

# Аналіз типової структури веб-сайтів підприємств деревообробної галузі

Лілія Винник<sup>1</sup>, Оксана Тимовчак-Максимець<sup>2</sup>

1, 2. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності,  
Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С.  
Бандери, 12,

1. E-mail: lilija.vunnuk@gmail.com , 2. E-mail: linoks@gmail.com

*In the paper effective web-site structure for a woodworking enterprise based on the structure analysis of similar thematic web-resources is suggested.*

Ключові слова – веб-сайт, структура веб-сайту, інформаційне наповнення.

## Вступ

Створення веб-сайту підприємства – це один з найдієвіших способів розвитку торгового сегменту на сьогодні. Це пояснюється тим, що використання цього способу потребує порівняно невелику кількість співробітників та фінансових ресурсів для залучення нових клієнтів, і водночас дозволяє «звертатись» до широкої аудиторії [1]. Виробниче підприємство «Імпульс-С» – це фірма, яка розвивається на ринку деревообробної продукції. В умовах кризи та низької платоспроможності клієнтів компанії, потрібні кошти для стимулювання попиту серед покупців, залучення нових клієнтів, розвитку продажів. Тому розроблення сайту «Імпульс-С» в даний час набуває особливої актуальності.

## Основна частина

Грамотно розроблений і популяризований веб-сайт є потужним і дієвим засобом просування підприємства, його товарів і послуг, на ринок. Це пояснюється тим, що структурована інформація на веб-сайті дає змогу партнерам і клієнтам отримати повну інформацію про підприємство і його діяльність. Популяризація веб-сайту у пошукових системах сприяє зростанню кількості відвідувачів, а отже і збільшенню продажів продукції [2].

Для розроблення грамотної структури веб-сайту підприємства «Імпульс-С» та відповідного інформаційного наповнення було проведено дослідження, яке складається з двох етапів.

На першому етапі для того, щоб визначити, яка інформація повинна міститися на веб-ресурсі, був проведений аналіз сайтів подібної тематики. Відбір сайтів для аналізу проводився на основі таких параметрів: тематика, позиція сайту у результатах пошуку за ключовими словами, кількість відвідувачів, час роботи сайту, об'єм контенту [3]. Після відбору авторитетних та популярних сайтів схожої

тематики було проаналізовано розділи, які входять до їхньої структури. Виділено розділи, які найчастіше зустрічаються на сайтах і є високо змістовними, а саме: про компанію, каталог, доставка, новини.

Головна сторінка типового сайту такої тематики є водночас і каталогом або містить інформацію про компанію. Головне меню в 85% випадків є горизонтальним і розміщується у верхній частині сторінки. Допоміжне меню зазвичай знаходиться ліворуч, і виконує функцію навігації в каталозі продукції.

Завданням другого етапу було визначення відповідності виділених на першому етапі структури та інформаційного наповнення веб-ресурсу інформаційним потребам потенційних користувачів.

Для вирішення поставленого завдання була проведено опитування у спільноті «Імпульс-С» соціальної мережі Facebook, питання якого були спрямовані на вивчення думки і побажань потенційних клієнтів щодо структури та інформаційного наповнення веб-сайту.

Поєднавши побажання потенційних клієнтів і дані, отримані при аналізі веб-ресурсів, структура майбутнього сайту «Імпульс-С» складатиметься з таких розділів: про компанію, каталог продукції, контакти, оплата і доставка.

## Висновки

Стрімке зростання кількості користувачів Інтернету та поступовий перехід комерції в онлайн-середовище є головною причиною необхідності та доцільності створення веб-сайтів для широкого представлення діяльності підприємства. Важливим етапом створення веб-сайту є розроблення його структури. Грамотно розроблена структура дозволить веб-сайту динамічно розвиватись, правильно індексуватися пошуковими системами, а отже, залучати нових клієнтів.

## Література

1. П'ятницька Г. Просування товарів і торговельних послуг засобами Інтернет-реклами [Електронний ресурс] / Г. П'ятницька // Товари і ринки України. – 2011. – № 1. – С. 49–58. – Режим доступу: <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/8.pdf>
2. Ашманов И. Оптимизация і продвижение сайтов в поисковых системах [текст]: книга / И. Ашмаков, А. Иванов. – Москва, 2008. – 208 с.
3. Пасічник Н. Метод та алгоритм побудови структур тематичних сайтів на основі онтологічного підходу / Н. Пасічник, М. Дивак; Тернопільський національний економічний університет // Наукові праці ДоНТУ. – 2012. – С.184-189. – (Інформатика, кібернетика та обчислювальна техніка, [вид.15]). – ISBN 1996-1588