

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ОНТУ»

Спеціальність: 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітня програма: «»

Група: 4КГ-07

# Дипломний проект

здобувача освіти денної форми навчання

КГ.07.01.000.ДП

**ГНАТОВСЬКОГО  
НАЗАРА  
ОЛЕКСАНДРОВИЧА**

м. Одеса

2024 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ОНТУ»

Спеціальність: 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітня програма: «Комп'ютерна графіка і Web-дизайн»

Група: 4КГ-07

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломного проекту (роботи) на тему:

### Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі

Проектний матеріал складається з пояснювальної записки на 67 сторінках та графічного (презентаційного) матеріалу на 10 аркушах (слайдах).

Дипломник \_\_\_\_\_ (Гнатівський Н.О.)

Керівник \_\_\_\_\_ (Шувалова І.О.)

#### Консультанти:

з економічної частини \_\_\_\_\_ (Іванченков В.С.)

з охорони праці \_\_\_\_\_ (Чорновол Н.І.)

з дотримання вимог ЄСКД \_\_\_\_\_ (Петрашова В.І.)

старший консультант \_\_\_\_\_ (Кривченко Ю.В.)

#### До захисту допущений

Голова циклової комісії \_\_\_\_\_ (Кривченко Ю.В.)

Завідувач відділення \_\_\_\_\_ (Скорнякова О.В.)

Захист «20» 06 2024 р.      Протокол ЕК № 4

Оцінка ЕК: 4/905 р/ 725

Секретар ЕК. \_\_\_\_\_

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВСП «ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ОНТУ»

Відділення комп'ютерних систем Комісія КТ та ПІ  
Спеціальність 123 «Комп'ютерна інженерія»  
Освітня програма «Комп'ютерна графіка і Web-дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Заст. дир. з НВР Беркань І.В.

« 15 » 01 202 р.

### ЗАВДАННЯ

на дипломний проект (роботу)

Здобувачеві (здобувачці) освіти Гнатівському Назару Олександровичу  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) « Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі »

затверджена наказом по коледжу від « 22 » 11 202 3 р. № 244-02-ОД

2. Термін здачі закінченого проекту (роботи) 10.06.2024р.

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Розробити інтернет-магазин для роздрібної торгівлі на платформі CMS (безкоштовна версія). Асортимент товарів для домашнього використання у стилі Бохо. Заказ товарів, українська гривня. Реєстрація у мережі інтернет.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно розробити)

1. Вступ. 2. Аналіз предметної області. 3. Актуальність CMS  
4. Класифікація сайтів. 5. Вибір засобів розробки інтернет-магазину. 6. Вибір контенту товарів магазину 7. Розробка блок – схем алгоритмів функціонування інтернет-магазину 8. Розробка сайту інтернет-магазину. 9. Економічний розрахунок. 10. Розділ охорони праці. 11. Висновок. 12. Перелік використаних джерел.

5. Перелік графічного (презентаційного) матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, кількості слайдів)  
Презентація – слайди (Актуальність створення сайтів; Класифікація сайтів; Вибір засобів розробки інтернет-магазину; Алгоритми спрацювання інтернет- магазину; Розробка інтернет-магазину роздрібної торгівлі товарами для дому

6. Консультанти по проекту (роботі), із зазначенням розділів проекту, що їх стосується

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ, технологічний розділ, висновок	Шувалова І.О.		
Економічний розрахунок	Іванченков В.С.		
Охорона праці	Чорновол Н.І.		
Нормоконтроль	Петрашова В.І.		
Старший консультант	Кривченко <del>В.В.</del>		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ .15 01.24

Керівник

Завдання прийняв до виконання

(підпис)

(підпис)

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/р	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Термін виконання етапів дипломного проекту (роботи)	Відмітка про виконання
1.	Вступ	22.05.2024	
2.	Аналіз предметної області	23.05.2024	
3.	Актуальність створення сайтів	24.05.2024	
4.	Класифікація сайтів	25.05.2024	
5.	Вибір засобів розробки інтернет-магазину	29.05.2024	
6.	Вибір контенту вітрини інтернет-магазину	30.05.2024	
7.	Розробка блок-схем алгоритмів	01.06.2024	
8.	Розробка сайту інтернет-магазину	02.06.2024	
9.	Економічний розрахунок	05.06.2024	
10.	Розділ охорони праці	06.06.2024	
11.	Висновок.	07.06.2024	
12.	Перелік використаних джерел	08.06.2024	
13.	Оформлення пояснювальної записки	08.06.2024	
14.	Оформлення графічної (презентаційної) частини	09.06.2024	
15.	Підготовка доповіді для захисту	09.06.2024	
16.	Малий захист дипломного проекту	10.06.2024	
17.	Підготовка мультимедійної презентації до захисту	13.06.2024	

Дипломник

Керівник

(підпис)

(підпис)



# ЗМІСТ

	Стор.
Вступ.....	8
1 Основний розділ.....	9
1.1 Аналіз технічного завдання.....	9
1.2 Аналіз понять, видів та проектування Web-ресурсу.....	9
1.3 Аналіз вимог до створення інтернет-магазину.....	11
1.4 Порівняння CMS-майданчиків для створення інтернет-магазинів.....	14
1.5 Визначення характеристик проекту .....	16
1.6 Алгоритм створення інтернет-магазину.....	18
1.7 Визначення структури та формування контенту інтернет- магазину.....	24
1.7.1 Процес розробки магазину на Ecwid.....	24
1.7.2 Пошук референсів та складання таблиці конкурентів.....	24
1.7.3 Формування товарної матриці.....	25
1.7.4 Підбір та купівля домену.....	25
1.7.5 Підбір та купівля теми .....	25
1.7.6 Реєстрація Ecwid-акаунта, підключення картки.....	28
1.7.7 Імпорт товарів та створінь колекцій.....	28
1.7.8 Наповнення товарів фотографіями.....	28
1.7.9 Складання описів товарів.....	28
1.7.10 Створення pages (інформаційних сторінок).....	30
1.7.11 Складання структури інтернет-магазину.....	30
1.7.12 Створення Header (шапка) та Footer (підвал).....	31
1.7.13 Складання прототипу інтернет-магазину в конструкторі.....	32
1.7.14 Підбір кольорової гами та шрифтів.....	33
1.7.15 Повноцінне налаштування теми.....	33

1.8	Налагодження покинутих візків.....	33
1.9	Алгоритм побудови бізнесу на платформі Ecwid.....	34
1.10	Побудова інтернет магазину на платформі Ecwid.....	45
1.11	Посібник користувача інтернет-магазину.....	47
2	Економічний розділ.....	52
3	Розділ охорони праці та техніки безпеки.....	57
3.1	Аналіз умов праці й забезпечення безпеки при виконання основних видів робіт на об'єкті дипломного проектування.....	57
3.1.1	Мікроклімат робочої зони працівників, вентиляція.....	58
3.1.2	Освітлення робочого місця, шум, вібрація.....	58
3.1.3	Виробничі випромінювання.....	59
3.1.4	Електробезпека.....	60
3.2	Пожежна безпека.....	60
	Висновки.....	61
	Перелік використаних інформаційних джерел.....	62
	Додаток А Слайди мультимедійної презентації	

## ВСТУП

Наразі створення і використання інтернет-магазинів стає все більш популярним.

Метою дипломного проекту є розробка інтернет-магазину з використанням CMS Eswid, яка має потенціал принести багато переваг як розробнику і користувачу, так і покупцям товарів. Серед них можна відзначити:

- 1) Збільшення продажів товарів: Завдяки доступності і зручності вашого інтернет-магазину користувачам буде легше здійснювати покупки, що може призвести до зростання обсягу продажів.
- 2) Розширення аудиторії покупців: інтернет-магазин дає можливість привернути клієнтів не лише з вашого місця розташування, а й з усього світу, що розширює потенційну аудиторію.
- 3) Ефективність процесу продажу: інтернет-магазин дозволяє автоматизувати багато аспектів процесу продажу, таких як обробка замовлень і оплата, що знижує час, потрібний для здійснення продажу.
- 4) Покращене управління: CMS Eswid надає широкі можливості управління інтернет-магазином, включаючи налаштування товарів, промоакцій та звітності про продажі, що дозволяє ефективно керувати бізнесом.
- 5) Економія витрат: Відсутність необхідності в оренді фізичного приміщення та співробітників для обслуговування покупців може значно зменшити витрати на утримання бізнесу.

Актуальність теми підтверджується тим фактом, що інтерес до розробки та впровадження інтернет-магазинів продовжує зростати. Проект має потенціал стати успішним інтернет-магазином, який пропонує зручність, доступність та якісні товари клієнтам.

Розробка дипломного проекту передбачає розрахунок техніко-економічних показники науково-дослідної розробки (НДР) та заходи щодо охорони праці і техніки безпеки.

					<i>КГ 07. 01 000. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		8

Сайтом також називають вузол мережі Інтернет, за яким закріплена унікальна IP-адреса, і взагалі будь-який об'єкт в Інтернеті, за яким закріплена адреса, що ідентифікує його в мережі (FTP-site, WWW-site тощо).

Інтернет це глобальна мережа комп'ютерів, яка об'єднує мільйони вузлів (або серверів) та мільярди користувачів по всьому світу. Кожен вузол мережі може містити різноманітну інформацію, включаючи веб-сторінки, веб-додатки, мультимедійний контент, файли тощо. Доступ до цієї інформації здійснюється за допомогою програм-браузерів, таких як Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge та інші. Користувачі можуть переглядати вміст за допомогою цих браузерів, використовуючи різноманітні пристрої, такі як комп'ютери, смартфони, планшети тощо.

Web-сторінка представляє собою текстовий файл з розширенням \*. htm, який містить текстову інформацію та спеціальні команди - HTML-коди, що визначають в якому вигляді ця інформація буде відображатися у вікні браузера. Уся графічна, аудіо і відео-інформація безпосередньо в Web-сторінку не входить і являє собою окремі файли з розширеннями \*. gif, \*. jpg (графіка), \*. mid, \*. mp3 (звук), \*. avi (відео). У HTML-кодї сторінки містяться вказівки лише на такі файли.

Переглянути Web-сайт може будь-яка людина, що має комп'ютер, підключений до Internet. В даний час у всесвітній павутині розміщено кілька мільйонів Web-сайтів і їх кількість постійно зростає.

Це особисті сторінки, що містять інформацію про автора, його інтересах. Їх створюють для того, щоб знайти друзів за інтересами, розширити свій кругозір.

Метою створення інтернет-магазину є вирішення багатьох завдань одночасно, таких як:

- 1) вплив на певну цільову аудиторію,
- 2) залучення постачальників,
- 3) реалізація товарів і послуг.

Структура, спрямованість, тематика товарів будь якого інтернет-сайту найрізноманітніша. Кожний розробник інтернет-магазину повинен прагнути забезпечити як високий рівень виконання, так достатню функціональність Web-

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		10

ресурсу. Важливою і природньою метою створення інтернет магазину є розробка: привабливого дизайну, зручного інтерфейсу і комфортності роботи користувача з Web-ресурсом.

Розробники інтернет-магазину повинні передбачити:

- 1) можливість повідомляти про майбутні акції, про знижки та інші заходи,
- 2) здійснювати швидкість і легкість оформлення замовлень з використанням особистого кабінету клієнта.

Такі перспективи впровадження інтернет-магазину дають можливість створювати інформаційні портали, які розширюють можливості бізнесу як ніколи раніше.

Наразі Web-ресурс інтернет-магазину є сучасним торговим каналом. За допомогою інтернет магазинів, кожна людина має можливість продавати товари або послуги величезній аудиторії покупців, які використовують доступ в Інтернет для задоволення своїх потреб.

У підсумку мета створення інтернет-магазину для покупця це: економія його часу, власних грошей і сил на пошук і придбання необхідних товарів. Діалоги покупців і представників фірми повинні реалізовуватись за допомогою системи електронного маркетингу. Знайти необхідний товар на Web-ресурсі набагато простіше, ніж телефонувати або їхати в фізичний магазин (при його фізичному існуванні).

Діалоги покупців і представників фірми реалізуються за допомогою системи електронного маркетингу. Саме тому потік замовлень для здійснення покупок у мережі інтернет залучає все більше людей не тільки в Україні, а й у всьому світі.

### **1.3 Аналіз вимог до створення інтернет-магазину**

Процеси та технології створення сучасних інтернет-магазинів стрімко розвивається стрімко розвиваються. Новітні технології дозволяють розробити і створити інтернет-магазин майже кожній особі.

Але можна визначити декілька існуючих умовних основних вимог, які наразі допомагають розробляти якісні та ефективні інтернет-магазини.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		11

1) Вибір зручної системи управління контентом (CMS-системи), яка забезпечує зручність обслуговування клієнтів та вартість використання програмного забезпечення, функціональність майбутнього проекту, особливості його дизайну та т. ін.

Параметри для вибору оптимальної платформи такі:

- 1) вартість використання,
- 2) функціонал,
- 3) технічні характеристики,
- 4) зручність інтерфейсу,
- 5) наявність технічної підтримки,
- 6) особисті переваги,
- 7) особливості поставлених завдань.

При виборі CMS потрібно з'ясувати, чи підходить обрана платформа для створення саме розроблюваного інтернет-магазину. Існують такі двигуни, які мають певні обмеження та дозволяють розробити якісний торгівельний майданчик. Наприклад, відсутність кошика, платіжних систем та інших складових. Крім того, є платформи що призначені на розробку форумів або візиток, і для розробки інтернет-магазинів не підійдуть.

Важливим питанням і обрання та розробка архітектури Web-ресурсу, а саме: систематизація інформації та навігації по ній для допомоги користувачам більш успішно знаходити потрібні їм товари; логічний поділ Web-ресурсу на блоки, що розташовуються в ієрархічному порядку. Це означає що забезпечується структуризація розміщення на вітрині інтернет-магазину товарних розділів, інформаційних сторінок, карток товарів, спеціальних сторінок на моніторі комп'ютера.

Це дає можливість за допомогою одного погляду оцінити цілісну картину інтернет-магазину. Отже продумана грамотна архітектура інтернет-магазину гарантує користувачам витрачувати менше часу на пошук потрібних товарів.

На рисунку 1.1 представлено структурну схему усіх етапів створення будь-якого Web-ресурсу від зустрічі з замовником до реєстрації у пошукових системах.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		12



## 1.4 Порівняння CMS-майданчиків для створення інтернет-магазинів

Для розробки і впровадження в Україні за кордон фізичних та цифрових товарів можна використовувати нижче перераховані переваги CMS-майданчиків або конструкторів сайтів.

CMS – це системи, що мають зручний функціонал і великий спектр шаблонів, які полегшують роботу власнику бізнесу та дозволяють:

- 1) оптимізувати процес створення магазину для продажу;
- 2) забезпечити однаковість зовнішнього вигляду платформи;
- 3) налаштувати сайт відповідно до потреб бізнесу користувача;
- 4) скоротити витрати на обслуговування сайту;
- 5) обійтися без розробників у створенні магазину;
- 6) інтегрувати свій сайт з іншими бізнес-сервісами, наприклад платіжними системами або маркетплейсами (Amazon, Etsy);
- 7) використовувати маркетинг для покращення продажів або підвищення задоволеності користувачів;
- 8) оптимізувати сайт та контент для пошукових систем або використання мобільних пристроїв.

Конструктор сайту магазину також дозволяє декільком користувачам отримати доступ до веб-сайту, що проектується, та співпрацювати членам команди розробників у різних проектах; змінювати контент на сайті зі своїх пристроїв, використовуючи окремі облікові записи. CMS також зберігає онлайн-контент в одному місці та надає доступ до веб-сайту та пропонує найбільш сприятливі SEO-інструменти та плагіни та функціонали для позиціонування в основних пошукових системах. Така функція допомагає у просуванні бренду на світовому рівні.

Важливою перевагою є безпека та захист інтернет-магазинів користувачів від потенційних загроз, шахрайських атак, а також можливість одержати пробні періоди або безкоштовні версії, які дозволяють ознайомитися з функціоналом і зрозуміти, наскільки сервіс вам підходить.

Нижче приведено Топ-10 конструкторів для створення інтернет-магазину з

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		14

метою продажі за кордоном.

### **Wix**

Wix – одна з провідних платформ для онлайн-бізнесу для обмеженого асортименту продукції

Має такі недоліки: обраний шаблон не можна змінити в процесі роботи над створенням інтернет-магазину; для організації електронної комерції власники веб-сайтів повинні додати модуль комерції, якщо їм необхідно.

### **BigCommerce**

BigCommerce має безліч вбудованих функцій і можливостей. До переваг можна віднести просунуту інтеграцією з SEO та гнучкими API-інтерфейсами, які дозволяють продавцям підключатися до провідного програмного забезпечення та інших рішень CMS. BigCommerce повністю розміщений на хостингу, відповідає PCI рівню. Підписка сплачується щомісяця.

### **Ecwid**

Ecwid – платформа електронної комерції SaaS. Має простий інтерфейс і доступні ціни. Сервіс пропонує безкоштовну цілодобову підтримку, низку безкоштовних шаблонів та окрему POS-систему.

### **WooCommerce**

Сервіс має такі переваги:

- 1) контроль над виглядом вітрини інтернет-магазину;
- 2) є понад 900 плагінів для покращення розробки;
- 3) можливість підключення приблизно 140 безпечних платіжних шлюзів;
- 4) використовується у вигляді мобільного додатку для керування магазином

звідки завгодно.

### **Squarespace**

Компанія розпочала свою діяльність у 2003 році. Конструктор надає прості найбільш продумані шаблони. Цей конструктор дозволяє створювати інтернет-магазин з унікальним дизайном.

### **Webflow**

Webflow зародився у 2013 році як інструмент веб-дизайну. Платформа пропонує

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		15

безліч налаштувань та функцій без необхідності кодування.

### **Есwid**

Есwid (E-Commerce WIDgets) це конструктор інтернет-магазину з адаптивним дизайном, різними засобами техпідтримки, підключенням купонів і SEO-функціями. Легко встановлювати і використовувати. Платформа дозволяє працювати з аудиторією за всіма Загальними стандартами General Data Protection Regulation (GDPR), що мають відповідати вимогам обробки персональних даних резидентів Європейського Союзу. З 2021 року Есwid є власністю канадської компанії Lightspeed, яка розробляє різні сервіси у сфері e-commerce для роздрібної торгівлі, ресторанного, готельного та інших видів бізнесу.

### **Weebly**

Має простий і зручний інтерфейс. Платформа має функцію простого перетягування елементів, що робить її одним із найкращих варіантів для новачків.

### **Sellfy**

Платформа Sellfy проста у використанні та дозволяє легко відкрити магазин та почати продавати. Легко налаштовується, підтримує Secure Sockets Layer (SSL) – криптографічний протокол, який забезпечує безпечне інсталяційне з'єднання між клієнтом і сервером, має великий маркетинговий інструментарій.

### **Square Online**

Square Online найкраще підходить для малого бізнесу, оскільки пропонує безкоштовний план та всі основні функції для створення сайту. Сервіс підходить для створення інтернет-майданчиків для ресторанів завдяки вбудованим функціям, таким як підтримка доставки, самовивезення та онлайн-замовлень.

## **1.5 Визначення характеристик проекту**

Для розробки власного інтернет магазину роздрібної торгівлі я обираю Есwid. Це велика CMS для онлайн-торгівлі та один із лідерів галузі, яка має англійський інтерфейс, корисні колаборації з Amazon і Facebook+Instagram (наприклад, можна продаючи сторінку на базі Есwid), а також з сервісами Google Shopping и eBay.

Інтеграція Есwid у KeyCRM створена для того, щоб автоматизувати процеси інтернет-магазину в єдиному вікні системи. CRM для Есwid дасть можливість

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		16

бачити всі замовлення, що надходять з будь-якої кількості ваших магазинів у режимі єдиного вікна на платформі KeyCRM[1].

<https://apix-drive.com/ua/ecwid/keycrm>

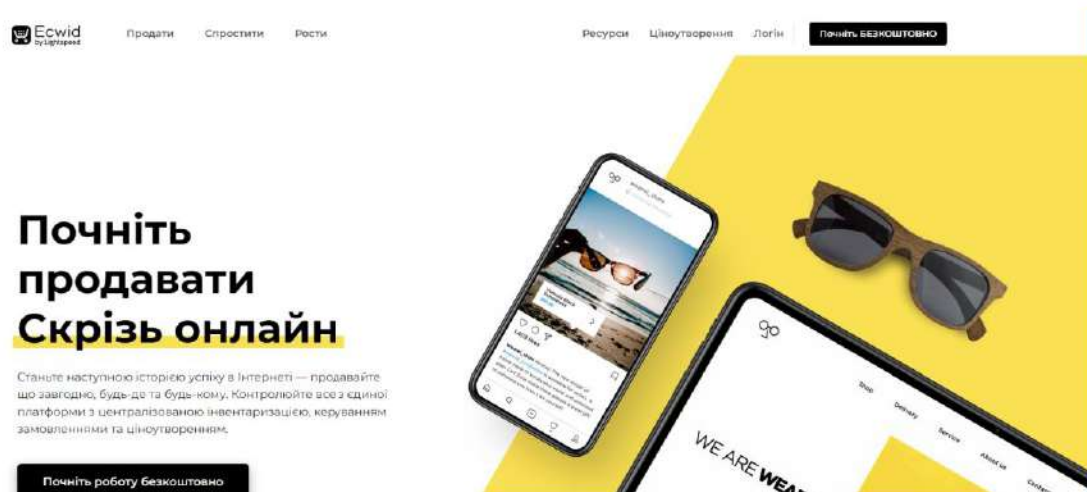


Рисунок 1.2. Стартова сторінка CMS Ecwid

Доступна як автоматизація продажів на, так і автоматизація складу на Ecwid. Підключившись до системи, розробник має змогу створити дійсно комфортні умови для роботи магазину та його подальшого масштабування. На початку роботи вибрати тип сайту, що створюється.



## Ваш безкоштовний онлайн-магазин знаходиться лише на відстані одного кліка

Продавайте на своєму веб-сайті, у соціальних мережах, на торгових майданчиках – все з однієї інформаційної панелі.



Увійдіть у свій обліковий запис Ecwid

Електронна пошта: gnatovskyi9@gmail.com

Пароль: [masked]

[Забули свій пароль?](#)

**Увійти**

Залишити мене в обліковому записі

[Створіть новий обліковий запис Ecwid](#)

Увійдіть за допомогою Apple

Увійдіть за допомогою Facebook

Увійдіть за допомогою Google

Рисунок 1.3. Початок роботи у CMS Ecwid

Тип сайту: інтернет- магазин роздрібної торгівлі.

Далі визначитися з тематикою сайту: Тематика – продажі товару- аксесуари

Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата

КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ

Арк.

17

для сім'ї та домашнього використання

Платформа – конструктор Eswid.

Кнопки управління (навігація сайту): визначаються Web-дизайнером самостійно, з кожної сторінки сайту повинен бути забезпечений перехід (встановлена гіперпосилання) на головну сторінку сайту.

Блок схема сайту: визначається Web-дизайнером самостійно.

Головний (початкова) сторінка сайту повинна містити гіперпосилання, що забезпечують перехід з неї на не менше ніж 95% сторінок сайту, але не більше ніж 20 гіперпосилань.

Обсяг веб-сторінки: до 100 Мб.

Мінімальний дозвіл монітора, на якому буде проглядатися сайт: 1024 x 768 пікселів.

При зазначеному дозволі можливість перегляду сторінок сайту без горизонтальної прокрутки браузера не передбачається.

Основний браузер, яким буде переглядатися сайт: Google Chrome.

Колірна палітра: основний режим моніторів, на яких буде проглядатися сайт: 15 розрядів квітів і вище (число кольорів 65536 і вище). При розробці сайту повинен бути забезпечена можливість його перегляду при використанні безпечної кольорової палітри (розрядність кольорів 8). Зміни відтінків кольорів, при перегляді сайту з використанням безпечної кольорової палітри, не обумовлюються.

Загальний фон сайту: загальний фон сайту – яскравий фоновий малюнок.  
Розмір і вид шрифту сайту: розмір шрифту сайту повинен бути в межах 10-12 для оформлення тексту.

Розмір шрифту для оформлення заголовків, назви сторінок і т.ін. не обмовляється.

Вид (назва) шрифту не обумовлюється.

## **1.6 Алгоритм створення інтернет-магазину**

Загальна блок-схема створення Web-сайту. Вона включає чотири основні етапи. Перший етап це визначення мети проекту і шляхів її досягнення,

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		18

проведення маркетингових досліджень, розробка плану необхідних заходів.

Наступним етапом є реалізація Web-сайту.

На ньому повинні бути вирішені такі питання, як вибір місця розміщення сервера, вибір постачальника послуг Інтернету, розроблений дизайн сервера і його структура, вироблено його початкове інформаційне наповнення, розглянуті питання поєднання з існуючою інформаційною системою підприємства, і, після проведення попереднього тестування, Web-сервер може бути розміщений в Інтернеті.

Після цього потрібно вирішити питання залучення на нього користувачів - поточних і потенційних клієнтів фірми.

Тому наступним етапом є проведення комплексу заходів по залученню відвідувачів на сервер. Цей етап передбачає використання всіх видів реклами в Інтернеті: від розміщення банерів до використання списків розсилки та участі в телеконференціях.

Зазначені три етапи завершує четвертий - підведення підсумків на основі порівняння отриманих результатів із запланованими в розрізі встановлених раніше критеріїв.

На основі викладених пропозицій приведемо приклад розробки інтернет-магазину роздрібною торгівлі на платформі Eswid.

Eswid - це повноцінна комерційна платформа, яка дозволяє користувачеві розпочинати, розвивати та керувати бізнесом.

Платформа Eswid дозволяє:

- 1) Створити та налаштувати інтернет-магазин.
- 2) Продавати в кількох місцях, включаючи Інтернет, мобільні пристрої, соціальні мережі, онлайн-торговельні майданчики, звичайні магазини та інтернет-магазини.
- 3) Керувати продуктами, запасами, платежами та доставкою.

Eswid повністю розміщений у хмарі, що означає, що вам не потрібно турбуватися про оновлення або обслуговування програмного забезпечення чи веб-серверів. Це дає можливість отримати доступ до свого бізнесу і вести його

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		19

практично з будь-якого місця, включаючи мобільний пристрій.

Особливість платформи – рахунок 89 доларів США за місяць виставляється щорічно або 105 доларів США щомісяця днів використання.

Після випробувань потрібно обрати і придбати план, який має обслуговувати розміри і період бізнесу користувача сайту.

Якщо користувач має існуюче домашнє ім'я, то він в змозі підключити його до створеного магазину у Eswid.

Особливістю використання платформи Eswid є можливість відсутності навичок дизайнера або розробника Web-ресурсів.

Реєстрація в Eswid дозволяє:

- 1) Налаштувати зовнішній вигляд свого магазину за допомогою конструктора онлайн-магазинів і тем
- 2) Додати функції до свого магазину за допомогою програм або використовуючи послуги команди підтримки, або відвідати Eswid Expert Marketplace, щоб знайти та найняти сертифікованого експерта Eswid.

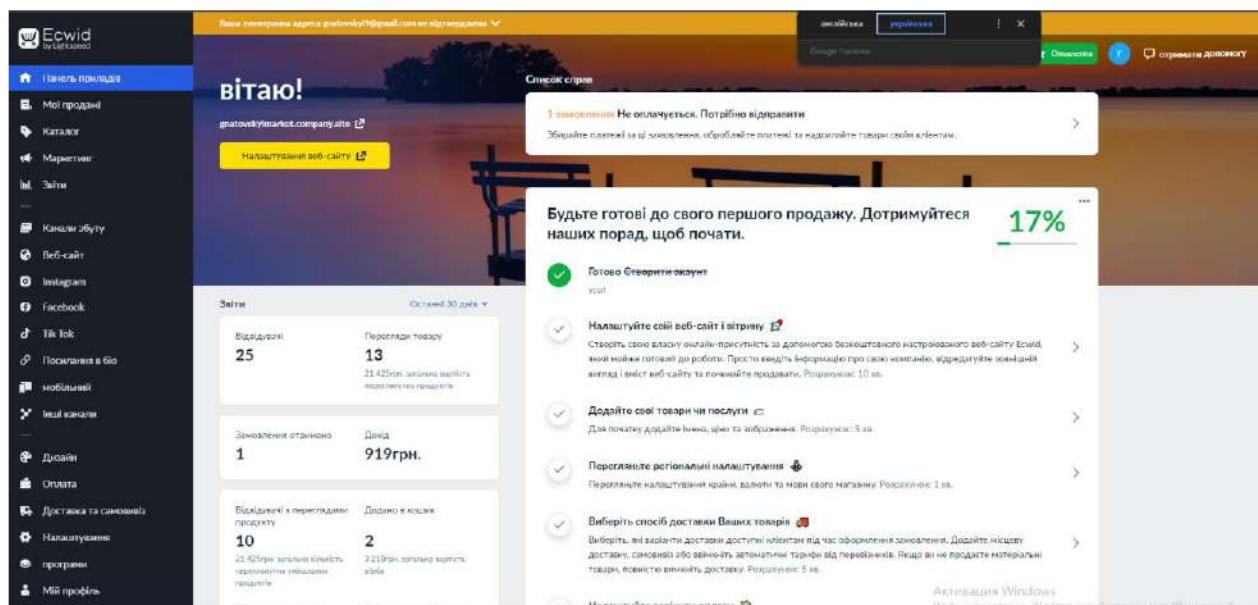


Рисунок 1.4. Попередній перегляд статистики відвідувачів інтернет-магазину

<https://gnatovskyimarket.company.site>

Платформа Eswid це AJAX-приклад, що дозволяє додати інтернет-магазин на існуючий сайт або сторінку в соціальній мережі. Eswid працює за моделями SaaS: користувачі керують продуктами та категоріями на сервері та розміщують код

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		20

віджета на своїй веб-сторінці.

Eswid – це не зовсім конструктор сайтів, сервіс спеціалізується виключно на електронній комерції, тому логічно назвати його конструктором інтернет-магазинів.

Перевагами є:

- 1) можливість вбудувати Вітрину з товарами практично в будь-який двигун або статичний HTML-сайт,
- 2) відмінне поєднання з хмарними платформами (за рахунок готових модулів інтеграції або просто за рахунок вставки HTML-коду розробника).
- 3) найкраще безкоштовне рішення для продажу онлайн.

Нижче приводжу характеристику будь-якого веб-сайту на мові HTML (англ. HyperText Markup Language - Мова розмітки гіпертексту). Це стандартна мова розмітки документів у Всесвітній павутині. Більшість веб-сторінок створюються за допомогою мови HTML (або XHTML). Документ HTML оброблюється браузером та відтворюється на екрані у звичному для людини вигляді.

HTML є похідною мовою від SGML, успадкувавши від неї визначення типу документу та ідеологію структурної розмітки тексту.

HTML разом із CSS та скриптингом - це три основні технології побудови веб-сторінок.

HTML впроваджує засоби для:

- 1) створення структурованого документу шляхом позначення структурного складу тексту: заголовки, абзаци, списки, таблиці, цитати та інше;
- 2) отримання інформації із Всесвітньої мережі через гіперпосилання;
- 3) створення інтерактивних форм;
- 4) включення зображень, звуку, відео, та інших об'єктів до тексту.

Одним з найбільш молодих і популярних сервісів Інтернет, розвиток якого і призвело до сплеску популярності самої Інтернет, стала World Wide Web (WWW), заснована на протоколі HTTP (Hyper Text Transfer Protocol - протокол передачі гіпертекстової інформації).

Гіпертекстові документи, представлені в WWW, мають одну принципову

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		21

відмінність від традиційних гіпертекстових документів - зв'язки, в них використовуються, не обмежені одним документом, і більше того, не обмежені одним комп'ютером.

Для підготовки гіпертекстових документів використовується мова HTML, що надає широкі можливості по форматуванню і структурної розмітки документів, організації зв'язків між різними документами, засобу включення графічної та мультимедійної інформації.

HTML-документи проглядаються за допомогою спеціальної програми - браузера.

Найбільшого поширення в даний час отримали браузери: Opera, Mozilla Firefox і Internet Explorer компанії Microsoft (MSIE).

Реалізації Mozilla Firefox доступні практично для всіх сучасних програмних і апаратних платформ, реалізації MSIE доступні для всіх Windows платформ, Macintosh і деяких комерційних Unix-систем.

HTML-документ складається з тексту, що представляє собою зміст документа, і тегів, що визначають його структуру і зовнішній вигляд при відображенні браузером.

Найпростіший html-документ виглядає наступним чином:

```
<html>
<head>
<title> Назва </ title>
</ Head>
<body>
<p> Тіло документа
</ Body>
</ Html>
```

Як видно з прикладу, тег є ключовим словом, укладену в кутові дужки. Розрізняють одинарні теги, як, наприклад, <p>, і парні, як <body> </ body>, в останньому випадку дія тега поширюється лише на текст між його відкриваючою і закриваючою дужкою.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		22

Теги також можуть мати параметри - наприклад, при описі сторінки можна задати колір фону, колір шрифту і т.д.: `<body bgcolor="white" text="black">`.

Текст всього документа поміщається в теги `<html>`, сам документ розбивається на дві частини - заголовок і тіло.

Тема описується тегами `<head>`, в які можуть бути включені назва документа (за допомогою тегів `<title>`) та інші параметри, що використовуються браузером при відображенні документа.

Тіло документа укладено в теги `<body>` і містить власне інформацію, яку бачить користувач.

При відсутності тегів форматування весь текст виводиться у вікно браузера суцільним потоком, переклади рядків, пропуски і табуляції розглядаються як пробільні символи, кілька пробільних символів, що йдуть підряд, замінюються на один.

Для форматування використовуються наступні основні теги:

`<p>` - початок нового абзацу, може мати параметр, що визначає вирівнювання:

`<p align=right>`;

`<br>` - переклад рядка в межах поточного абзацу;

`<u> </ u>` - виділення тексту підкресленням

Посилання на інший документ встановлюється за допомогою тега `<a href="URL"> ...</ a>`, де URL - повний чи відносний адресу документа.

При цьому текст, укладений в тег `<a>`, зазвичай виділяється підкресленням і кольором, і після клацання мишею по цьому посиланню браузер відкриває документ, адреса якого вказана в параметрі href.

Графічні зображення вставляються в документ за допомогою тега ``.

Отже, наразі, Eswid – це віджет електронної комерції, який працює з будь-якою платформою, яку розробник електронного магазину вже використовує для просування свого бізнесу, будь то бізнес-сайт, ринок, програма чи щось зовсім інше.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		23

## **1.7 Визначення структури та формування контенту інтернет-магазину**

### **1.7.1 Процес розробки магазину на Ecwid**

Покроковий алгоритм створення інтернет-магазину на Ecwid складається з багатьох етапів. Багато залежить від досвіду та рівня знань у маркетингу, веб-дизайні та організації електронної комерції.

Розглянемо процес створення концепції інтернет-магазину яка представляє собою це систему шляхів вирішення спільного завдання або модель, за якою буде розроблено інтернет-магазин. На даному етапі визначається цільова аудиторія, вид магазину (нішевий роздрібний чи одотоварний), зразкова кількість товарів та категорій, необхідний функціонал та інші моменти, які потрібно враховувати перед початком створення магазину, щоб оцінити трудовитрати та терміни реалізації проекту.

Для розробки магазину з унікальним дизайном необхідно скористатися конструктором сторінок або пейдж-білдером. У разі, якщо в магазині планується продавати digital-товари, на даному етапі визначається схема видачі файлів (відразу після оплати / за кілька днів за готовністю) та підбираються додатки, що реалізують автоматичну видачу товарів.

Після того, як склалося повне розуміння моделі інтернет-магазину, можна приступати до аналізу конкурентів та пошуку ідей для натхнення.

### **1.7.2 Пошук референсів та складання таблиці конкурентів**

На цьому етапі збираються референси, включаючи сайти, що виділяються як дизайном, так і функціоналом. Також відбирається список конкурентів, які продають такі ж схожі товари, або націлені на ту ж цільову аудиторію. Найпростіше фіксувати всю зібрану інформацію в Google Таблицях. Поруч із кожним сайтом рекомендуємо виписувати ключові особливості, переваги, які можна запозичити при складанні магазину (структура, тригери, тексти, кольори, додатки тощо)

Один із найпростіших способів пошуку конкурентів на платформі Ecwid – пошук у Google за релевантними ключовими словами (clothing + myEcwid.com) або

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		24

перегляд каталогів сайтів (top clothing Ecwid stores).

### 1.7.3 Формування товарної матриці

Товарна матриця – це таблиця з товарами, куди входять таку інформацію:

- Назва;
- Категорія;
- Варіанти товару (розміри, кольори, бандли чи комплекти);
- SKU;
- Вартість зі знижкою;
- Вартість без знижки;
- Посилання на папку з фотографіями та ін.

### 1.7.4 Підбір та купівля домену

На цьому етапі необхідно визначитися з доменом – адресою розроблюваного інтернет-магазину. Можливо відштовхуватися від назви товару роздрібної торгівлі, якщо він визначений. Придбати домен можна у Ecwid. Домен (або доменне ім'я) – це URL, віртуальна адреса вашого магазину. Наприклад, [www.mystore.com](http://www.mystore.com). Коли покупці заходять на ваш сайт, URL-адреса відображається в адресному рядку браузера. Як тільки користувач створює обліковий запис у Ecwid, він отримує безкоштовний сайт із вбудованим магазином — Стартовий сайт. Він доступний на будь-якому плані та має домен виду <https://XXXXXXXXX.company.site>. Користувач в змозі в будь-який час задати свій піддомен, змінивши XXXXXXX на назву бренду або на будь-який інший текст.

Також на платному плані можна купити свій домен або використовувати існуючий (якщо він уже є). Власне доменне ім'я полегшує просування сайту в пошукових системах, а для покупців воно зробить бренд більш впізнаваним. Для проекту інтернет-магазину обираю домен виду URL:

<https://gnatovskyimarket.company.site>

### 1.7.5 Підбір та купівля теми

Платформа Ecwid має магазин з великою кількістю як безкоштовних, так і платних тем. Для повноцінного запуску магазину розробники платформи рекомендують встановити одну з платних тем. Вони мають ширший функціонал, а

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		25

також додають індивідуальності інтернет-магазинам. Важлива складова дизайну сайту – графіка та зображення. Маючи готовий прототип, заповнений текстами, необхідно підібрати якісні фотографії для сайту та за необхідності розробити унікальний дизайн банерів, щоб сайт виглядав презентабельно. Звичайно, найголовніше зображення – це банер на головному екрані – те, що відвідувач бачить насамперед при переході на сайт.

Для проекту обираю тему інтернет-магазину **L’Ambra Design**.

Інтернет- магазин призначений для продажу товарів, що використовуються в домашніх умовах у стилі Бохо, тобто змішування стилей.



Рисунок 1. 5. Логотип інтернет-магазину L’ Ambra Design у месенджерях

На рисунку 1.5 представлено логотип інтернет-магазину L’ Ambra Design в соціальних мережах на мобільних пристроях.

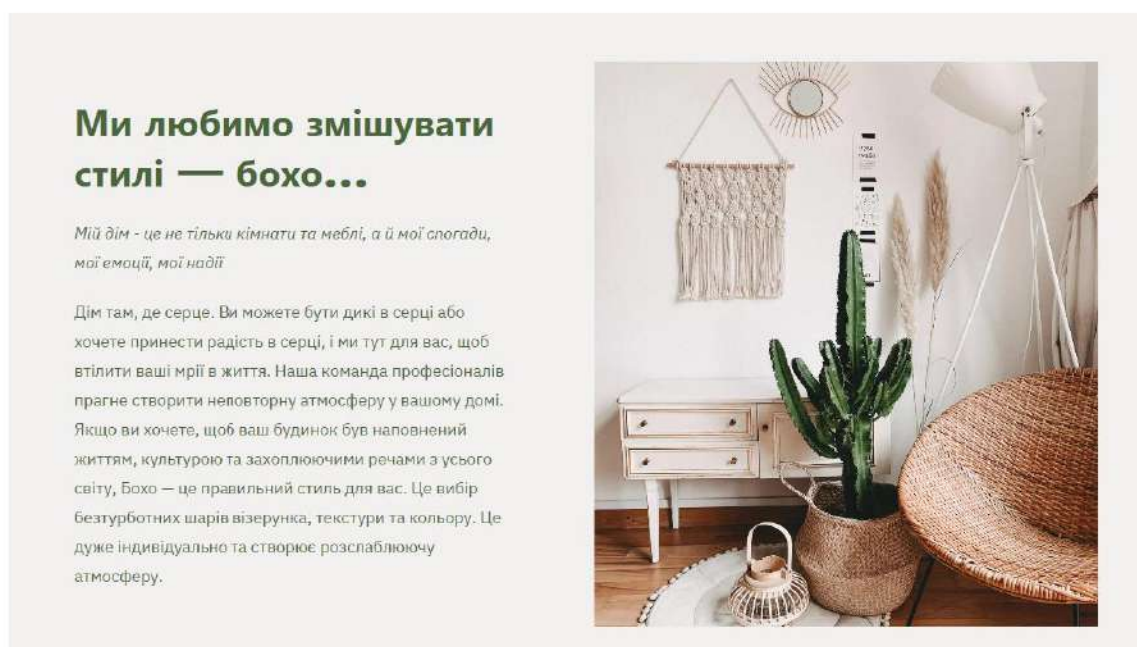


Рисунок 1.6. Інформація для покупців про товари інтернет-магазину L’ Ambra Design

					<b>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		26

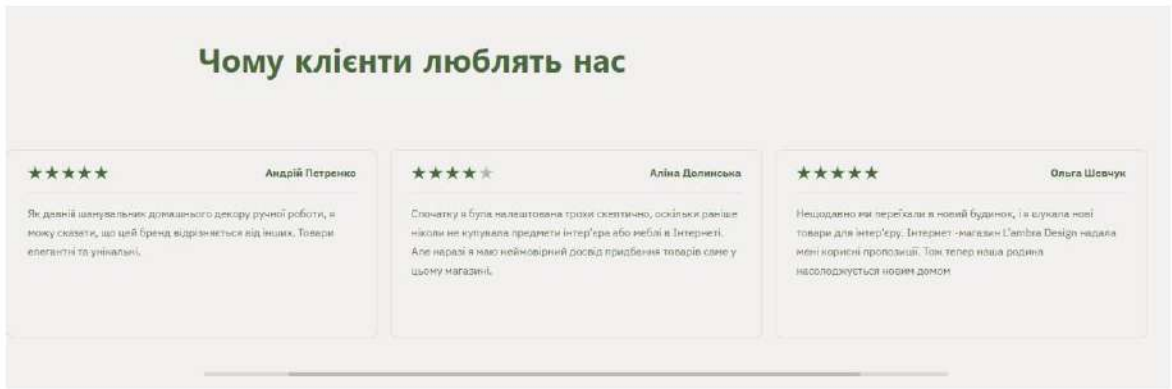


Рисунок 1.7. Відгуки покупців щодо представленого товару у інтернет-магазині L'Ambra Design



Рисунок 1.8. Приклади товарів інтернет-магазину L'Ambra Design



Рисунок 1.9. Умови доставки і повернення товарів інтернет-магазину L'Ambra Design

## 1.7.6 Реєстрація Ecwid-акаунта, підключення картки

Для реєстрації облікового запису на Ecwid достатньо мати актуальну адресу електронної пошти. Надавати паспортні дані або інші документи не потрібно. Далі необхідно підключити до магазину банківську картку, з якої будуть списуватись плата за використання Ecwid, за додатки, а також комісії з отриманих замовлень.

## 1.7.7 Імпорт товарів та створінь колекцій

Після підключення картки до магазину можна переходити до імпорту всіх товарів із матриці, яка була складена раніше.

Важливо коректно внести всі дані про товари, після чого розподілити товари за потрібними колекціями.

## 1.7.8 Наповнення товарів фотографіями

Фотографії – один із найважливіших елементів, що впливають на конверсію product page.

Важливо, щоб фотографії передавали всю суть товару, були якісними та продавали, швидко завантажувалися як на десктопах, так і на мобільних пристроях.

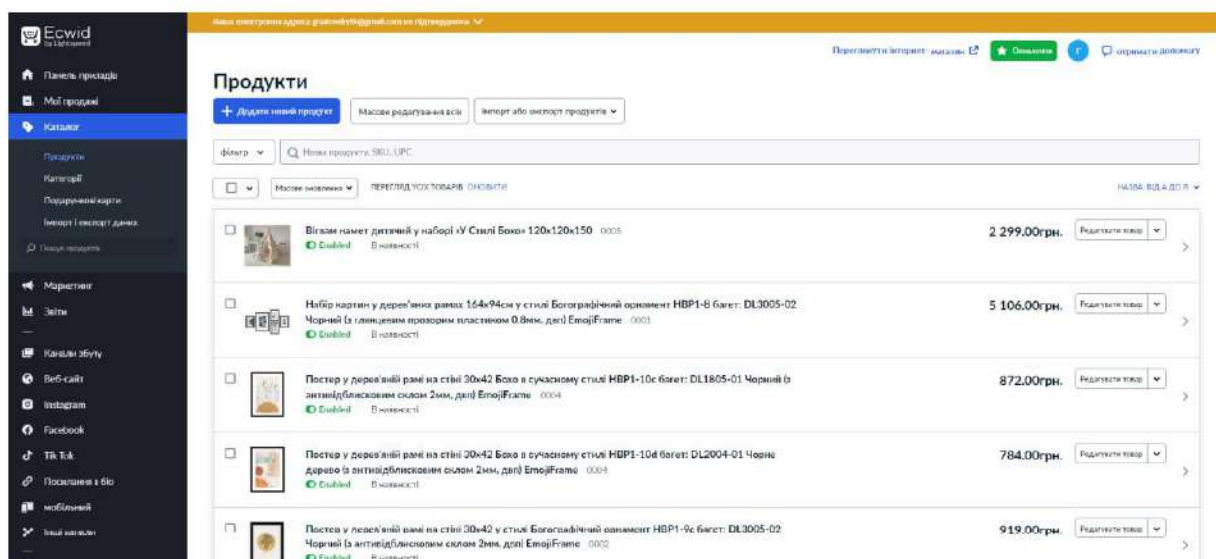


Рисунок 1.10. Наповнення інтернет-магазину фотографіями товарів

## 1.7.9 Складання описів товарів

Опис товару – це один з ключових факторів, який може суттєво впливати на конверсію інтернет-магазину. Якщо опис товару інформативний, привабливий та зрозумілий для покупця, це збільшує ймовірність того, що він зробить покупку.

									Арк.
									28
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ				

# 1 ОСНОВНИЙ РОЗДІЛ

## 1.1 Аналіз технічного завдання

Сучасний розвиток Web-технологій орієнтований на надання найбільш повного спектра послуг, починаючи від Web-сторінок та Web-сайтів до Web-порталів, інтернет-магазинів.

Згідно технічного завдання метою дипломного проектування є розробка інтернет-магазину роздрібної торгівлі» на базі програм-конструкторів, які називають системами керування вмістом (англ. Content Management System CMS).

Інтернет –магазин повинен забезпечувати доступ будь-якого клієнта здійснювати заказ та отримання продукції магазину роздрібної торгівлі

Проектування передбачає послідовне виконання слідуєчих етапів:

- 1) обґрунтування вибору середовища конструктору інтернет-магазину;
- 2) розробка алгоритму створення дизайн-макету інтернет-магазину;
- 3) обґрунтування вимог до відображення на сучасних комп'ютерах;
- 4) пропозиції щодо створення шаблону інтернет-магазину.
- 5) узагальнення та аналіз результатів проектування.

На сьогоднішній день практично кожне підприємство або фізична особа – підприємець (ФОП) має власний Web-сайт.

## 1.2 Аналіз понять, видів та проектування Web-ресурсу

В умовах використання сучасних інформаційних технологій – це необхідний чинник існування, що дозволяє розширити поле рекламної діяльності і залучити тим самим додаткових відвідувачів або покупців.

Інформація, доступна користувачам Internet, розташовується на комп'ютерах (Web-серверах), на яких встановлено спеціальне програмне забезпечення. Значна частина цієї інформації організована у вигляді Web-сайтів. Кожен з них має своє ім'я (адреса) в Internet.

Web-сайт - сукупність Web-сторінок (вебсторінок), доступних у Інтернеті, які об'єднані як за змістом, так і навігаційно. Фізично сайт може розміщуватися як на одному, так і на кількох серверах.

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		9



Рисунок 1.11. Оформлення галереї товарів та ціни

### 1.7.10 Створення pages (інформаційних сторінок)

Pages – це інформаційні сторінки, що призначені для користувачів інтернет-магазину та містять інформацію щодо термінів доставки, умов повернення товарів і.ін. Інформаційні сторінки необхідні для підключення платіжної системи.

У магазині мають бути такі сторінки:

- 1) About us – сторінка про компанію;
- 2) Contact us – сторінка із контактною формою;
- 3) FAQ – сторінка з запитаннями, що часто задаються, та відповідями на них;
- 4) Track your order – сторінка з посиланням на сервіс для відстеження посилок;
- 5) Shipping & Delivery – інформація про умови та терміни доставки;
- 6) Returns & Refunds – інформація щодо умов повернення;
- 7) Terms of service – користувальницька угода;
- 8) Privacy policy – політика конфіденційності.

### 1.7.11 Складання структури інтернет-магазину

Наступний важливий етап – розробка структури інтернет-магазину, яка включає карту сайту, а також послідовність блоків на окремих сторінках. Структура всіх сторінок завжди приблизно однакова.

На рис. 1.12 преведена узагальнена схема інтернет-магазину.

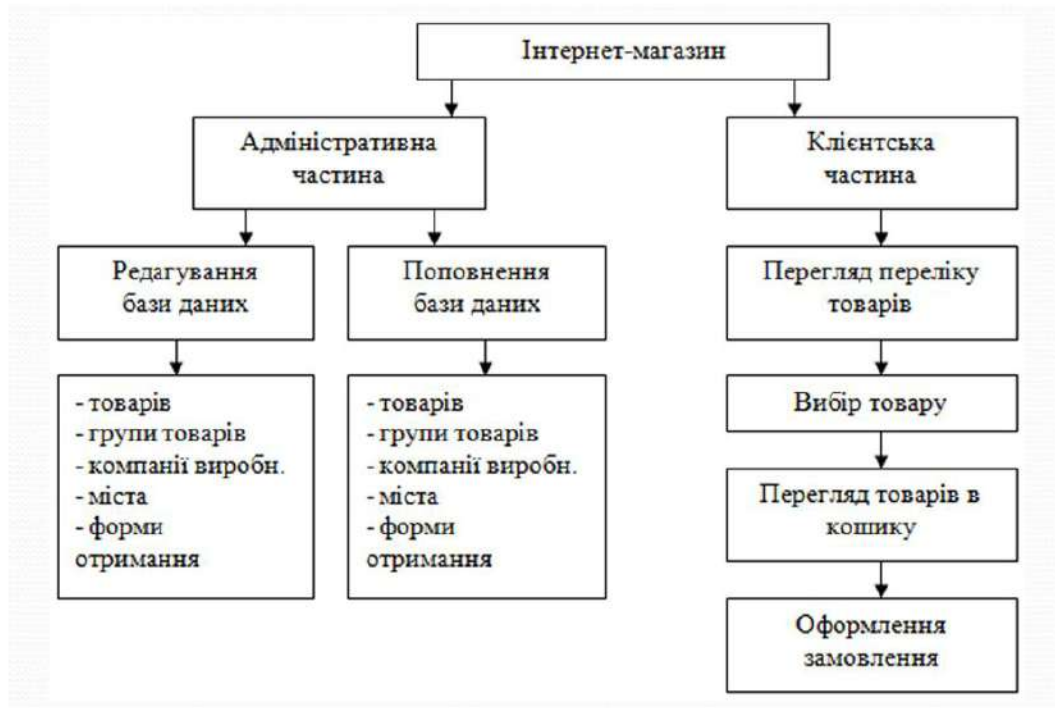


Рисунок 1.12. Узагальнена схема інтернет-магазину

### 1.7.12 Створення Header (шапка) та Footer (підвал)

Після створення інформаційних сторінок та колекцій, а також розробки структури магазину опрацюється навігація у шапці (див.рис. 1.13) та підвалі сайту (див. рис 1.14). У меню розміщуються посилання на колекції, відстеження замовлень, а також на запитання, що часто задаються, і сторінку для зв'язку з підтримкою, а у футері – на всі інформаційні сторінки.

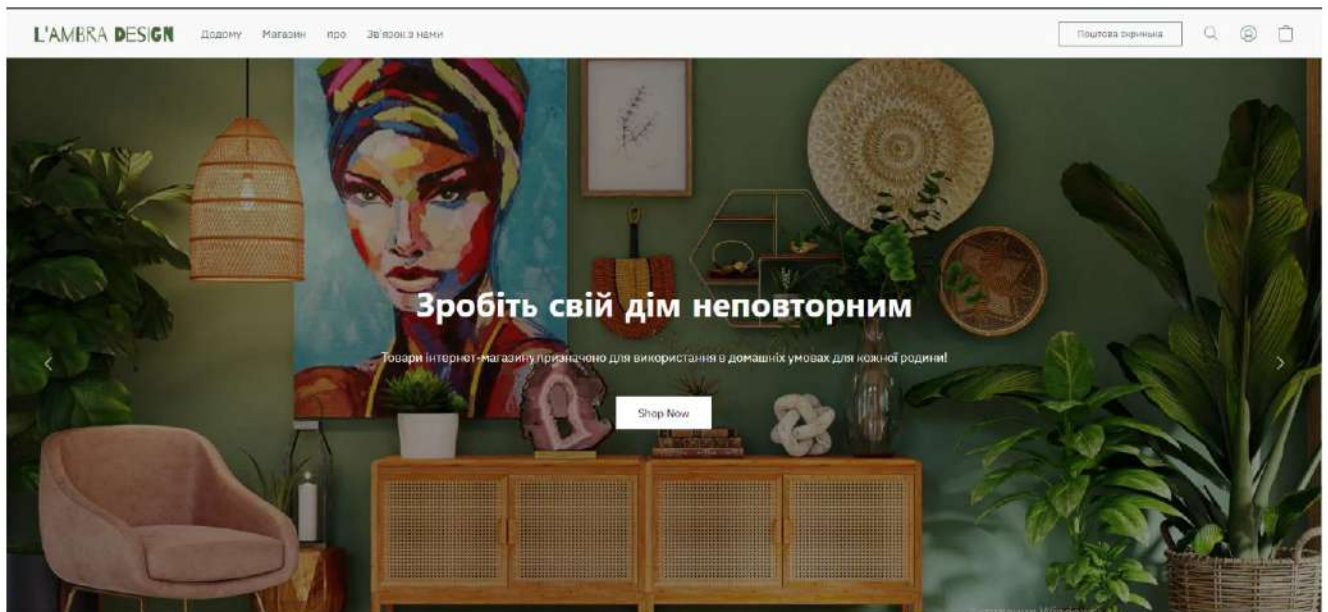


Рисунок 1.13. Header (шапка) інтернет-магазину інтернет-магазину L' Ambra

Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата

КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ

Арк.

31

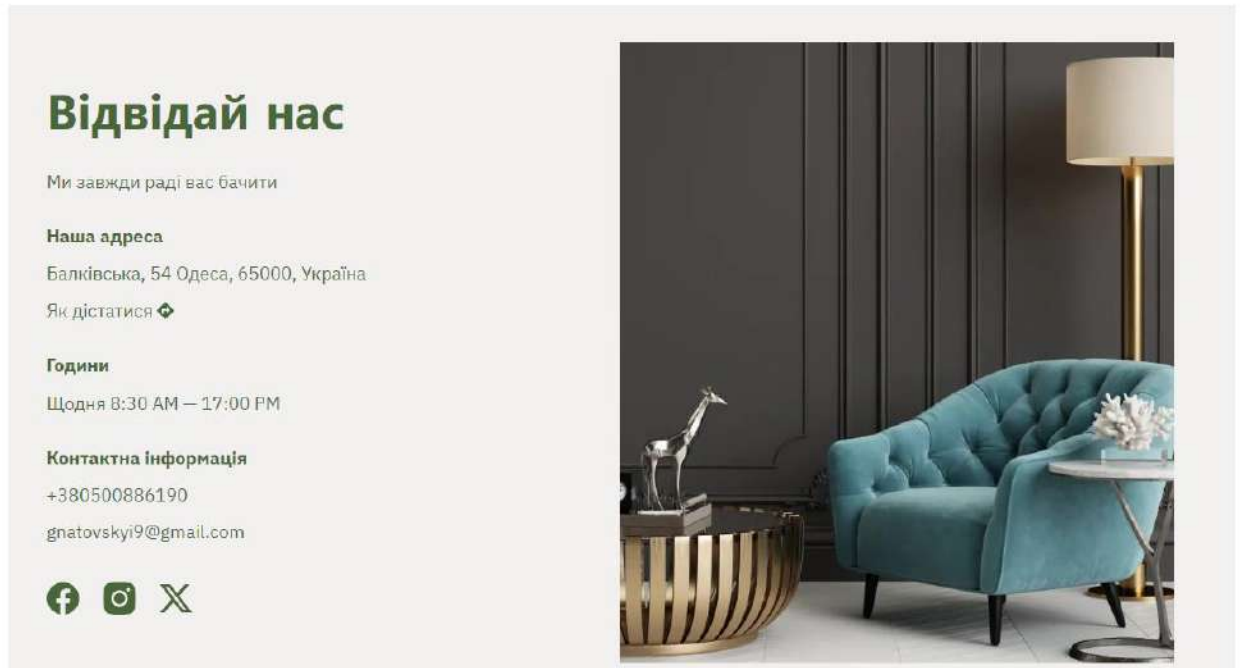


Рисунок 1.14. Footer (підвал) інтернет-магазину інтернет-магазину L' Ambra Design

### 1.7.13 Складання прототипу інтернет-магазину в конструкторі

Процес складання інтернет-магазину в конструкторі складається з кількох етапів: створення прототипу, розробка дизайну, наповнення контентом, оптимізація. На етапі створення прототипу в конструкторі втілюється структура магазину, розроблена раніше, тобто налаштування зв'язку між усіма сторінками та розділами сайту, а також складання головної сторінки на основі складеної послідовності смислових блоків. Перегляд та редагування інтернет-магазину представлено у вікнах конструктору (див. рис.1.15 та рис.1.16)

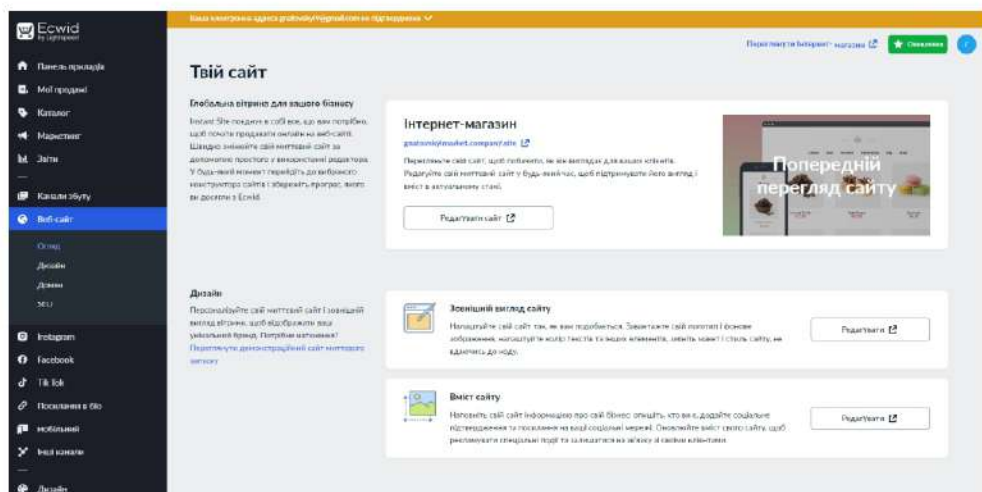


Рисунок 1.15 Вікно перегляду та редагування інтернет-магазину

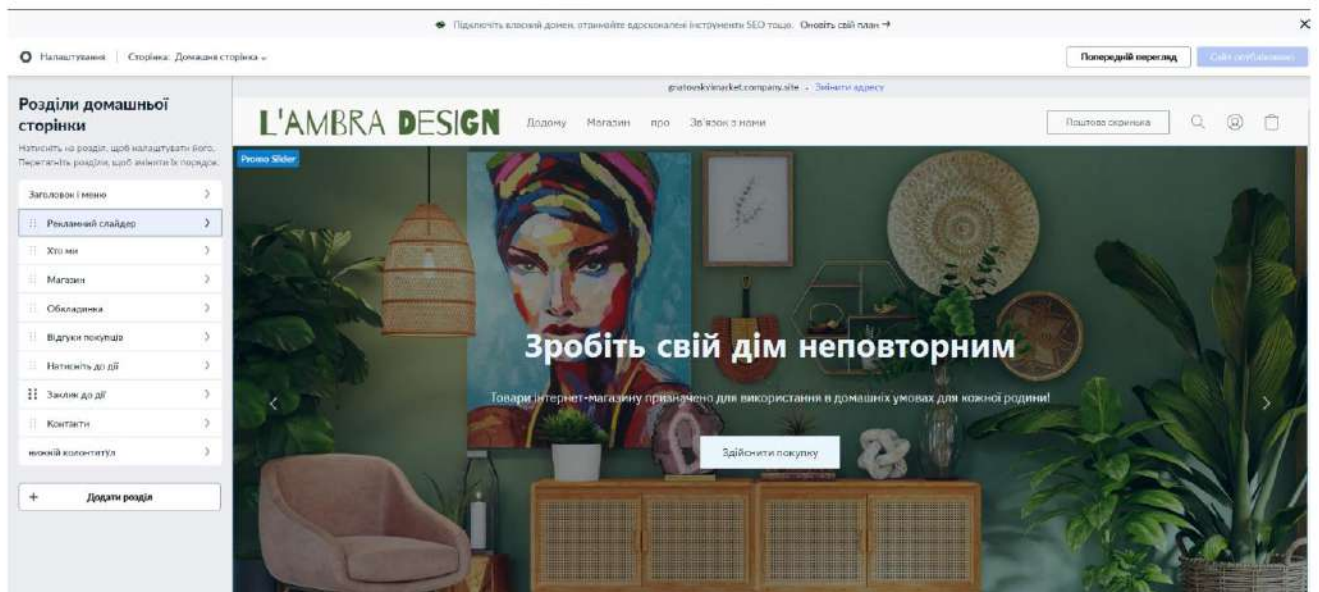


Рисунок 1.16. Налаштування конструктору Eswid

### 1.7.14 Підбір кольорової гами та шрифтів

Щоб правильно підібрати кольірну гаму, необхідно проаналізувати відібрані референси з дизайну, а також скористатися сервісами з підбору кольорів, наприклад colorhunt.co, або звернутися до дизайнера.

### 1.7.15 Повноцінне налаштування теми

Після заповнення сайту контентом налаштовуються всі параметри теми на різних сторінках, вимкнути непотрібний функціонал, налаштувати адаптацію під мобільні пристрої, щоб сайт був зовні повністю візуально готовим.

## 1.8 Налагодження покинутих візків

Володар інтернет-магазину або адміністратор завжди може відновлювати та збільшувати продажі за допомогою покинутих візків.

За даними дослідження Інституту Беймарда, покупці покидають до 69% онлайн-кошиків до того, як розрахуватися. Але Еквід має рішення перетворити ці втрачені візки на продаж виконуючи такі кроки та рекомендує:

- 1) Відстежувати покинуті візки. Щоразу, коли клієнт виходить із процесу оформлення замовлення, Eswid зберігає продукти в його кошику, щоб ви могли відстежувати та вивчати вимоги клієнтів.
- 2) Надсилати електронні листи для відновлення. Після того, як кошик покинутий, Eswid може надіслати електронний лист для відновлення, щоб

нагадати клієнту про його незавершене замовлення.

- 3) Збільшувати свої продажі. Зафіксуйте втрачені продажі, заохочуючи своїх клієнтів завершити процес оформлення замовлення.

Володар магазину, оновлюючись до Abandoned Carts, додатково отримує такі функції:

- 4) Автоматизовані маркетингові електронні листи.
- 5) Продаж на Amazon.
- 6) Продаж на eBay.
- 7) Підписки.
- 8) Багатомовна вітрина.
- 9) Кадрові рахунки.
- 10) Безкоштовне налаштування вашого сайту та підтримка по телефону.

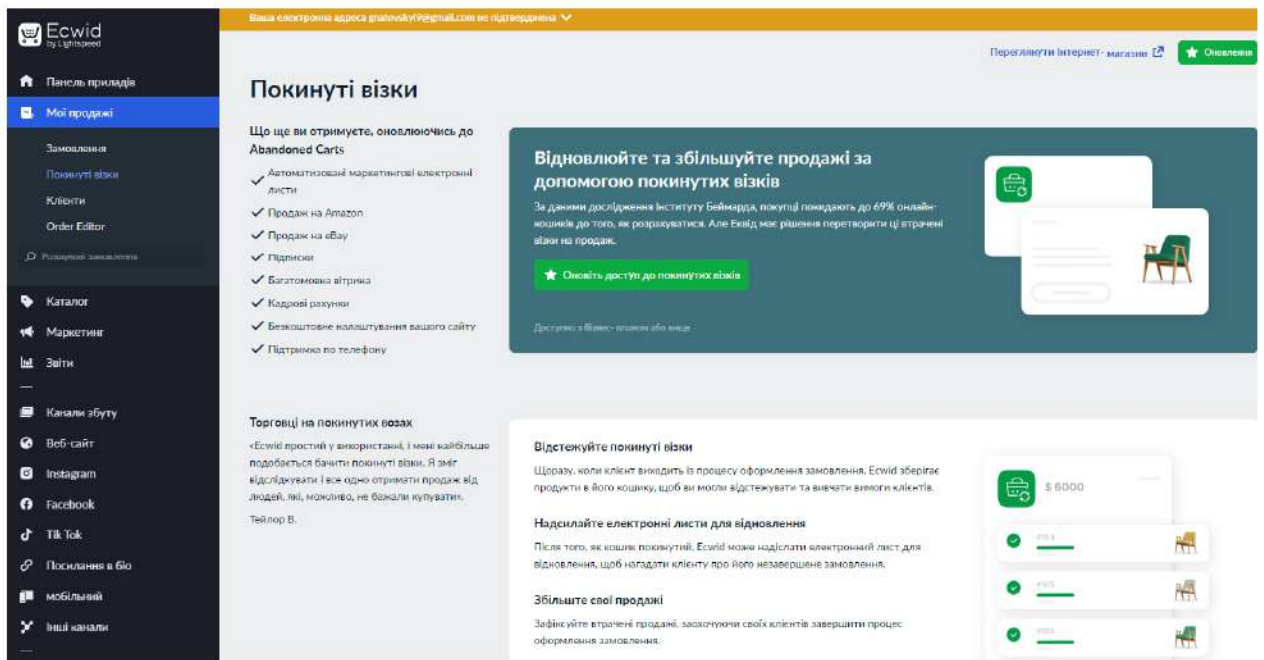


Рисунок 1. 17. Рекомендації щодо отстеження покинутих візків

## 1.9 Алгоритм побудови бізнесу на платформі Ecwid

Згідно технічному завданню на дипломне проектування обрано безкоштовний варіант запуску бізнесу, який передбачає створення простого онлайн магазину із кількістю товарів що дорівнює 5 одиниць.

На рис. 1.18 представлено співвідношення кількості товарів для різних видів організації бізнесу: венчурний, бізнес, необмежений і вартості підтримки його у



рекомендується постаратися зробити набагато більше, щоб покращити ранжування сайту. SEO – це комплекс дій щодо внутрішньої та зовнішньої оптимізації, спрямованих на підвищення позицій сайту в пошуковій видачі. Якісне професійне SEO це не просто нарощування маси посилань або створення корисного контенту.

Розглянемо 7 ключових кроків, які необхідно зробити щодо освоєння SEO для магазину на Eswid, що працює за планами: венчурний, бізнес, необмежений, з метою зайняти лідируючі позиції у пошуку.

### **Крок 1. Оптимізація структури сайту Eswid**

Оптимізація структури сайту Eswid може бути ключовим етапом у підвищенні його ефективності та зручності для користувачів. Ось кроки, які можна виконати для оптимізації структури сайту:

1. Аналіз поточної структури: Ретельно вивчіть поточну структуру сайту, звертаючи увагу на розділи, підкатегорії та навігаційні шляхи. Визначте, чи відображає вона логічний порядок продуктів та послуг, які ви пропонуєте.
2. Категоризація товарів: Розгляньте ваші товари та послуги і поділіть їх на категорії та підкатегорії. Зробіть так, щоб користувачам було легко знаходити потрібні продукти.
3. Створення чіткої навігації: Розробіть логічну навігаційну структуру, яка дозволить користувачам швидко переходити між розділами та знаходити потрібну інформацію. Використовуйте меню та підменю для покращення навігації.
4. Оптимізація URL-адрес: Переконайтеся, що URL-адреси вашого сайту легкі для розуміння та містять ключові слова, пов'язані з вмістом сторінок.
5. Використання карти сайту: Створіть XML-карту сайту для полегшення індексації вашого сайту пошуковими системами та покращення його SEO.
6. Реорганізація сторінок: Перевірте всі сторінки вашого сайту та впорядкуйте їх у логічному порядку, звертаючи увагу на сторінки "Про нас", "Контакти", "Умови використання" тощо.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		36

7. Мобільна оптимізація: Переконайтеся, що структура сайту працює ефективно на мобільних пристроях, оскільки все більше користувачів використовують смартфони та планшети для доступу до інтернету.
8. Тестування та оптимізація: Проводьте регулярне тестування нової структури сайту, а також вивчайте аналітику, щоб виявити можливості для подальшої оптимізації.

Налаштування структури вашого сайту Eswid може допомогти зробити його більш зручним та привабливим для користувачів, що в свою чергу може позитивно позначитися на конверсії та загальному успіху вашого бізнесу.

Щоб цього досягти потрібно максимально спростити навігацію. Логічна структура полегшує сканування пошуковими алгоритмами та ранжування запропонованої продукції.

Оптимізована для SEO структура сайту виглядає так (див.рис 1.20):



Рисунок 1.20. Оптимізована для SEO структура сайту

За схемою видно, що продукти знаходяться всього в парі кліків від домашньої сторінки, що дозволяє покупцям легко і швидко знаходити те, що вони шукають, а пошуковим системам сканувати сайт.

На Eswid дуже просто організувати свій контент, використовуючи одну із схем (див.рис.1.21):



Рисунок 1. 21. Схема організації контенту

Інтернет-магазин створюється насамперед для клієнтів, тому потрібно додати вікно пошуку на стартову сторінку. Це дозволить відвідувачам знайти те, що вони шукають. Це є важливою частиною оптимізації в електронній комерції, щоб власник ресурсу зміг більше заробляти на вже наявному трафіку.

Наявність вікна пошуку на стартовій сторінці інтернет-магазину - це важлива функція для зручності клієнтів. Це дає їм можливість швидко знаходити потрібні товари без зайвих кліків і переходів. При розробці вікна пошуку слід врахувати кілька ключових аспектів:

- 1) Місце розташування: Розташуйте вікно пошуку у видимому місці стартової сторінки, наприклад, у верхній частині заголовка або в центрі сторінки.
- 2) Візуальний дизайн: Зробіть вікно пошуку достатньо великим і видимим, щоб клієнти могли легко знаходити його і використовувати.
- 3) Функціональність: Забезпечте можливість вводити текстові запити для пошуку, а також можливість фільтрувати результати.
- 4) Автозаповнення і підказки: Додайте функцію автозаповнення, щоб допомогти користувачам швидко знаходити потрібні товари, а також підказки під час введення запитів.
- 5) Мобільна сумісність: Переконайтеся, що вікно пошуку пристосоване для мобільних пристроїв і зручно використовується на екранах різного розміру.
- 6) Аналітика: Включіть аналітичні інструменти для відстеження використання вікна пошуку, щоб ви могли аналізувати поведінку користувачів і вдосконалювати його з часом.

Додавання вікна пошуку на стартову сторінку інтернет-магазину підвищує зручність користування ним і забезпечує позитивний досвід покупок для аудиторії покупців.

## **Крок 2. Налагодження взаємодії з користувачами**

Для покращення взаємодії з користувачем на сайті можна виконати кілька кроків:

- 1) Додати чат-бота або онлайн-чат: Чат-бот або онлайн-чат може надати користувачам можливість швидко отримати відповіді на свої питання або отримати допомогу у реальному часі.
- 2) Забезпечити просту навігацію: Зробіть навігацію по сайту інтуїтивно зрозумілою, забезпечуючи легкий доступ до основних розділів та інформації.
- 3) Впровадити швидку відповідь на запитання: Створіть сторінку часто задаваних питань (FAQ), де користувачі можуть знайти відповіді на типові питання без необхідності звертатися до служби підтримки.
- 4) Оптимізувати форми зворотнього зв'язку: Зробіть форми зворотнього зв'язку якомога простішими та зручнішими для заповнення, а також надайте зворотний зв'язок користувачам у найкоротші терміни.
- 5) Використовувати анімації та візуальні ефекти: Додайте анімації та візуальні ефекти, щоб зробити взаємодію з сайтом більш захоплюючою та привабливою.
- 6) Персоналізовані рекомендації: Використовуйте дані про користувачів для надання персоналізованих рекомендацій щодо товарів або послуг, які їх можуть зацікавити.
- 7) Адаптивний дизайн: Переконайтеся, що ваш сайт має адаптивний дизайн, який оптимізований для перегляду на різних пристроях, від настільних комп'ютерів до мобільних пристроїв.
- 8) Аналіз та вдосконалення: Постійно аналізуйте поведінку користувачів на сайті та вдосконалюйте його на основі отриманих даних, щоб забезпечити їм найкращий досвід.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		39

Ці кроки допоможуть покращити взаємодію з користувачем на вашому сайті та забезпечити їм задоволення від відвідування вашого інтернет-магазину.

### **Крок 3. Використання адаптивного дизайну**

Перевагами адаптивного дизайну є можливість чудово виглядати магазину на Eswid на мобільних пристроях: планшетах та смартфонах з метою утримання відвідувачів на сайті.

Такий підхід дозволяє Google розглядати час перебування на сторінці як маркер її цінності.

Організація розділів поліпшують рейтинг ресурсу в цілому, що призводять до повторних відвідувань та збільшення конверсії. Це і є метою електронної комерції.

На рис.1.22 показано приклад сторінок адаптивного дизайну на мобільних пристроях-мобільних смарт-телефонах.

### **Крок 4. Підбір точних ключових запитів**

Цей крок є важливий для залучення відвідувачів до магазину. Для цього використовуються точні ключові запити, складання списку як мінімум із п'яти основних тем, що хвилюють споживачів і тісно пов'язані з продуктом:

по-перше, потрібно уявити очікування покупця;

по-друге, зібрати інформацію про майбутнього споживача на форумах і сервісах новин, які стосуються саме продуктом магазину;

по-третє, проробити заголовки, альтернативний текст для зображень, які використовуються на сайтах конкурентів та ін.

Після цього потрібно використати спеціальні інструменти дослідження ключових слів, щоб розширити отриманий список.

### **Крок 5. Оптимізація сторінки товарів для Eswid**

Оптимізація сторінок товарів на Eswid є важливою частиною ефективної стратегії електронної комерції. Ось кілька кроків, які можна записати для оптимізації сторінок товарів на платформі Eswid. На першому кроці необхідно створити список ключових слів і розробити логічну структуру сайту. Наступний крок це оптимізація сторінок магазину за допомогою ключів.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		40

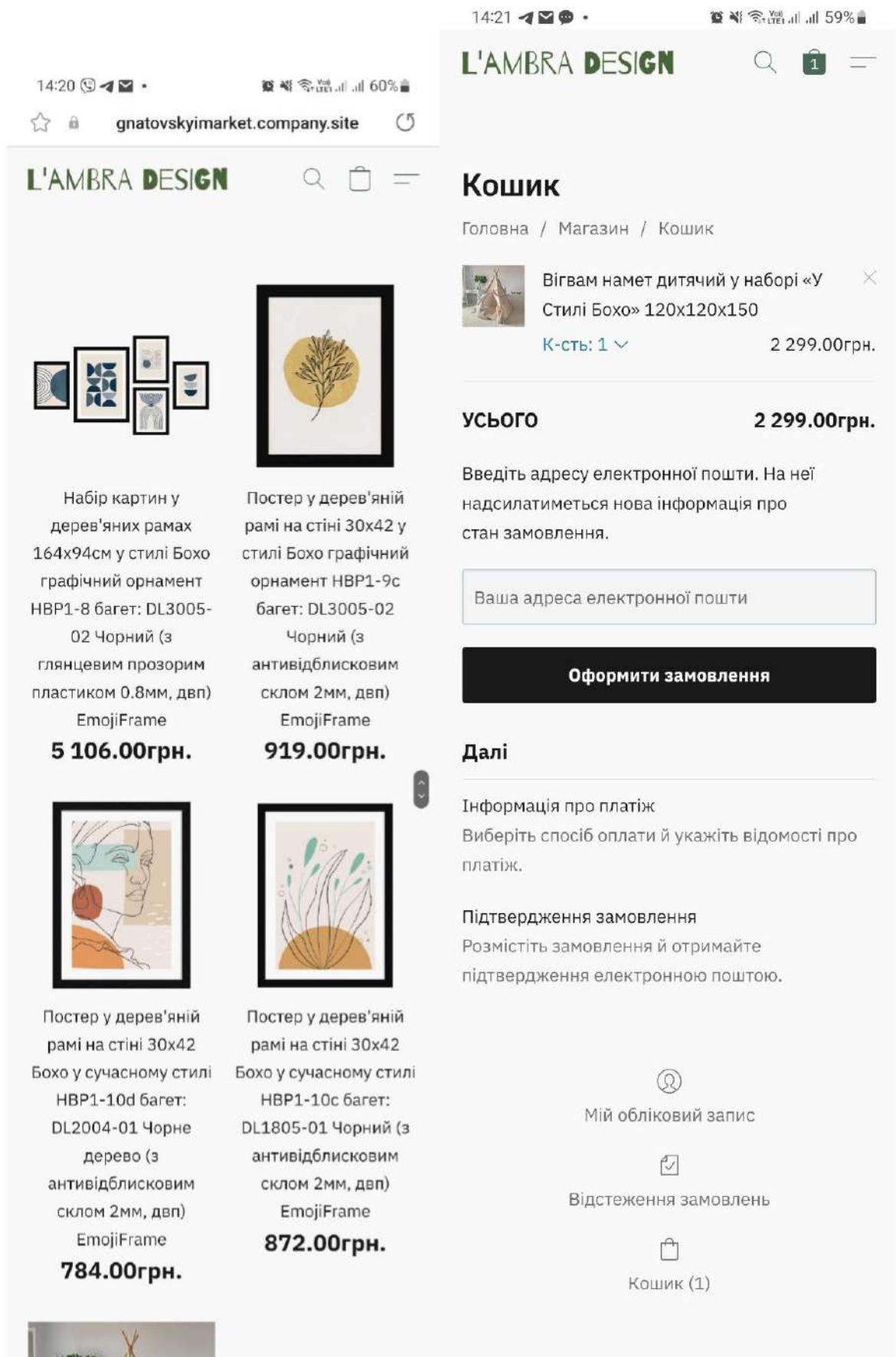


Рисунок 1.22. Адаптивний дизайн інтернет-магазину L' Ambra Design

					<b>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		41

Для цього необхідно розпочати з найпопулярніших та прибуткових розділів, таких як: домашня сторінка, основні колекції та категорії продуктів, що найбільше продаються.

Потім вибирають категорії для подальшого просування, а саме сторінки продуктів, які викликали найбільший попит до запуску магазину; та аналіз ключових слів, які найчастіше шукали (> 10 000 запитів на місяць).

Після визначення категорій продуктів потрібно назвати сторінки на всьому сайті та оптимізувати теги заголовків для категорій. На прикладі показано як використовувати ключові слова послідовно (див. рис 1.23)



Рисунок 1.23. Використання ключового слова

Потім створюється оптимізований заголовок та метаопис для продуктів. Для цього потрібно написати кілька заголовків та описів для продуктів та категорій, використовуючі оригінальний контент. Потрібно слідкувати щоб підібрані ключові слова вписувались в текст, не звучали незграбно.

Альтернативний текст для зображень інтернет-магазину також можна оптимізувати для SEO, але він має виглядати природно.

#### **Крок 6. Створення покликання на власний магазин**

Створення звернень на власний магазин Eswid може бути ефективним способом привернути увагу до бізнесу та збільшити трафік на створюваний сайт.

До стратегії зовнішньої оптимізації, яка формує його авторитетність та надійність використовують зворотні покликання пошукових систем, щоб

визначити, як користувачі оцінюють магазин.

Покликання створюються:

- від постачальника/виробника.
- думки впливових лідерів своєї галузі для проведення зустрічей, інтерв'ю, щоб згенерувати посилання та новий контент;
- згадки розроблюваного магазину на деяких ресурсах без покликання.

### **Крок 7. Підвищення рейтингу інтернет магазину за допомогою контент-маркетингу**

Підвищення рейтингу вашого інтернет-магазину за допомогою контент-маркетингу може бути ефективним способом привернути увагу до вашого бізнесу та збільшити трафік на ваш магазин. Ось декілька стратегій контент-маркетингу: створення контенту, який не має комерційної мети, але дає інформацію про бренд, цінності та якості використання продукту. Такі тексти підвищують рейтинг за ключовими словами та дають змогу отримати зворотні покликання.

### **Крок 8. Використання найкращих програм та інструментів Eswid для SEO**

Використання правильних програм та інструментів для оптимізації пошукової системи (SEO) у магазині Eswid, що розроблюється, може допомогти підняти його в результатах пошуку та отримати більше цільового трафіку. Ось деякі з найкращих програм та інструментів Eswid для SEO, які розглянуто нижче.

#### **Plugin SEO**

Багатомовний інструмент, який постійно оновлюється зі зміною пошукових систем. Це популярний додаток для магазинів на платформі Eswid, який сприяє оптимізації пошукової системи (SEO) для магазину. Має деякі основні функції та можливості цієї додатки, наприклад, автоматичне сканування сайту.

#### **Smart SEO**

Цей сервіс використовується для магазинів на платформі Eswid, який спрямований на оптимізацію пошукової системи (SEO). Ось деякі основні функції та можливості цієї програми: оптимізація мета-тегів. Програма усуває необхідність вручну вводити метатеги чи альтернативні теги, та надає

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		43

структуровані дані в Google та інші пошукові системи для покращення результатів пошуку.

Використання Smart SEO дає можливість без необхідності редагувати вручну створювати відповідні метатеги для сторінок продуктів, колекцій, блогів та статей у магазині Eswid, а також альтернативні теги для зображень продуктів Крім того, програма передає інформацію про сайт пошуковим системам, використовуючи дані у форматі JSON-LD, вже структуровані відповідно до вимог пошукових систем.

### **SEO Image Optimizer**

Застосування цієї програми дозволяє збільшити відвідуваність з пошуку картинок Google, та отримати можливість щодо швидкого та легкого оптимізування зображення. Програма не вимагає знання в області кодування.

Але якісні картинки споживають велику кількість ресурсів, тому потрібно використовувати оптимізатор зображень, подібний до цього, щоб підтримувати швидкість інтернет-магазину.

### **Yoast**

Yoast SEO є одним із найпопулярніших плагінів для оптимізації пошукової системи (SEO) на платформі WordPress. Проте, він не є іншою програмою або інструментом для Eswid. Eswid та WordPress - це різні платформи для створення веб-сайтів і магазинів. Однак деякі з функцій Yoast SEO можуть бути відповідними для Eswid-магазинів, наприклад використання мета-тегів та мета-описів.

### **SEMRush**

SEMRush - це всеосяжний інструмент для маркетингу в Інтернеті, який надає низку корисних функцій для аналізу та оптимізації веб-сайтів, включаючи магазини на платформі Eswid. Ось деякі з основних можливостей SEMrush, які можна використати для покращення SEO вашого магазину Eswid, наприклад аналіз конкурентів.

### **OptinMonster**

OptinMonster - це інструмент для створення та управління відмінними формами для збору електронної пошти та інших даних на веб-сайті. Хоча цей

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		44

інструмент у першу чергу призначений для збільшення збору грошей на вже наявному трафіку. Але він також може бути корисним для покращення SEO магазину Ecwid через такі можливості покращення сторінки переходу (landing pages).

У підсумку треба зазначити, що Ecwid – це ідеальне рішення для створення та запуску інтернет-магазину, орієнтованого переважно на закордонну аудиторію. Канадська платформа існує на ринку з 2006 року і, за деякими даними, є другою за популярністю у світі серед усіх е-commerce-платформ. Завдяки такій широкій поширеності, у 2020 році Ecwid вніс понад 307 мільярдів доларів США у загальну економічну діяльність усього світу. Для порівняння – річний обсяг продажів власників магазинів на Ecwid більше від ВВП (валовий внутрішній продукт) таких країн, як Фінляндія, Румунія, Чехія, Нова Зеландія. Платформа надає широкий та зручний функціонал, який значно спрощує процес запуску е-commerce-бізнесу та заощаджує час на виконання багатьох завдань. Серед переваг:

- 1) Простота використання
- 2) Адаптивний дизайн
- 3) Різноманітності програм та віджетів
- 4) Можливість підключення різних платіжних систем
- 5) Безпека
- 6) Оперативна служба підтримки

## **1.10 Побудова інтернет магазину на платформі Ecwid**

Система процесу роботи основних програмних модулів складається з таких алгоритмів:

- процес роботи веб-сайту;
- процес роботи кошика магазину;
- процес адміністратора;
- процес роботи інтернет-магазину;

Функціональна схема процесу роботи інтернет-магазину представлено на рис. 1.24. і вона достатньо інтуїтивно зрозуміла. Користувач має право і можливість:

- 1) переглядати категорій товарів і послуг,

					<b>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		45

- 2) робити вибір на користь товарів і послуг, що сподобалися,
- 3) формувати кошик інтернет-магазину з товарами,
- 4) робити вихід з кошика інтернет-магазину,
- 5) мати можливість переглянути вміст кошика інтернет-магазину,

Потрібно мати на увазі, що інтерфейс взаємозв'язку працівника, що обслуговує інтернет магазин, та БД (бази даних) категорій та товарів повинен бути інтуїтивно зрозумілим, дружнім та легкодоступним. Головне завдання – це швидкість процесу робота з БД категорій та товарів. Усі категорії та товари в БД з'єднані в підкатегорії, тобто у свою чергу – у підкатегорії вищого рівня, а ті – у категорії. Самі категорії будуть у батьківській директорії. Для можливості додавання нового товару чи послуги, підкатегорії або категорії в БД мають бути вибудовано особливі форми, що мають поля для введення даних текст і/або зображення.

Функціональна схема роботи Інтернет-магазину представлена на рис.1.24

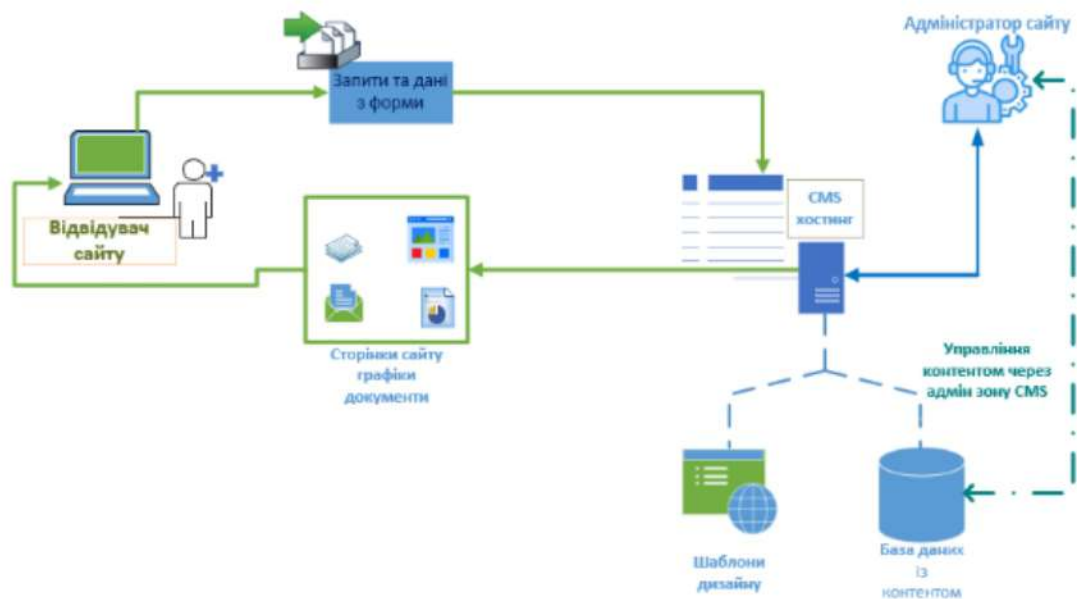


Рисунок 1.24. Функціональна схема роботи інтернет-магазину

У розроблюваному інтернет-магазині роздрібної торгівлі на платформі Eswid панеллю адміністратора є автоматизована система управління його контентом, тобто CMS.

За допомогою CMS Eswid з'являється можливість швидкого оновлення (додавання та редагування) інформації в категоріях товарів та послуг, створення та

Ефективний опис товару має такі ключові характеристики:

**Інформативність:** В описі повинна бути відображена повна і достовірна інформація про товар, включаючи його особливості, технічні характеристики, розміри, матеріали тощо.

**Привабливість:** Текст опису повинен бути привабливим та викликати інтерес у покупців. Він може включати емоційно заряджені слова, які підсилюють бажання покупця придбати товар.

**SEO-оптимізація:** Добре оптимізований опис з точки зору пошукових систем забезпечить високий рейтинг товару в пошукових результатах, що збільшить його відвідуваність.

**Чіткість та доступність:** Опис повинен бути легким для розуміння, не містити складних термінів або фахової лексики, яка може бути незрозумілою для більшості покупців.

**Фотографії та відео:** Додавання якісних фотографій і, за можливості, відео товару допомагає покупцям краще зрозуміти, як виглядає товар в реальності і як він працює.

**Відгуки і рейтинги:** Включення відгуків покупців та рейтингу товару може створити додаткову довіру серед покупців і переконати їх зробити покупку.

**Відображення вигод для клієнта:** Опис товару повинен відобразити переваги, які клієнт отримає, придбавши його, такі як заощадження часу, зручність використання, підвищення комфорту тощо.

**Заклик до дії:** Важливо включити в опис товару заклики до дії, щоб покупець здійснив конкретну дію, наприклад, "придбати зараз", "дізнатися більше", "додати в кошик".

Загалом, якісний опис товару не лише допомагає залучити увагу покупців, але і стимулює їх до здійснення покупки, що позитивно впливає на конверсію інтернет-магазину.

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		29

(див.рис.1.26)

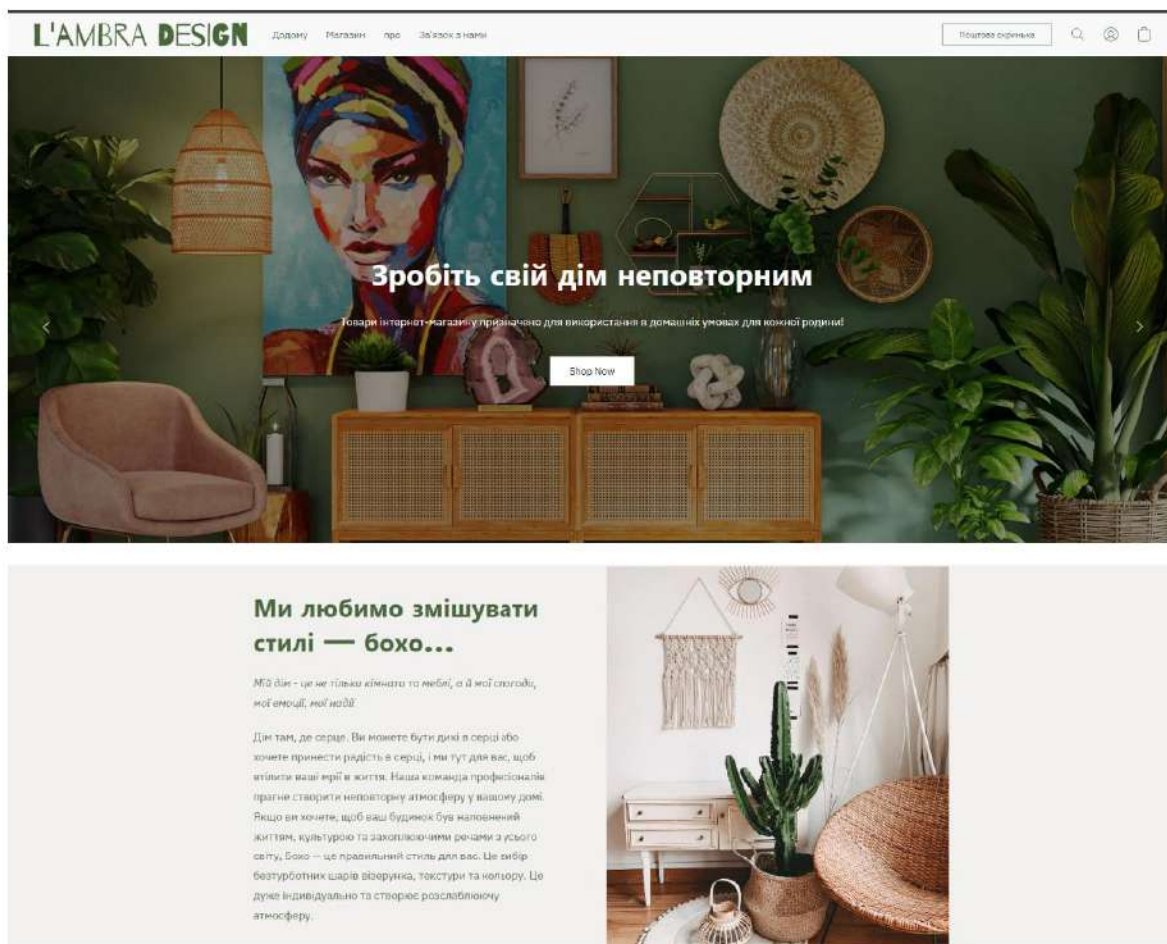


Рисунок 1.26. Головна сторінка та меню інтернет-магазину

При наборі адреси інтернет-магазину відвідувач потрапляє на головну сторінку: на головній сторінці представлені каталог товарів, контактні дані магазину, а також спеціальні пропозиції. Поява товарів у цій категорії визначається адміністратором системи.

При натисканні на посилання магазин з'являється меню та перелік товарів, що входять до категорії - товари для дому у стилі бохо.

При перегляді конкретної товарної позиції необхідно натиснути на відповідне посилання, на сторінці з описом товару доступно саме опис, зображення, ціна та інша інформація.

При натисканні кнопки «До кошика» товар додається до замовлення.

Після закінчення оформлення замовлення можна або продовжити вибір товару.

За потреби подальшого оформлення замовлення натискається кнопка «Оформити замовлення».

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		48

На рис.1.27.-1.30 показано скріншоти етапів замовлення товару із повідомленням у зворотному зв'язку у електронній пошті покупця.

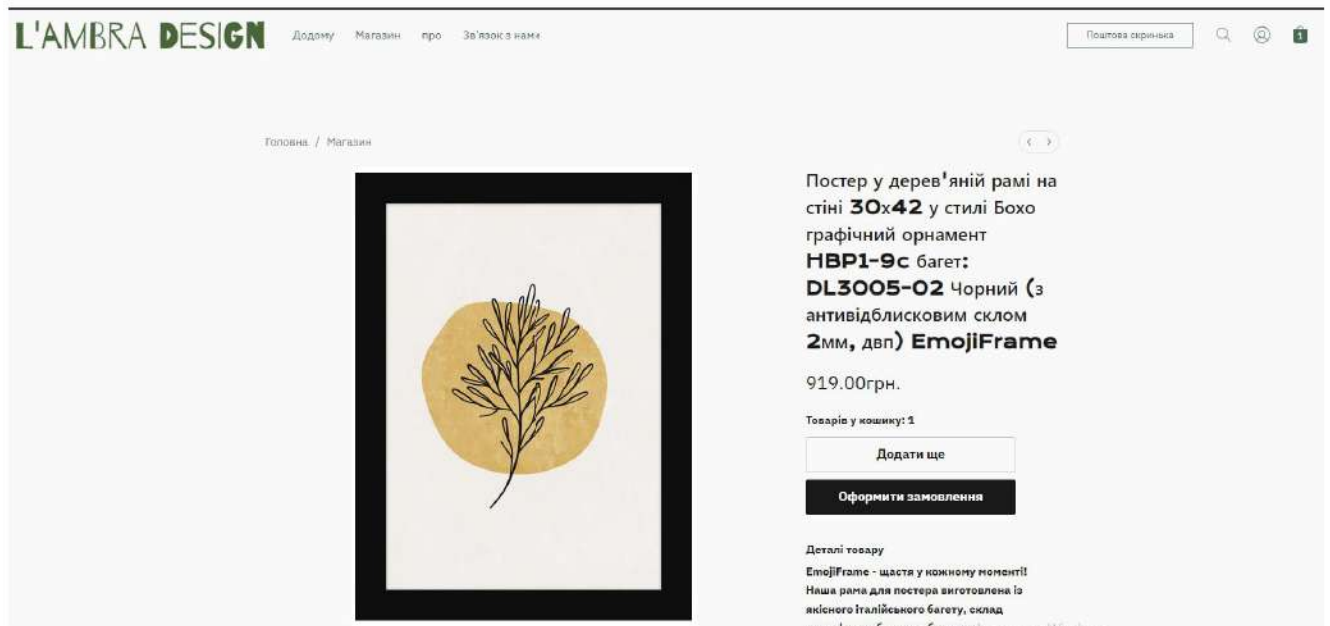


Рисунок 1.27. Вибір товару у інтернет-магазині L`Ambre Design

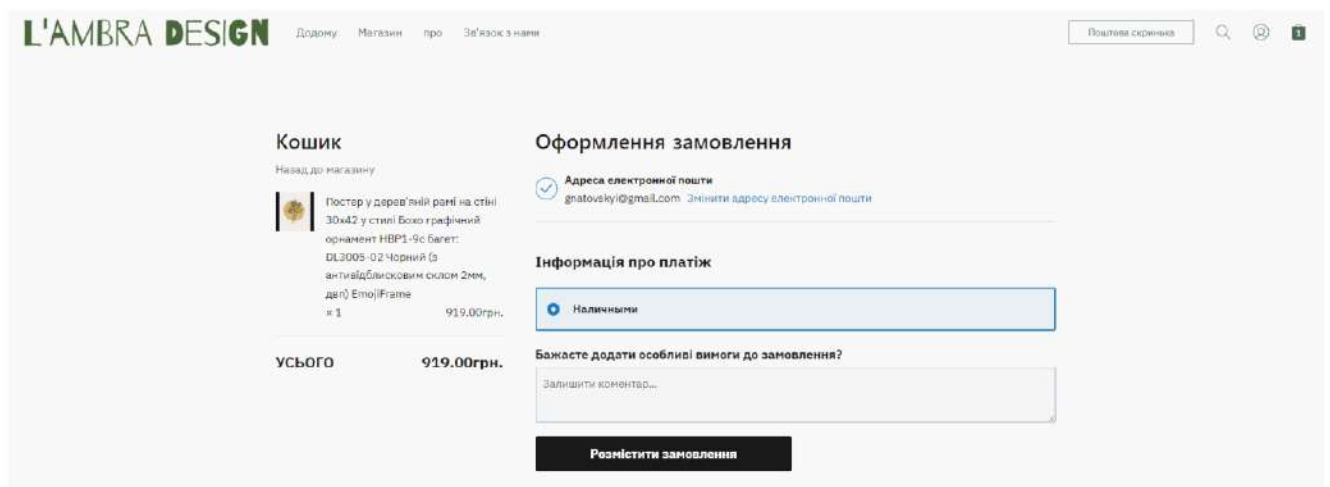


Рисунок 1.28. Форма оформлення замовлення у інтернет-магазині L`Ambre Design

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		49

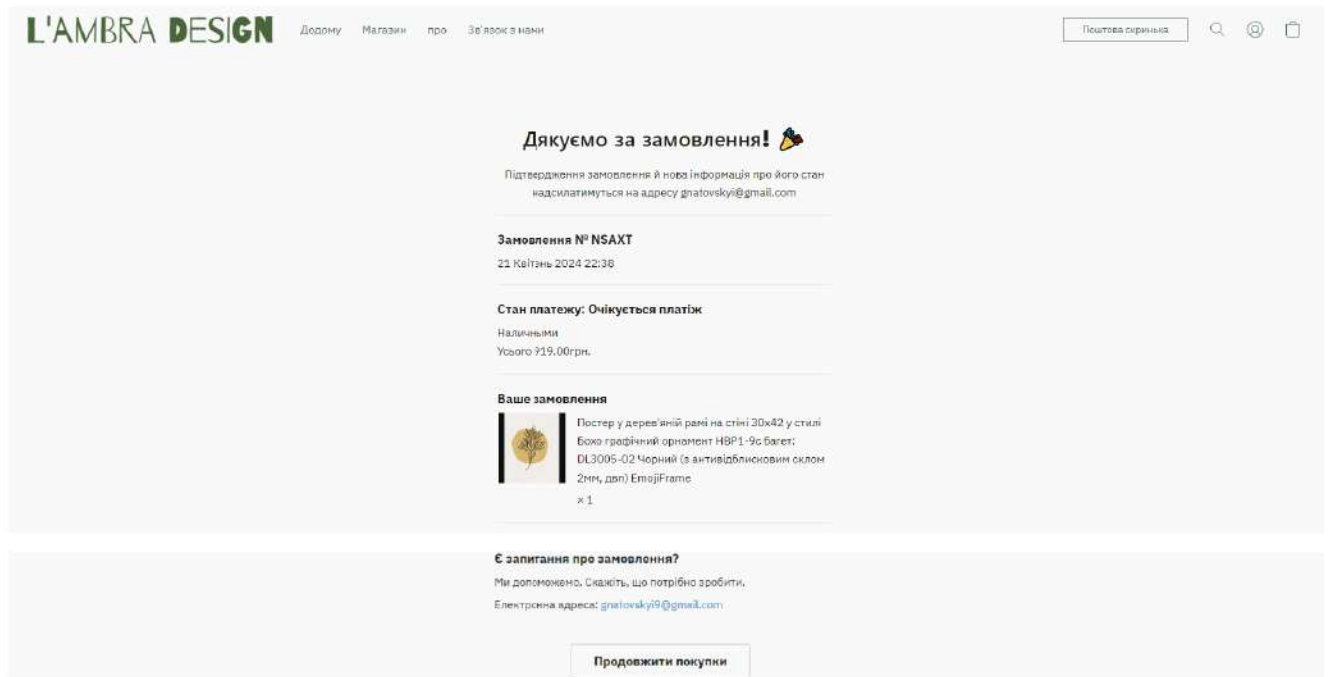


Рисунок 1.29. Продовження форми оформлення замовлення у інтернет-магазині L'Ambre Design

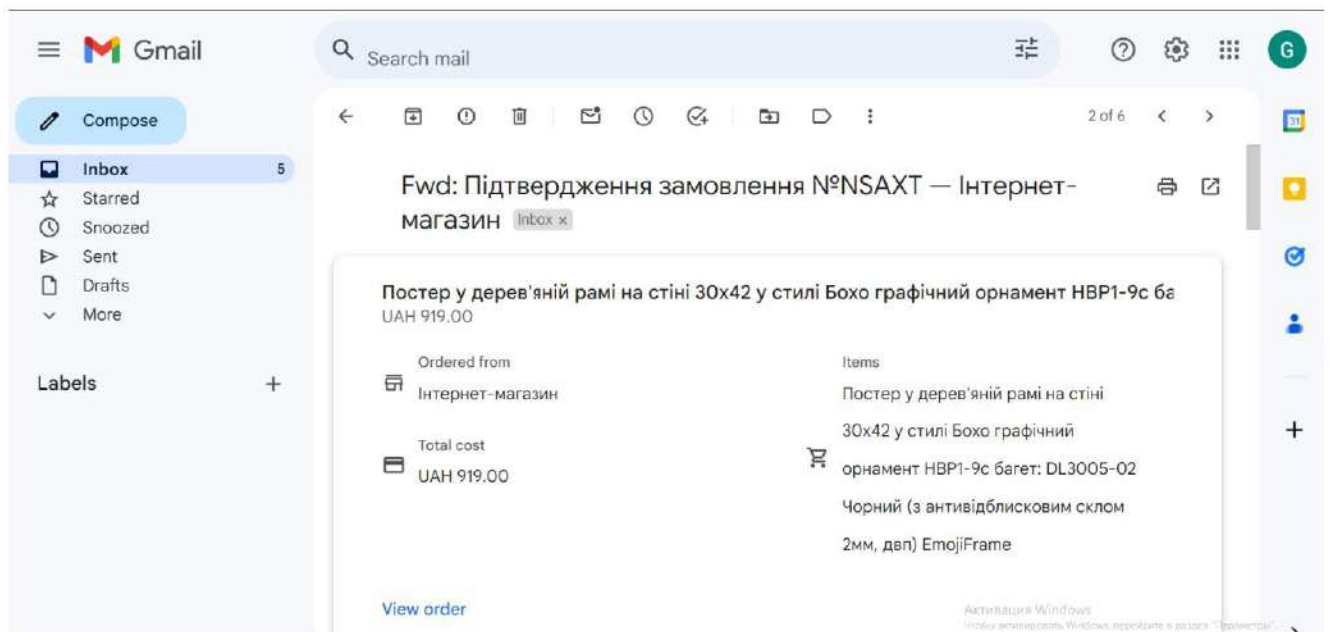


Рисунок 1.30. Форма підтвердження оформлення замовлення у інтернет-магазині L'Ambre Design

					<b>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		50

You have received a new order from Інтернет-магазин!



New order [#NSAXT](#) >

Total 919.00грн. **ОЧІКУЄТЬСЯ ПЛАТІЖ**

21 квітня 2024, 22:38

## Items



Постер у дерев'яній рамі на стіні 30x42 у стилі Бохо графічний орнамент НВР1-9с багет: DL3005-02 Чорний (з антивідблисковим склом 2мм, двп) EmojiFrame

SKU: #0002

Price per item: 919.00грн.

**Quantity: 1**

Рисунок 1.31. Повідомлення про успішне оформлення замовлення у інтернет-магазині L`Ambre Design

Після заповнення всіх форм у електронній пошті покуця з'являється повідомлення про успішне оформлення замовлення.

					КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		51

редагування цих категорій, а також перегляд поточного статусу замовлень і деяких елементів оформлення.

Перелічені можливості це лише мала частина всіх можливостей, що надаються CMS Ecwid.

В процесі роботи адміністратор інтернет-магазину за допомогою панелі адміністратора у веб-інтерфейсі браузера наповнює інтернет-магазин контентом, тобто товарами та послугами.

Він також вводить опис товару, умови доставки, зображення товару, способи оплати та іншу важливу інформацію.

Покупець вивчає категорій товарів інтернет-магазину, робить вибір на користь необхідного товару, створює замовлення. Він вказує свої дані, обирає спосіб оплати та доставки. Після цих дій адміністратор інтернет-магазину отримує електронний лист із повідомленням про формування замовлення, а покупець отримує лист-повідомлення про підтвердження замовлення. Після чого покупець розплачується за товар. Для цього будуть задіяні використовувані платіжні системи, а покупець отримує товар у той спосіб, який він вибрав.

Процес взаємних дій між покупцем та Інтернет-магазином виглядатиме так:

- 1) візит до Інтернету – магазину;
- 2) процедура реєстрації заповнення приватних даних покупця-клієнта (ПІБ, email, адреса, телефон);
- 3) вибір необхідного роздрібного товару та додавання його до кошика;
- 4) за необхідністю, менеджер компанії здійснює зворотний дзвінок з метою підтвердження замовлення, перевіряє контактні дані, уточнює адресу доставки та спосіб оплати;
- 5) після того, як інформацію від покупця отримано, вони будуть передані на склад, а потім у службу доставки;
- 6) товар буде доставлений у вказаний клієнтом або компанією доставки час та за вказаною адресою.

### **1.11 Посібник користувача інтернет-магазину**

Розглянемо приклад реалізації розробленого інтернет-магазину

					<i>КГ 07. 01 001. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		47

## 2 ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗДІЛ

Метою даних розрахунків є обчислення вартості виконання науково-дослідної розробки «Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі». У даному дипломному проекті вирішуються питання створення інтернет-магазину із використанням CMS Eswid. Даний вид проекту відноситься до науково-дослідницької розробки. Оцінка якості розробленого проекту включає визначення трудомісткості і вартості його створення.

Перелік етапів і робіт, що виконуються при проведенні НДР, приведений в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Розподіл робіт по етапах і видах виконавців.

Етап проведення НДР	Вигляд робіт	Посада виконавця
1	2	3
Розробка технічного завдання (ТЗ)	1.Складання і затвердження ТЗ для НДР по розробці « Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі ».	Дипломник керівник
Вибір напрямку дослідження	1.Збір і вивчення науково-технічної літератури, технічної документації і інших матеріалів, на основі яких будуватиметься робота. 2.Формулювання можливих напрямів вирішення завдань, поставлених в технічному завданні НДР і їх порівняльна оцінка. 3.Вибір напрямку проведення досліджень для подальшої розробки. 4.Розробка плану проведення досліджень для подальшої розробки.	Дипломник керівник

Продовження таблиці 2.1		
1	2	3
Теоретичні і експериментальні дослідження	<p>1.Збір і вивчення науково-технічної літератури, технічної документації і інших матеріалів, на основі яких будуватиметься робота.</p> <p>2.Формулювання можливих напрямів вирішення завдань, поставлених в технічному завданні НДР і їх порівняльна оцінка.</p> <p>3.Вибір напрямку проведення досліджень для подальшої розробки.</p> <p>4.Розробка плану проведення досліджень для подальшої розробки.</p>	Дипломник керівник консультанти
Узагальнення і оцінка результатів досліджень	<p>1.Узагальнення результатів попередніх етапів роботи.</p> <p>2. Оцінка повноти вирішення поставлених завдань.</p> <p>3.Проведення додаткових досліджень, розробка рекомендацій по використанню результатів проведення НДР, а також рекомендацій по реалізації проекту в цілому.</p> <p>4.Складання і оформлення звіту. Розгляд результатів проведеною НДР і прийняття результатів в цілому.</p>	Дипломник керівник консультанти

**Оцінка тривалості виконання робіт.** В умовах відсутності нормативної бази тривалість виконання окремих робіт розраховується на основі вірогідних оцінок робіт, що задаються виконавцями.

					<b>КГ 07. 01 002. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		53

Таблиця 2.2 – Очікувана трудомісткість робіт

Вигляд роботи	Очікуваний час виконання (дні)
1.Складання і затвердження ТЗ для НДР по розробці «Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі».	1
2.Збір і вивчення науково – технічної літератури, технічної документації і інших матеріалів.	2
3.Формулювання можливих напрямів вирішення завдань, поставлених в технічному завданні НДР і їх порівняльна оцінка.	1
4.Вибір напрямку проведення досліджень і способів вирішення поставлених завдань. Розробка плану проведення досліджень для подальшої розробки.	1
5.Огляд технологій CMS	5
6.Реалізація інтернет магазину у CMS Ecwid	5
7.Узагальнення результатів попередніх етапів роботи. Оцінка повноти вирішення поставлених завдань	5
9.Економічна частина	2
10.Охорона праці	2
Всього:	24

**Розрахунок собівартості і ціни виконання НДР.** Виходячи з особливостей створення науково – технічної продукції і її залежності від інтелектуальної праці, розрахунок собівартості і ціни виконання НДР включає наступні статті витрат: витрати на матеріали, основна і додаткова заробітна плата, відрахування до єдиного соціального фонду страхування, витрати на роботи, що виконуються сторонніми організаціями, і деякі інші.

1) Витрати на матеріали складають 320 грн.

2) До витрат «Основна заробітна плата» відносяться оплата праці виконавців, безпосередньо притягнених до її виконання. Розмір основної зарплати встановлюється виходячи з чисельності різних категорій виконавців, трудомісткості, що витрачається ними на виконання різних видів робіт, а також їх середньої заробітної плати (ставки) за один робочий день. Відповідно до статті 8 «Закону про Державний бюджет України на 2024» встановлено мінімальну

					<b>КГ 07. 01 002. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		54

заробітну плату у місячному розмірі з з 1 квітня 2024 року - 8000 гривень;  
мінімальну погодинну тарифну ставку – 46 грн.

Середня зарплата за один робочий день для кожного виконавця визначена по формулі:

$$Зден = п.т.с. * 8; \quad (2.1)$$

де п.т.с – погодинна тарифна ставка, грн.;

8 – тривалість робочого дня, год.

Зден дипломника =  $46 * 8 = 388$  грн.

Зден керівника =  $80 * 8 = 640$  грн

Зден консультантів =  $80 * 8 = 640$  грн.

Витрати на основну заробітну плату, НДР, що включаються в собівартість, приведені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. Витрати на основну заробітну плату.

Виконавець	Погодинна тарифна ставка, грн	Денна ставка, грн	Трудомісткість робочих днів	Сума основної зарплати, грн
Дипломник	46,00	388,00	24	9312,00
Керівник	80,00	640,00	1	640,00
Консультант по економічній частині	80,00	640,00	0,25	160,00
Консультант по охороні праці	80,00	640,00	0,25	160,00
Нормоконтроль	80,00	640,00	0,25	160,00
Всього (Зо)				10432,00

3) Витрати на додаткову заробітну плату визначаються у відсотках від основної. У наукових закладах додаткова заробітна плата складає 10-12% від основної заробітної плати.

					<b>КГ 07. 01 002. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		55

$$Зд=10\% *З_о =10432,00 * 0.1 = 1043,20 \text{ грн} \quad (2.2)$$

4) До складу собівартості НДР включаються податки, збори і інші обов'язкові платежі, встановлені системою оподаткування що діє. Відрахування до єдиного соціального внеску складає:

$$З_{есв}=0,22*(З_о+Зд) = 0,22 *(10432+1043,20) = 2524,54 \text{ грн} \quad (2.3)$$

5) До накладних витрат відносять витрати на управління і господарське обслуговування, що відноситься до всіх виконуваних НДР. У наукових закладах накладні витрати складають 40 -120% від основної і додаткової заробітної плати.

$$Р_{накл}= (З_о+Зд)*0,4 = (10432+1043,20)*0,4 = 4590,08 \text{ грн} \quad (2.4)$$

На підставі отриманих даних по окремих статтях витрат складена калькуляція планової собівартості в цілому НДР за формою, приведеною в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4. Калькуляція планової собівартості

Статті витрат	Сума, грн.
1. Матеріали	640,00
2. Основна заробітна плата	10432,00
3. Додаткова заробітна плата	1043,20
4. Відрахування до єдиного соціального внеску	2524,54
5. Накладні витрати	4590,08
Планова собівартість (Спл)	19229,82

Плановий прибуток визначений по формулі:

$$Ппл = 0,1*Спл = 0,1 * 19229,82= 1922,98 \text{ грн} \quad (2.5)$$

Де 0,1 – норматив, який враховує граничний рівень рентабельності, встановлений чинним законодавством для науково-технічної продукції.

Договірна ціна визначається по формулі

$$Ц_{нір} = Спл + Ппл = 19229,82+1922,98 = 21152,80 \text{ грн.} \quad (2.6)$$

Ціну реалізації встановлюємо з урахуванням ПДВ

$$Цр = Ц_{нір} + ПДВ = 21152,80 +21152,80 * 0,2= 25383,36 \text{ грн.} \quad (2.7)$$

Висновок. Ціна реалізації НДР складає 25383,36 грн.

					<b>КГ 07. 01 002. 00 ДП ПЗ</b>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		56

# 3 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ

## Вступ

Охорона праці і здоров'я громадян в Україні є одним із пріоритетних напрямків соціальної політики. Це важлива сфера, оскільки забезпечення безпеки праці та збереження здоров'я населення впливає на якість життя та продуктивність суспільства.

Основним законодавчим документом у галузі охорони праці є Закон України "Про охорону праці", дія якого поширюється на юридичних та фізичних осіб, які відповідно до законодавства використовують найману працю, та на всіх працюючих.

Безпека праці на підприємстві може бути на належному рівні тільки тоді, коли всебічно виконуються вимоги трудового законодавства, державних стандартів України, норм і правил, розроблених для збереження здоров'я працюючих. Важливе місце при цьому належить виконанню організаційних вимог з охорони праці, а також трудовій та виробничій дисципліні працюючих.

Розробка інтернет-магазину із використанням CMS Ecwid виконується користувачем, робочим місцем якого є персональний комп'ютер в умовах офісу або домашніх умовах.

Тому нижче розглянемо умови праці та забезпечення безпеки праці при виконанні основних видів робіт на робочому місці користувача персонального комп'ютеру.

### **3.1 Аналіз умов праці й забезпечення безпеки при виконання основних видів робіт на об'єкті дипломного проектування**

На робочому місці користувача ПК виникають небезпечні та шкідливі фактори: підвищений рівень шуму, несприятливі мікрокліматичні умови, недостатній рівень освітленості, шкідливі речовини, підвищений рівень електромагнітних випромінювань, радіочастот, висока напруга електричної мережі, статична електрика та інші.

Для нормальної життєдіяльності людини в умовах виробництва

					<i>КГ 07. 04 003. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		56

створюються санітарні умови, які дають змогу їй плідно працювати не перевтомлюючись та зберігати своє здоров'я. Для цього треба, щоб енергетичні витрати при праці компенсувалися відпочинком та умовами оточуючого середовища.

### 3.1.1 Мікроклімат робочої зони працівників, вентиляція.

Приміщення для роботи з персональними комп'ютерами на робочих місцях мають забезпечуватись оптимальні значення параметрів мікроклімату: температури, відносної вологості й рухливості повітря у відповідності до ГОСТ 12.1.005-88, СН 4088-86 згідно таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Пора року	Категорія робіт	Температура повітря, град. С	Відносна вологість повітря, %	Швидкість руху повітря, м/с
		оптимальна	оптимальна	оптимальна
Холодна	легка-1 а	22 – 24	40 – 60	0,1
	легка-1 б	21 – 23	40 – 60	0,1
Тепла	легка-1 а	23 – 25	40 – 60	0,1
	легка-1 б	22 – 24	40 – 60	0,2

Для підтримки допустимих значень мікроклімату та концентрації позитивних та негативних іонів необхідно передбачати установки або прилади зволоження та/або штучної іонізації, кондиціонування повітря. Для підтримки в приміщеннях нормального, що відповідає гігієнічним вимогам складу повітря, видалення з нього шкідливих газів, пару і пилу використовують вентиляцію.

В приміщеннях з ВДТ рекомендовано застосування припливної вентиляції та застосування кондиціонерів.

### 3.1.2 Освітлення робочого місця, шум, вібрація

Освітлення, шум і вібрація на робочому місці суттєво впливають на комфорт

праці та загальне самопочуття працівників за ПК. Для цього потрібно:

- 1) Забезпечити достатнє природне та штучне освітлення на робочому місці. Наявність вікон забезпечує природне світло, але також потрібно мати можливість регулювати інтенсивність штучного світла в залежності від потреб. Потрібно уникати сліпучого світла або блисків на робочій поверхні, оскільки це може спричиняти напругу в очах. Для роботи за ПК потрібно використовувати світлодіодні лампи, які ефективніше використовують енергію і менше випромінюють тепло, що також може покращити комфорт на робочому місці.
- 2) Користувачі ПК в змозі зменшувати рівень шуму на робочому місці, використовуючи звукоізоляційні матеріали або шумоглушачі. Для цього можна розмістити робочі станції так, щоб вони були віддалені від джерел шуму, таких як принтери або кондиціонери. Також можна використовувати навушники з шумозаглушенням для працівників, які працюють у шумних середовищах.
- 3) Користувачам ПК потрібно зменшувати вібрацію на робочому місці, використовуючи спеціальні амортизуючі матеріали під обладнанням або меблями. Обладнання, яке створює вібрацію, розташовують на стійких і стабільних поверхнях. Необхідно періодично проводити обслуговування обладнання, щоб запобігти виникненню вібрації від виробничих машин і пристроїв.

### **3.1.3 Виробничі випромінювання**

До виробничих випромінювань відносяться:

- 1) випромінювання оптичного діапазону - ультрафіолетові (УФВ), лазерні (ЛВ), інфрачервоні (ІЧВ);
- 2) електромагнітні випромінювання (ЕМВ) НЧ, ВЧ, УВЧ, НВЧ діапазонів; іонізуючі випромінювання.

На робочому місці теми проекту на користувача ПК впливає неіонізуюче електромагнітне випромінювання. Іонізуючі електромагнітні випромінювання на відстані 0,05 м від екрана до корпусу відеотерміналу при будь-яких положеннях регульовальних пристроїв не повинна перевищувати  $7,74 \times 10^{-12}$  А/кг, що відповідає еквівалентній дозі 0,1 мбер/год (100 мкР/год).

Неіонізуюче електромагнітне випромінювання має такі характеристики.

					<i>КГ 07. 04 003. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		58

Значення напруженості електростатичного поля на робочих місцях (як у зоні екрана дисплея, так і на поверхнях обладнання, клавіатури, друкувального пристрою) мають не перевищувати гранично допустимих. Нормування, контроль та вимірювання ЕМП промислової частоти здійснюється згідно: ДСНіП №476-2002 (ДСН 3.3.6.096-2002) «Державні санітарні норми та правила під час роботи з джерелами електромагнітних полів»; ДСНіП №239-96 «Державні санітарні норми і правила захисту населення від впливу електромагнітних випромінювань»; ГОСТ 12.1.002-84 «ССБП. Електричні поля промислової частоти. Допустимі рівні напруженості і вимоги до проведення контролю на робочих місцях».

### **3.1.4 Електробезпека**

Персональні комп'ютери, периферійні пристрої, інше устаткування (апарати управління, контрольно-вимірювальні прилади, світильники), електропроводи та кабелі за виконанням і ступенем захисту мають відповідати класу зони, мати апаратуру захисту від струму короткого замикання та інших аварійних режимів. Під час монтажу та експлуатації ліній електромережі необхідно повністю унеможливити виникнення електричного джерела загоряння внаслідок короткого замикання та перевантаження проводів, обмежувати застосування проводів з легкозаймистою ізоляцією і, за можливості, застосовувати негорючу ізоляцію. Лінія електромережі для живлення персональних комп'ютерів і периферійних пристроїв виконується як окрема групова трипровідна мережа шляхом прокладання фазового, нульового робочого та нульового захисного провідників.

### **3.2 Пожежна безпека**

Пожежна безпека –це надзвичайно важливий аспект будь-якого об'єкта, який має на меті захистити як людей, так і матеріальні цінності від можливого виникнення пожежі.

Протипожежний захист приміщення забезпечується застосуванням автоматичної установки пожежної сигналізації (ПС-Л1), наявністю засобів пожежогасіння, застосуванням основних будівельних конструкцій будинку з регламентованими межами вогнестійкості, організацією своєчасної евакуації людей, застосуванням засобів колективного й індивідуального захисту людей.

					<i>КГ 07. 04 003. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		59

Організаційно-технічні заходи повинні включати організацію навчання службовців правилам пожежної безпеки.

До засобів гасіння пожежі, призначених для локалізації невеликих загорянь, відносяться пожежні стовбури, внутрішні пожежні водопроводи, вогнегасники, сухий пісок, азбестові ковдри і т. п.

Відповідно до НПБ-105-95 для певної групи пожежної небезпеки вибирають наступні типи первинних засобів пожежогасінні:

- вуглекислотний вогнегасник ВВК-2(ВВК-5, ВВК-8) .
- вогнегасник порошковий ВП-2, ВП-5.
- бочка з водою місткістю не менше 0,2м<sup>3</sup> і відро – 2шт.

На 100 м<sup>2</sup> в кабінетах повинно бути 1 вогнегасник порошковий 5 кг. і вуглекислотний вогнегасник ємністю 2л.

Пожежа в приміщенні може призвести до поганих наслідків (втрата інформації, псування майна, загибелі людей і т.ін), тому необхідно: виявляти і усувати причини виникнення пожежі, розробити план дій по усуненню пожежі в приміщенні ; мати план евакуації людей з приміщення.

Основні принципи пожежної безпеки на включають:

1)Запобігання пожежі: Проведення регулярних інспекцій та обслуговування електричних систем, опалення, обладнання та інших потенційно небезпечних джерел.

2)Виявлення і попередження пожежі: Встановлення систем детекторів диму та вогню, сповіщувачів пожежі та інших систем автоматичного сповіщення. Проведення навчання персоналу про дії в разі виявлення пожежі та використання пожежних елементів безпеки, таких як вогнегасники та пожежні кранів.

3)Евакуація і надання першої допомоги: Розробка планів евакуації та навчання персоналу про їх виконання. Наявність необхідного обладнання для надання першої допомоги та планів дій у випадку травм або інших надзвичайних ситуацій.

Впровадження комфортних й безпечних умов праці - один з основних факторів, що впливає на здоров'я працівників та продуктивну працю.

					<i>КГ 07. 04 003. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		60

## ВИСНОВКИ

У даному дипломному проекті розроблено інтернет – магазин L`Ambra Design з використанням CMS Ecwid, який дозволяє користувачу мати багато переваг, а саме: більшувати продажі товарів, розширювати кількісну аудиторію покупців, зижувати тимчасовий період всього процесу налагодження інтернет-магазину від надання товару до його продажу, покращити управління інтернет-магазином, зменшити витрати на оренду шляхом придбання торгової площі без найму обслуговуючого персоналу.

У ході проведеного аналізу характерного алгоритму роботи інтернет-магазину стало можливим виділити його основні функції та послідовність взаємодії з користувачами. Надалі було розроблено структуру та алгоритм роботи даного інтернет-магазину та виділено його головні функції.

У дипломному проекті проаналізовано всі переваги CMS Ecwid, що демонструє даний інструмент як найкращий сучасний вибір.

Метою дипломної роботи була розробка інтернет-магазину роздрібною торгівлі товарів для дому у стилі Бохо на платформі CMS Ecwid.

При цьому вирішино такі завдання:

- 1) проведено аналіз предметної галузі
- 2) проаналізовано новітні технології розробки інтернет-магазину з використанням різноманітних CMS;
- 3) вивчено сучасні інструменти розробки інтернет-магазинів;
- 4) здійснено реалізацію необхідної функціональності із використанням безкоштовної версії конструктору.

Розраховано ціну науково – дослідної розробки 25383,36 грн та описано вимоги до охорони праці і техніки безпеки під час розробки проекту.

Запропонований проект може бути доповнений і розвинений в рамках бізнес планів: венчурний, бізнес, необмежений.

					<i>КГ 07. 01 000. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		62

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інформацію: Закон України// Відомості Верховної Ради України. - 2001.- № 11.- С. 25-27.
2. Іванченков В.С. Методичні вказівки до виконання розділу Економічний розрахунок. ВСП ОТФК ОНТУ, Одеса, 2024
3. Чорновол Н.І. Методичні вказівки до виконання розділу Охорона прац. ВСП ОТФК ОНТУ, Одеса, 2024
4. Національний стандарт України. Охорона праці. Терміни та визначення основних понять. ДСТУ 2293:2014 Чинний від 01 травня 2015 року. Наказ Мінекономрозвитку України від 02 грудня 2014 р. № 1429 з 2015–05–01 URL: [https://web.kpi.kharkov.ua/safetyofliving/wp-content/uploads/sites/171/2017/10/dstu\\_2293\\_2014.pdf](https://web.kpi.kharkov.ua/safetyofliving/wp-content/uploads/sites/171/2017/10/dstu_2293_2014.pdf) (Дата останнього звернення 20.05.24)
5. Інтернет-торгівля. URL: <https://soft.ua/articles/online-torgovlya/> (дата звернення: 02.05.2024).
6. 2. CMS: що це таке - призначення, види та принцип роботи систем керування контентом сайту. URL: <https://wiki.rookee.ru/cms/> (Дата останнього звернення: 02.05.2024).
7. Інтернет магазин одяжі “Kasta” URL: <https://kasta.ua/uk/?main=men> (Дата звернення: 02.05.2024).
8. Інтернет магазин чоловічої одяжі “Next” URL: <https://www.next.ua/uk> (Дата останнього звернення: 02.05.2024).

					<i>КГ 07. 01 000. 00 ДП ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		63

Слайди мультимедійної презентації

# Розробка інтернет-магазину роздрібної торгівлі

Дипломник

Гнатовський Назар Олександрович

Слайд 1

## Мета роботи

*Мета дослідження дипломного проекту є розробка веб-сайту інтернет-магазину роздрібної торгівлі.*

*Об'єктом дипломної роботи є сучасні засоби розробки інтернет-магазинів*

*Предметом є новітні інформаційні технології та сучасні мови програмування.*

*Програмна реалізація інтернет-магазину виконана за допомогою сучасної CMS Ecwid*

Слайд 2

Інтернет-магазин - це співтовариство територіально роз'єднаних співробітників магазину (продавців, касирів) і покупців, які можуть спілкуватися і обмінюватися інформацією через електронні засоби зв'язку при повній (або мінімальній) відсутності особистого прямого контакту.

Слайд 3

### Переваги Інтернет-магазинів



Слайд 4



## Структура Інтернет-магазину



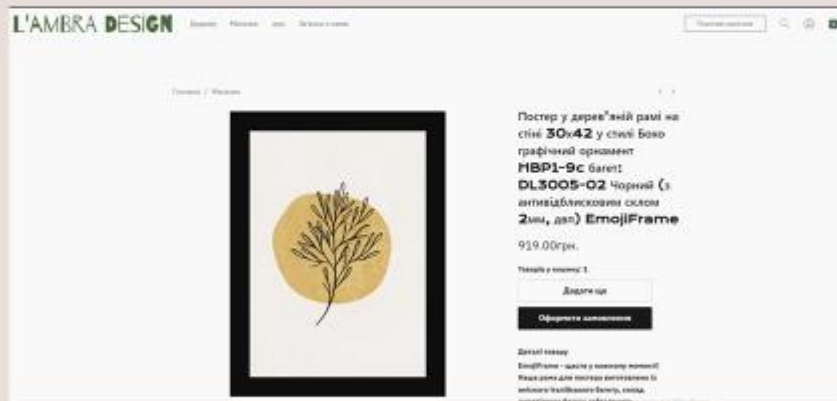
Слайд 7

## Головна сторінка



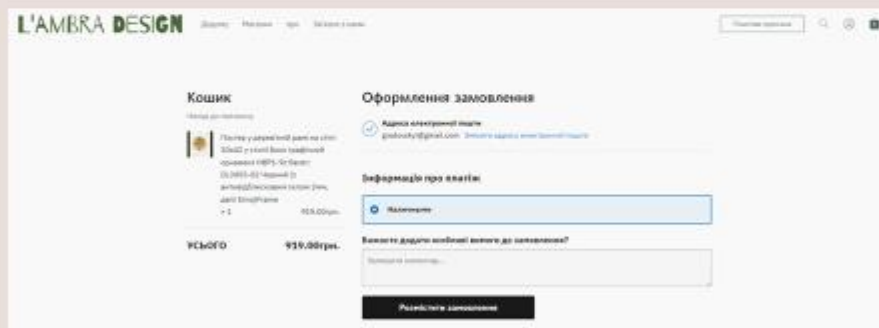
Слайд 8

## Вибір товару у інтернет-магазині L`Ambre Design



Слайд 9

## Форма оформлення замовлення у інтернет-магазині L`Ambre Design



Слайд 10

**ВІДГУК**

керівника на дипломний проект здобувача (здобувачки) освіти  
відділення комп'ютерних систем

Гнатовського Назара Олександровича

(прізвище, ім'я та по батькові)

Спеціальність: 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітня програма: Комп'ютерна графіка і Web-дизайн

Тема дипломного проекту: **Розробка інтернет-магазину роздрібної торгівлі**

**ХАРАКТЕРИСТИКА ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ**

а) обсяг і якість виконання проекту (графічного матеріалу і розрахунково-пояснювальної записки) \_\_\_\_\_

Пояснювальна записка виконана якісно, у достатньому обсязі відповідно до теми дипломного проекту та складає 67 аркушів ф.А4. Розділи пояснювальної записки відповідають етапам рішення завдання, поставленому у дипломному проекті.

Презентація виконана якісно у достатньому обсязі. Презентація наочно демонструє результати роботи.

б) самостійність роботи над проектом: \_\_\_\_\_

Здобувач Гнатовський Н.О. самостійно обрав тему дипломного проекту та виявив навички самостійного опрацювання матеріалу над темою. Дипломний проект перевірено на плагіат системою Unicheck. Схожість складає 21,1%

в) теоретична підготовка випускника (випускниці): \_\_\_\_\_

здобувача Гнатовського Н.О. відповідає вимогам, що надаються до фахового молодшого бакалавра за спеціальністю 123 «Комп'ютерна інженерія»

г) вміння розв'язувати виробничі та конструкторські питання У дипломному проекті  
розроблено інтернет – магазин L`Ambra Design з використанням платформи CMS  
Есвід для продажу товарів у стилі Бохо.

Оцінка розрахункової частини 4 (добре)

Оцінка графічної частини 5(відмінно)

Загальна оцінка 4 (добре)

Прізвище, ім'я, по батькові керівника дипломного проекту \_\_\_\_\_

Шувалова Ірина Олегівна

Місце роботи і посада керівника дипломного проекту \_\_\_\_\_

ВСП ОТФК ОНТУ

Викладач

Підпис \_\_\_\_\_



« 10 » 06 \_\_\_\_\_ 2024 р.

## РЕЦЕНЗІЯ

на дипломний проект (роботу) здобувача (здобувачки) освіти  
відділення комп'ютерних систем

Гнатівського Назара Олександровича

(прізвище, ім'я та по батькові)

Спеціальність 123 Комп'ютерна інженерія

Освітня програма Комп'ютерна графіка і Web-дизайн

Керівник дипломного проекту (роботи) Шувалова Ірина Олегівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

Тема дипломного проекту (роботи) Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі

Обсяг розрахунково-пояснювальної записки 67 сторінок

Обсяг графічної (презентаційної) частини 10 аркушів (слайдів)

### ХАРАКТЕРИСТИКА ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ (РОБОТИ)

а) заключення про ступінь відповідності виконаного дипломного проекту (роботи) завданню  
Робота відповідає технічному завданню до дипломного проекту.  
Виконана у відповідності з вимогами

б) характеристика виконання кожного розділу дипломного проекту (роботи)

При виконанні дипломного проекту здобувач продемонстрував уміння використовувати останні досягнення науки та техніки, уміння працювати з літературою. Так, здобувач грамотно дослідив та проаналізував усі етапи проектування інтернет-магазину на CMS Ecwid

в) оцінка якості виконання пояснювальної записки та графічної частини дипломного проекту (роботи)  
Пояснювальна записка та графічна частина відповідає вимогам, виконана якісно та відображає основні елементи проектування інтернет-магазину.

г) перелік позитивних якостей дипломного проекту (роботи) \_\_\_\_\_

Тема дипломного проекту є актуальною, виконана у достатньому обсязі, якісно, відповідно до поставленого завдання. У дипломному проекті розроблено інтернет – магазин L`Ambra Design з використанням CMS Ecwid, який дозволяє користувачу мати багато переваг, а саме: збільшувати продажі товарів, розширювати кількісну аудиторію покупців, покращити управління.

д) основні недоліки дипломного проекту (роботи) \_\_\_\_\_

Етапи розробки варто було б описати докладніше.

Покупці не можуть фізично оглянути товар перед покупкою, що ускладнює оцінку його якості, розміру або відповідності опису.

Складність вибору: Це особливо важливо для товарів, які потребують точного вибору, таких як одяг, взуття або меблі.

Оцінка розрахункової частини \_\_\_\_\_ Добре \_\_\_\_\_

Оцінка графічної частини \_\_\_\_\_ Добре \_\_\_\_\_

Загальна оцінка \_\_\_\_\_ Добре \_\_\_\_\_

Прізвище, ім'я, по батькові рецензента \_\_\_\_\_ Царьов Роман Юрійович \_\_\_\_\_

Місце роботи і посада рецензента \_\_\_\_\_ Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, ст. викладач, зав. кафедри комп'ютерної інженерії та інформаційних систем \_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_ перша \_\_\_\_\_ 202\_р.

Ім'я користувача:  
Катерина Григоріївна Краснокутська

ID перевірки:  
1016213645

Дата перевірки:  
27.04.2024 10:05:54 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
27.04.2024 10:09:05 EEST

ID користувача:  
100011688

Назва документа: 4КГ-07\_Назар Гнатовський

Кількість сторінок: 63 Кількість слів: 9469 Кількість символів: 71907 Розмір файлу: 11.40 MB ID файлу: 1015986760

## 31.6% Схожість

Найбільша схожість: 13.2% з Інтернет-джерелом (<https://card-file.ontu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5badd81-79..>)

31.6% Джерела з Інтернету

980

Сторінка 65

Не знайдено джерел з Бібліотеки

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

3

**ДОЗВІЛ  
НА РОЗМІЩЕННЯ  
ВИПУСКНОГО ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА  
В ЕЛЕКТРОННОМУ РЕПОЗИТАРІЇ ВСП «ОТФК ОНТУ»**

Ми, що нижче підписалися,  
**Гнатівський Назар Олександрович**  
здобувач освіти гр. 4КГ-07, та

**Шувалова Ірина Олегівна**  
керівник дипломного проекту,

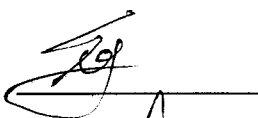
не заперечуємо щодо розміщення електронного варіанту пояснювальної записки до дипломного проекту фахового молодшого бакалавра на тему:

**«Розробка інтернет-магазину для роздрібної торгівлі» (автор роботи – Гнатівський Н.О., керівник роботи – Шувалова І.О.)**

виконаного у ВСП «Одеський технічний фаховий коледж Одеського національного технологічного університету» в 2024 році, у повному обсязі в електронному репозитарії ВСП «ОТФК ОНТУ» для вільного доступу через мережу Інтернет.

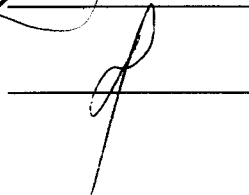
Несемо відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів випускної кваліфікаційної роботи, і даємо згоду на обробку персональних даних.

Виконавець



/ Гнатівський Н.О./

Керівник



/ Шувалова І.О./

« 10 » 06 2024 р.