

Міністерство освіти і науки України

Луцький національний технічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)
Факультет архітектури, будівництва та дизайну
(повне найменування факультету)
Кафедра архітектури та дизайну
(повна найменування кафедри)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»**

**ІННОВАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ У ПРОЄКТУВАННІ
КОРПОРАТИВНИХ САЙТІВ ДЛЯ МЕБЛЕВИХ КОМПАНІЙ**

спеціальність 022 Дизайн
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Дизайн»
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ДМ-21

Кавун Петро Анатолійович

(підпис)

Керівник:

Д.т.н., професор

Пустюльга Сергій Іванович

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту

«19» жовтня 2023 р.

Гарант освітньої програми:

Кандидат мистецтвознавства, доцент

Бондарчук Юлія Сергіївна

(підпис)

Форма N Н-9.01

Луцький національний технічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет архітектури, будівництва та дизайну

Кафедра архітектури та дизайну

Ступінь вищої освіти: магістр

Галузь знань: 02 «Культура та мистецтво»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Освітня програма: «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри архітектури та дизайну

Оксана ПАСІЧНИК

» грудня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти**

КАВУН Петро Анатолійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Інноваційні принципи дизайну у проєктуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній»

керівник кваліфікаційної роботи Пустюльга Сергій Іванович, д.т.н., професор,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «4» січня 2023 року №040/01-02

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 01 грудня 2023 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи *Аналіз та дослідження інноваційних принципів дизайну при проєктуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній.*

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

У 1 розділі дослідити історію виникнення корпоративних сайтів та особливості їх дизайну. 2 розділ – структурувати корпоративні сайти, визначити єдиного та призначення сайтів для меблевих компаній. 3 розділ – розробити інноваційні принципи дизайну при проєктуванні сайтів для меблевих компаній. У проєктному розділі – розробити власний корпоративний сайт для вибраної меблевої компанії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Ілюстрації історії перших корпоративних сайтів, особливості дизайнерських рішень при розробці прототипів, класифікація перших корпоративних сайтів, схем інноваційних принципів дизайну сайтів для меблевих компаній. Представити варіанти макетів власного проєкту сайту для меблевої компанії.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Пустюльга С.І., доктор технічних наук, професор		
Розділ 2	Пустюльга С.І., доктор технічних наук, професор		
Розділ 3	Пустюльга С.І., доктор технічних наук, професор		
Розділ 4	Пустюльга С.І., доктор технічних наук, професор		

7. Дата видачі завдання 10 серпня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

N з/п	Назва етапів науково-проектної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Розділ 1.	10.09. 2023	
2.	Розділ 2	20.09. 2023	
3.	Розділ 3.	10.10. 2023	
4.	Розділ 4.	20.10. 2023	
5	Формування висновків та додатків	15.11. 2023	
6	Розробка проєктної частини	20.10.2023	
7	Формування реферату	20.11.2023	
8	Подання пояснювальної записки на перевірку	01.12.2023	
9	Подання виконаної КР з відгуком	06.12.2023	
10	Подання виконаної КР на підпис декану та відповідальному секретарю ЕК	07.12.2023	
11	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	

Магістрант

Керівник кваліфікаційної
роботи

КАВУН П. А.

(прізвище та ініціали)

ПУСТЮЛЬГА С.І.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кавун П. А. Інноваційні принципи дизайну у проєктуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній

Кваліфікаційна робота магістра ОП «Дизайн» спеціальності 022 Дизайн. Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2023. Магістерська робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел та додатку (відповідно до структури дипломної роботи, затвердженої кафедрою).

Робота присвячена інноваційним принципам дизайну при розробці корпоративного веб-сайту для виробника меблів. Основна мета - виявити та проаналізувати сучасні тенденції в дизайні веб-сайтів, які можуть бути успішно використані для просування меблевих брендів і продуктів в Інтернеті.

Розглядаються такі аспекти, як використання інтерактивних елементів, анімація різних графічних елементів, адаптивний дизайн та інші інноваційні методи, спрямовані на покращення користувацького досвіду та збільшення конверсії користувачів і кінцевих клієнтів.

Дослідження ґрунтується на аналізі останніх веб-сайтів меблевих компаній та їхніх конкурентів, а також на огляді літератури з веб-дизайну, маркетингу та розробки.

Результати дослідження узагальнені в рекомендаціях щодо того, що використання інноваційних принципів дизайну при розробці корпоративного веб-сайту меблевої компанії може покращити присутність бренду в Інтернеті та збільшити продажі.

Результати дослідження будуть корисними для меблевих компаній, які прагнуть вдосконалити свою онлайн-стратегію та залучити нових клієнтів за допомогою ефективного корпоративного веб-сайту. Дослідження містить практичні рекомендації для менеджерів меблевих компаній, маркетологів та веб-дизайнерів, які потребують оновлення або створення нових корпоративних веб-сайтів для покращення бренду та збільшення продажів.

Ключові слова: маркетинг, веб-дизайн, розробка, користувацький досвід, клієнти, конверсія, покупці, користувачі, дизайн, графічні елементи, бренд, меблі, дизайн, інноваційні принципи, веб-сайт.

ANNOTATION

Kavun P. A. Innovative design principles in the design of corporate websites for furniture companies

Qualification work of the master's degree program "Design", specialty 022 Design. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2023. The master's thesis consists of an introduction, four chapters, conclusions and suggestions, a list of references and an appendix (in accordance with the structure of the thesis approved by the department).

The work is devoted to innovative design principles in the development of a corporate website for a furniture manufacturer. The main goal is to identify and analyze current trends in website design that can be successfully used to promote furniture brands and products on the Internet.

The study considers such aspects as the use of interactive elements, animation of various graphic elements, responsive design and other innovative methods aimed at improving user experience and increasing the conversion of users and end customers.

The study is based on an analysis of the latest websites of furniture companies and their competitors, as well as a review of the literature on web design, marketing, and development.

The results of the study are summarized in the recommendations that the use of innovative design principles in the development of a corporate website for a furniture company can improve the brand's online presence and increase sales.

The results of the study will be useful for furniture companies looking to improve their online strategy and attract new customers with an effective corporate website. The study provides practical recommendations for furniture company managers, marketers, and web designers who need to update or create new corporate websites to improve their brand and increase sales.

Keywords: marketing, web design, development, user experience, customers, conversion, buyers, users, design, graphic elements, brand, furniture, design, innovative principles, website.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
1 ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ САЙТІВ ТА ЇХ ДИЗАЙН	11
1.1 Перші корпоративні сайти	11
1.2 Дизайн корпоративних сайтів	14
1.3 Класифікації перших корпоративних сайтів	17
Висновки до розділу 1	19
2 КОРПОРАТИВНІ САЙТИ МЕБЛЕВИХ КОМПАНІЙ: ЇХ СТРУКТУРА, ВИДИ, ФУНКЦІОНАЛ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ	21
2.1 Розбір структури корпоративних сайтів меблевих компаній	21
2.2 Види корпоративних сайтів меблевих компаній (лендінги, сайти візитки, багатосторінкові сайти, маркетплейси)	22
2.3 Інноваційний функціонал корпоративних-комерційних сайтів меблевих компаній	26
Висновки до розділу 2	27
3 ІННОВАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ У ПРОЄКТУВАННІ КОРПОРАТИВНИХ САЙТІВ МЕБЛЕВИХ КОМПАНІЙ	29
3.1 Аналіз конкурентів ринку меблевих компаній	29
3.2 Аналіз аудиторії меблевих сайтів	31
3.3 Візуальне дослідження веб-сайтів меблевих компаній, аналіз візуальної складової	33
Висновки до розділу 3	37
4 ІННОВАЦІЙНЕ ПРОЄКТУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО САЙТУ МЕБЛЕВОЇ КОМПАНІЇ	39
4.1 Технічне завдання розробки сайту	39
4.2 Планування майбутньої структури веб-сайту, на базі отриманої інформації з проведених досліджень	41
4.3 Створення прототипу - перше приближення, без контенту	44

4.4 Візуально-естетичне наповнення корпоративного сайту меблевої компанії	46
Висновки до розділу 4	48
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	50
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	52
ДОДАТКИ	55
Додатки А 1 розділ	56
Додатки Б 2 розділ	62
Додатки В 3 розділ	68
Додатки Г 4 розділ	74

ВСТУП

Актуальність проблеми. У сучасному світі, де конкуренція на ринку меблів є дуже високою, меблеві компанії повинні постійно «інновувати» та розвиватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. Одним із важливих інструментів, який може допомогти меблевим компаніям у цьому, є корпоративний сайт. Корпоративний сайт є важливою частиною маркетингової стратегії меблевої компанії. Він дозволяє компанії інформувати потенційних клієнтів про свою продукцію та послуги, а також залучати нових клієнтів та підвищувати продажі.

Для того, щоб корпоративний сайт був ефективним, він повинен відповідати ряду вимог, зокрема:

- Він повинен бути інформативним та привабливим для потенційних клієнтів.
- Він повинен бути простим у використанні та зручним для користувачів.
- Він повинен відповідати цільовій аудиторії компанії.

В умовах сьогодення технології розвиваються дуже швидко, меблеві компанії повинні впроваджувати інноваційні принципи дизайну у проектуванні своїх корпоративних сайтів. Це дозволить їм створити сайти, які будуть відповідати вищезазначеним вимогам і будуть ефективними інструментами для досягнення їхніх маркетингових цілей.

Інноваційні принципи дизайну, які можуть бути застосовані у проектуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній, включають:

- Використання сучасних технологій, таких як 3D-візуалізації, віртуальні тури та інтерактивні елементи.
- Персоналізований підхід, який дозволяє запропонувати користувачам контент, який відповідає їхнім індивідуальним потребам і інтересам.

- Зосередження на досвіді користувача, який робить використання сайту більш простим, зручним і приємним.

Впровадження інноваційних принципів дизайну у проектуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній може принести значні переваги, такі як:

- Збільшення продажів. Інноваційні корпоративні сайти можуть допомогти меблевим компаніям збільшити продажі, залучивши нових клієнтів та підвищивши рівень задоволеності існуючих клієнтів.
- Покращення репутації. Інноваційні корпоративні сайти можуть допомогти меблевим компаніям підвищити свою репутацію як інноваційних і сучасних компаній.
- Зниження витрат. Інноваційні корпоративні сайти можуть допомогти меблевим компаніям знижувати витрати на маркетинг і рекламу.

Таким чином, актуальність проблеми інноваційних принципів дизайну у проектуванні корпоративних сайтів для меблевих компаній обумовлена такими факторами:

- Високою конкурентоспроможністю на ринку меблів.
- Необхідністю створення ефективних маркетингових інструментів, які дозволять меблевим компаніям залучати нових клієнтів та підвищувати продажі.
- Розвитком сучасних технологій, які відкривають нові можливості для інноваційного дизайну корпоративних сайтів.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є вивчення сучасних інноваційних методів у веб-дизайні, в сфері корпоративних меблевих сайтів, зокрема: вивчення конкурентів на ринку, аналіз ринку веб-продуктів цієї галузі, розуміння актуальності потреб користувачів, аналіз цільової аудиторії. На базі отриманих даних, з вище наведених досліджень, метою

являється створення найкращого рішення, для потреб цільової меблевої компанії.

Завданнями роботи є:

- 1) Дослідити історично-матеріальну базу корпоративних сайтів.
- 2) Ознайомлення з загальними положеннями, історією та виглядом корпоративних веб-сайтів.
- 3) Вивчення загальних класифікацій корпоративних сайтів.
- 4) Розбір структури меблевих сайтів.
- 5) Вивчення видів корпоративних сайтів, та їх функціоналу.
- 6) Аналіз ринку сайтів меблевих компаній.
- 7) Вивчення та аналіз аудиторії сайтів меблевих компаній.
- 8) Дослідження візуальної складової меблевих-корпоративних сайтів.
- 9) Робота з технічним завданням замовника. На основі отриманих знань з вивчення сфери корпоративних веб-сайтів меблевих компаній пошук та створення найкращого рішення для майбутнього сайту.

Об'єктом дослідження є корпоративні сайти меблевих компаній.

Предметом дослідження є функціональна та візуальна складова корпоративних меблевих сайтів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що:

- *вперше*: проведено комплексний аналіз корпоративних сайтів меблевих компаній; проаналізовано історію виникнення корпоративних сайтів та досліджено їх еволюцію та трансформацію; виділено особливості корпоративних сайтів, принципи їх функціональною та візуальної складової.

- *вдосконалено*: функціональність та індивідуальність дизайну корпоративних сайтів.

- *отримали подальший розвиток*: корпоративний веб-сайт, який було створено, на базі вивчення усіх складових, та аналізів конкурентів.

Практичне значення роботи. Результати роботи можуть бути використані: 1) у науково-теоретичних дослідженнях; 2) у навчально-

методичній роботі; 3) у практичній діяльності дизайнерів, що передбачає створення веб-сайтів для різних компаній.

Апробація. Тема магістерської роботи є актуальною та відповідає сучасним тенденціям у розвитку сайтів меблевої галузі. За результатами розробленого дизайну, сайт виставлено на домен, та хостинг, він став візитною карткою меблевої компанії, та використовується для конверсії клієнтів.

1 ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ САЙТІВ ТА ЇХ ДИЗАЙН

1.1 Перші корпоративні сайти

Перші корпоративні веб-сайти з'явилися в 1990-х роках, коли інтернет тільки починав ставати популярним серед бізнесу та споживачів. У той час веб-сайти були простими і нефункціональними, складалися з основної інформації про компанію та контактних даних. Рис. А.1 – Перший у світі веб-сайт 1990 рік[1].

З появою нових технологій і зростанням конкуренції дизайн корпоративних сайтів кардинально змінився. Сучасні корпоративні веб-сайти привабливі та ергономічні, привертають увагу користувачів і полегшують взаємодію з сайтом. Вони також оптимізовані для роботи на різних пристроях, включаючи мобільні телефони та планшети. Однак 20 років тому адаптивного дизайну та адаптивних веб-сайтів не існувало: 15 років тому можна було фізично отримати доступ до веб-ресурсів з мобільного телефону, натиснувши одну кнопку, але функціонально було важко отримати доступ до більшості веб-платформ з мобільного телефону. Так і було.

Корпоративні веб-сайти є важливим інструментом для будь-якої компанії для просування в Інтернеті та залучення нових клієнтів. Історія його виникнення та розвитку показує, що його функціональність та естетичний вигляд постійно зростає. Дизайн корпоративних сайтів постійно змінюється, але завжди залишається актуальним і привабливим для користувачів. З появою нових технологій і посиленням конкуренції дизайн корпоративних сайтів зазнав значних змін. Сучасні корпоративні сайти використовують привабливий і ергономічний дизайн, щоб привернути увагу користувачів і полегшити взаємодію з сайтом. Вони також оптимізовані для роботи на різних пристроях, включаючи мобільні телефони та планшети.

У цьому розділі розглядається історія корпоративних веб-сайтів та їхнього дизайну, починаючи з їхньої появи в 1990-х роках і закінчуючи сучасними тенденціями в дизайні. Також розглядається важливість корпоративних веб-сайтів у сучасному бізнесі та їхній вплив на споживачів.

Перші корпоративні веб-сайти з'явилися на початку епохи Інтернету, коли компанії усвідомили потенціал нових платформ для просування своїх продуктів і послуг. У той час веб-сайти були дуже простими, зазвичай складалися з однієї-двох сторінок і мали мало функцій. Основною метою таких сайтів було представити компанію та надати контактну інформацію клієнтам.

З часом, коли інтернет став більш поширеним, корпоративні сайти стали більш складними та функціональними. На сайтах компаній почали з'являтися розділи про їхні продукти та послуги, новини, блоги та зони, де клієнти могли залишати відгуки та коментарі. Вони також почали пропонувати онлайн-реєстрацію, онлайн-замовлення та підтримку різних пристроїв, які користувачі використовують для доступу до веб-сайту.

Першими, хто створив власні корпоративні веб-сайти, були компанії, пов'язані з технологічним сектором, такі як **IBM**, **Microsoft** і **Apple**. Вони розуміли важливість присутності в Інтернеті і швидко скористалися новою платформою для просування своїх продуктів і послуг. Банки та фінансові установи, такі як Citibank і Bank of America, також швидко запустили корпоративні веб-сайти, оскільки розуміли важливість надання інформації клієнтам в онлайн-форматі. Рис. 1.2 – Корпоративний сайт Apple 1992 рік

Таким чином виглядали сайти тієї епохи. Подібне оформлення в сучасному світі виглядає дивним, проте, на той час це був максимум, який міг собі дозволити такий гігант як Apple Computer, Inc. Рис. A.3 – Корпоративний сайт Microsoft 1994 рік

Вище представлений сайт компанії Microsoft. На перший погляд, це нагадує вікно, у старому Windows, яке не несе за мету приваблення клієнтів, або збільшення об'єму продаж серед клієнтів. На початку 90-х це був максимум, який компанії могли собі дозволити.

Корпоративні веб-сайти мають значний вплив на користувачів, оскільки вони є основним засобом комунікації між компанією та її клієнтами. За допомогою корпоративних сайтів компанії можуть презентувати свої продукти та послуги, доносити важливу інформацію до клієнтів та взаємодіяти з ними за допомогою різноманітних інтерактивних елементів.

Основна мета корпоративного веб-сайту - привернути увагу потенційних клієнтів і створити позитивний імідж компанії. За допомогою сайту компанія може продемонструвати свій професіоналізм, довести свою надійність і конкурентоспроможність на ринку. Іншою важливою метою є залучення нових клієнтів, утримання існуючих клієнтів та покращення взаємодії з ними. Корпоративні веб-сайти також можуть мати значний вплив на користувачів, оскільки вони надають клієнтам можливість отримати доступ до інформації про компанію та її продукти в будь-який зручний для них час. Це гарантує, що споживачі мають всю необхідну інформацію перед тим, як прийняти рішення про покупку товару або послуги. Рис. А.4 – Перший екран сайту www.apple.com 2023 рік. Показовий приклад реклами свого нового продукту клієнтам [2]. Рис. А.5 – Корпоративний сайт Microsoft 2023 рік [3]

Веб-сайт компанії також може впливати на користувачів через свій функціонал. Наприклад, можливість замовляти товари та послуги онлайн робить процес купівлі зручнішим і швидшим для клієнтів. Крім того, блоги та новини компанії можуть надавати корисну інформацію для клієнтів і впливати на їхні рішення про покупку. Рис. А.6 – Інтерактивний корпоративний сайт меблевої компанії www.ka-ra.studio [4]

Зрештою, мета веб-сайту компанії - залучити клієнтів, показати їм переваги продуктів і послуг компанії та зробити процес покупки максимально простим і зручним. Це дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, утримувати існуючих і розвивати свій бізнес.

Тому веб-сайт компанії є важливим інструментом для компаній, багато потенційних клієнтів яких користуються Інтернетом. Вплив веб-сайту компанії на користувачів полягає в його здатності презентувати компанію та її

продукти, взаємодіяти з клієнтами та створювати позитивний імідж. Крім того, кінцевою метою корпоративного веб-сайту є залучення нових клієнтів і збільшення взаємодії з ними.

1.2 Дизайн корпоративних сайтів

Дизайн корпоративних веб-сайтів у 1990-х роках дуже відрізнявся від сучасного. Коли інтернет став більш доступним, дизайнери та розробники почали експериментувати з різними стилями та технологіями, щоб створювати привабливі та функціональні веб-сайти для компаній.

У 1990-х роках веб-дизайн був дуже простим і обмеженим через технічні обмеження. Веб-сторінки склалися переважно з тексту та зображень, з невеликою кількістю анімації чи інших складних ефектів через обмежену пропускну здатність інтернету. Колірна палітра також була обмеженою, оскільки браузері підтримували обмежену кількість кольорів.

Одним з основних елементів дизайну корпоративних веб-сайтів у 1990-х роках була статична структура сторінок. Сайти склалися з окремих сторінок, пов'язаних між собою гіперпосиланнями. Навігація була дуже простою, зазвичай у вигляді меню з вертикальними або горизонтальними посиланнями на інші сторінки сайту.

Ще одним характерним елементом дизайну корпоративних сайтів у 1990-х роках були таблиці. Таблиці використовували для організації контенту на сторінці та створення макету. Таблиці дозволяли розміщувати текст і зображення в певних рядках і стовпчиках, роблячи сторінку більш організованою і легкою для читання.

Крім того, великі заголовки, яскраві графічні елементи та логотипи компаній були поширеними в дизайні корпоративних веб-сайтів у 1990-х роках. Популярним був стиль "веб-безпечного" шрифту, який виглядав однаково на всіх пристроях і браузерах. У цей період також з'явилися перші форми інтерактивності на веб-сайтах, такі як форми зворотного зв'язку та

гостьові книги. Загалом, дизайн корпоративних веб-сайтів у 1990-х роках був дуже простим і обмеженим через технічні проблеми. Однак саме в цей період були закладені основи для подальшого розвитку веб-дизайну, а також розроблені ідеї та концепції, які є актуальними і сьогодні.

У 2000-х роках дизайн корпоративних сайтів зазнав значних змін. Розвиток технологій і збільшення пропускної здатності інтернету дали дизайнерам і розробникам більше можливостей для створення привабливих і функціональних веб-сайтів для компаній, і одним з ключових елементів дизайну корпоративних веб-сайтів у 2000-х роках став більший акцент на візуальну привабливість і брендинг. Це був зсув у бік більшого акценту на візуальній привабливості та брендингу. Веб-сайти стали більш графічними і стали більше використовувати фотографії та графічні елементи. Кольорові палітри стали більш різноманітними, а з розвитком технологій анімація та інші складні ефекти стали більш поширеними. Рис. А.7 – Дизайн сайту Apple у 2000 роках.

Одним з важливих нововведень у дизайні веб-сайтів є використання CSS (каскадних таблиць стилів), які дозволяють краще контролювати макет і зовнішній вигляд сторінок. Це дозволило розробникам створювати більш складні та гнучкі макети, які виглядають привабливо на будь-якому пристрої та розмірі екрану.

Ще одним важливим аспектом дизайну корпоративних сайтів у 2000-х роках стала поява багатошарових макетів. Розробники почали використовувати шари для розташування контенту та графічних елементів на сторінці, що дозволило їм створювати більш складні та цікаві макети. Приблизно в цей же час почали з'являтися перші елементи адаптивного дизайну, що дозволяє сайтам автоматично підлаштовуватися під розмір екрану користувача. Це стало особливо важливим з появою мобільних пристроїв і планшетів.

У 2000-х роках також зросла інтерактивність веб-сайтів. Щоб забезпечити кращий користувацький досвід, було включено багато елементів, таких як анімовані меню, слайдери, форми зворотного зв'язку та онлайн-чат.

Загалом, дизайн корпоративних веб-сайтів у 2000-х роках характеризувався акцентом на візуальній привабливості, багат шарових макетах, адаптивному дизайні та підвищеній інтерактивності. Веб-дизайн цього періоду встановив нові стандарти для створення привабливих і функціональних корпоративних веб-сайтів. За останні кілька десятиліть дизайн корпоративних веб-сайтів зазнав значних змін і поліпшень. У 1990-х роках, коли інтернет тільки зароджувався, веб-сайти були простими і непривабливими, з мінімальною кількістю графіки та анімації. Однак технологічний прогрес і збільшення пропускної здатності інтернету дали дизайнерам і розробникам більше можливостей для створення привабливих і функціональних веб-сайтів для компаній. Рис. А.8 – Дизайн сайту Microsoft у 2000 роках

Дизайн корпоративних сайтів кардинально змінився у 2000-х роках. Одним з ключових елементів дизайну став акцент на візуальній привабливості та брендингу. Веб-сайти стали більш графічними, з широким використанням фотографій та графічних елементів. Кольорові палітри стали більш різноманітними, а з розвитком технологій анімація та інші складні ефекти стали більш поширеними.

Важливою зміною в дизайні веб-сайтів стало використання CSS для кращого контролю над макетом і зовнішнім виглядом сторінок. Це дозволило розробникам створювати більш складні та гнучкі макети, які виглядають привабливо на всіх пристроях і розмірах екранів. Рис. А.9 – Дизайн сайту Polaroid у 2000 роках

З появою мобільних пристроїв і планшетів почали з'являтися перші елементи адаптивного дизайну, що дозволяє веб-сайтам автоматично підлаштовуватися під розмір екрану користувача. Це значно полегшило доступ до інформації для користувачів різних пристроїв.

Сьогодні дизайн корпоративних сайтів продовжує розвиватися. Однією з основних тенденцій є mobile-first дизайн, коли веб-сайти спочатку розробляються для мобільних пристроїв, а потім адаптуються для великих екранів. Це важливо, оскільки багато користувачів зараз переглядають веб-сайти зі своїх смартфонів. Сучасний дизайн також характеризується більшою увагою до швидкості завантаження сторінок та оптимізації для пошукових систем. Важливо, щоб веб-сайти були не лише привабливими, але й функціональними та легкодоступними для користувачів. Завдяки широкому використанню штучного інтелекту і машинного навчання веб-сайти можуть також надавати користувачам персоналізований досвід. Це включає рекомендації щодо продуктів і послуг, персоналізовану інформацію та інші інтерактивні елементи. Загалом, сучасний дизайн корпоративних веб-сайтів відрізняється орієнтованістю на мобільні пристрої, адаптивністю, пошуковою оптимізацією та персоналізованим користувацьким інтерфейсом. Оскільки технології продовжують розвиватися, майбутнє дизайну сайтів обіцяє багато нових можливостей для створення привабливих і функціональних корпоративних сайтів.

Сучасний дизайн - це не лише про естетику, але й про загальну інклюзивність. Деякі веб-сайти сьогодні мають налаштування для людей з дальтонізмом. Одним натисканням кнопки інтерфейс набуває відтінку, більш придатного для очей людей з дальтонізмом. Інклюзивність також включає в себе адаптивність веб-ресурсів до темної або світлої теми. Рис. А.10 – Сучасний сайт з темною темою Рис. А.11 – Сайт МОН України, з функцією «людям з порушенням зору» [5]. Рис. А.12 – Сайт МОН України, з увімкненою функцією для людей з дальтонізмом. Приклад інклюзивного дизайну сучасності [5].

1.3 Класифікації перших корпоративних сайтів

Перші в історії корпоративні сайти можна було класифікувати як веб-сайти, створені для презентації компанії та її продуктів або послуг в Інтернеті. Ці сайти мали на меті залучення уваги потенційних клієнтів та створення позитивного іміджу компанії. Зазвичай, перші корпоративні сайти були простими статичними сторінками, що містили основну інформацію про компанію, її історію, продукцію та контактну інформацію. Такий функціонал дозволяв компаніям представити себе в Інтернеті та звернути на себе увагу потенційних клієнтів. З часом, корпоративні сайти отримали більше функціоналу, такого як можливість замовлення товарів або послуг онлайн, блоги та новини компанії, а також інтерактивні елементи, такі як форми зворотного зв'язку та онлайн-чати з клієнтською підтримкою.

Зараз, корпоративні сайти можна розділити на кілька категорій в залежності від їх функціоналу та цілей:

1. Інформаційні сайти. Це найпоширеніший тип корпоративних сайтів, які призначені для представлення основної інформації про компанію, її продукцію та послуги.
2. Торговельні сайти. Цей тип сайтів дозволяє клієнтам придбати товари або послуги компанії через Інтернет. Вони мають інтерактивний функціонал, такий як кошики покупок, онлайн-оплата та можливість вибору розміру чи кольору товару.
3. Корпоративні блоги. Блог компанії може бути використаний для публікації новин, цікавих матеріалів про продукцію або послуги, а також для ведення діалогу з клієнтами через коментарі.
4. Соціальні медіа сайти. Деякі компанії створюють спеціальні сайти для спілкування з клієнтами через соцмережі, таким чином розширюючи свою аудиторію та залучаючи нових клієнтів.

Корпоративний сайт - це важливий інструмент для будь-якої компанії, оскільки в Інтернет велика кількість потенційних клієнтів. Завдяки розвитку технологій, сучасні корпоративні сайти можуть мати розширений функціонал, такий як адаптивний дизайн для роботи на мобільних пристроях,

персоналізований контент для різних груп клієнтів та аналітичний функціонал для виміру ефективності маркетингових кампаній.

Отже, корпоративні сайти мають велике значення для будь-якої компанії та можуть бути класифіковані за їх функціоналом та цілями. Вони дозволяють компаніям презентувати себе в Інтернеті, залучати нових клієнтів та покращувати взаємодію з ними. Рис. А.13 – Так виглядає корпоративний сайт меблевої компанії за генерацією нейромережі

Висновки до розділу 1

Корпоративні веб-сайти стали невід'ємною частиною світу онлайн-бізнесу. Вони з'явилися завдяки технологічному розвитку та потребі компаній презентувати себе та свою продукцію в онлайн-просторі. Перші корпоративні веб-сайти з'явилися наприкінці 1990-х років, коли інтернет тільки починав ставати популярним серед бізнесу та споживачів.

На ранніх етапах розвитку корпоративні веб-сайти були простими за дизайном, мали обмежену функціональність і базувалися на текстовому контенті. Однак з розвитком технологій і зростанням конкуренції компанії почали активно вдосконалювати свої сайти, щоб привернути увагу користувачів і підвищити ефективність взаємодії з ними.

Сучасні веб-сайти компаній розробляються таким чином, щоб бути привабливими та інтуїтивно зрозумілими, щоб користувачам було легко знаходити потрібну інформацію та взаємодіяти з компанією. Вони також використовують різноманітні інтерактивні елементи, які викликають інтерес у відвідувачів сайту. Такий підхід допомагає привернути увагу і залишити позитивне враження про компанію.

Дизайн корпоративних сайтів постійно розвивається, оскільки компанії шукають способи поліпшити клієнтський досвід і зробити свої сайти більш ефективними. Нові технології, такі як штучний інтелект, великі дані та

аналітика, дозволяють компаніям персоналізувати контент для кожного користувача і зробити взаємодію з сайтом більш ефективною.

Оскільки все більше користувачів отримують доступ до інтернету з мобільних пристроїв, адаптивний дизайн корпоративних сайтів також набуває все більшої популярності. Компанії активно працюють над створенням адаптивних мобільних версій своїх сайтів, щоб забезпечити зручний доступ до інформації для всіх користувачів.

Зрештою, історія розвитку корпоративних сайтів та їх дизайну свідчить про поступовий розвиток технологій і стратегій взаємодії з клієнтами. Сучасні корпоративні веб-сайти стали потужними інструментами для просування бренду, залучення клієнтів та покращення клієнтського досвіду, а їхній дизайн постійно вдосконалюється для досягнення цих цілей.

2 КОРПОРАТИВНІ САЙТИ МЕБЛЕВИХ КОМПАНІЙ: ЇХ СТРУКТУРА, ВИДИ, ФУНКЦІОНАЛ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ

2.1 Розбір структури корпоративних сайтів меблевих компаній

Сучасні корпоративні сайти меблевих компаній є важливим інструментом для просування бренду та продажу товарів. Вони повинні бути зручними для користувачів та містити інформацію про продукцію, ціни, доставку та контактну інформацію компанії. Рис. Б.1 – Хедер (header англ.)

Хедер - це перший елемент сайту, який має привернути увагу користувача. Зазвичай на ньому знаходиться логотип компанії, основне меню, пошукове поле та кнопки для входу в особистий кабінет або кошик. Рис. Б.2 – Сайт IKEA [6]

Одним з прикладів корпоративного сайту меблевої компанії є сайт IKEA (<https://www.ikea.com/ua/uk/>). На головній сторінці знаходиться банер з акційною пропозицією, який звертає на себе увагу користувача. Далі йде блок з новинами та рекомендаціями, який дозволяє користувачам ознайомитися з останніми новинками та трендами в меблевому світі. Також на головній сторінці є блок з популярними категоріями товарів та пошукове поле. Рис. Б.3 – Приклад карточки товару

Карточка товару - це елемент, який дозволяє користувачам детально ознайомитися з продуктом. На карточці товару зазвичай знаходиться фото товару, його назва, опис, ціна та характеристики. Також можуть бути відгуки користувачів про товар. Рис. Б.4 – Сайт Mebel.ua [7]

Інший приклад корпоративного сайту меблевої компанії - сайт Mebel.ua (<https://mebel.ua/>). На головній сторінці знаходиться блок з акційними товарами та популярними категоріями меблів. Кожна категорія меблів має свою сторінку з карточками товарів, які мають фото, опис та ціну. Карточки товарів мають кнопку "Купити", яка перенаправляє користувача на сторінку з кошиком. Рис. Б.5 – Презентація товару

Презентація товару - це елемент, який дозволяє показати товар з різних кутів та детально описати його характеристики. Презентація може бути відео, фото або 3D-модель. Рис. Б.6 – Приклад контактної інформації

Контактна інформація - це елемент, який дозволяє користувачам зв'язатися з компанією. На сторінці з контактною інформацією зазвичай знаходяться адреса компанії, телефон, електронна пошта та форма зворотнього зв'язку. Рис. Б.7 – Контент блоки

Контент-блок - це елемент, який містить інформацію про компанію, її історію, місію та цінності. Цей блок дозволяє користувачам краще ознайомитися з брендом та створює додаткову цінність для продукту. Рис. Б.8 – Сайт компанії JYSK [8]

Одним з прикладів корпоративного сайту меблевої компанії з контент-блоком є сайт JYSK (<https://jysk.ua/>). На сторінці "Про нас" користувачі можуть дізнатися про історію компанії, її місію та цінності. Також на сайті є блок з новинами та порадами щодо облаштування дому.

Акценти на сучасних корпоративних сайтах меблевих компаній робляться на зручність користувача, великий вибір продукції, якість товару, акційні пропозиції та швидку доставку. Компанії стараються створити максимально зручний та інформативний сайт, щоб залучити нових клієнтів та задовольнити потреби вже існуючих.

2.2 Види корпоративних сайтів меблевих компаній (лендінги, сайти візитки, інтернет-магазини)

Для початку розбору корпоративних сайтів, необхідно ознайомитись з їх видами, а саме: лендінгами, сайтами візитками, інтернет-магазинами.

Сайти-лендінги: що це таке і як вони працюють для меблевих компаній

У сучасному світі, коли інтернет став необхідним елементом нашого життя, сайти-лендінги стали надзвичайно популярними серед бізнесу. **Лендінг** - це односторінковий сайт, який має за мету привернути увагу потенційного

клієнта та перетворити його на реального. Лендінг може бути використаний для продажу товарів, послуг, реклами бренду та багатьох інших цілей. Меблеві компанії також можуть скористатися перевагами лендінгів для привернення нових клієнтів та збільшення продажів. Лендінг може допомогти показати свої товари з найкращої сторони, підкреслити їх переваги та особливості, а також забезпечити зручний спосіб замовлення.

Дизайн лендінгу

Дизайн лендінгу має велике значення для його успіху. Головна мета дизайну - зробити лендінг привабливим та залучити увагу відвідувачів. Важливо використовувати якомога більше візуальних елементів, таких як фотографії, відео, анімація, щоб зробити сайт більш привабливим для відвідувача.

Компоненти лендінгу

1. Заголовок - повинен зацікавити відвідувача і привернути його увагу.
2. Опис товару чи послуги - має містити інформацію про переваги та особливості продукту.
3. Візуальні елементи - фотографії, відео, анімація.
4. Форма замовлення - повинна бути зручною та простою для заповнення.
5. Контактна інформація - має містити телефон, електронну пошту та адресу компанії.
6. Відгуки клієнтів - допомагають переконати відвідувача в якості продукту та послуг компанії.

Конверсія лендінгу

Конверсія лендінгу - це відсоток відвідувачів, які виконують певну дію на сайті, таку як заповнення форми, покупка товару, замовлення послуги тощо. Це важливий показник ефективності лендінгу. Приклади лендінгів меблевих компаній повинен зацікавити відвідувача і привернути його увагу. Далі інформація про товар чи послугу, яку пропонує компанія. У лендінгах важливо використовувати якомога більше візуальних елементів, таких як фотографії,

відео, анімація, щоб зробити сайт більш привабливим для відвідувача. Також на лендінгу повинна бути форма для замовлення товару чи послуги, контактна інформація компанії та відгуки задоволених клієнтів.

Меблевим компаніям лендінги необхідні для привернення нових клієнтів і збільшення продажів. Це дає змогу показати свої товари з найкращої сторони, підкреслити їх переваги та особливості, а також забезпечити зручний спосіб замовлення. Рис. Б.9 – Яскравий лендінг з великою кількістю графіки [9].

Висновок: Сайти-лендінги - це потужний інструмент для привернення нових клієнтів та збільшення продажів. Дизайн та компоненти лендінгу мають велике значення для його успіху. Меблеві компанії можуть скористатися перевагами лендінгів для привернення уваги до своїх продуктів та послуг, а також для збільшення конверсії та продажів.

Сайти-візитки: що це таке і що вони можуть зробити для меблевих компаній. Сайт-візитка - це невеликий веб-сайт, призначений для демонстрації компанії та її послуг або продуктів. Сайти-візитки можна використовувати для реклами бренду, презентації продукції та багатьох інших цілей. Виробники меблів також можуть використовувати сайти-візитки для залучення нових клієнтів і збільшення продажів. Сайт-візитка може бути використаний для максимального підвищення привабливості продукту або послуги, підкреслення його переваг і особливостей, а також для забезпечення зручного способу зв'язку з компанією. Рис. Б.10 – Приклад сайту візитки [10]

Дизайн сайту-візитки

Дизайн сайту-візитки для малого бізнесу має вирішальне значення для його успіху. Основна мета дизайну - зробити сайт-візитку привабливим і привернути увагу відвідувачів. Важливо використовувати якомога більше візуальних елементів, таких як фотографії, відео та анімація, щоб зробити сайт привабливим для відвідувачів.

Компоненти сайту-візитки

1. Заголовок - для привернення та утримання уваги відвідувача.

2. Опис компанії - інформація про компанію, її історію, цінності та сильні сторони.
3. Візуальні елементи - фотографії, відео, анімація.
4. Опис продукту або послуги - повинен включати інформацію про переваги та особливості продукту.
5. Контактна інформація - повинна включати номер телефону, електронну пошту та адресу компанії.
6. Відгуки клієнтів - допомагають переконати відвідувачів у якості продукції або послуг компанії.

Інтернет-магазини є одним з найбільш популярних способів продажу товарів та послуг в сучасному світі. Вони дозволяють меблевим компаніям привернути нових клієнтів та збільшити продажі, надаючи можливість замовити товар або послугу онлайн. Рис. Б.11 – Приклад інтернет-магазину [11]

Дизайн інтернет-магазину має велике значення для його успіху. Головна мета дизайну - зробити інтернет-магазин привабливим та зручним для відвідувачів. Важливо використовувати якомога більше візуальних елементів, таких як фотографії, відео, анімація, щоб зробити інтернет-магазин більш привабливим для відвідувача.

Компоненти інтернет-магазину:

1. Заголовок - повинен зацікавити відвідувача і привернути його увагу.
2. Каталог товарів - має містити повний перелік товарів, їх опис та ціни.
3. Візуальні елементи - фотографії, відео, анімація.
4. Кошик - дозволяє клієнтам збирати товари, які вони бажають придбати.
5. Форма замовлення - дозволяє клієнтам замовляти товари та послуги онлайн.
6. Контактна інформація - має містити телефон, електронну пошту та адресу компанії.

7. Відгуки клієнтів - допомагають переконати відвідувача в якості продукту та послуг компанії.

Інтернет-магазини дозволяють меблевим компаніям привернути нових клієнтів та збільшити продажі, надаючи можливість замовити товар або послугу онлайн. Інтернет-магазини дозволяють меблевим компаніям пропонувати свої товари та послуги в будь-який час та в будь-якому місці, що зручно для клієнтів. Крім того, інтернет-магазини дозволяють меблевим компаніям зменшити витрати на оренду приміщень та оплату праці співробітників, що може призвести до зниження цін на продукцію.

2.3 Функціонал корпоративних-комерційних сайтів меблевих компаній

Меблеві компанії на своїх корпоративних сайтах притримуються різного функціоналу, але основні можна перерахувати таким чином:

1. Каталог продукції - на сайті меблевої компанії повинен бути доступний каталог продукції з описом, фото та цінами на всі види меблів, які виробляє компанія.
2. Контактна інформація - на сайті повинна бути доступна контактна інформація компанії, включаючи адресу, телефон, електронну пошту та форму зворотного зв'язку.
3. Корисні статті - меблеві компанії часто публікують корисні статті про дизайн інтер'єру, підбір меблів та інші теми, що цікавлять покупців.
4. Онлайн-замовлення - деякі меблеві компанії надають можливість замовити продукцію онлайн з доставкою до дому.
5. Розділ "Про нас" - на сайті повинна бути інформація про історію компанії, її місію та цінності.
6. Галерея фото - на сайті може бути доступна галерея фото з виробами компанії, що допоможе клієнтам краще ознайомитися з продукцією.

7. Блог - деякі меблеві компанії ведуть свій блог, де публікують новини, акції та іншу корисну інформацію для клієнтів.
8. Пошукова система - на сайті повинна бути доступна пошукова система, яка допоможе клієнтам швидко знайти необхідний товар.
9. Соціальні мережі - на сайті повинні бути посилання на сторінки компанії в соціальних мережах, де клієнти можуть отримати додаткову інформацію про продукцію та послуги компанії.
10. Опції фільтрації - на сайті можуть бути доступні опції фільтрації, які допоможуть клієнтам знайти необхідний товар за певними критеріями, такими як розмір, колір, матеріал тощо.

Висновки до розділу 2

У ході проведення даного дослідження було встановлено, що корпоративні сайти меблевих компаній є невід'ємною складовою їхньої успішної діяльності. Зазначені сайти відіграють важливу роль у забезпеченні підвищення конкурентоспроможності компаній та забезпеченні їхньої успішної діяльності. Структура корпоративного сайту меблевої компанії включає в себе кілька основних розділів, таких як **"Про нас"**, **"Каталог продукції"**, **"Новини та акції"**, **"Контакти"**. Крім того, на сайті можуть бути розміщені розділи з відгуками клієнтів, порадами щодо вибору меблів та іншими корисними матеріалами. Види корпоративних сайтів меблевих компаній можуть бути різними, залежно від цілей та завдань, які вони повинні виконувати. Наприклад, це можуть бути сайти-візитки, що містять основну інформацію про компанію та її продукцію, або сайти-інтернет-магазини, де клієнти можуть здійснювати покупки онлайн. Функціонал корпоративного сайту меблевої компанії також може бути різним. Основним завданням такого сайту є забезпечення інформацією про компанію та її продукцію, підвищення її впізнаваності та привертання нових клієнтів. Крім того, на сайті можуть бути

розміщені розділи з відгуками клієнтів, контактною інформацією та формами зворотного зв'язку.

Отже, корпоративні сайти меблевих компаній є важливим інструментом для їхньої успішної діяльності. Зазначені сайти дозволяють компаніям привертати нових клієнтів, забезпечувати їхню інформованість про продукцію та послуги, а також підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку.

3. ІННОВАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ У ПРОЄКТУВАННІ КОРПОРАТИВНИХ САЙТІВ МЕБЛЕВИХ КОМПАНІЙ

3.1 Аналіз конкурентів ринку меблевих компаній

Веб-сайти є важливим інструментом для будь-якої компанії, у тому числі для меблевих компаній. Вони дозволяють компаніям:

- Інформувати потенційних клієнтів про свою продукцію та послуги.
- Залучати нових клієнтів.
- Створювати довіру та репутацію.

У сучасному конкурентному середовищі важливо, щоб веб-сайти меблевих компаній були добре розробленими та ефективними. Вони повинні відповідати цільовій аудиторії компанії, бути інформативними та переконливими. Аналіз конкурентів є важливим етапом у розробці веб-сайту меблевої компанії. Він дозволяє компанії зрозуміти, що роблять її конкуренти, що добре у них виходить, а що можна вдосконалити. Мета даної роботи - провести аналіз конкурентів на ринку сайтів меблевих компаній. Для цього буде розглянуто веб-сайти п'яти компаній, які є одними з найбільших і найвідоміших у світі.

Аналіз конкурентів [19] у рамках цієї роботи буде проведено аналіз конкурентів за такими критеріями:

- **Відповідність цільовій аудиторії:** Чи відповідає веб-сайт цільовій аудиторії компанії? Чи використовує він зрозумілий і привабливий мову та дизайн, щоб спілкуватися з потенційними клієнтами?
- **Наочність:** Чи легко користувачам знаходити потрібну інформацію на веб-сайті? Чи є він добре структурований і зручний у навігації?

- **Переконливість:** Чи закликає веб-сайт користувачів діяти? Чи пропонує він достатньо інформації, щоб спонукати їх до покупки?
- **Інформація про продукти:** Чи містить веб-сайт достатньо інформації про продукти та послуги компанії? Чи є ця інформація легкодоступною та зрозумілою?

Вищеописані критерії будуть додані в таблицю, кожен сайт буде проаналізовано по цим критеріям по баловій системі від 1 до 5. У висновку буде отримано інформацію, про те, які ж тенденції актуальні у дизайні корпоративних меблевих сайтів сьогодення.

№	Назва сайту	Відповідність	Наочність	Переконливість	Інформативність
1	greatdanefurniture.com	4	5	5	5
2	fabriqueallwood.ca	4	5	5	5
3	www.espaciohdg.com	5	5	5	5
4	www.sketchstudios.co.uk	5	5	5	5
5	www.karageorgiou.gr	5	5	5	5

Таблиця 1. Аналіз конкурентів

Аналіз конкурентів [19] свідчить про високий рівень сучасних компаній у проєктуванні веб-сайтів. На всіх п'ятьох ресурсах гарно прослідковується відповідність цільовій аудиторії, гарний рівень наочності – тобто простоти для користувача у пошуку необхідної йому інформації. Всі сайти виглядають переконливо, і викликають бажання скористатись послугами які надає компанія, а саме: на всіх сторінках цікаво подана інформація про компанію, її рід діяльності. Також, проглядається прозорість у деяких компаній: вони показують самі процеси виготовлення, розповідають про свою команду, показують реалізовані проєкти. Інформація про продукти теж викликає довіру - всі сайти гарно реалізували презентацію своїх товарів та послуг. Рис. В.1 Переконливість у сайті №1: компанія розповідає користувачу (потенційному клієнту) про свою команду [12] Рис. В.2 Переконливість у сайті №2: компанія

розповідає показує реалізації своєї продукції в реальних кейсах [13]. Рис. В.3 Відповідність своїй аудиторії, сайт №3: компанія демонструє свої кейси високого/бізнес класу, що відповідає дорогій цільовій аудиторії та зацікавлює кінцевого покупця цієї аудиторії [14]. Рис. В.4 Інформація про продукти у сайті №1: компанія представляє своєму покупцю у форматі відео ознайомитись з процесами розробки їхньої продукції [12]. Рис. В.5 Наочність у сайті №3: на екрані представлено всі розділи сайту, куди покупець може потрапити [14]. Рис. В.6 Переконливість у сайті №4: на екрані показані сфери діяльності де стає в нагоді продукція компанії [15]. Рис. В.7 Інформація про продукти у сайті №5: гарно представлений продукт, цікаво поданий опис до нього [16].

На основі аналізу конкурентів можна зробити такі висновки:

- Веб-сайти меблевих компаній є важливим інструментом для залучення нових клієнтів та створення довіри.
- Для того, щоб веб-сайт був ефективним, він повинен відповідати цільовій аудиторії компанії, бути інформативним та переконливим.
- Компанії повинні постійно аналізувати веб-сайти своїх конкурентів, щоб зрозуміти, що вони роблять добре, а що можна вдосконалити.

Результати даного дослідження можуть бути використані для розробки ефективного веб-сайту меблевої компанії.

3.2 Аналіз аудиторії меблевих сайтів

Цільова аудиторія меблевих сайтів - це люди, які потенційно можуть бути зацікавлені в придбанні меблів, представлених на цих сайтах. Для того, щоб зрозуміти, хто ця аудиторія, необхідно провести дослідження, яке включатиме такі етапи:

1. Визначення цілей компанії. Що компанія хоче досягти за допомогою свого веб-сайту? Чи хоче вона залучити нових клієнтів, продати більше продуктів, чи просто інформувати про свою діяльність?
2. Аналіз ринку. Який тип меблів представляє компанія? Які конкуренти працюють на цьому ринку?
3. Дослідження цільової аудиторії. Хто ці люди? Які їхні потреби та інтереси?

На основі результатів дослідження можна визначити:

- Демографічні характеристики: вік, стать, освіта, сімейний стан, місце проживання.
- Психографічні характеристики: цінності, інтереси, стиль життя.
- Поведінкові характеристики: потреби, мотиви, спосіб прийняття рішень.

Розуміння цільової аудиторії є важливим для розробки ефективного веб-сайту меблевої компанії. Це дозволяє компанії створювати контент, який буде цікавий і корисний для потенційних клієнтів, а також використовувати ефективні маркетингові канали для їх залучення.

Мета даного дослідження - визначити цільову аудиторію меблевих сайтів. Для цього буде проведено аналіз даних з різних джерел, включаючи:

- Анкетування потенційних клієнтів меблевих компаній.
- Аналіз даних з Google Analytics.
- Аналіз контенту меблевих сайтів.

На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

Цільова аудиторія меблевих сайтів дуже різноманітна. Вона включає в себе людей різного віку, статі, освіти, доходу та стилю життя. Однак, є деякі загальні характеристики, які об'єднують цільову аудиторію меблевих сайтів. До них відносяться:

- Зацікавленість у дизайні та комфорті.
- Прагнення до створення затишку та гармонії в домі.
- Відповідальність перед навколишнім середовищем.

Демографічні характеристики:

- Вік: від 25 до 55 років.
- Стать: переважно жінки.
- Освіта: середня або вища.
- Сімейний стан: одружені або живуть разом.
- Місце проживання: міста та селища міського типу.

Психографічні характеристики:

- **Цінності:** комфорт, затишок, гармонія, стиль, відповідальність перед навколишнім середовищем.
- **Інтереси:** дизайн, інтер'єр, архітектура, мистецтво, мода.
- **Стиль життя:** сучасний, активний, цінує комфорт і затишок.

Поведінкові характеристики:

- **Потреби:** у меблях, які відповідають їхнім потребам у комфорті, затишку та гармонії.
- **Мотиви:** бажання створити затишний і стильний інтер'єр, відповідність їхнім цінностям.
- **Спосіб прийняття рішень:** інформований, ґрунтується на аналізі інформації та власних потреб.

Цільова аудиторія меблевих сайтів - це люди, які зацікавлені в створенні затишку та гармонії в своєму домі. Вони цінують комфорт, стиль і відповідальність перед навколишнім середовищем. Для того, щоб веб-сайт меблевої компанії був успішним, він повинен відповідати потребам і інтересам цієї аудиторії.

3.3 Візуальне дослідження веб-сайтів меблевих компаній, аналіз візуальної складової

Веб-сайти є важливим інструментом для будь-якої компанії, у тому числі для меблевих компаній. Вони дозволяють компаніям:

- Інформувати потенційних клієнтів про свою продукцію та послуги.
- Залучати нових клієнтів.
- Створювати довіру та репутацію.

У сучасному конкурентному середовищі важливо, щоб веб-сайти меблевих компаній були добре розробленими та ефективними. Вони повинні відповідати цільовій аудиторії компанії, бути інформативними та переконливими. Візуальна складова веб-сайту є одним з найважливіших факторів, що впливають на його успіх. Вона відповідає за те, як користувачі сприймають веб-сайт, і може мати значний вплив на їхні рішення про покупку. Мета даного розділу - провести дослідження візуальної складової веб-сайтів меблевих компаній. Для цього буде розглянуто веб-сайти п'яти компаній, які є одними з найбільших і найвідоміших у світі. Рис. В.8 Візуально цікаві блоки меблевого сайту [14].

Аналіз візуальної складової веб-сайтів меблевих компаній

У рамках даного дослідження буде проведено аналіз візуальної складової веб-сайтів меблевих компаній за такими критеріями:

- Відповідність цільовій аудиторії: Чи відповідає візуальна складова веб-сайту цільовій аудиторії компанії? Чи використовує вона зрозумілий і привабливий мову та дизайн, щоб спілкуватися з потенційними клієнтами?
- Естетика: Чи є візуальна складова веб-сайту естетичною та привабливою? Чи відповідає вона загальному стилю компанії?
- Ефективність: Чи допомагає візуальна складова веб-сайту досягти його цілей? Чи сприяє вона залученню нових клієнтів та збільшенню продажів?

Візуальний вигляд меблевих сайтів є важливою частиною їхнього успіху. Він може позитивно впливати на сприйняття веб-сайту користувачами та сприяти залученню нових клієнтів. За результатами дослідження, проведеного в рамках магістерської роботи, можна виділити такі загальні тенденції у візуальному вигляді меблевих сайтів:

- Використання яскравих і привабливих кольорів та зображень. Меблеві сайти використовують яскраві кольори та якісні зображення, щоб продемонструвати красу та стиль своїх продуктів.
- Використовування чіткого та зрозумілого дизайну. Меблеві сайти повинні бути простими та зрозумілими для користувачів, щоб вони могли легко знайти потрібну інформацію.
- Використання сучасних технологій. Меблеві сайти використовують сучасні технології, такі як 3D-візуалізації та інтерактивні елементи, щоб зробити досвід користувача більш захоплюючим.

Відповідність візуальної складової цільовій аудиторії

Важливо, щоб візуальна складова веб-сайту відповідала цільовій аудиторії компанії. Вона повинна бути зрозумілою та привабливою для потенційних клієнтів. У рамках дослідження було розглянуто веб-сайти п'яти компаній, які є одними з найбільших і найвідоміших у світі. Ці компанії мають різні цільові аудиторії, і їхні веб-сайти відображають ці відмінності. Наприклад, веб-сайт IKEA [6], який орієнтований на широку аудиторію, має яскравий і сучасний дизайн. Веб-сайт Ashley Furniture [17], який орієнтований на більш традиційну аудиторію, має більш стриманий дизайн.

Естетика візуальної складової

Візуальна складова веб-сайту повинна бути естетичною та привабливою. Вона повинна відповідати загальному стилю компанії. У рамках дослідження було відзначено, що більшість меблевих сайтів мають естетичний і привабливий дизайн. Вони використовують якісні зображення та чіткий

дизайн, щоб продемонструвати красу своїх продуктів. Однак, деякі сайти мають більш простий дизайн. Це може бути пов'язано з тим, що ці сайти орієнтовані на більш консервативну аудиторію або на продаж недорогих меблів. Рис. В.9 Естетичний головний екран меблевого сайту [15].

Ефективність візуальної складової

Візуальна складова веб-сайту повинна допомагати досягти його цілей. Вона повинна сприяти залученню нових клієнтів та збільшенню продажів. У рамках дослідження було відзначено, що візуальна складова меблевих сайтів є ефективною. Вона допомагає залученню нових клієнтів та збільшенню продажів. Однак, деякі сайти можуть покращити свої результати, зробивши візуальну складову більш інформативною. Наприклад, ці сайти можуть включати більше інформації про продукти, такі як їхні розміри, матеріали та ціни. Рис. В.10 Приклад дизайнерського рішення великого меню для меблевого сайту [18]

Візуальний вигляд меблевих сайтів є важливою частиною їхнього успіху. Він може позитивно впливати на сприйняття веб-сайту користувачами та сприяти залученню нових клієнтів. Компанії, які розробляють веб-сайти для меблевих компаній, повинні враховувати такі фактори:

- **Цільова аудиторія:** Візуальна складова веб-сайту повинна відповідати цільовій аудиторії компанії. Вона повинна бути зрозумілою та привабливою для потенційних клієнтів.
- **Естетика:** Візуальна складова веб-сайту повинна бути естетичною та привабливою. Вона повинна відповідати загальному стилю компанії.
- **Ефективність:** Візуальна складова веб-сайту повинна допомагати досягти його цілей. Вона повинна сприяти залученню нових клієнтів та збільшенню продажів.
- Візуальна складова веб-сайту є одним з найважливіших факторів, що впливають на його успіх. Вона відповідає за те, як користувачі

сприймають веб-сайт, і може мати значний вплив на їхні рішення про покупку.

Висновки до розділу 3

Підсумовуючи висновки щодо аналізу конкурентів, аудиторії та візуального вигляду сайтів меблевих компаній, можна зробити такі загальні висновки:

- Конкурентне середовище на ринку меблевих компаній є досить динамічним і конкурентоспроможним. Для того, щоб успішно конкурувати на цьому ринку, меблеві компанії повинні постійно інновувати та розвивати свої веб-сайти.
- Цільова аудиторія меблевих компаній є різноманітною та включає в себе людей різного віку, статі, освіти, доходу та стилю життя. Для того, щоб ефективно спілкуватися з цільовою аудиторією, меблеві компанії повинні створювати веб-сайти, які відповідають її потребам і інтересам.
- Візуальний вигляд меблевих сайтів є важливим фактором, який впливає на їхній успіх. Меблеві сайти повинні бути привабливими та інформативними, щоб залучати нових клієнтів та підвищувати продажі.

На основі цих висновків можна сформулювати такі рекомендації для проєктування корпоративних сайтів меблевих компаній:

1. Регулярно аналізуйте конкурентів, щоб розуміти їхні сильні та слабкі сторони. Це допоможе вам визначити, в яких областях ви можете поліпшити свої веб-сайти.
2. Досліджуйте свою цільову аудиторію, щоб зрозуміти її потреби та інтереси. Це допоможе вам створити веб-сайти, які будуть цікавими та корисними для ваших потенційних клієнтів.

3. Звертайте увагу на візуальний вигляд ваших веб-сайтів. Використовуйте яскраві кольори, якісні зображення та сучасні технології, щоб зробити ваші веб-сайти привабливими та інформативними.
4. Впровадження цих рекомендацій допоможе меблевим компаніям створити ефективні веб-сайти, які будуть сприяти їхньому успіху.

4 ІННОВАЦІЙНЕ ПРОЄКТУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО САЙТУ МЕБЛЕВОЇ КОМПАНІЇ

4.1 Технічне завдання розробки сайту

Створити сайт-візитку для меблевої компанії. Сайт повинен відповідати наступним вимогам:

1. Бути адаптивним для всіх пристроїв.
2. Бути виконаний в сучасному дизайні.
3. Містити всю необхідну інформацію про компанію, її проекти та контакти.

Хедер

У хедері повинні бути наступні кнопки:

- "Our projects"
- "Team"
- "Feedback"
- "Contacts"
- "FAQ"
- "Call us"
- Кнопки повинні бути виконані в єдиному стилі.
- Кнопки повинні мати відповідні назви.

Головний екран

На головному екрані повинна бути велика картинка, яка відображає діяльність компанії. Під картинкою повинен бути текст, який розповідає про компанію. Текст повинен бути написаний чітко та зрозуміло.

Блок "Our projects"

У блоці "Our projects" повинні бути представлені проекти компанії. Для кожного проекту повинні бути вказані наступні відомості:

- Локація

- Матеріали
- Розробник
- Назва
- Проекти повинні бути представлені у вигляді карток.
- Картки повинні бути виконані в єдиному стилі.

Блок "Other projects"

У блоці "Other projects" повинні бути представлені інші проекти компанії. Проекти повинні бути згруповані за категоріями.

- Категорія "Commercial projects"
- Категорія "Private projects"
- Проекти повинні бути представлені у вигляді карток.
- Картки повинні бути виконані в єдиному стилі.

Блок "Team"

У блоці "Team" повинні бути представлені члени команди компанії. Для кожного члена команди повинні бути вказані наступні відомості:

- Фотографія
- Ім'я
- Посада
- Фотографії повинні бути якісними.
- Інформація про членів команди повинна бути чіткою та зрозумілою.

Блок "Feedback"

У блоці "Feedback" повинні бути представлені відгуки клієнтів про компанію.

- Відгуки повинні бути позитивними
- Відгуки повинні бути від різних людей
- Відгуки повинні бути написані чітко та зрозуміло

Контакти

- У блоці "Contacts" повинні бути вказані наступні відомості:

- Місто
- Номер телефону
- Емейл
- Інформація про контакти повинна бути чіткою та зрозумілою.

Footer

У footer повинні бути вказані наступні відомості:

- Посилання на інстаграм
- Посилання на лінкедин
- Партнери
- Правила конфіденційності
- Стрілка, яка буде вести на початок (верх сторінки)
- Інформація в footer повинна бути чіткою та зрозумілою.

Додаткові вимоги:

- Сайт повинен бути виконаний на основі сучасного фреймворка.
- Сайт повинен бути оптимізований для швидкого завантаження.
- Сайт повинен бути адаптивним для всіх пристроїв

4.2 Планування майбутньої структури веб-сайту, на базі отриманої інформації з проведених досліджень

Письмовий опис структури сайту меблевої компанії виходячи з технічного завдання:

Головний екран

Головна сторінка, тобто перший екран сайту повинен бути яскравим та інформативним. Він повинен відразу привертати увагу користувача та давати йому загальне уявлення про компанію.

Основні елементи головного екрану:

1. Велика картинка, яка відображає діяльність компанії. Картинка повинна бути високоякісною та добре відображатися на всіх

пристроях. Вона повинна викликати позитивні емоції та зацікавити користувача.

2. Текст, який розповідає про компанію. Текст повинен бути коротким та зрозумілим. Він повинен містити основну інформацію про компанію, її діяльність та продукти.

Блок "Our projects"

Блок "Our projects" повинен містити інформацію про проекти компанії. Проекти повинні бути представлені у вигляді карток. Картки повинні бути виконані в єдиному стилі та містити всю необхідну інформацію про проект, наприклад, локацію, матеріали, розробника та назву.

Блок "Other projects"

Блок "Other projects" повинен містити інформацію про інші проекти компанії. Проекти повинні бути згруповані за категоріями. Категорії повинні бути чітко позначені, щоб користувач легко міг знайти потрібну інформацію.

Блок "Team"

Блок "Team" повинен містити інформацію про команду компанії. Команда повинна бути представлена у вигляді карток. Картки повинні містити фотографії, імена та посади членів команди.

Блок "Feedback"

Блок "Feedback" повинен містити відгуки клієнтів про компанію. Відгуки повинні бути позитивними та написані чітко та зрозуміло. Вони повинні допомогти користувачам скласти думку про компанію.

Контакти

Контакти повинні бути представлені у вигляді таблиці. У таблиці повинна бути вказана вся необхідна інформація про компанію, наприклад, місто, номер телефону та емейл.

Footer

Footer повинен містити посилання на соціальні мережі, партнерів, правила конфіденційності та стрілку, яка буде вести на початок (верх сторінки).

Дизайн

Дизайн сайту повинен бути сучасним і стильним. Він повинен відповідати цільовій аудиторії компанії. Основні кольори сайту повинні бути спокійними і ненав'язливими. Вони повинні створювати позитивний настрій і викликати довіру у користувачів.

Шрифти повинні бути добре читабельними і зрозумілими.

Структура сайту повинна бути чіткою і зрозумілою. Користувачі повинні легко знаходити потрібну інформацію. На кожній сторінці сайту повинна бути присутня навігація, яка дозволяє користувачам переміщатися між сторінками.

Сайт повинен бути функціональним і зручним у використанні. Він повинен відповідати потребам користувачів.

На сайті повинні бути присутні такі функції:

- Швидко натиснувши кнопку отримувати номер телефону компанії і зателефонувати їй
- Залишити свої контакти для дзвінка консультанта.
- Можливість ознайомитись з продукцією компанії, скачавши PDF документи.

Сайт повинен бути оптимізований для швидкого завантаження. Це важливо для того, щоб користувачі не втрачали інтерес до сайту, чекаючи завантаження сторінок. Сайт також повинен бути адаптивним для всіх пристроїв. Це важливо для того, щоб користувачі могли зручно користуватися сайтом на будь-якому пристрої. Сайт повинен бути простим і зрозумілим. Користувачі повинні легко знаходити потрібну інформацію.

Сайт повинен бути інформативним. Він повинен містити всю необхідну інформацію про компанію, її продукти та послуги. Сайт повинен бути стильним і сучасним. Він повинен відповідати цільовій аудиторії компанії.

4.3 Створення прототипу - перше приближення, без контенту

Перші прототипи створюються для того, щоб візуалізувати структуру сайту та визначити його основні елементи Рис. Г.1. Вони повинні бути простими та зрозумілими, щоб їх було легко змінити або доповнити.

Етап 1: Аналіз вимог

Першим кроком у створенні прототипів є аналіз вимог до сайту. Це включає визначення цілей сайту, його цільової аудиторії та основної інформації, яку він повинен містити.

Етап 2: Створення макетів

На другому етапі створюються макети окремих сторінок сайту. Макети повинні містити всі основні елементи сторінки, такі як заголовки, текст, зображення та кнопки.

Етап 4: Редагування

На основі результатів аналізу макети можуть бути відредаговані. Це може включати зміну розташування елементів, додавання або видалення елементів або зміну їх розміру.

Процес створення перших прототипів для сайту меблевої компанії. У випадку з сайтом для меблевої компанії на етапі аналізу вимог необхідно визначити такі фактори:

Цілі сайту:

- Представити компанію та її діяльність
- Продемонструвати проекти компанії
- Залучити нових клієнтів

Цільова аудиторія:

- Власники будинків та квартир
- Підприємці
- Дизайнери

Основна інформація:

- Назва компанії
- Короткий опис діяльності компанії
- Галузь, в якій працює компанія
- Портфоліо проектів компанії
- Контактна інформація

На етапі створення макетів необхідно визначити такі елементи сторінок:

1. Головна сторінка:

- Велика картинка, яка відображає діяльність компанії
- Короткий текст, який розповідає про компанію
- Карти з інформацією про проекти компанії

2. Сторінка "Проекти компанії":

- Список проектів компанії
- Детальна інформація про кожний проект

3. Сторінка "Команда компанії":

- Фотографії та біографії членів команди

4. Сторінка "Відгуки клієнтів":

- Відгуки клієнтів про компанію

5. Сторінка "Контакти":

- Контактна інформація про компанію

На етапі тестування макети можна протестувати з потенційними клієнтами меблевої компанії. Це допоможе визначити, чи зрозумілі та зручні вони для користувачів. На основі результатів тестування макети можуть бути відредаговані. Наприклад, можна змінити розташування елементів, додати

або видалити елементи або змінити їх розмір. Після редагування макети можна використовувати для створення прототипів сайту.

4.4 Візуально-естетичне наповнення корпоративного сайту меблевої компанії

Візуальне оздоблення прототипу - це процес додавання кольору, шрифту, зображень та інших елементів дизайну до прототипу. Мета візуального оздоблення полягає в тому, щоб зробити прототип більш привабливим і зрозумілим для користувачів.

Етапи візуального оздоблення прототипу

Візуальне оздоблення прототипу можна розділити на кілька етапів:

1. Вибір стилю

Першим кроком у візуальному оздобленні є вибір стилю. Стиль визначає загальний вигляд і відчуття сайту. У випадку прототипування, виходячи з результатів аналізу, сайтів меблевих компаній найбільш популярним та практичним являється мінімалізм.

2. Вибір кольорів

Кольори відіграють важливу роль у дизайні. Вони можуть впливати на настрій і емоції користувачів. При виборі кольорів необхідно враховувати цільову аудиторію сайту та загальний стиль сайту, в нашому випадку нагромаджувати різними кольорами макет не є не є доцільним, тому виходячи з аналізу ринку конкурентів варто зробити графічні елементи в темних тонах, а полотно сайту білим.

3. Вибір шрифтів

Шрифти також відіграють важливу роль у дизайні. Вони повинні бути добре читабельними і відповідати загальному стилю сайту.

4. Вибір зображень

Зображення були надані замовником в рамках виконання цього завдання, зокрема: високоякісні зображення меблів, які відображають діяльність компанії.

5. Додавання інших елементів дизайну

Крім кольору, шрифтів і зображень, до прототипу можна додати інші елементи дизайну, такі як кнопки, меню, графіки та ін. При додаванні цих елементів необхідно враховувати їх функціональність і відповідність загальному стилю сайту.

Візуальне оздоблення прототипу сайту-візитки для меблевої компанії. У випадку з сайтом-візиткою для меблевої компанії при візуальному оздобленні можна використовувати такі елементи:

Кольори:

- Спокійні, ненав'язливі кольори, які створюють позитивний настрій і викликають довіру у користувачів.

Шрифти:

- Легко читабельні шрифти, які відповідають загальному стилю сайту.

Зображення:

- Високоякісні зображення меблів, які відображають діяльність компанії.

Інші елементи дизайну:

- Чіткі та зрозумілі кнопки, меню та інші елементи управління.

При виборі кольорів, шрифтів та зображень для сайту меблевої компанії необхідно враховувати такі фактори:

Цільова аудиторія:

Вік, стать, соціальний статус, інтереси потенційних клієнтів компанії.

Загальний стиль сайту:

Сучасний, мінімалістичний Рис. Г.2 десктопна версія сайту, Рис. Г.3 мобільна версія сайту.

Висновки до розділу 4

Інноваційне проектування корпоративного сайту меблевої компанії передбачає використання сучасних технологій та принципів дизайну для створення сайту, який буде ефективним інструментом для досягнення маркетингових цілей компанії. Основними принципами інноваційного проектування корпоративного сайту меблевої компанії є:

1. Фокус на користувача. Сайт повинен бути розроблений з урахуванням потреб і інтересів користувачів.
2. Використання сучасних технологій. Сайт повинен бути адаптивним для всіх пристроїв і підтримувати сучасні технології, такі як 3D-візуалізації, віртуальні тури та ін.
3. Персоналізований підхід. Сайт повинен надавати користувачам інформацію, яка відповідає їхнім індивідуальним потребам і інтересам.

Процес створення інноваційного корпоративного сайту меблевої компанії включає в себе такі етапи:

1. Аналіз вимог. На цьому етапі визначаються цілі сайту, його цільова аудиторія та основна інформація, яку він повинен містити.
2. Створення прототипу. На цьому етапі створюється чернетковий макет сайту, який визначає його структуру та основні елементи.
3. Візуальне оздоблення прототипу. На цьому етапі прототип набуває остаточного вигляду і стилю.

Використання інноваційних принципів проектування дозволяє створити корпоративний сайт меблевої компанії, який буде ефективним інструментом для досягнення таких цілей, як:

- Залучення нових клієнтів.

- Підвищення впізнаваності бренду.
- Формування позитивного іміджу компанії.
- Збільшення продажів.

Інноваційне проектування корпоративного сайту меблевої компанії є важливим фактором конкурентоспроможності компанії на ринку.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У сучасному цифровому світі веб-сайти є одним з найважливіших інструментів для компаній. Веб-сайти дозволяють компаніям представити себе потенційним клієнтам, презентувати свої товари та послуги і заохотити їх до покупки. Для виробників меблів веб-сайти відіграють особливо важливу роль, оскільки вони є основним каналом комунікації з потенційними клієнтами. Інноваційні методи дизайну відіграють все більш важливу роль у створенні веб-сайтів. Інноваційні технології дизайну дозволяють створювати більш привабливі, інтуїтивно зрозумілі та ефективні веб-сайти.

Аналіз конкурентів - важливий етап у розробці сайту для меблевої компанії. Він дозволяє оцінити сильні і слабкі сторони ваших конкурентів і розробити стратегію, яка допоможе вашій компанії виділитися на тлі конкурентів. При проведенні конкурентного аналізу слід звернути увагу на наступні елементи:

- Дизайн сайту
- Функціональність сайту
- Контент сайту
- Маркетингова стратегія.

Сучасний дизайн сайту - важливий фактор успіху компанії. Він повинен бути привабливим, інтуїтивно зрозумілим і відповідати цільовій аудиторії компанії. У випадку з меблевою компанією дизайн сайту повинен викликати у користувачів бажання купити меблі. Естетичний вигляд веб-сайту є важливим фактором його успіху. Він повинен бути стильним і сучасним, щоб викликати позитивні емоції у користувачів. У випадку з меблевою компанією естетичний вигляд сайту повинен відображати стиль меблів, які пропонує компанія.

Важливим фактором, який слід враховувати при розробці веб-сайту, є цільова аудиторія. Веб-сайт повинен бути розроблений з урахуванням потреб та інтересів цільової аудиторії компанії. У випадку меблевої компанії цільовою аудиторією є люди, які цікавляться меблями. Це люди, які планують ремонт або облаштування свого житла, а також люди, які просто хочуть оновити свій інтер'єр.

На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

- Інноваційні методи дизайну є важливим інструментом для створення ефективних сайтів меблевих компаній.
- Аналіз конкурентів - важливий етап у створенні сайту, який дає змогу компанії виділитися серед конкурентів.
- Сучасний дизайн сайту - важливий фактор успіху компанії.
- Естетичний вигляд сайту - важливий фактор його успіху.
- Цільова аудиторія - важливий фактор, який слід враховувати при розробці сайту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <http://info.cern.ch>. <http://info.cern.ch>. URL: <https://info.cern.ch/> (дата звернення: 04.12.2023).
2. Apple. Apple. URL: <https://www.apple.com/> (дата звернення: 04.12.2023).
3. Microsoft. URL: <https://www.microsoft.com/uk-ua/>.
4. Ka Ra Studio. Ka Ra Studio. URL: <https://www.ka-ra.studio/> (дата звернення: 04.12.2023).
5. Міністерство освіти і науки України - Головна. Головна | Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua> (дата звернення: 04.12.2023).
6. Меблі та інші товари для дому. Hej! Welcome to IKEA Global. URL: <https://www.ikea.com/ua/uk/> (дата звернення: 04.12.2023).
7. Купити шафа комод стіл приліжкова тумбу стелаж в інтернет-магазині Доставка по Україні гарантія. Купити шафа комод стіл приліжкова тумбу стелаж в інтернет-магазині Доставка по Україні гарантія. URL: <https://mebel.ua> (дата звернення: 04.12.2023).
8. JYSK. JYSK | Купити меблі для оселі – Завжди чудові пропозиції ✓. URL: <https://jysk.ua/> (дата звернення: 04.12.2023).
9. MultiChain Metaverse | Blockchain.land. MultiChain Metaverse | Blockchain.land. URL: <https://blockchain.land/> (дата звернення: 04.12.2023).
10. Spicher and Company. Spicher and Company. URL: <https://spicherandco.com/> (дата звернення: 04.12.2023).
11. URL: <https://www.taninihome.com/> (дата звернення: 04.12.2023).
12. Home - Great Dane. Great Dane. URL: <https://greatdanefurniture.com/> (дата звернення: 04.12.2023).

13. Fabricant de meubles en bois et acier au Québec | La Fabrique Allwood. La Fabrique Allwood. URL: <https://fabriqueallwood.ca/> (дата звернення: 04.12.2023).
14. Espacio Home Design. Espacio Home Design. URL: <https://www.espaciohdg.com/>. (дата звернення: 04.12.2023).
15. Sketch Studios: The Extraordinary in Workplace Design. Sketch Studios. URL: <https://www.sketchstudios.co.uk/>. (дата звернення: 04.12.2023).
16. Passion For Quality - Karageorgiou. Karageorgiou. URL: <https://www.karageorgiou.gr/>. (дата звернення: 04.12.2023).
17. Furniture and Mattress Store. Ashley Canada. URL: <https://ashleyhomestore.ca/> (дата звернення: 04.12.2023).
18. Espacio Home Design. Espacio Home Design. URL: <https://www.espaciohdg.com/> (дата звернення: 04.12.2023).
19. Стаття від спільноти дизайнерів про аналіз конкурентів, на ресурсі UX Pub URL: <https://ux.pub/zhmikhov/konkurientnii-analiz-gfb>
20. Авраменко В. Інноваційне проектування веб-сайтів: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2022.
21. Сидоренко Ю. Інформаційне проектування: сучасні підходи. Київ : Київ. нац. ун-т технологій та дизайну, 2023.
22. Федотова- Л. Інноваційні технології в веб-дизайні. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2022.
23. «The Design of Everyday Things» by Donald Norman
24. «The Design of Future Things» by Donald Norman
25. «The Non-Designer's Design Book» by Robin Williams
26. «Don't Make Me Think» by Steve Krug
27. «The Elements of User Experience» by Jesse James Garrett
28. «Lean UX» by Jeff Gothelf and Josh Seiden
29. «Designing Interactions» by Jesse James Garrett
30. «A Pattern Language» by Christopher Alexander
31. «The Design of Business» by Tim Brown

32. «The Design of Business Models» by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur
33. «The Design of Everyday Life» by Victor Papanek
34. «Responsive Web Design» by Ethan Marcotte
35. «Designing for Emotion» by Aaron Walter

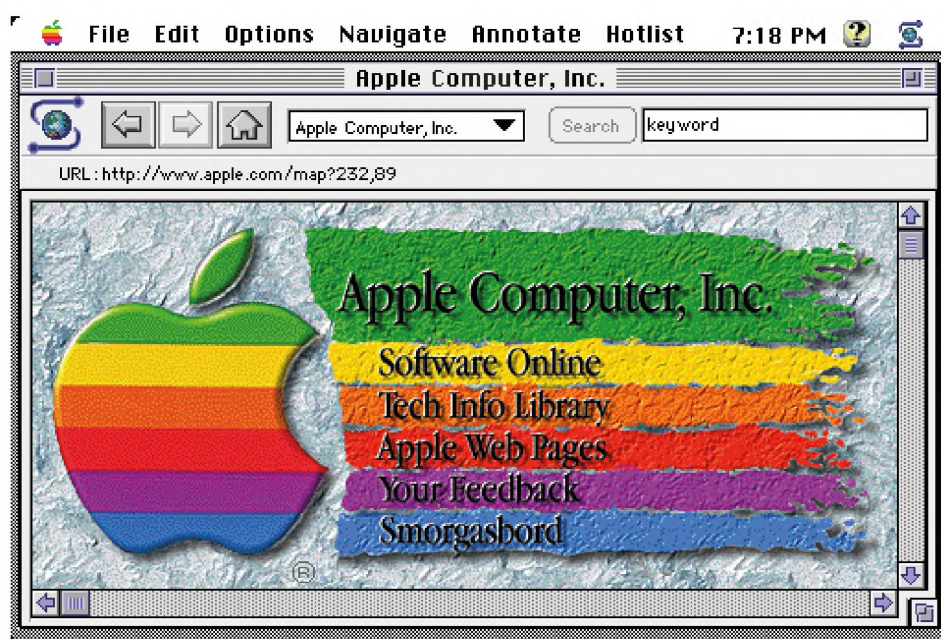
ДОДАТКИ

http://info.cern.ch - home of the first website

From here you can:

- [Browse the first website](#)
- [Browse the first website using the line-mode browser simulator](#)
- [Learn about the birth of the web](#)
- [Learn about CERN, the physics laboratory where the web was born](#)

Рис. А.1 – Перший у світі веб-сайт 1990 рік



1992 Apple.com as it would have appeared in NCSA Mosaic browser on a Mac Classic II

Рис. А.2 – Корпоративний сайт Apple 1992 рік



Рис. А.3 – Корпоративний сайт Microsoft 1994 рік



Рис. А.4 – Перший екран сайту www.apple.com 2023 рік. Показовий приклад реклами свого нового продукту клієнтам.

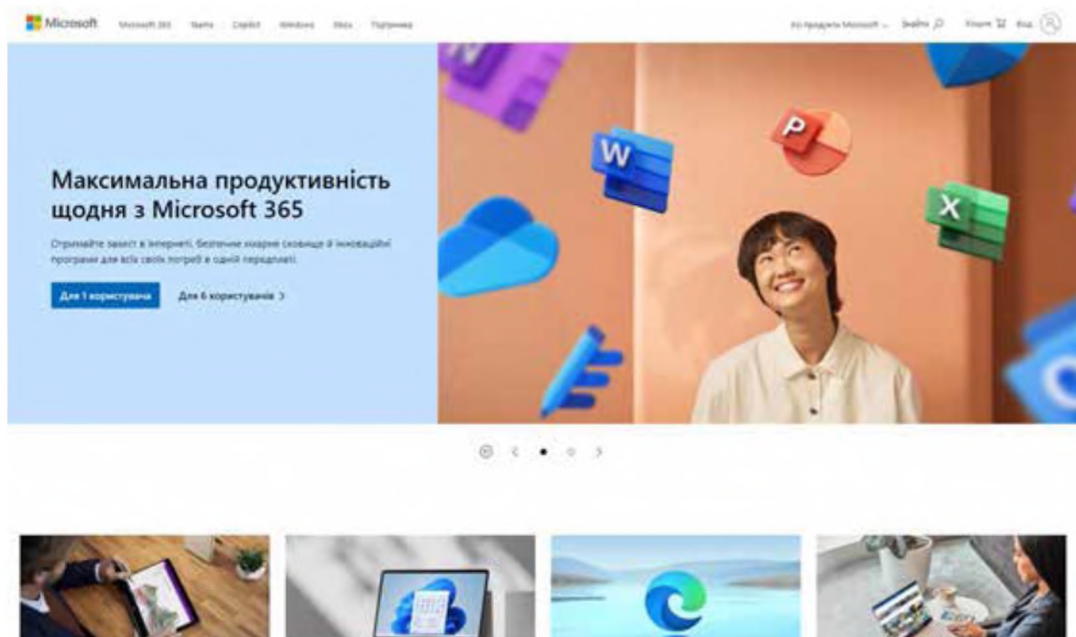


Рис. А.5 – Корпоративний сайт Microsoft 2023 рік

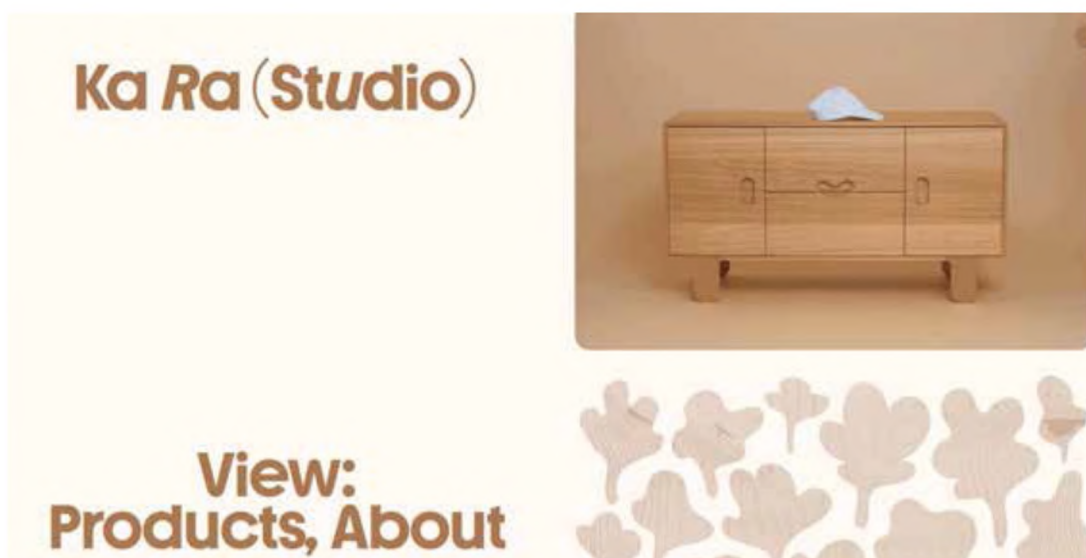


Рис. А.6 – Інтерактивний корпоративний сайт меблевої компанії
www.ka-ra.studio

Learn How to Build an Online Business

Follow our Dot-Com Roadmap

Microsoft
Exchange 2000
Server

**Get Exchange
2000 Evaluation**
and test drive
anywhere, anytime
communication.

Microsoft
.net

Visual Studio.NET:
Get Beta 1 for a first look at the future of development.



[Moving to Windows 2000?](#)
Read the essential upgrade checklist.



[See how Office 2000 at home](#)
can pay dividends
in school and at
work.

Today's News

- Giga Report:
Windows 2000
reliability lives up to its
billing.
- Evaluate Commerce
Server 2000
and see how fast you
can set up your online
business.
- Holiday Shopping?
From software to baby
clothes, find it all when
you shop online with
Microsoft.

[More News](#)

New Downloads

- With MSN Explorer, get instant access to people, places, and information.
- Windows 2000 SP1 has the latest in compatibility, setup, reliability, and security updates.

More Downloads

Last Updated: Wednesday, November 29, 2000 - 12:47 p.m. Pacific Time

©2000 Microsoft Corporation. All rights reserved. [Terms of Use](#)

[Text-only Home Page](#) | [Disability/accessibility](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Statement](#)

 Store | iPhone | iPad | iPod touch | Mac | TV | Watch | AirPods | AppleCare+ | Gift Cards | Apple TV+ | Apple Music | Apple News+ | Apple News | Apple Maps | Apple Search | Apple Pay | Apple Card | Apple ID | Apple Store | Apple Retail | Apple Education | Apple Business | Apple Developer | Apple Support | Apple Store | Apple Retail | Apple Education | Apple Business | Apple Developer | Apple Support

Apple

Power Mac G4.
500MHz now available



© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 101–107

Full sized 1600cc **New Powertrak**, Cam, Power & Speed

Block.
Black Tie
Optional.



See May • June • July • October • November

Visit other Apple sites around the world

Copyright © 2005 Paper Compass, Inc. 0000000000000000
1-800-875-5476

Рис. А.8 – Дизайн сайту Apple у 2000 роках



Рис. А.9 – Дизайн сайту Polaroid у 2000 роках



Рис. А.10 – Сучасний сайт з темною темою
з темною темою

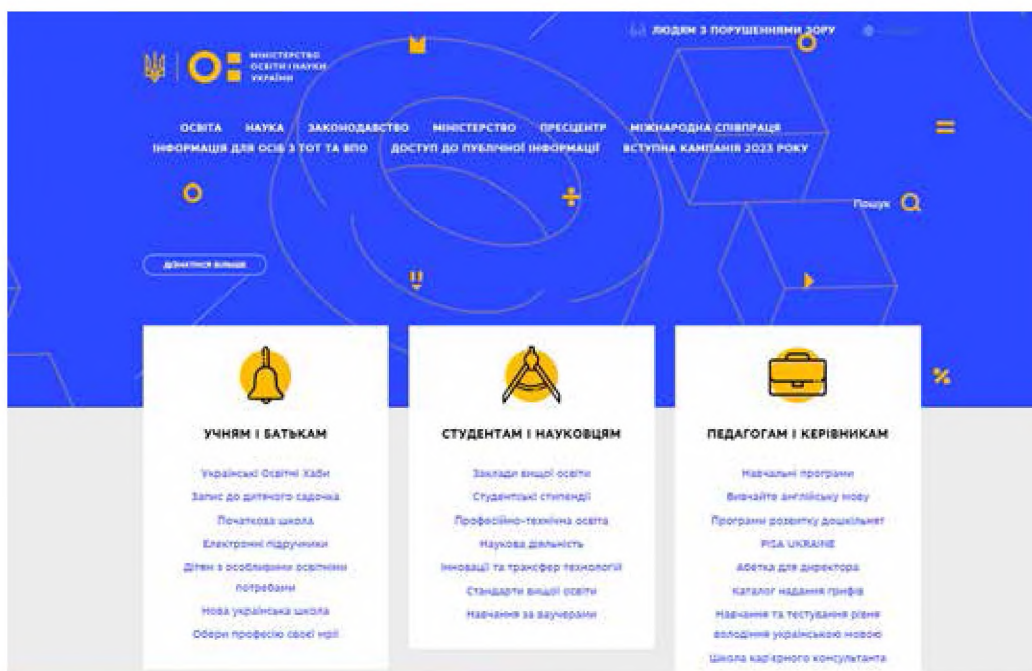


Рис. А.11 – Сайт МОН України, з функцією «людям з порушенням зору»

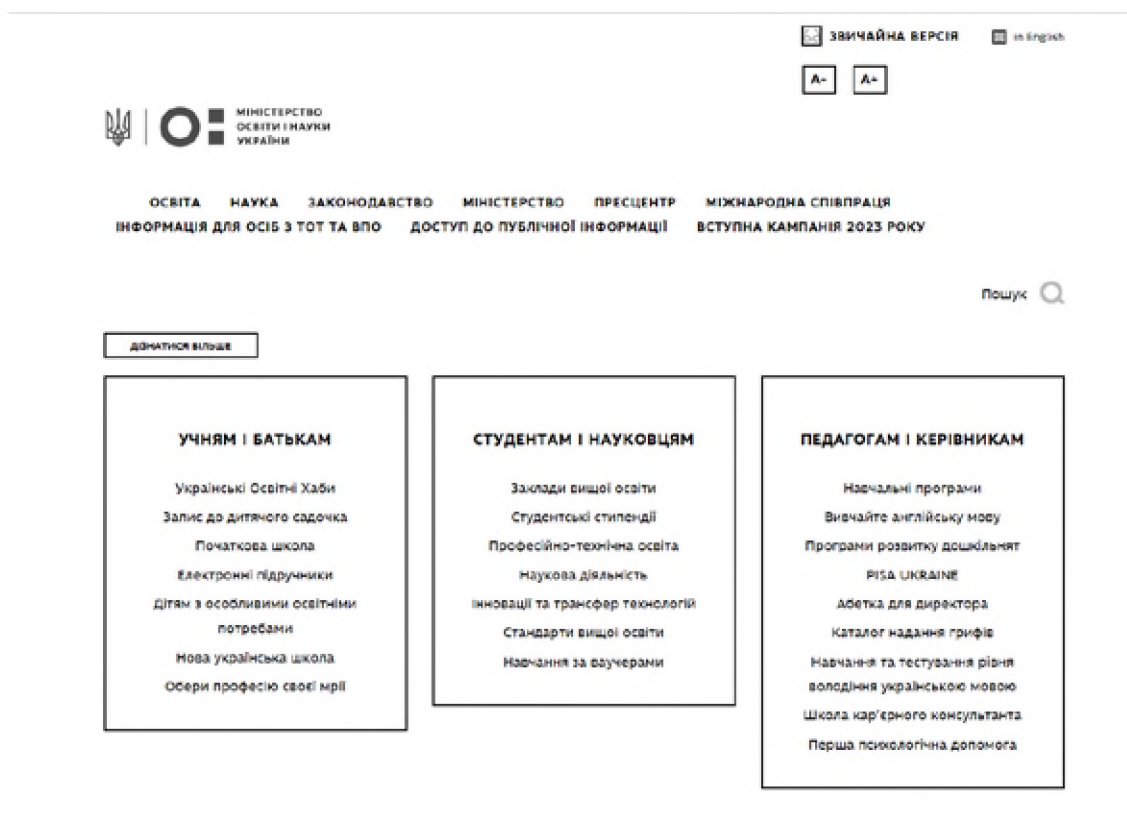


Рис. А.12 – Сайт МОН України, з увімкненою функцією для людей з дальтонізмом. Приклад інклюзивного дизайну сучасності



Рис. А.13 – Так виглядає корпоративний сайт меблевої компанії за генерацією нейромережі



Рис. Б.1 – Хедер (header англ.)



BLACK FRIDAY -5%  % Кутючок кухонний Кедр KARAT розкладний 7 тканина темно-сірий акційна ціна: 16 500 15 675 ₴  Доставка Коллекция: Карат Країна виробник: Україна Довжина: 2200 Висота: 830	BLACK FRIDAY -5%  % Кутючок кухонний Кедр KARAT розкладний 7 штучна замша / темно-сірий акційна ціна: 16 500 15 675 ₴  Доставка Країна виробник: Україна Довжина: 2200 Висота: 830 Ширина: 1350	BLACK FRIDAY -5%  % Кутючок кухонний Кедр KARAT дві ніші 7 темно-сірий акційна ціна: 14 538 13 782.60 ₴  Доставка Країна виробник: Україна Довжина: 2000 КУПИТИ	-11%  Кухонний кутючок Мікс Меблі Гармонія Темний горіх (12354526) акційна ціна: 9 290 8 150 ₴/х-т  Доставка Коллекция: Классика Країна виробник: Україна Довжина: 1400 Висота: 830
BLACK FRIDAY -10%  %  Доставка	BLACK FRIDAY -5%  %  Доставка	BLACK FRIDAY -5%  %  Доставка	BLACK FRIDAY -5%  %  Доставка

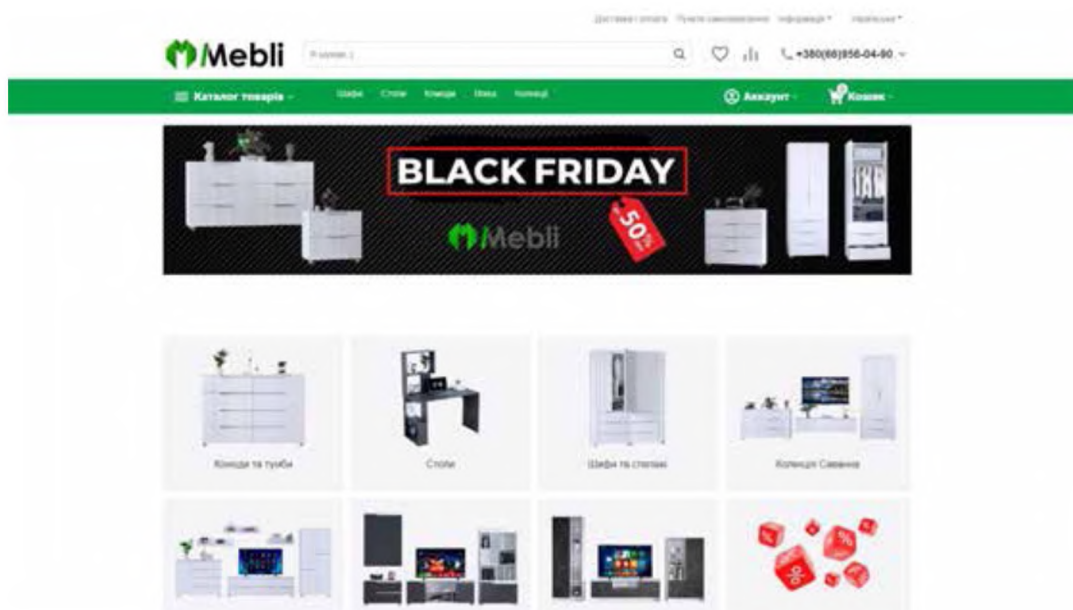


Рис. Б.4 – Сайт Mebel.ua

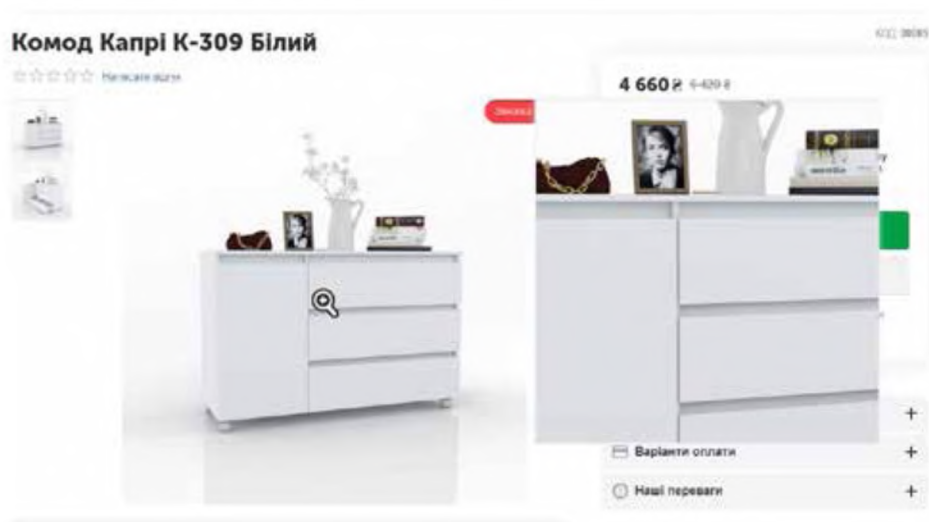


Рис. Б.5 – Презентація товару



Рис. Б.6 – Приклад контактної інформації

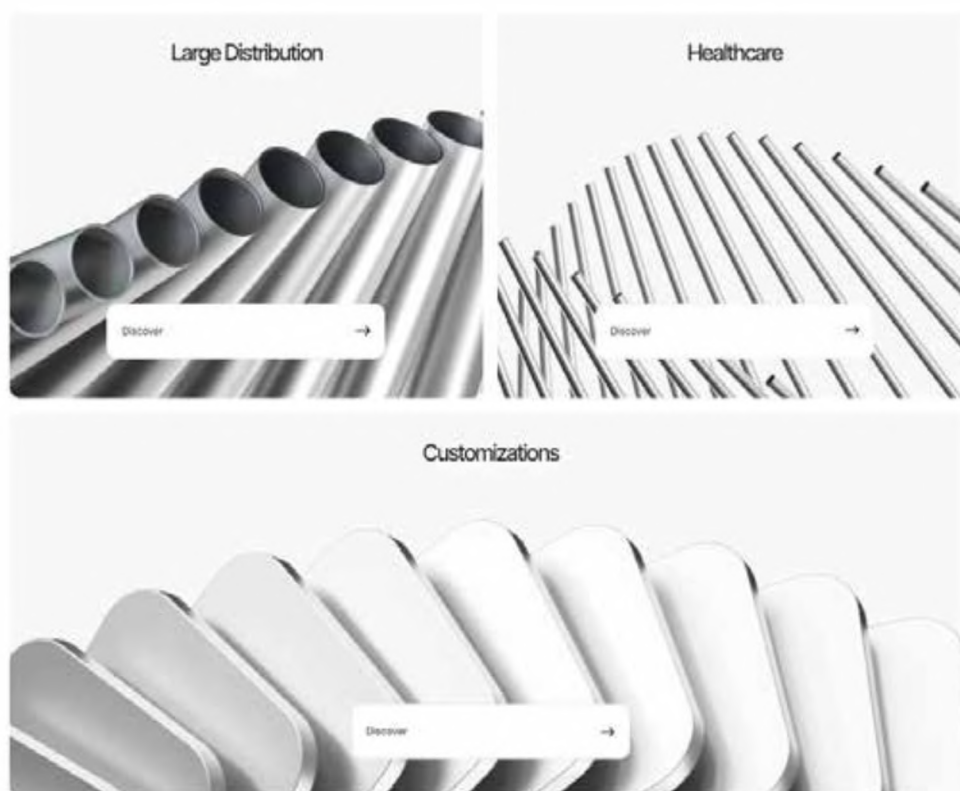


Рис. Б.7 – Контент блоки

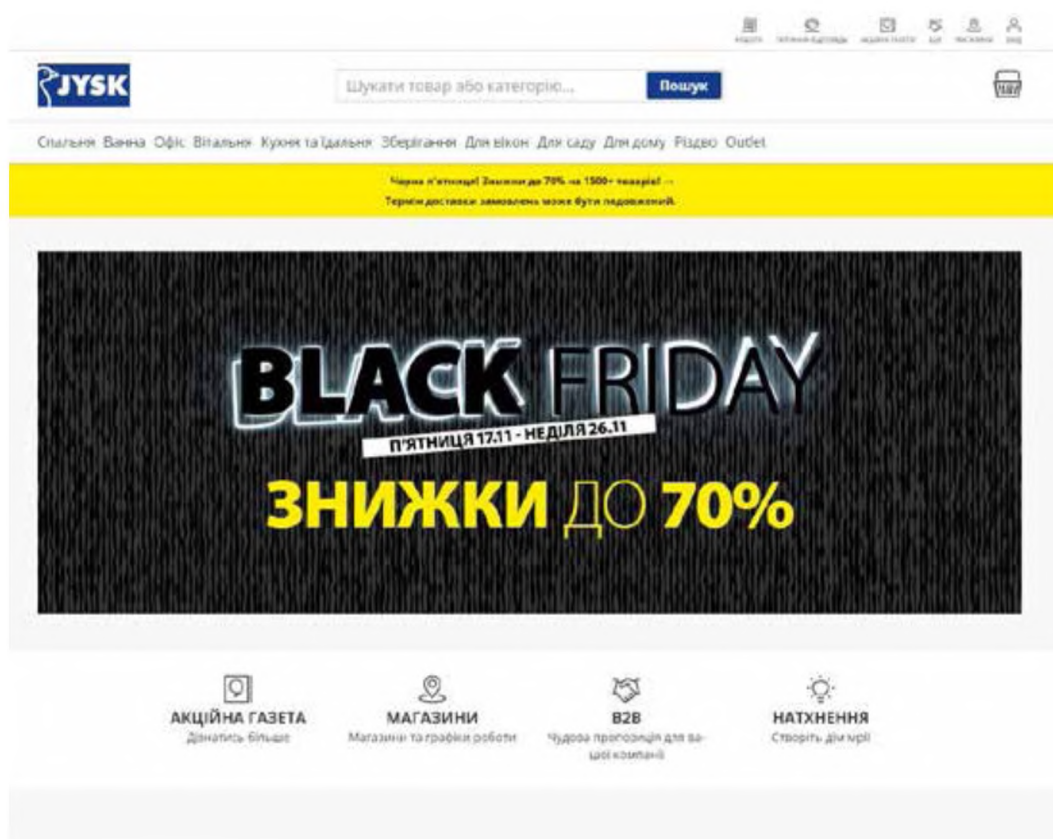


Рис. Б.8 – Сайт компанії JYSK



Рис. Б.9 – Яскравий лендінг з великою кількістю графіки

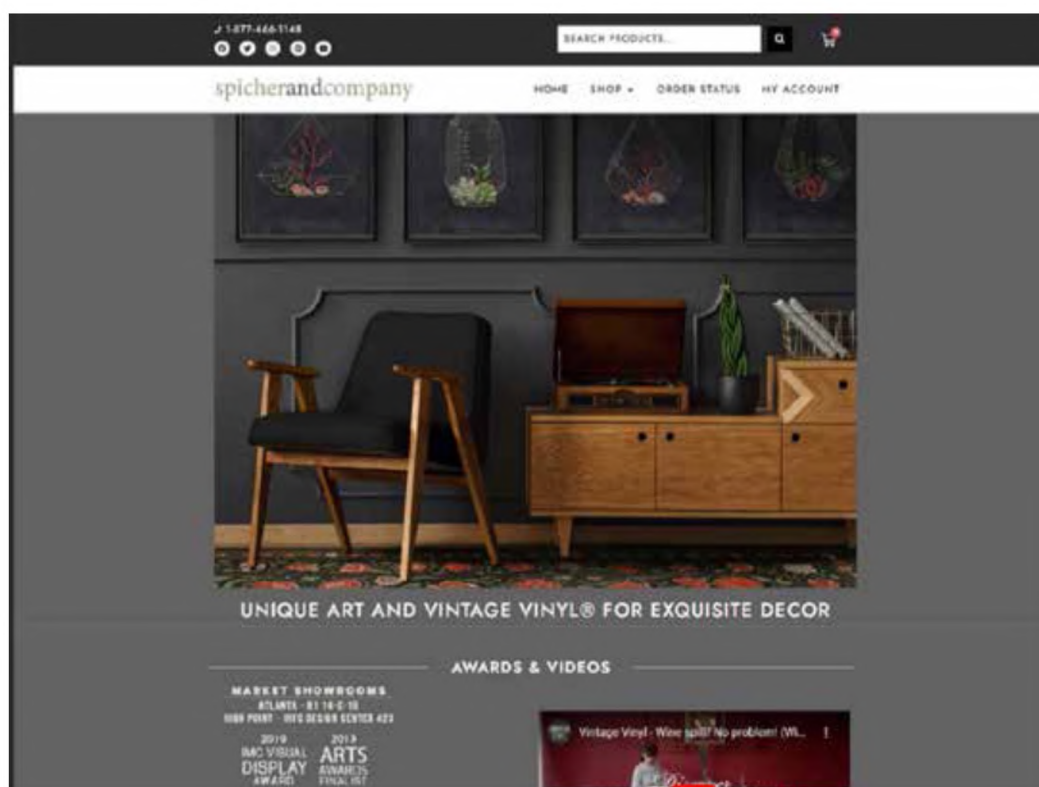


Рис. Б.10 – Приклад сайту візитки

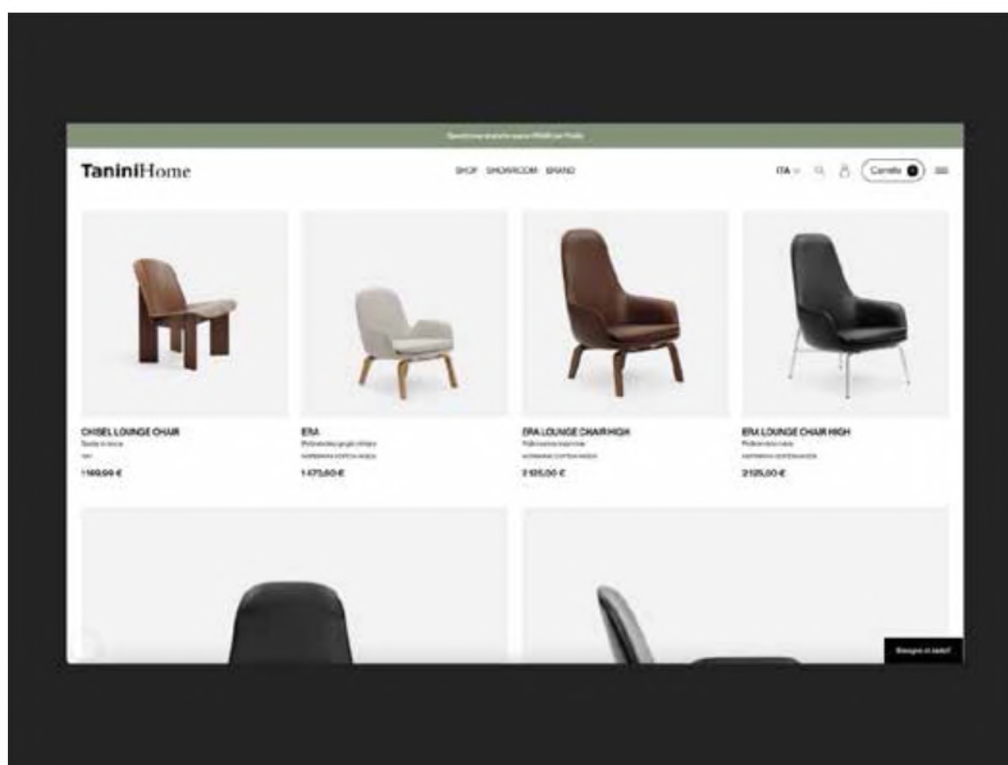


Рис. Б.11 – Приклад інтернет-магазину

№	Назва сайту	Відповідність	Наочність	Переконливість	Інформативність
1	greatdanefurniture.com	4	5	5	5
2	fabriqueallwood.ca	4	5	5	5
3	www.espaciohdg.com	5	5	5	5
4	www.sketchstudios.co.uk	5	5	5	5
5	www.karageorgiou.gr	5	5	5	5

Таблиця 1 Аналіз конкурентів

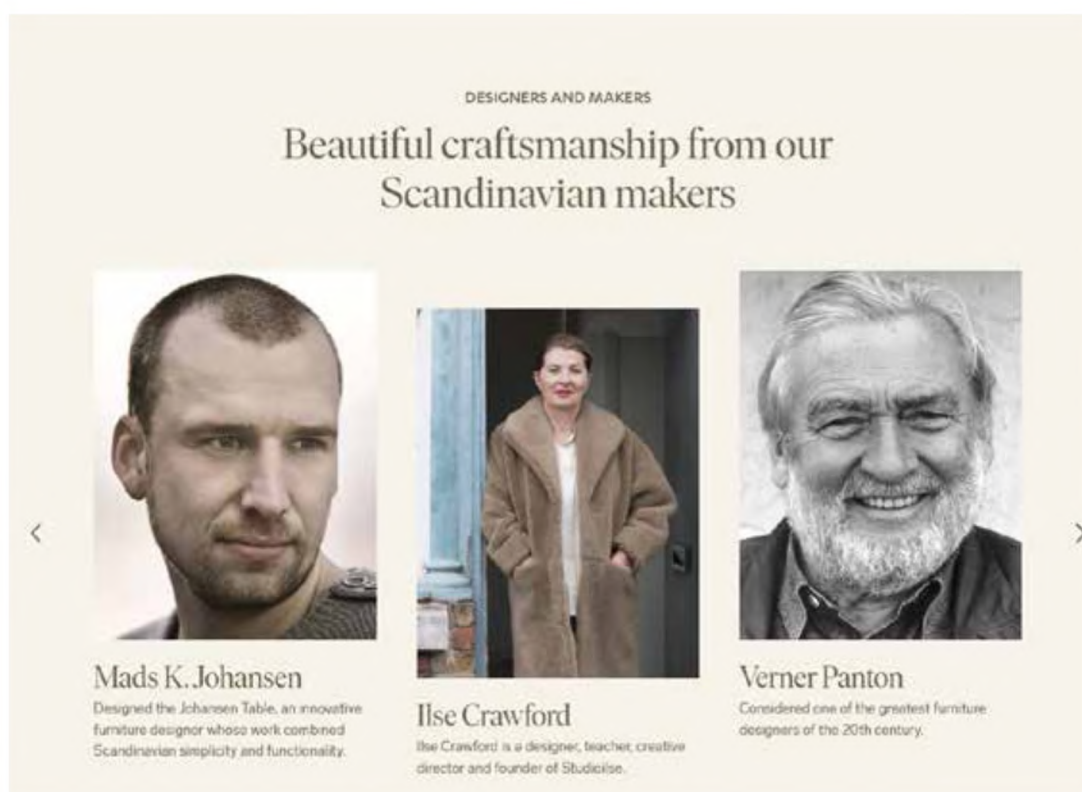


Рис. В.1 Переконливість у сайті №1: компанія розповідає користувачу (потенційному клієнту) про свою команду

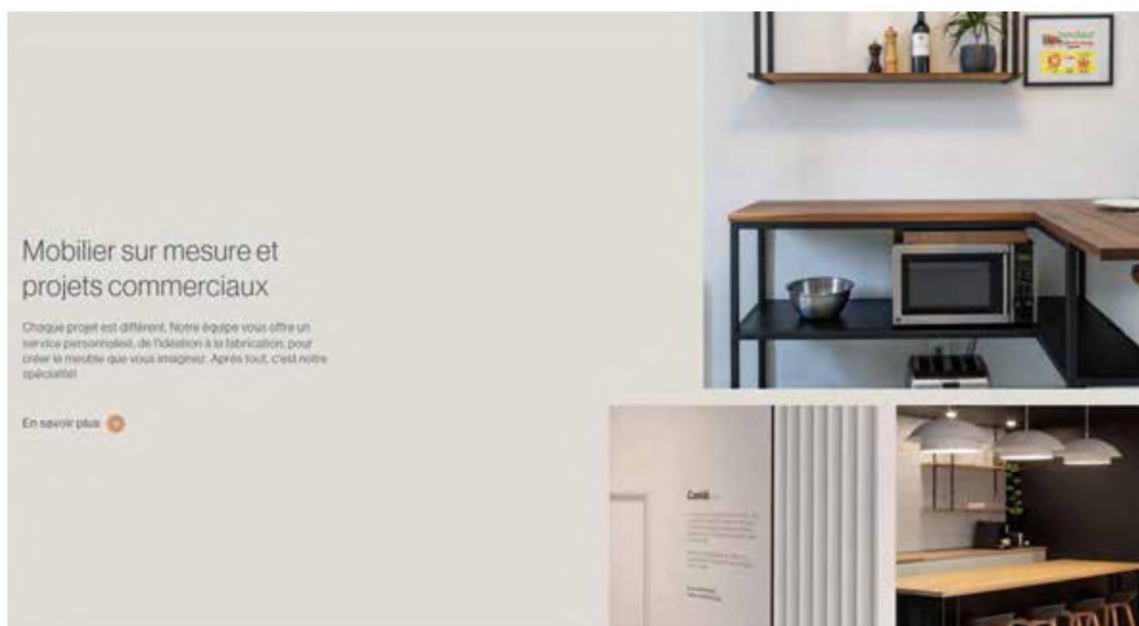


Рис. В.2 Переконливість у сайті №2: компанія розповідає показує реалізації своєї продукції в реальних кейсах

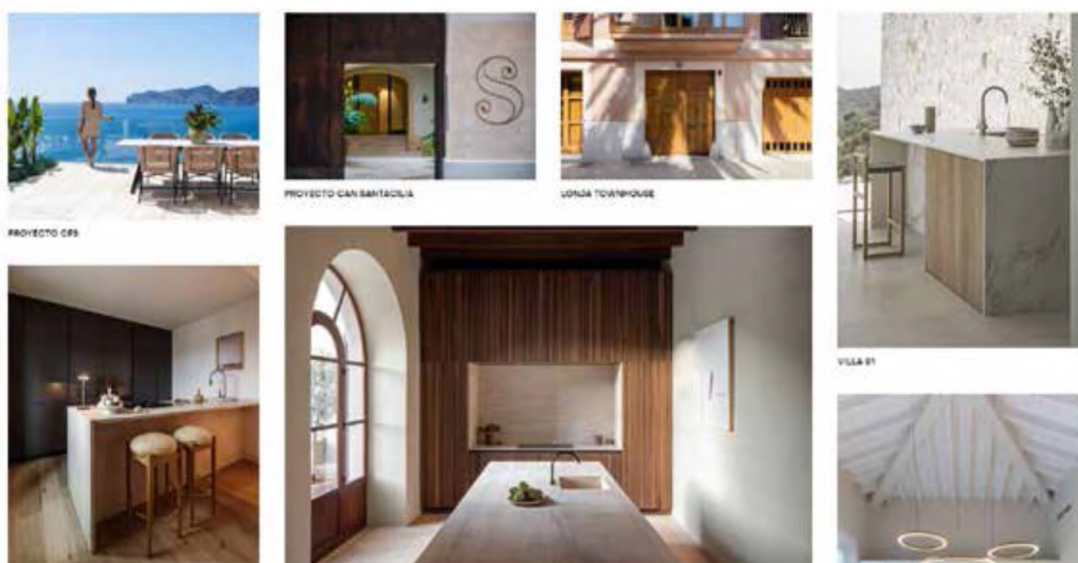


Рис. В.3 Відповідність своїй аудиторії, сайт №3: компанія демонструє свої кейси високого/бізнес класу, що відповідає дорогій цільовій аудиторії та зацікавлює кінцевого покупця цієї аудиторії



Рис. В.4 Інформація про продукти у сайті №1: компанія представляє своєму покупцю у форматі відео ознайомитись з процесами розробки їхньої продукції



Рис. В.5 Наочність у сайті №3: на екрані представлено всі розділи сайту, куди покупець може потрапити

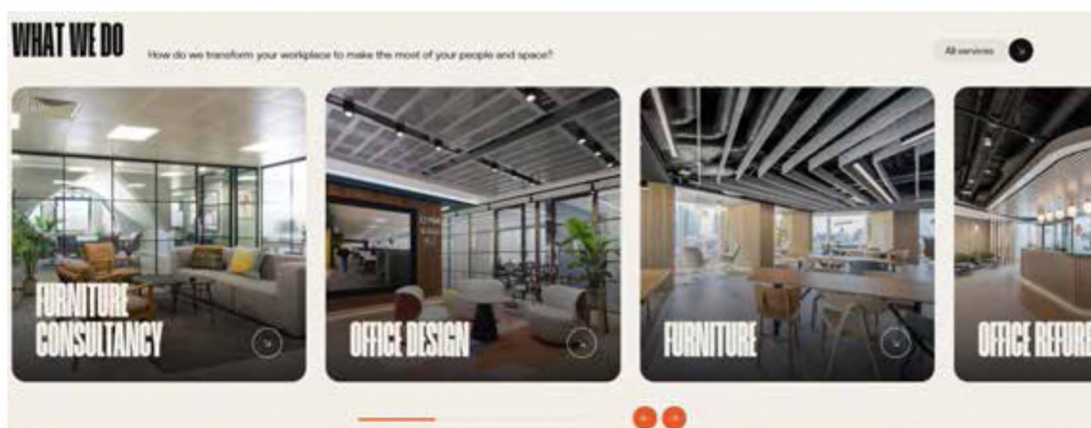


Рис. В.6 Переконливість у сайті №4: на екрані показані сфери діяльності де стає в нагоді продукція компанії

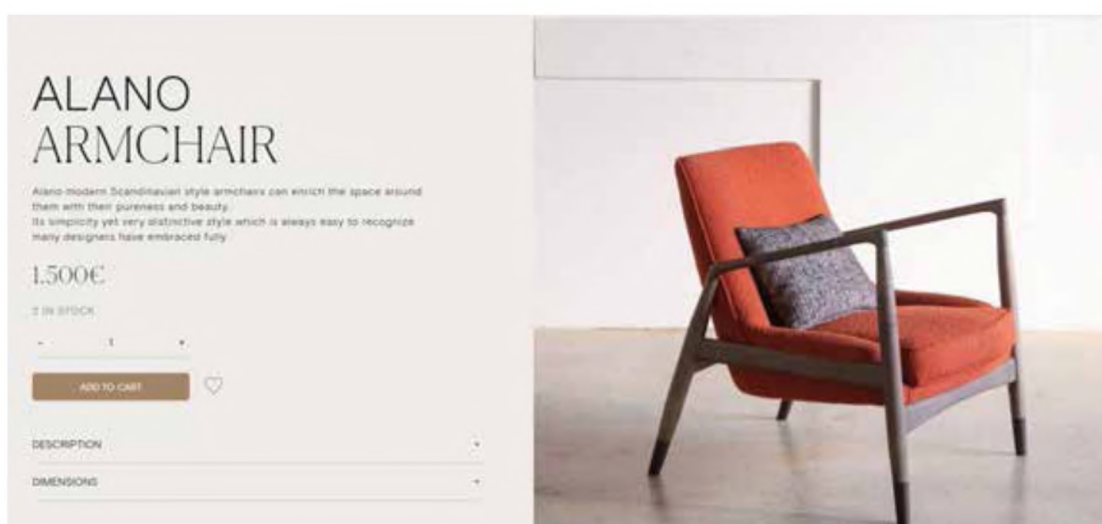


Рис. В.7 Інформація про продукти у сайті №5: гарно представлений продукт, цікаво поданий опис до нього

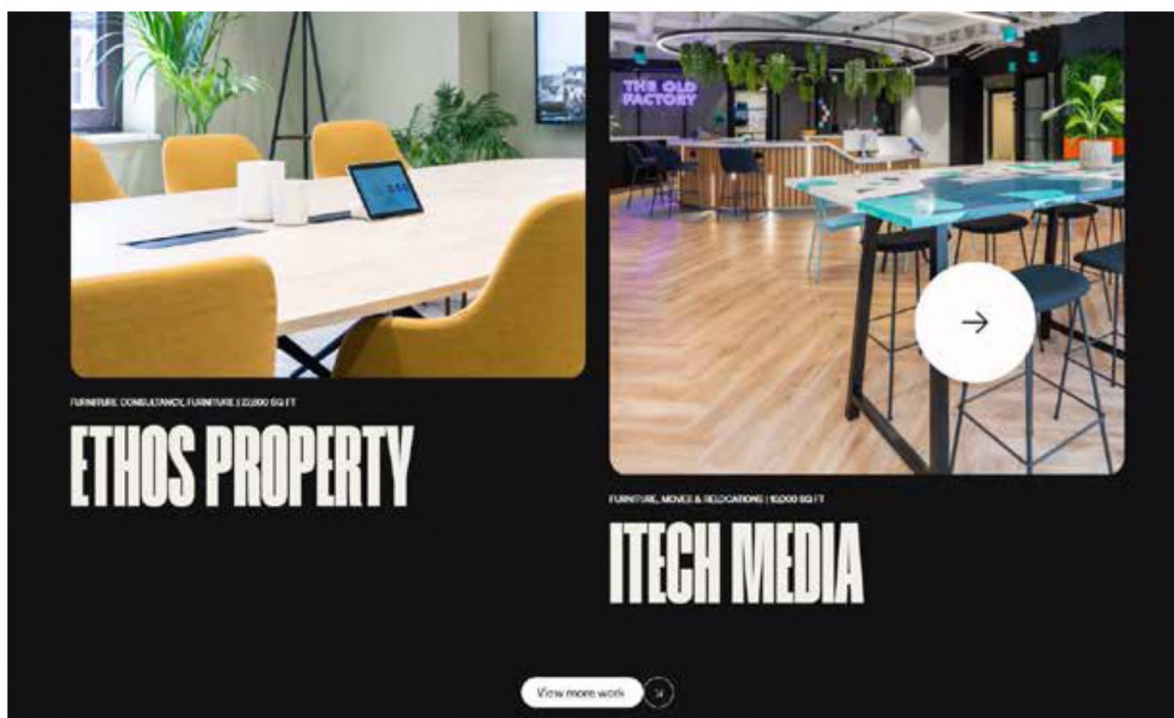


Рис. В.8 Візуально цікаві блоки меблевого сайту

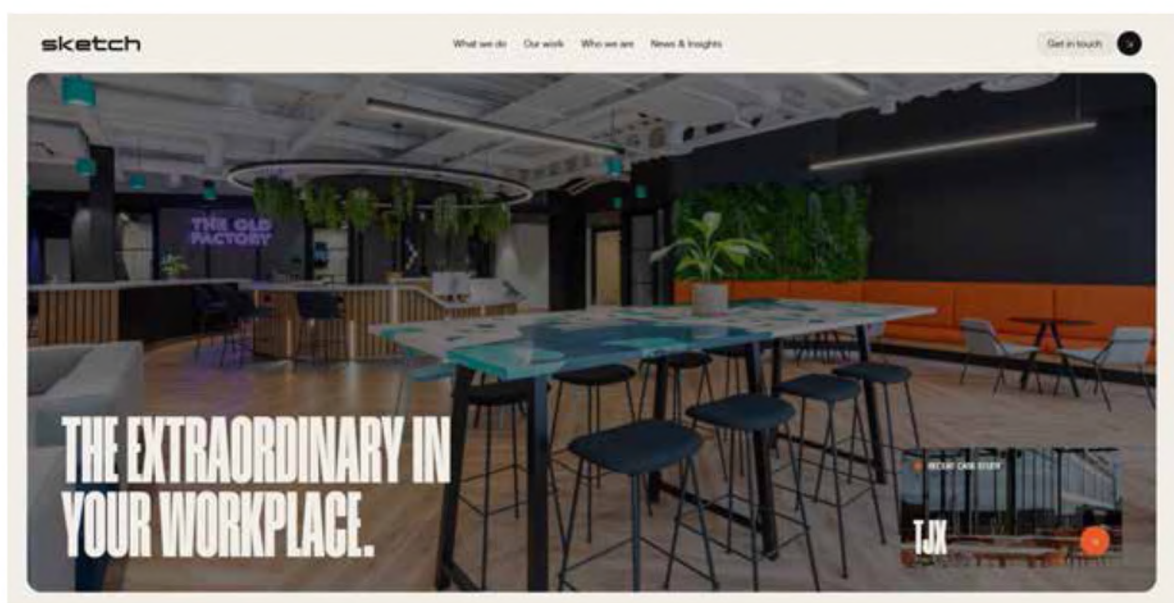


Рис. В.9 Естетичний головний екран меблевого сайту

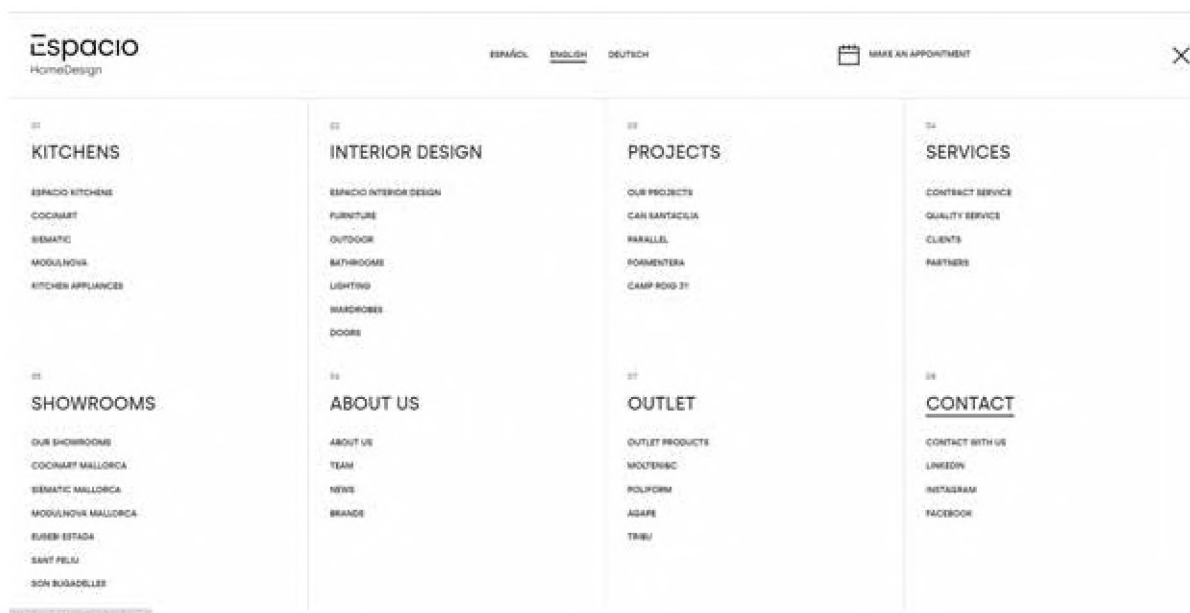


Рис. В.10 Приклад дизайнерського рішення великого меню для
меблевого сайту

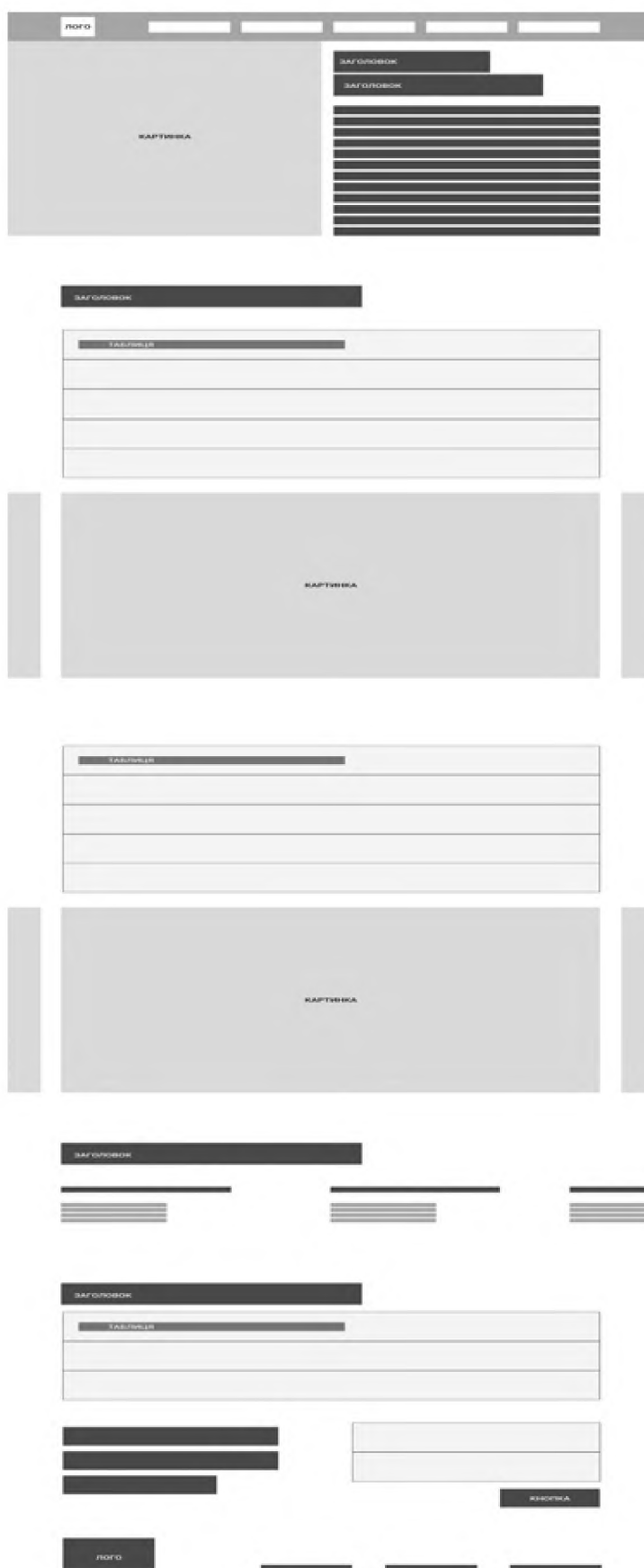


Рис. Г. 1

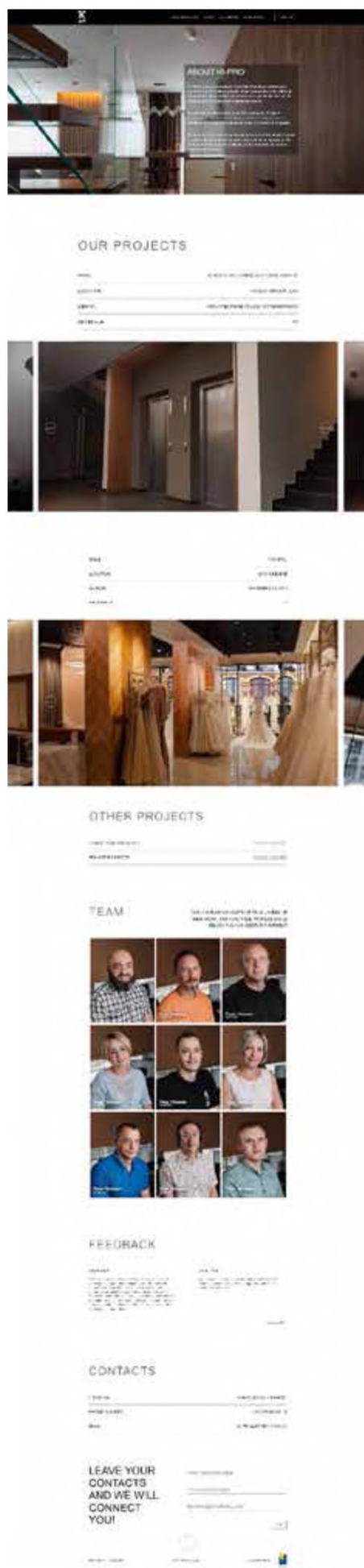


Рис. Г. 2 Десктоп сайту



Рис. Г. 3 Мобільна версія сайту



Рис. Г.4 Загальний вигляд планшету

