

31. Створення сайту-візитки АТ «Мономах»

Ірина Павлюк, к. т. н., доц. Сергій Грибков
Національний університет харчових технологій

Вступ. Компанія АТ «Мономах» є одним із лідерів на українському чайному та кавовому ринках. У їхньому асортименті — велика кількість чорних та зелених чаїв, ароматизованих, із добавками трав та сухофруктів, заварна кава.

Сьогодні важко знайти велике індустріальне підприємство, що не просувало б себе у мережі Інтернет. Зростання числа користувачів, у першу чергу за кордоном, відкриває нові можливості взаємодії з потенційними клієнтами на якісно новий рівень [1].

Для вдосконалення та розширення інформаційної складової підприємства для клієнтів доцільно розробити сайт-візитку, що допоможе підвищити престижність фірми, висвітлювати всі новини та акції, що проходять [2].

Матеріали і методи. Сайт-візитка (англ. promo site) — невеликий сайт, що, як правило, складається з однієї (чи кількох) веб-сторінки та містить основну інформацію про організацію (історія розвитку, успішні проекти, партнери або клієнти), дані про товари або послуги (ціни, асортимент), контактну інформацію (адреса, телефон, e-mail, схема проїзду) [3]. Якісно продумана SEO-оптимізація сайту-візитки забезпечує підвищення його позиції в результатах пошукових систем, що забезпечує стрімке зростання кількості переглядів та користувачів сайту.

При створенні сайту-візитки використовують значні обсяги графіки, у тому числі анімації або Flash. Ще одним із підходів побудови сайту-візитки є використання Flash-технологій, коли весь сайт-візитка розташовується на одній веб-сторінці, призначеній виключно для завантаження Flash-ролику, а вся навігація та контент реалізовані в ньому [4].

Створення сайту розпочинається з розробки макету, після його затвердження розробник додає необхідну динаміку та анімацію на сторінках. Для представлення інформації на веб-сторінках використовується модульна сітка, що виконує наступні функції: дозволяє скоротити час, який потрібен на розробку сайту (внаслідок того, що виключаються тимчасові витрати на пошук геометричного місця елемента в макеті); дозволяє збалансувати і зберегти пропорції для елементів у макеті; дозволяє розробити шаблони як основу для майбутніх рішень. При створенні модульної сітки для веб-сторінки використовують різні види пропорційності: математична, гармонійна, геометрична та ін.

В основу модульних сіток часто покладено квадрат або прямокутник, тому що є можливість легко забезпечити пропорційність, але також використовують нелінійні пропорції для інших видів фігур.

Результати. В результаті проведеного дослідження для побудови сайту-візитки АТ «Мономах» було обрано підхід побудови сайту на основі динамічних сторінок. Вони складаються з шаблонів, контенту, скриптів та ін. у вигляді окремих файлів. Сторінка сайту, що відображається у браузері користувача, формується на стороні сервера динамічно, за запитом, зі сторінки-шаблону та окремо розташованого контенту (інформації, скриптів та ін.). За таким підходом для відображення будь-якої кількості однотипних сторінок використовується одна сторінка-шаблон, у яку завантажуються відповідний контент, що дозволяє одночасно коригувати зовнішній вигляд сайту, редагуючи всього лише один шаблон. Процес отримання вмісту

динамічної веб-сторінки зазвичай має наступну послідовність: генерація контенту на стороні сервера; передача згенерованої сторінки клієнту; генерація вмісту на стороні клієнта.

Для побудови веб-сторінок використано Microsoft Visual Studio 2013, а програмування окремих блоків здійснюється за допомогою мови програмування JavaScript.

Висновки. У роботі виконані дослідження ефективних методів розробки структури веб-сторінок, розглянуті найбільш успішні варіанти дизайну сайтів та проведено статистичний аналіз отриманих результатів. Проведене дослідження дозволило визначити оптимальну структуру веб-сторінок при створенні сайту-візитки АТ «Мономах». Створений сайт-візитка забезпечить висвітлення інформації про компанію АТ «Мономах», а саме дані про компанію, дані про продукцію, контактну інформацію.

Література

1. Нельзина О. Информационные системы для электронной коммерции [Текст]. — М. : Феникс, 2008. — 271 с.
2. Козье Д. Электронная коммерция. Стратегические технологии [Текст]. — М. : Горячая линия-Телеком, 2005. — 288 с.
3. Омельченко В. Я. Система межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции [Текст] // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. тр. — 2012. — Ч.1. — С. 306.
4. Сырых Ю. А. Современный веб-дизайн. Рисуем сайт, который продает [Текст]. — М. : Вильямс, 2008. — 304 с.