascript">
```

Продолжение приложения В

```
window._wpemojiSettings =
{ "baseUrl": "http://s.w.org/images/core/emoji/72x72/", "ext": ".png", "source": { "concatemoji": "http://test1.ru/wp-
includes/js/wp-emoji-release.min.js?ver=8ed091658e27be3db72b81216cf18405" } };

!function(a,b,c){function d(a){var c=b.createElement("canvas"),d=c.getContext&&c.getContext("2d");return
d&&d.fillText?(d.textBaseline="top",d.font="600 32px
Arial","flag"===a?(d.fillText(String.fromCharCode(55356,56812,55356,56807),0,0),c.toDataURL().length>3e3):(d.fillText(String.fr
omCharCode(55357,56835),0,0),0!==d.getImageData(16,16,1,1).data[0])):!1}function e(a){var
c=b.createElement("script");c.src=que_BBBD78A3ry",b.getElementsByTagName("head")[0].appendChild(c)}var
f,g;c.supports={simple:d("simple"),flag:d("flag")},c.DOMReady=!1,c.readyCallback=function(){c.DOMReady=!0},c.supports.simpl
e&&c.supports.flag||(g=function(){c.readyCallback()},b.addEventListener?(b.addEventListener("DOMContentLoaded",g,!1),a.addE
ventListener("load",g,!1)):a.attachEvent("onload",g),b.attachEvent("onreadystatechange",function(){ "complete"===b.readyState&&
c.readyCallback()})),f=c.source||{ },f.concatemoji?e(f.concatemoji):f.wpemoji&&f.twemoji&&(e(f.twemoji),e(f.wpemoji)))(windo
w,document>window._wpemojiSettings);

</script>

<style type="text/css">

img.wp-smiley,

img.emoji {

display: inline !important;

border: none !important;

box-shadow: none !important;

height: 1em !important;

width: 1em !important;

margin: 0 .07em !important;

vertical-align: -0.1em !important;

background: none !important;

padding: 0 !important; }

</style>

<link rel='stylesheet' id='contact-form-7-css' href='wp-content/plugins/contact-form-7/includes/css/styles_2988BB3E.css'
type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='scroll_to_up-css' href='wp-content/plugins/scroll-to-up/assets/css/font-awesome.min_6C4F8C53.css'
type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='wc-shortcodes-style-css' href='wp-content/plugins/wc-shortcodes/includes/css/style_7D78F163.css'
type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='terrifico-css' href='wp-content/themes/terrifico/style_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='reset-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/reset_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='basic-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/basic_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='top-panel-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/top-panel_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />
```

Продолжение приложения В

```
<link rel='stylesheet' id='menu-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/menu_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='layout-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/layout_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='blog-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/blog_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='footer-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/footer_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='image-sliders-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/image-sliders_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='font-awesome-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/font-awesome_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='elements-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/elements_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='sidebar-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/sidebar_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='comments-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/comments_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='woocommerce-css' href='wp-content/themes/terrifico/css/woocommerce_DCFA7100.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='body-font-css' href='http://fonts.googleapis.com/css?family=Roboto+Slab%3A400%2C400italic%2C700%2C700italic&#038;subset=latin%2Cgreek-ext%2Ccyrillic%2Clatin-ext%2Cgreek%2Ccyrillic-ext%2Cvietnamese&#038;ver=8ed091658e27be3db72b81216cf18405' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='logo-font-css' href='http://fonts.googleapis.com/css?family=PT+Sans+Caption%3A400%2C400italic%2C700%2C700italic&#038;subset=latin%2Cgreek-ext%2Ccyrillic%2Clatin-ext%2Cgreek%2Cyrillic-ext%2Cvietnamese&#038;ver=8ed091658e27be3db72b81216cf18405' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='wordpresscanvas-font-awesome-css' href='wp-content/plugins/wc-shortcodes/includes/css/font-awesome_994FE14F.css' type='text/css' media='all' />

<link rel='stylesheet' id='jetpack_css-css' href='wp-content/plugins/jetpack/css/jetpack_AA22ED34.css' type='text/css' media='all' />

<script type='text/javascript'>

/* <![CDATA[ */

var append_link = { "read_more": "\u0411\u043e\u043b\u0435\u0435 \u043f\u043e\u0434\u0440\u043e\u0431\u0431\u043d\u043e\u043d\u043d\u043d\u0430\u0441\u0442\u0439\u0442\u0435 \u0442\u0438\u0438\u043f\u043e\u0433\u0440\u0444\u0438\u0438 \"\u041a\u0430\u0422\u0421\": \"%link%\", \"prepend_break\": \"2\", \"use_title\": \"true\", \"add_site_name\": \"false\", \"site_name\": \"\u0422\u0438\u043f\u043e\u0440\u0443\u0444\u0410\u0410\u0421\u0421\", \"site_url\": \"http://\u0411\u043e\u043b\u0435\u0435\u043d\u043d\u043d\u0430\u0441\u0442\u0439\u0442\u0435 \u0444\u0410\u0410\u0421\u0421\" }; /* ]]> */

</script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/plugins/append-link-on-copy/js/append_link_DCFA7100.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-includes/js/jquery/jquery_B09708D7.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-includes/js/jquery/jquery-migrate.min_93FD542B.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/superfish_DCFA7100.js'></script>
```

Продолжение приложения В

```
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/supersubs_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.flexslider_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/modernizr_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.easing_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.hoverIntent_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.carouFredSel-6.2.1_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/mosaic.1.0.1_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/custom_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.smooth-scroll.min_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.cycle.lite_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/tinynav.min_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/jquery.refineslide_DCFA7100.js'></script>
<script type='text/javascript' src='wp-content/themes/terrifico/js/respond.min_DCFA7100.js'></script>
<link rel="EditURI" type="application/rsd+xml" title="RSD" href="xmlrpc_938CD9CC.php" />
<link rel="wlwmanifest" type="application/wlwmanifest+xml" href="wp-includes/wlwmanifest.xml" />
<meta property="fb:app_id" content="shulgин1989"/><meta property="fb:admins" content="shulgин1989"/><style type="text/css">
#scroll_to_up {padding: 10px 20px;}

/*position : Bottom left*/#scroll_to_up {bottom: 20px;left: 20px;}#scroll_to_up {
background-color: #6391bf;
color: #0a0a0a;
font-size: 18px;
}
#scroll_to_up:hover {
background-color: #b7e8ff;
}
</style>

<style type="text/css">.recentcomments a{display:inline !important;padding:0 !important;margin:0 !important;}</style>
<style type="text/css">.broken_link, a.broken_link {
```

Продолжение приложения В

```
text-decoration: line-through;
```

```
}</style><style type="text/css" id="custom-background-css">
```

```
body.custom-background { background-image: url('http://test1.ru/wp-content/themes/terrifico/images/bg/bg6.jpg'); background-repeat: repeat; background-position: top left; background-attachment: fixed; }
```

```
</style>
```

```
<script>
```

```
(function (d, s, id) {
```

```
var js, fjs = d.getElementsByTagName(s)[0];
```

```
if (d.getElementById(id)) return;
```

```
js = d.createElement(s);
```

```
js.id = id;
```

```
js.src = "../connect.facebook.net/ru_RU/que_CB3C5E61ry";
```

```
fjs.parentNode.insertBefore(js, fjs);
```

```
})(document, 'script', 'facebook-jssdk');
```

```
</script>
```

```
<script>
```

```
jQuery(window).load(function () {
```

```
FB.Event.subscribe('comment.create', comment_add);
```

```
FB.Event.subscribe('comment.remove', comment_remove);
```

```
jQuery("[id=comments]").each(function () {
```

```
jQuery("[id=comments]:gt(0)").hide();
```

```
});
```

```
});
```

```
/* jQuery(document).ready(function ($) {
```

```
$("#[id=comments]").each(function () {
```

```
$("#[id=comments]:gt(0)").hide();
```

```
});
```

```
})*/
```

Продолжение приложения В

```
</script>

<style id="custom-css-css">li{display:list-item;text-align:-webkit-match-parent;line-height:1.4em;padding:1em 1em 1em 5em}ol{list-style:decimal inside none}#logo{font-size:36px !important}.page-header{min-height:90px;background-color:#ff6c00}.wc-shortcodes-button:visited,.wc-shortcodes-button{border:none;text-decoration:none;color:#fff;font-size:1.4em;background-color:#ff6c00;border:1px solid #ff6c00;display:inline-block;padding:8px 25px}.img_radius{border:2px solid #6495ed;border-radius:20px}.font_medium{font-size:large}</style>

</head>

<body class="home blog custom-background wc-shortcodes-font-awesome-enabled">

<div id="grid-container">

<div id="top-panel" class="wide">

<div id="info-box">

<div id="contact-bar">

<p class="label">Есть вопросы? Напишите или позвоните!</p>

<a class="mail" href="mailto:info@test1.ru">

<i class="icon-envelope-alt"></i>

</a>

<a class="phone">

<i class="icon-phone"></i>

</a>

<span class="font_medium">тел. : 8 (983) 292-38-48</span>

</div><!--contact-bar-->

<div id="social-bar">

<ul>

<li>

<a href="..facebook.com/pages/Типография-Класс Плюс/182252361886207/index.htm" target="_blank" title="Facebook"><i class="icon-facebook-sign"></i></a>

</li>

<li>

<a href="#" target="_blank" title="RSS"><i class="icon-rss"></i></a>

</li>

<li>

<a href="..plus.google.com/b/112312712009189509864/index.htm" target="_blank" title="Google+"><i class="icon-google-plus-sign"></i></a>

</li>

</ul>

</div>
```

Продолжение приложения В

```
</ul>

</div><!--social-bar-->

</div><!-- #info-box -->

</div><!-- #top-panel -->

<div class="clear"></div>

<div id="branding" class="wide">

<header id="header">

<div id="logo">

<a href="index.htm">Типография Класс Плюс</a>

</div>

<nav id="site-navigation" class="main-navigation" role="navigation">

<ul id="menu-main-navigation" class="sf-menu sf-js-enabled sf-shadow"><li id="menu-item-27" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-27"><a href="o-nas/index.htm">О нас</a></li>

<li id="menu-item-38" class="menu-item menu-item-type-taxonomy menu-item-object-category menu-item-38"><a href="category/news/index.htm">Новости</a></li>

<li id="menu-item-427" class="menu-item menu-item-type-custom menu-item-object-custom menu-item-has-children menu-item-427"><a href="#">Калькулятор</a>

<ul class="sub-menu">

<li id="menu-item-438" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-438"><a href="portfolio/buklety/index.htm">Буклеты</a></li>

<li id="menu-item-342" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-342"><a href="trebovaniya/kalendari/index.htm">Календари</a></li>

<li id="menu-item-437" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-437"><a href="trebovaniya/nastennye-kalendari/index.htm">Визитки</a></li>

<li id="menu-item-403" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-403"><a href="trebovaniya/konverty/index.htm">Афиши</a></li>

<li id="menu-item-412" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-412"><a href="trebovaniya/kryuchki/index.htm">Брошюры</a></li>

<li id="menu-item-197" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-197"><a href="etiketki/index.htm">Этикетки</a></li>

</ul>

</li>

<li id="menu-item-9" class="menu-item menu-item-type-post_type menu-item-object-page menu-item-has-children menu-item-9"><a href="kontakty/index.htm">Контакты</a>

</li>

</ul>

</nav><!--site-navigation-->
```


Продолжение приложения В

```
<script type="text/javascript">
var sf=jQuery.noConflict();
sf(window).load(function(){
// superFish
sf('ul.sf-menu').supersubs({
minWidth: 16, // minimum width of sub-menus in em units
maxWidth: 40, // maximum width of sub-menus in em units
extraWidth: 1 // extra width can ensure lines don't sometimes turn over
})
.superfish(); // call supersubs first, then superfish
});
</script>
</header>
</div><!--branding-->
<div id="main" class="wide">
<div class="clear"></div>
<div class="slider-wrap">
<ul class="rs-slider">
<li>

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">
<h3>Современное оборудование</h3>
<p></p>
</div>
</li>
<li>

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">
<h3>Издательство</h3>
<p></p>
</div>
</li>
</ul>
</div>
```

Продолжение приложения В

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">

<h3>Профессиональная команда</h3>

<p>Профессиональная команда</p>

</div>

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">

<h3>Ответственные менеджеры</h3>

<p></p>

</div>

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">

<h3>Традиции производства</h3>

<p></p>

</div>

<div class="rs-caption rs-bottom slide-caption">

<h3>Качество печати</h3>

<p></p>

</div>

Продолжение приложения В

```
</li>
</ul>
</div>
<script type="text/javascript">
var refine=jQuery.noConflict();
refine(function () {
refine('.rs-slider').refineSlide({
useThumbs      : false,
useArrows      : true,
autoPlay       : true,
keyNav         : true,
transition     : 'random',
maxWidth       : 1003,
delay          : 5000,
transitionDuration : 800,
fallback3d     : 'sliceV',
});
});
</script>
<div id="tagline-wrap">
<div id="content-holder1">
<section class="reading-box">
<h2 class="margin-bottom-10">Класс Плюс - это типография полного цикла и издательство</h2>
<p class="read-desc">Мы прилагаем максимум усилий чтобы помочь вам успешно решить ваши задачи. К вашим услугам современное оборудование и высокий профессионализм дружного и творческого коллектива красноярской типографии Класс Плюс. </p>
<a class="continue button large orange" href="o-nas/index.htm">Узнать больше</a>
</section>
</div>
</div>
<div id="content-wrap">
```

Продолжение приложения В

```
<div id="content-holder2">
<div class="content-box-wrap">
<section class="columns content-boxes columns-3 center-align">
<article class="col">
<div class="heading heading-and-icon">
<h4>Визитки от 400 рублей!</h4>
</div>
Изготовление визиток на мелованной бумаге 300 грамм, 1000 шт одного вида - 400 рублей! На визиточном плотном картоне
- 500 рублей. Выбирайте! Гарантированное качество. Прием файлов до вечера пятницы, выдача готовых визиток - утро
понедельника.
<div class="clear"></div>
<div class="margin-top-20"></div>
<span class="more">
<a class="button small orange" href="kontakty/index.htm">Узнать больше</a>
</span>
</article>
<article class="col">
<div class="heading heading-and-icon">
<h4>Требуется печатник!</h4>
</div>
В дружный коллектив типографии приглашается печатник с опытом работы на листовых офсетных машинах RYOBИ.
Звоните - 2-59-59-60.
<div class="clear"></div>
<div class="margin-top-20"></div>
<span class="more">
<a class="button small orange" href="kontakty/index.htm">Узнать больше</a>
</span>
</article>
<article class="col">
<div class="heading heading-and-icon">
<h4>1000 буклетов за 4000 рублей!</h4>
</div>
Сроки "не горят"? - получите скидку на листовки, флаера, буклеты. 1000 флаеров - от 1000 рублей, 1000 буклетов - от 4000
рублей. Телефоны менеджеров: 2-90-22-32, 2-90-22-42.
<div class="clear"></div>
<div class="margin-top-20"></div>
```

Продолжение приложения В

```
<span class="more">
<a class="button small orange" href="kontakty/index.htm">Узнать больше</a>
</span>
</article>
</section>
</div>
</div>
</div>
<div id="key-features-wrap">
<div id="content-holder5">
<div class="one_half">
<div class="feature">
<h2 class="feature-text">
<i class="icon-cog"></i>
Сжатые сроки </h2>
<p>Листовая печатная продукция в течение одного или двух дней после сдачи макета в производство. Печатный цех работает без выходных.</p>
</div>
</div>
<div class="one_half">
<div class="feature">
<h2 class="feature-text">
<i class="icon-edit"></i>
Высокое качество </h2>
<p>Наша производственная база состоит из высокопроизводительного современного печатного и постпечатного оборудования. На этом оборудовании работают квалифицированные специалисты.</p>
</div>
</div>
<div class="one_half">
<div class="feature">
<h2 class="feature-text">
<i class="icon-heart"></i>
```

Продолжение приложения В

Ответственность </h2>

<p>Мы ответственно относимся к каждому заказу. В случае выявления недочетов в вашем макете мы обязательно свяжемся с вами. Всегда предложим лучший способ реализации ваших идей.</p>

</div>

</div>

<div class="one_half">

<div class="feature">

<h2 class="feature-text">

<i class="icon-edit"></i>

Оптимальные цены </h2>

<p>Мы с пониманием относимся к вашим потребностям и предлагаем оптимальные цены для решения ваших задач.</p>

</div>

</div>

</div>

</div>

<div class="clear"></div>

<div class="blog-pagination" id="blog-pag"></div>

</div>

</div>

</div>

<div class="clear"></div>

</div><!--main-->

<div class="clear"></div>

<div id="footer" class="wide">

<div id="footer-box">

<div id="prefooter">

<ul class="links fl-l">

О нас

Новости

Продолжение приложения В

```
<li><a href="kontakty/index.htm">Контакты</a></li>
<li><a href="portfolio/index.htm">Калькулятор</a></li>
</ul>
<ul class="links fl-r">
<li><a href="#"></a></li>
<li><a href="#"></a></li>
<li><a href="#"></a></li>
<li><a href="#"></a></li>
</ul>
</div><!--prefooter--> <div class="clear"></div>
<div id="social-panel">
<div id="social-bar-footer">
<ul>
<li>
<a href="..facebook.com/pages/Типография-Класс Плюс/182252361886207/index.htm" target="_blank" title="Facebook"><i
class="icon-facebook-sign"></i></a>
</li>
<li>
<a href="#" target="_blank" title="RSS"><i class="icon-rss"></i></a>
</li>
<li>
<a href="..plus.google.com/b/112312712009189509864/index.htm" target="_blank" title="Google+"><i class="icon-google-plus-
sign"></i></a>
</li>
</ul>
</div><!--social-bar-->
</div><!--social-panel--> <div class="clear"></div>
<footer class="footer-area">
<div class="clear"></div>
</div><!--footer-box-->
</div><!--footer-->
<div id="copyright" class="wide">
```

Продолжение приложения В

```
<div class="copyright-wrap">
<span class="left"><a href="index.htm">Copyright 2015 Типография Класс Плюс</a></span>

</span>
</div>

</div><!--copyright--></div><!--grid-container-->

<script type="text/javascript">
jQuery(function () {
jQuery.scrollUp({
// Element ID
scrollName: 'scroll_to_up',
// Distance from top/bottom before showing element (px)
scrollDistance: 300,
// 'top' or 'bottom'
scrollFrom: 'top',
// Speed back to top (ms)
scrollSpeed: 300,
// Scroll to top easing (see ../easings.net/index.htm)
easingType: 'linear',
// Fade, slide, none
animation: 'slide',
// Animation speed (ms)
animationSpeed: 200,
// Text for element, can contain HTML
scrollText: 'Вверх',
scrollTrigger: false, // Set a custom triggering element. Can be an HTML string or jQuery object
scrollTarget: false, // Set a custom target element for scrolling to. Can be element or number
scrollTitle: false, // Set a custom <a> title if required.
scrollImg: false, // Set true to use image
activeOverlay: false, // Set CSS color to display scrollUp active point, e.g '#00FFFF'
```


Окончание приложения В

```
zIndex: 2147483647      // Z-Index for the overlay
});

});

</script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/plugins/contact-form-7/includes/js/jquery.form.min_34C63892.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/plugins/contact-form-7/includes/js/scripts_2988BB3E.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/plugins/scroll-to-up/assets/jquery.scrollUp.min_C01DA11A.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-includes/js/masonry.min_BCCD0DA3.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-includes/js/jquery/jquery.masonry.min_BCCD0DA3.js'></script>

<script type='text/javascript' src='wp-content/plugins/wc-shortcodes/includes/js/rsvp_7D78F163.js'></script>

<script type='text/javascript' src='../s0.wp.com/wp-content/js/devicepx-jetpack_31FF6A32.js'></script>

<script type='text/javascript'>

_stq = window._stq || [];

_stq.push([ 'view', { v:'ext',j:'1:3.9.1',blog:'75194065',post:'0',tz:'4',srv:'test1.ru' } ]);

_stq.push([ 'clickTrackerInit', '75194065', '0' ]);

</script>

</body>

</html>
```