

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

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ

здобувача освіти денної форми навчання
КГ.07.11.000.ДП

*Синицької Марії
Вікторівни*

м. Одеса
2024 р.

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

Спеціальність : 123 «Комп'ютерна інженерія»

Освітньо-професійна програма: «Комп'ютерна графіка та WEB-дизайн»

Група: 4КГ-07

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

До дипломного проекту на тему:


Розробка WEB-сайту «Все для кав'ярні»

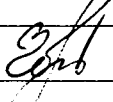
Проектний матеріал складається з пояснювальної записки на 88 сторінках та графічного (презентаційного матеріалу на 14 аркушах (сладах).

Дипломник  (Синицька М.В.)

Керівник  (Суліма Ю.Є.)

Консультанти:

з економічного розділу  (Іванченков В.С.)

з розділу охорони праці та техніки безпеки  (Чорновол Н.І.)

з нормоконтролю  (Петрашова В.І.)

старший консультант  (Кривченко Ю.В.)

До захисту допущений


Голова циклової комісії  (Кривченко Ю.В.)

Завідувач відділення  (Скорнякова О.В.)

Захист «19» 06 2024 р.

Протокол **ЕК** № 3

Оцінка ЕК 4 (доопре) 75%

Секретар **ЕК** 

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

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

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Заст. дир. з НВР Беркань І.В.
" 15 " 07 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломний проєкт

Здобувачеві освіти Синицькій Марії Вікторівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту Розробка Web-сайту «Все для кав'ярні»

затверджена наказом по коледжу від "02" 11 2023 р. № 244-12-02

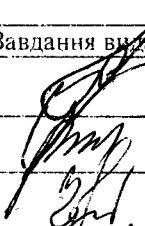
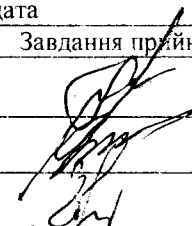
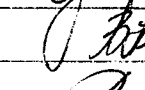
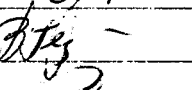
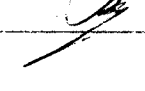

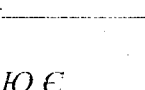
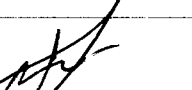
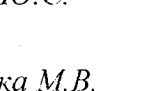
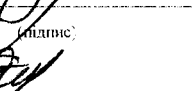
2. Термін здачі закінченого проєкту 20.06.2024 р.

3. Вихідні дані до проєкту Розробити Web-сайт «Все для кав'ярні» за допомогою сучасних засобів Web-розробки. Для створеного сайту передбачити кольорову схему та адаптивний дизайн, зручний вибір послуг/товарів, фото послуг/товарів та їх опис, зворотній зв'язок з клієнтом. Розглянути питання критеріїв вибору хостингу та тарифного плану для створеного сайту.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які необхідно розробити)
1. Вступ. 2. Основний розділ: аналіз предметної області; технології та інструменти розробки; розробка дизайну сайту з врахуванням сучасних вимог типографіки, колористики та доступності дизайну; розробка Web-сайту за допомогою сучасних інструментальних засобів; тестування та виправлення помилок. 3. Економічний розділ. 4. Розділ охорони праці та техніки безпеки. 5. Висновки. 6. Перелік використаних інформаційних джерел.

5. Перелік графічного (презентаційного) матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, кількості слайдів)
Презентація – 10 слайдів: Основні етапи розробки Web-сайту. Розробка структури Web-сайту. Створення візуальних елементів інтерфейсу. Розробка дизайну сайту. Розробка Web-сайту, наповнення контентом. Скріншоти створеного сайту.

6. Консультанти по проєкту, із зазначенням розділів проєкту, що їх стосується

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основний розділ	Суліма Ю.Є.		
Економічний розділ	Іванченков В.С.		
Розділ охорони праці	Чорновол Н.І.		
Нормоконтроль	Петрашова В.І.		
Старший консультант	Кривченко Ю.В.		

7. Дата видачі завдання 20.05.2024 р.

Керівник Суліма Ю.Є.

Завдання прийняв до виконання

Синицька М.В.

(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/р	Назва етапів дипломного проєкту	Термін виконання етапів дипломного проєкту (роботи)	Відмітка про виконання
1.	Вступ	20.05.2024 р.	виконано
2.	Аналіз предметної області	21.05.2024 р.	виконано
3.	Технології та інструменти розробки	23.05.2024 р.	виконано
4.	Розробка дизайну сайту з врахуванням сучасних вимог типографіки, колористики та доступності дизайну	27.05.2024 р.	виконано
5.	Розробка Web-сайту за допомогою сучасних інструментальних засобів	31.05.2024 р.	виконано
6.	Наповнення сайту контентом	03.06.2024 р.	виконано
7.	Тестування та виправлення помилок	04.06.2024 р.	виконано
8.	Економічний розділ	05.06.2024 р.	виконано
9.	Розділ охорони праці та техніки безпеки	06.06.2024 р.	виконано
10.	Висновки. Перелік використаних інформаційних джерел	07.06.2024 р.	виконано
11.	Оформлення пояснювальної записки	10.06.2024 р.	виконано
12.	Оформлення графічної (презентаційної) частини	11.06.2024 р.	виконано
13.	Підготовка доповіді для захисту	12.06.2024 р.	виконано
14.	Малий захист дипломного проєкту	14.06.2024 р.	виконано
15.	Захист дипломного проєкту	17.06.2024 р.	виконано

Дипломник

(підпис)

Керівник

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1 ОСНОВНИЙ РОЗДІЛ	9
1.1 Аналіз предметної області	9
1.1.1 Поняття веб-сайту та інтернет магазину	9
1.1.2 Основні поняття та особливості інтернет-магазину	10
1.1.3 Класифікація інтернет-магазинів їх переваги та недоліки	12
1.2 Огляд інтернет-магазинів	13
1.3 Аналіз основних вимог до створення інтернет-магазину	16
1.4 Проектування веб-сайту інтернет-магазину	22
1.4.1 Етапи створення інтернет-магазину	22
1.4.2 Аналіз існуючих методів створення сайту інтернет-магазину	29
1.5 Реалізація веб-сайту інтернет-магазину	34
1.5.1 Дизайнерське рішення та концепція сайту інтернет-магазину	34
1.5.2 Шрифт	39
1.5.3 Колірне рішення	40
1.5.4 Навігація сайту	41
1.5.5 Розробка макету веб-сайту в Figma	42
1.5.6 Розробка веб-сайту в Tilda	50
1.6 Питання критеріїв вибору хостингу та тарифного плану для створеного сайту	60
1.7 Тестування створеного веб-сайту	63
1.8 Висновки за розділом	64
2 ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗДІЛ	65

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						5
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

3 РОЗДІЛ З ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ	72
3.1 Вступ.....	72
3.2 Аналіз умов праці та забезпечення безпеки при виконанні основних завдань в дипломному проєкті.....	72
3.3 Гігієнічні вимоги до виробничих середовищ	73
3.4 Пожежна безпека.....	75
3.5 Висновки за розділом.....	76
ВИСНОВКИ	77
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	80
Додаток А. Слайди мультимедійної презентації.....	82

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						6
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

ВСТУП

Інтернет-магазини стають все більш популярними, оскільки вони дають споживачам можливість комфортно обирати та купувати товари, не покидаючи дім. У сучасному світі кавової індустрії успіх інтернет-магазину залежить від його привабливості та ефективності. Дипломний проект на тему «Все для кав'ярні» присвячений розробці інтернет-магазину, який пропонує широкий асортимент товарів для кав'ярень.

Актуальність теми. З кожним пройденим роком Інтернет все ширше проникає у сферу діяльності українських компаній, змінюючи стиль і зовнішній вигляд бізнесу, надаючи нові можливості та унікальні технології для його розвитку. Використання Інтернету в традиційних сферах бізнесу стало стратегічно важливим не лише для іноземних компаній, але й для українських підприємств. Це пов'язано з ростом кількості користувачів Інтернету та перетворенням мережі на основний канал продажів для багатьох компаній.

Для жителів України Інтернет стає все більш звичайним інформаційним каналом, а не просто абстрактною «глобальною комп'ютерною мережею». Вплив Інтернету на економіку продовжує зростати. Деякі компанії вже відкрили офіси на бізнес-сайтах у мережі, тоді як інші повністю переносять свою діяльність в онлайн. Зростає кількість мешканців України, яким здається, що краще купувати товари в інтернет-магазинах, читати онлайнкову пресу та спілкуватися з друзями через Інтернет. У той же час, для українських підприємців мережевий бізнес ще є досить новим явищем, і не завжди можна успішно застосовувати закордонний досвід у цьому контексті.

Об'єктом дипломного проекту є методи та засоби розробки веб-сайту інтернет-магазину.

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						7
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Предметом дипломного проекту є веб-сайт інтернет-магазину товарів для кав'ярні.

Метою дипломного проекту є визначення та обґрунтування сучасних методів розробки веб-сайту інтернет-магазину товарів для кав'ярень.

Задачами дослідження є:

1. Здійснити аналіз предметної області.
2. Провести аналіз сучасних методів технологій та інструментів розробки.
3. Розробка дизайну сайту з врахуванням сучасних вимог типографіки, колористики та доступності дизайну.
4. Визначити основні етапи створення інтернет-магазину.
5. Провести аналіз основних вимог до створення веб-сайту інтернет-магазину.
6. Розробити концепцію та дизайн веб-сайту інтернет-магазину товарів для кав'ярень.
7. Розробити веб-сайт за допомогою сучасних інструментальних засобів.

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						8
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

1 ОСНОВНИЙ РОЗДІЛ

1.1 Аналіз предметної області

1.1.1 Поняття веб-сайту та інтернет магазину

На сьогодні майже у кожній компанії, бізнесу та організації є свій власний веб-сайт. Це необхідно для розширення рекламних можливостей та залучення більшої аудиторії клієнтів. Інформація, яку люди знаходять онлайн, представлена у вигляді веб-сайтів, набору сторінок із спорідненим контентом, для перегляду яких потрібне програмне забезпечення під назвою браузер.

Веб-сайт має власний домен (унікальний набір символів із цифр і літер, який визначає веб-сайт під час пошуку) і хостинг (який надає простір для зберігання певної інформації та підключення до ресурсів в мережі).

Більшість веб-сайтів сьогодні підтримують значний діапазон форматів і розширень файлів для графічних і мультимедійних файлів на своїх веб-сторінках.

Текстові файли з розширенням раніше використовувалися в HTML, CSS, а тепер написані на мові XHTML, оновлена версія HTML. Він також має власну адресу, що складається з адреси веб-сайту та імені файлу. Інтернет магазин – це тип веб-сайту, призначеного для продажу та надання матеріальних товарів, послуг і цифрового вмісту. Укладання договорів, замовлення та консультації між магазинами та клієнтами відбуваються безпосередньо в мережі.

З появою Web 2.0 (інформаційні технології, які дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у всесвітній павутині) миттєві повідомлення були створені в соціальних мережах, що дозволило власникам продавати без допомоги веб-сайту або розміщувати товари та послуги безпосередньо на сайті. Однак цього було недостатньо для створення повноцінного інтернет магазину.

Відсутність блоків зворотного зв'язку, зручних каталогів, автоматичних способів оплати і точок доставки в разі товару викликає безліч незручностей

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						9
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

як для клієнта, так і для власника. Рекламу вигідніше в соціальних мережах, але краще розвивати клієнтів і їх залучення на самому сайті. У такому випадку ясність і структура керуватимуть користувачем і дозволять йому почати шукати категорії, на яких їм потрібно зосередитися пізніше.

1.1.2 Основні поняття та особливості інтернет-магазину

Продаж власних товарів і послуг через Інтернет є основним використанням комерційних веб-сайтів більшістю виробничих і комерційних компаній. Компанія створила веб-сайт і опублікувала інформацію про свої товари і послуги, ціни та гарантії для покупців. Інтернет-магазин стає одним з найнеобхідніших і ефективних інструментів для збільшення кількості продажів компанії, збільшення доходів і покращення іміджу, а також розвитку успіху.

Інтернет-магазини – це особливий тип бізнесу, який базується на дистанційних сервісах, які дозволяють покупцям і продавцям купувати та продавати різні товари через Інтернет.

Інтернет-магазини не обмежені розміром, і їхні веб-сайти можуть пропонувати широкий асортимент товарів. Це допомагає клієнтам купувати товар після ретельного дослідження.

Інтернет-покупки – це форма електронної комерції, яка дозволяє споживачам купувати товари чи послуги безпосередньо у продавця через Інтернет за допомогою веб-браузера. Споживачі знаходять продукт, який їх цікавить, переходячи безпосередньо на веб-сайт роздрібного продавця або шукаючи альтернативних постачальників за допомогою комерційної пошукової системи, яка показує наявність і ціну того самого продукту в різних мережах електронної комерції.

Логіка роботи інтернет-магазину: відвідувач заходить на веб-сайт і вибирає певний список продуктів, а потім розміщується замовлення. Якщо відвідувач робив покупку на цих сайтах, просто повинен ввести логін, пароль і вказати адресу доставки. Якщо ще не робив, також ще потрібно буде ввести

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						10
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

контактну інформацію. Далі складається загальна вартість замовлення, яка складається з товару та доставки.

Наступний крок – вибір способу оплати. Як правило, відбувається перехід на сторінку платіжної системи, де користувач авторизується та оплачує покупку. Після оплати відвідувач повертається на сайт і отримує підтвердження – здійснена оплата чи ні.

Інтернет-магазини мають багато переваг перед традиційними магазинами:

- Інтернет-магазини відкриті 24 години на добу, 365 днів на рік, без обідньої перерви і вихідних.

- Відсутність потреби в торгових приміщеннях.

- Час і вартість створення інтернет-магазину менша, ніж традиційного магазину.

- Свобода пересування продавців. Оскільки інтернет-магазин – це точка продажу у віртуальному просторі, керувати ним можна з будь-якої точки світу, маючи доступ до Інтернету.

- Завдяки інтернет-магазину ви маєте можливість розширити географічне охоплення вашої компанії на світовий ринок.

- Професійно та грамотно створений інтернет-магазин може працювати повністю автономно. Практично не вимагає обслуговування.

Однак, крім переваг торгівлі через інтернет-магазин, існують також значні ризики:

- Хакерські атаки.

- «Баги» (з англ. bug – помилка). Це помилки в програмному забезпеченні, створені самими розробниками. Це може призвести до того, що в певний час, за певних умов, ваш магазин «відмовляється» працювати. Добре функціонуюча служба технічної підтримки в розробці компанія допоможе вирішити проблему помилки.

- Клієнти легко приходять і йдуть. На щастя, «йти» в інтернет-магазин не потрібно – важливо знати адресу. Але, на жаль, щоб вибратися з цього,

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						11
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

досить клацнути мишею. Все, що Ви можете зробити, щоб залучити клієнтів на свій сайт – це оригінальний дизайн, вигідні пропозиції, хороший текстовий опис товару. Без емоцій, без спілкування, без знайомих старих клієнтів. І швидкої реакції на цю ситуацію не було.

Однак, незважаючи на існуючі недоліки, які можна вирішити, доклавши трохи зусиль, інтернет-магазини завойовують все більше довіри та популярності і немає сумніву, що на них чекає прекрасне майбутнє.

Основною характеристикою інтернет-магазину є те, що більшість взаємодій між продавцями та покупцями відбувається онлайн.

Багато етапів дистанційної торгівлі пройшли досить успішно. Це велика перевага. Але в той же час це одна з труднощів, які повинен подолати будь-який інтернет-магазин: створення довіри у відвідувачів і позиціонування їх для здійснення покупки.

1.1.3 Класифікація інтернет-магазинів їх переваги та недоліки

Сьогодні існує величезна кількість класифікацій інтернет-магазинів. Розглянемо основні з них.

Інтернет-магазини можна класифікувати на такі типи:

- за бізнес-моделлю;
- за продажами;
- за формою продажу;
- за способами отримання доходу;
- за асортиментом;
- при внесенні товару в каталог.

За бізнес моделлю:

- Чисто онлайн-магазин.
- Поєднання офлайн- та онлайн-операцій (при створенні інтернет-магазину на базі існуючої фізичної бізнес-структури).
- Аутсорсинг. Цей тип інтернет-магазину безпосередньо не займається прийомом, доставкою, зберіганням і обробкою замовлень, а Ви

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						12
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

довіряєте це сторонній компанії, яка займається виключно питаннями комерційних організацій.

– Продаж через систему дропшипінг (коли товару немає в наявності, а сайт магазину «продає» товар від постачальника, розсилає клієнтам попередні замовлення або купує товар від імені клієнта).

За методами торгівлі:

– B2B – це передача товарів або послуг іншим комерційним організаціям;

– B2C – це передача товарів або послуг безпосередньо кінцевому споживачеві.

За методами отримання доходу:

– Продаж товарів і послуг через сайт, наданих від виробника або офіційного представника.

– Продаж товарів і послуг за допомогою партнерських програм.

– Продаж інформації або контенту, що не потребує витрат на папір, друк або розміщення в точках продажу. Цей вид бізнесу зазвичай реалізується через платні електронні розсилки та сайти з обмеженим доступом.

За взаємодією з постачальниками:

– Інтернет-магазини, які володіють власним складом та мають фізичні товарні запаси.

– Інтернет-магазини, що працюють на основі договорів з постачальниками та не мають значних власних запасів.

Щодо структури товарного каталогу, інтернет-магазини можуть бути представлені у вигляді інтернет-вітрин, інтернет-магазинів або онлайн-аукціонів.

1.2 Огляд інтернет-магазинів

Одним із найпопулярніших інтернет-магазинів обладнання для кав'ярень є «CoffeeKit». Даний сайт має ненав'язливий дизайн. Для

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						13
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

зручнішого використання на головній сторінці одразу представлено каталог товарів поділених на розділи (рис. 1).

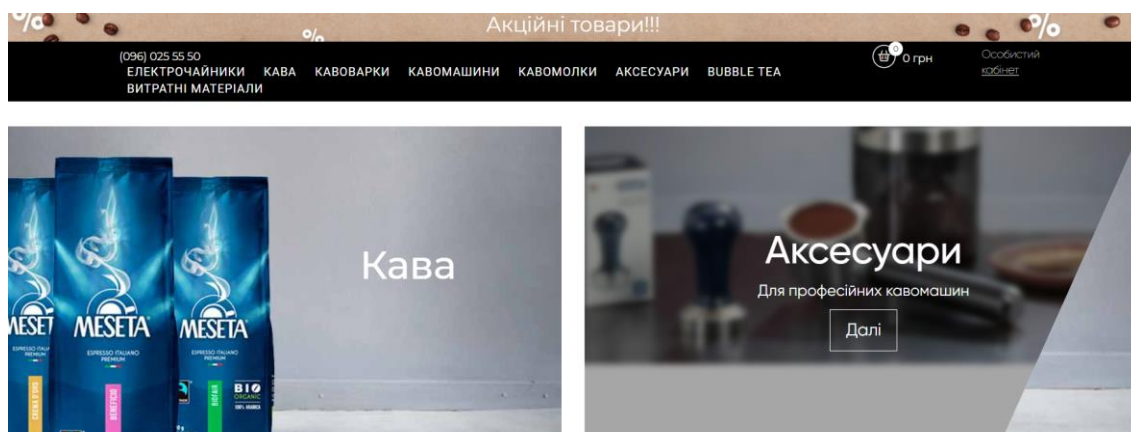


Рисунок 1. Вікно інтернет-магазину CoffeeKit

Сторінка товару надає лише одну фотографію товару з коротким описом і не завжди має розділ з ціною, замість неї кнопка «Уточнити наявність» (рис. 2)

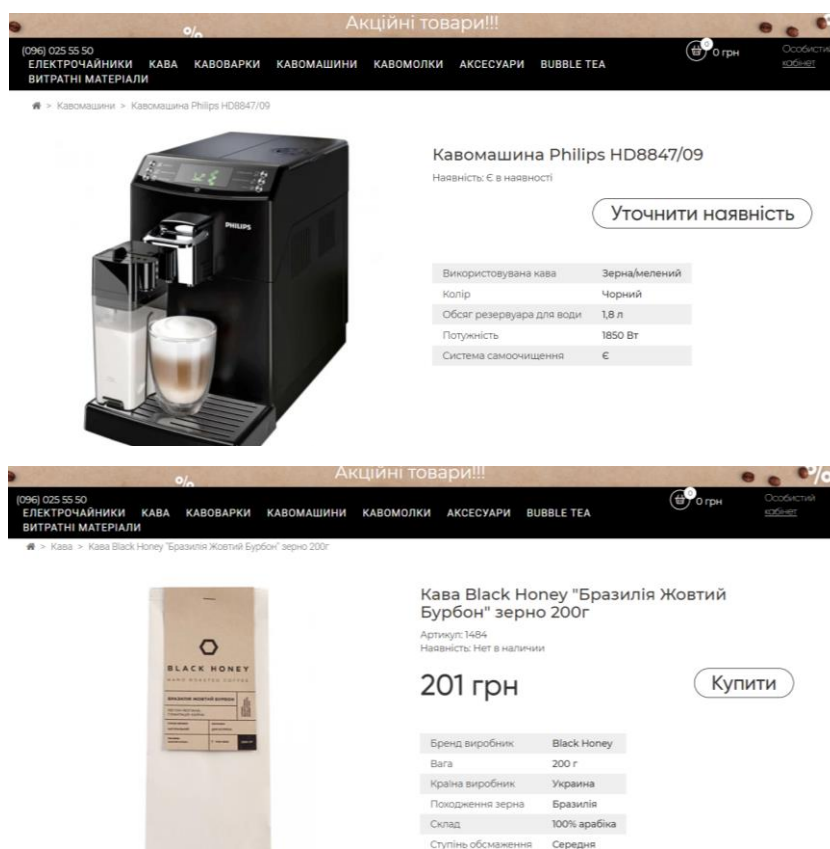


Рисунок 2. Сторінка товару інтернет-магазину CoffeeKit

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						14
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Інтернет-магазин також надає можливість клієнту залишити відгук про той чи інший товар, крім того перевагою сайту є додаткова інформація в розділі «Блог», де Ви можете дізнатись деякі секрети, котрі потім можна використовувати в праці непохитно в самій кав'ярні (рис. 3).

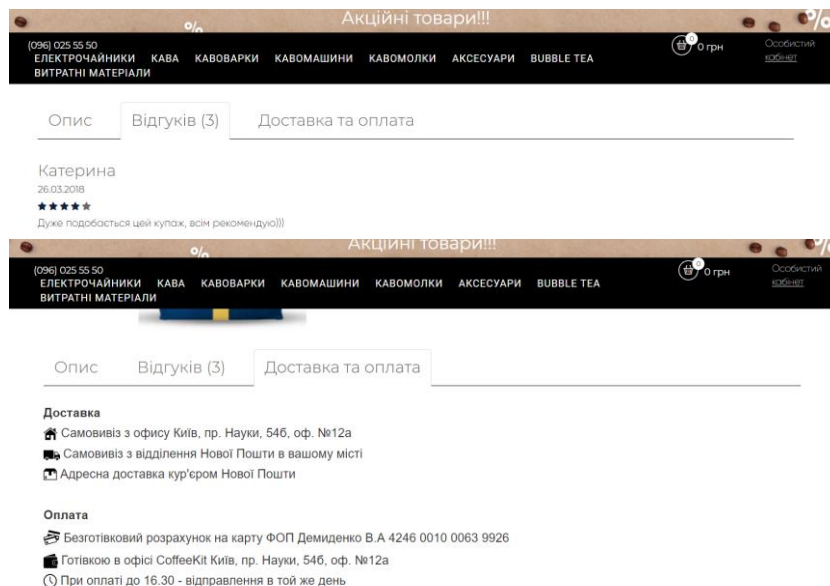


Рисунок 3. Відгуки, доставка та оплата

Крім того, одним із відомих інтернет-магазинів з продажу товару для кав'ярень є магазин UNITED KYIV ROASTERS. На сайті зручна та зрозуміла навігація для користувачів, дизайн сайту радує око користувача (рис. 4). Є опція швидкого пошуку необхідного товару.

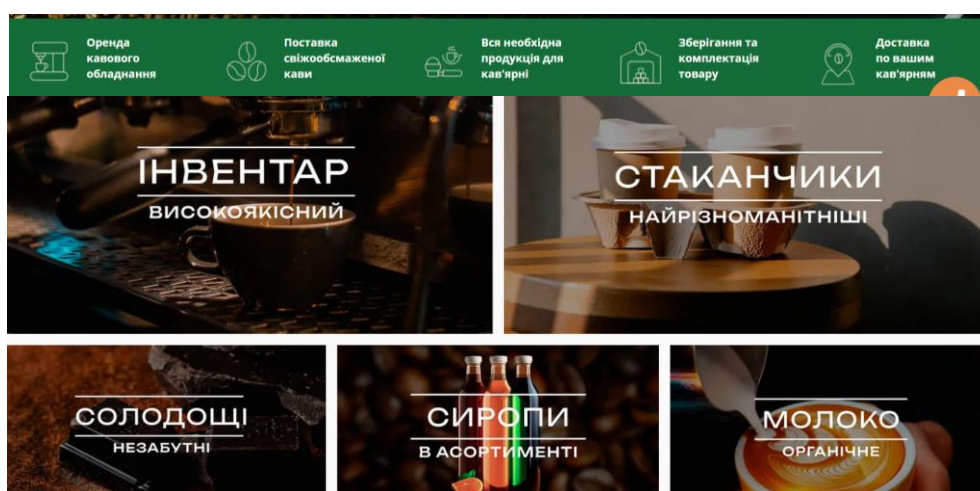


Рисунок 4. Головна сторінка інтернет-магазину UNITED KYIV ROASTERS

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						15
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Сторінка товару містить декілька зображень, ціни, додавання товару до списку обраних товарів, а також поле вказівки кількості одиниць при замовленні товару (рис. 5).

Для отримання більш детальної інформації про продукт надається користувачам – характеристики продукту, крім того, ви можете залишити відгук про продукт і також має онлайн-підтримку, що допоможе провести консультації.

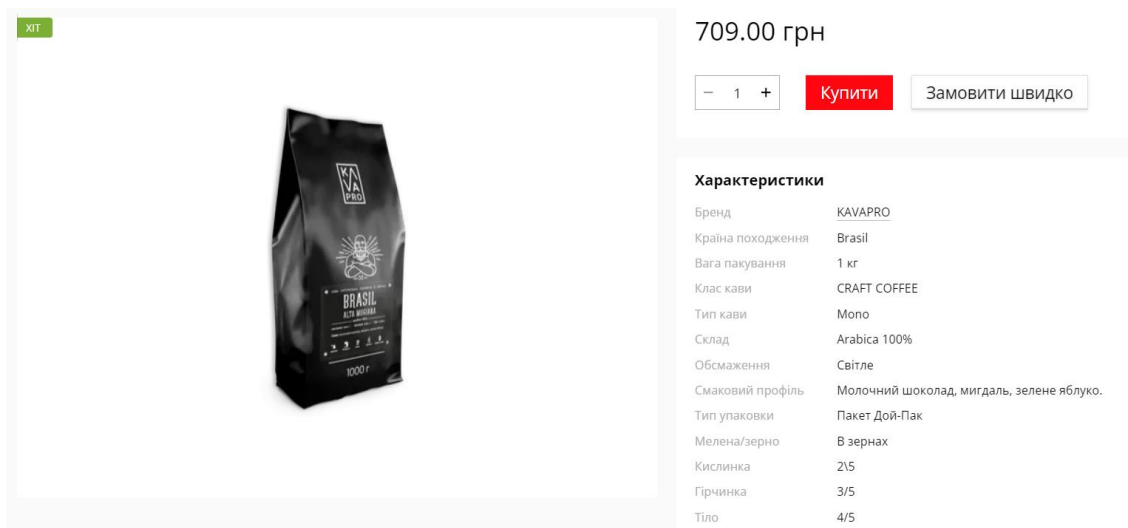


Рисунок 5. Сторінка товару інтернет- магазину UNITED KYIV ROASTERS

1.3 Аналіз основних вимог до створення інтернет-магазину

Основна відмінність інтернет-магазину від класичного – інтерактивність, великий обсяг інформації про товари/послуги та асортимент. Недоліком цих магазинів є неможливість оглянути («торкнутися») товар і оцінити його. Однак такий недолік можна компенсувати великою кількістю інформації, яку не може надати звичайний продавець магазину.

Інтернет-магазини – гарне рішення для тих, хто хоче організувати ефективні продажі, розробивши інтернет-вітрину з функцією замовлення через Інтернет.

Серед основних функцій інтернет-магазину можна виділити наступні:

- Надання вичерпної інформації про представлений товар або послугу;
- Персоналізація клієнта (покупця);

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						16
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

- Прийом та обробка замовлень;
- Приймати платежі за наявності та підключення до платіжних систем;
- Аналіз статистичної інформації.

Неможливо створити успішний інтернет-магазин без дослідження споживачів. Для цього потрібна технічна здатність інтернет-магазину ідентифікувати відвідувачів і подавати статистику.

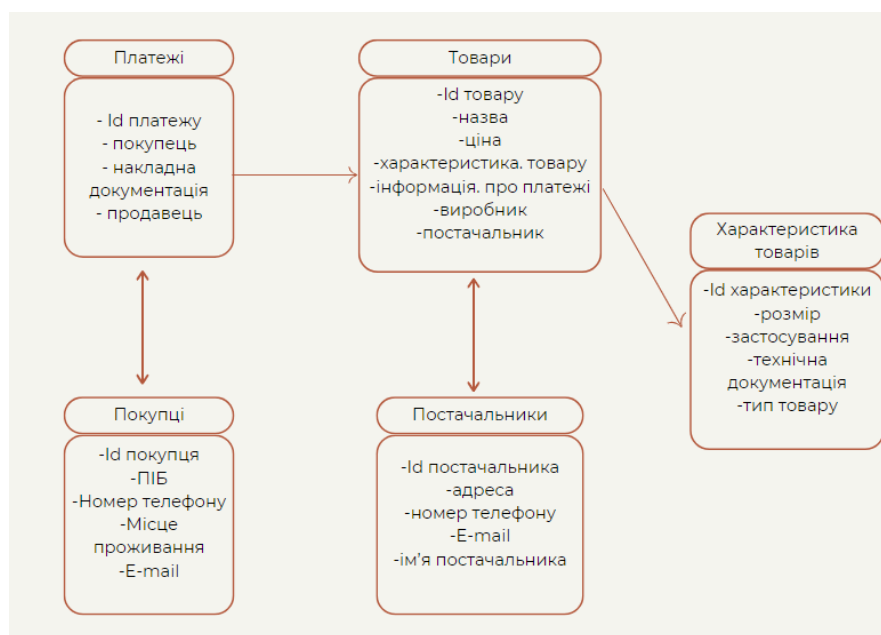


Рисунок 6. Модель функціонування інтернет-магазину

У моделі функціонування інтернет-магазину (рис. 6) можна побачити кілька сутностей (продукт, характеристики продукту, платіж, покупець, постачальник), які певним чином пов’язані, включаючи спільні атрибути.

Атрибути – це ключі (це в основному елементи зв’язку між сутностями), обов’язкові (вони також пов’язують сутності) і необов’язкові.

Можна сказати, що всі сутності та їхні властивості пов’язані таким чином, що ця діаграма працює. В даному випадку ця діаграма відображає роботу інтернет-магазину.

Основними критеріями, за якими оцінюють інтернет-магазини є:

- насиченість товарної лінійки;
- цінова політика;
- наявність повної інформації про товар;

- післяпродажне обслуговування;
- Різні способи оплати;
- Швидкість доставки.

Всі ці критерії важливі для відвідувачів при прийнятті рішення щодо покупки в інтернет-магазині.

Також дуже важливо заохочувати потенційних покупців до «імпульсних покупок» в інтернет-магазині. Імпульсна покупка – це покупка, прийнята протягом короткого часу. Найкращим стимулом для такого роду покупок є «гарячих пропозицій», розміщених на сторінках верхнього рівня і відразу видимих відвідувачам.

Інтернет діє як з'єднання, через яке користувач отримує доступ до веб-сайту інтернет-магазину через браузер. На сайті є вступний розділ, в якому представлений каталог товарів, реєстраційна інформація, можливість зробити замовлення, оплатити через платіжну систему, отримати онлайн-доставку.

Реєстрація покупця здійснюється при оформленні замовлення або вході в магазин. Після вибору товару покупець заповнює форму із зазначенням умов оплати та доставки. Потім торгова система перевіряє наявність необхідних товарів і надсилає запит до платіжної системи. У разі успішної оплати товар буде відправлений покупцеві після підтвердження реальності замовлення. Факт замовлення підтверджується електронною поштою або по телефону.

Інтернет-магазини повинні підтримувати різні методи замовлення, щоб збільшити продажі. Тобто: замовлення, оформлені через сайт, телефоном та електронною поштою. Автоматизація процесу замовлення та оплати є важливою. Після розміщення замовлення споживачі повинні надіслати електронний лист із підтвердженням на номер.

На даний момент існує ряд основних умовних вимог, які сприятимуть розвитку якісного та ефективного інтернет-магазину.

- Виберіть систему CMS. Система управління контентом дає зручність в обслуговуванні клієнтів, витрати на використання програмного забезпечення, майбутню функціональність проекту, його конструктивні

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						18
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

особливості та багато іншого. Вибір оптимальної платформи базується на багатьох параметрах. Вони включають в себе вартість використання, функціональність, технічні характеристики, зручність інтерфейсу та наявність технічної підтримки. До цього списку можна додати особисті інтереси та конкретні відомості про поставлене завдання. Однак потрібно спочатку знати, чи підходить обрана платформа для створення інтернет-магазину.

– Архітектура веб-сайту – систематизація інформації та навігація по ній щоб допомогти відвідувачам краще знаходити потрібні їм дані, це логіка, яка розділяє на блоки, розташовані в ієрархічному порядку. Простіше кажучи, – це макет розділів продукту, інформаційних сторінок, аркушів продукту і спеціальних сторінок. Відобразивши структуру на папері або на екрані комп'ютера, можна швидко оцінити загальну картину інтернет-магазину. Ефективна та добре продумана архітектура сайту гарантує, що користувачі витрачають менше часу на пошук необхідної інформації.

– Адаптивний дизайн (рис. 7). Все більше і більше користувачів використовують різноманітні гаджети, здатні виходити в Інтернет, щоб робити покупки та шукати інформацію – смартфони, планшети, ноутбуки з різною шириною екрана. Щоб користувачеві не довелося збільшувати певні елементи веб-сайту, що дуже дратує, необхідно адаптувати веб-сайт до будь-якого типу екрану.

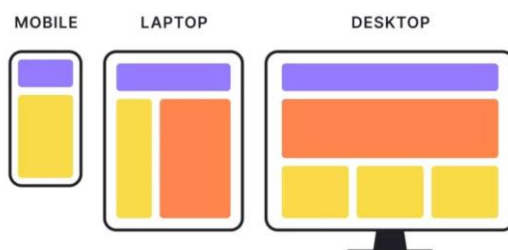


Рисунок 7. Схема адаптивного дизайну

– Якісний дизайн (рис. 8). Дизайн інтернет-магазину відіграє не меншу роль, ніж його наповнення. Адже саме візуальна оболонка створює перше сприйняття веб-ресурсу: вона приваблює або, навпаки, відштовхує. Адже перше враження від завантаженої сторінки сайту може привести користувача

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						19
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

до певної покупки або, навпаки, змусити його «залишити» інтернет-магазин. Для будь-якого бізнесу електронна комерція – це продаж, а досвідчений дизайн є одним із способів досягти цього.

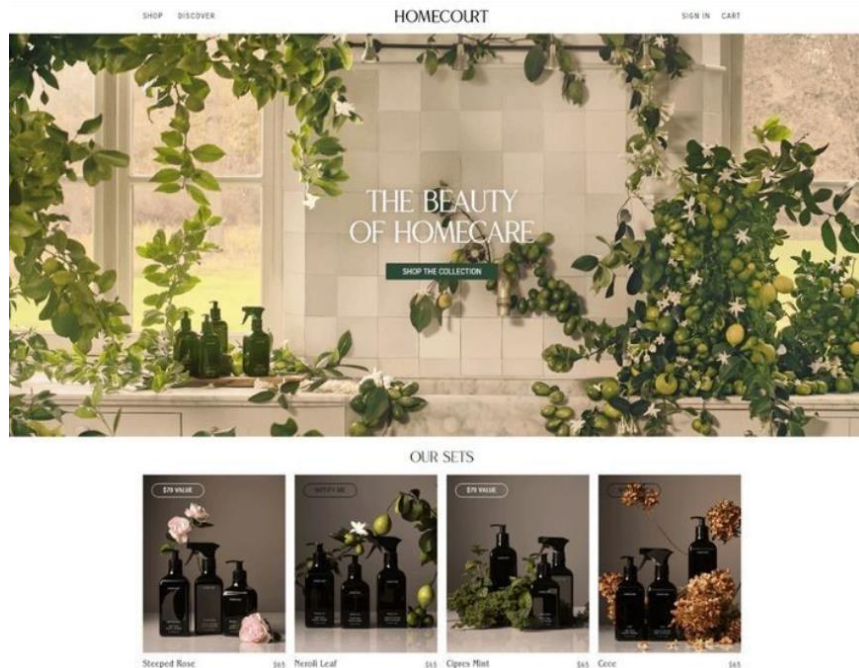


Рисунок 8. Приклад якісного дизайну інтернет-магазину

Якісний дизайн інтернет-магазину виражається в ретельному підборі шрифтів і кольорів, які відповідають бренду та актуальні для користувача.

Правильно підібрані шрифти сприяють чіткій передачі інформації, забезпечують читабельність і створюють теплу атмосферу. Навпаки, колірна палітра повинна бути гармонійною, привабливою, не перевантаженою і не суперечливою. Крім того, якісний дизайн інтернет-магазину враховує інтуїтивність використання, забезпечуючи зручну навігацію та швидкий доступ до інформації. Це може включати чіткі кнопки, чіткі розділи та інтуїтивно зрозумілі елементи керування.

Крім того, якісний дизайн враховує адаптивність до різних пристроїв, забезпечуючи оптимальне відображення на комп'ютерах, планшетах і смартфонах.

Загалом, якісний дизайн інтернет-магазину сприяє створенню позитивного враження від бренду, привносячи зручність, естетику та професіоналізм у взаємодію з користувачами.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						20
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Поганий дизайн, особливо з неправильно підібраними шрифтами та кольорами, може негативно вплинути на сприйняття веб-сайту чи іншого вмісту (рис. 9).



Рисунок 9. Приклад неякісного дизайну інтернет-магазину

Невдалий вибір шрифту може зробити текст складним для читання або непрофесійним. Наприклад, якщо шрифт занадто малий або тонкий, читання може бути складним, особливо на мобільних пристроях. З іншого боку, якщо шрифт занадто великий або важкий, текст може виглядати надто насиченим або непривабливим.

Що стосується кольору, неправильний вибір може призвести до того, що веб-сайт або твір мистецтва виглядатимуть погано. Наприклад, суперечливі або непотрібні комбінації кольорів можуть ускладнити перегляд сторінки або дратувати користувачів. Крім того, невідповідність кольорів може погіршити чіткість вмісту та ускладнити розуміння інформації.

Загалом, поганий дизайн із погано підібраними шрифтами та кольорами може створити відчуття непрофесіоналізму, змішаного з занепокоєнням користувача, що може призвести до втрати інтересу та негативних вражень про продукт чи бренд.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						21
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Не менш важливим аспектом успішного інтернет-магазину є зручність використання. Навіть якщо дизайн веб-сайту виглядає елегантним і сучасним, якщо користувачі відчують труднощі з навігацією або пошуком інформації, вони, швидше за все, відмовляться від покупки.

Якщо навігація заплутана і пошук важкий, дизайн сайту відволікатиме. Якщо користувачі не можуть швидко перейти на веб-сайт протягом перших 30-40 секунд, вони, швидше за все, перейдуть до іншого магазину.

Щоб створити по-справжньому зручний інтернет-магазин, необхідно приділити максимум уваги зручності його використання, намагаючись уявити себе в ролі потенційного покупця, який вперше відвідує сайт.

Є кілька принципів веб-розробки, які допомагають створити веб-сайт, дружній до більшості користувачів:

- Сторінки завантажуються швидко.
- Навігація логічна та зрозуміла.
- Показувати явні помилки (наприклад, підказки про неправильно заповнені поля).
- Максимальна простота заповнення форм. Чим менше кроків потрібно зробити користувачеві, щоб зробити замовлення, тим краще.

При створенні інтернет-магазину важливо ретельно продумати всі аспекти, щоб клієнтам було легше користуватися ним. Веб-сайт є не лише місцем для представлення продуктів, але й потужним інструментом електронної комерції, який допомагає клієнтам вибирати та купувати.

1.4 Проектування веб-сайту інтернет-магазину

1.4.1 Етапи створення інтернет-магазину

Розробка веб-ресурсу в більшості випадків включає кілька основних і другорядних процесів: підготовка, проектування, розробка дизайну, програмування сайту, наповнення контентом і тестування (рис. 10).

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						22
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Етапи створення інтернет-магазину

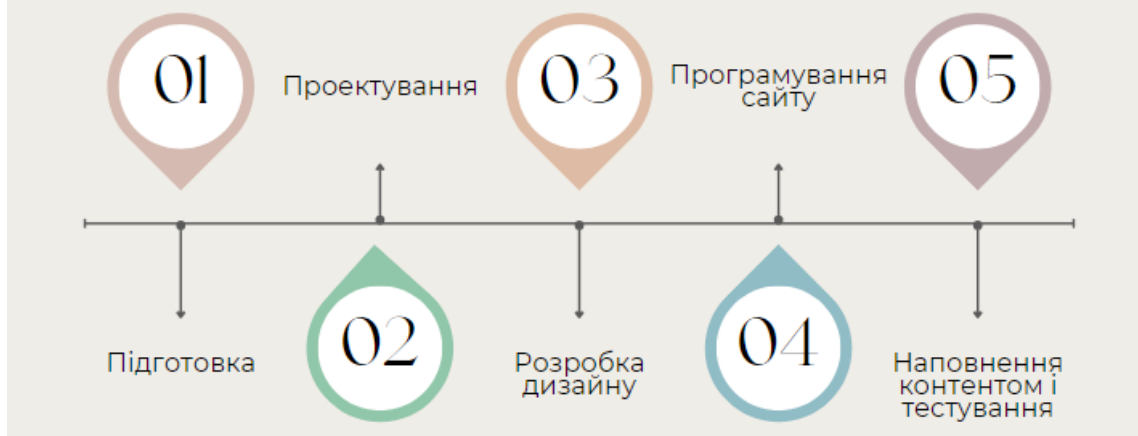


Рисунок 10. Основні етапи створення онлайн-магазину

Перший основний етап розробки інтернет-магазину повинен включати в себе підготовку. На цьому етапі буде проведений детальний аналіз сфери, до якої буде відноситися майбутній веб-ресурс, дослідження потенційної цільової аудиторії, її потреб і уподобання.

Особливу увагу слід приділити аналізу діяльності конкурентів. Необхідно виділити основні переваги, якими користуються конкуренти, а також проаналізувати їх недоліки.

Крім того, на підготовчому етапі необхідно визначити основні характеристики сторінки (початковий дизайн, корисна інформація), кількість товарів, які будуть продаватися через сайт, а також кількість додаткових сторінок.

Етап проектування інтернет-магазину відноситься до наступного етапу. Складання технічного завдання на розробку є ключовим моментом етапу проектування.

Технічне завдання зазвичай містить інформацію про цілі та завдання інтернет-магазину, особливості цільової аудиторії та товарів, особливості концепції інтернет-магазину, вимоги до змісту та оформлення, а також

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						23
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

функціональні та технічні вимоги. У технічному завданні також описано структуру інтернет-магазину.

Завдання на створення веб-магазину, програмування різних компонентів і модулів тощо формуються на основі комплексного технічного завдання.

Безпосередньо починається етап розробки інтернет-магазину. Створення ідеї, як буде виглядати інтернет-магазин.

Потрібно продумати загальну структуру веб-сайту та кожен окремий розділ. Для цього необхідно визначити, як саме відвідувачі будуть «ходити по магазину» – думати про шлях потенційного користувача.

Основна мета цього кроку полягає в тому, щоб створити оптимальні параметри навігації, які полегшать покупцям нерухомості користування веб-сайтом. На основі результатів винайденої структури в майбутньому буде створено сайт.

Основна мета на етапі розробки дизайну – створити унікальний і гармонійний зовнішній вигляд сайту, який передає певний настрій і враховує потреби та переваги цільової аудиторії.

На цьому етапі важливо визначитися, яким буде веб-сайт: адаптивним, з динамічними елементами, які підлаштовуються під розмір екрану користувача, чи зі спеціально розробленою окремою мобільною версією спеціально для смартфонів і планшетів.

Веб-сайт повинен бути не тільки привабливим, але й інтуїтивно зрозумілим для користувачів. З перших секунд має бути зрозумілою тематика веб-сайту та товари чи послуги, які він пропонує (рис. 11).

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						24
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

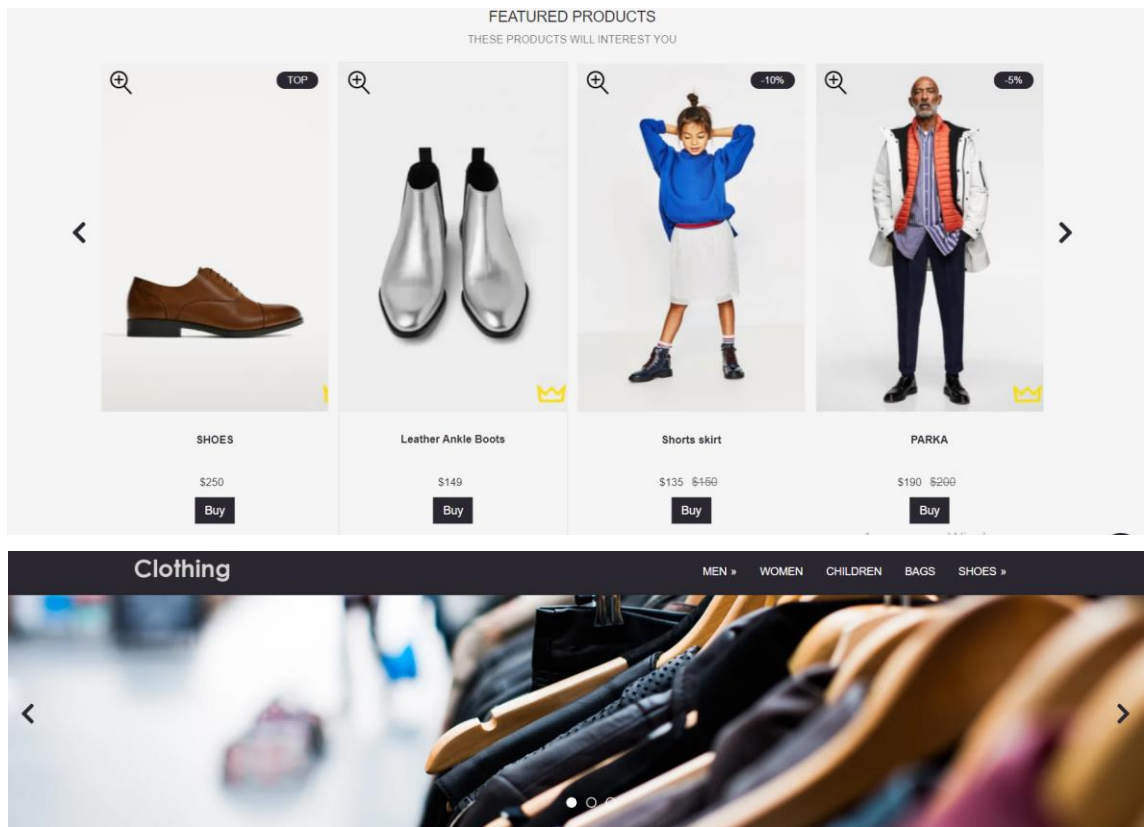


Рисунок 11. Приклад фрагмента дизайну веб-сторінки онлайн-магазину

Процес розробки дизайну проходить кілька етапів:

- Вибір кольору: Гармонійне поєднання кольорів з використанням контрастних відтінків для виділення важливих елементів.
- Створення унікального макету: поєднує всі елементи дизайну в один простий для розуміння макет.
- Робота з типографікою: вибір відповідних шрифтів, стилів і налаштувань.
- Впровадження анімовані елементи: використовує анімацію, щоб привернути й утримати увагу відвідувачів.
- Тематичний підбір зображень та графічного матеріалу: використання зображення, які відповідають загальній тематиці та атмосфері сайту.

Наступним кроком у процесі розробки є програмування сайту інтернет-магазину. Всі методи створення сайтів умовно поділяються на два основних види.

Перший тип створення веб-сайту полягає у написанні веб-сайту вручну за допомогою однієї або кількох мов веб-програмування. По-перше, щоб

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						25
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

досягти цього, потрібно знати мову гіпертекстової розмітки HTML, а також каскадні таблиці стилів CSS. За допомогою HTML створюється основа майбутнього сайту, а за допомогою CSS формується його інтерфейс.

Щоб створити динамічну сторінку, необхідно також використовувати скрипти з мови програмування PHP. Оскільки він може тісно взаємодіяти з сервером, його також називають мовою сервера.

Звичайно, не зашкодить і мова програмування JavaScript, сприяючи зростанню сайту. Графіка та дизайн веб-сайту також створюються вручну, якщо використовуються «ручні» методи створення веб-сайту.

До другої групи методів створення веб-сайтів можна віднести автоматизовані методи створення веб-сайтів: за допомогою спеціальних конструкторів сайтів або систем управління контентом (CMS). Цей термін означає «система керування вмістом». Назва чітко відображає основу.

CMS – це програмне забезпечення на основі сценаріїв, яке дозволяє керувати, змінювати, переглядати та контролювати вміст ресурсів.

Сучасні системи мають багато функцій і складаються з великої кількості модулів, кожен з яких має окремі компоненти. Програмне забезпечення, яке допомагає створювати стандартні веб-сторінки, що складаються з блоків стилю конструктора. Для цього навіть не потрібні спеціальні знання програмування.

CMS має такі переваги:

- Простота у використанні. Для створення веб-сайту не потрібні спеціальні навички – потрібно лише скопіювати готові блоки та дизайни;
- Бюджетування. Конструктори веб-сайтів часто є безкоштовними або умовно-безкоштовними;
- Час творчості. Можна створити веб-сайт на основі дизайнера за день-два. Для початку потрібно створити обліковий запис, вибрати ціну, тему, блок плану та встановити налаштування SEO.
- За допомогою віджетів можна додавати посилання на партнерські сайти, програми тощо.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						26
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Наступний і не менш важливий етап – це процес наповнення контенту для створеного інтернет-магазину. На даному етапі розробки та створення інтернет-магазину готується вся необхідна текстова та графічна інформація, яка буде використана для його розміщення на сайті.

Першим кроком у створенні інтернет-магазину є визначення тематики та вибір формату. Вибір формату інтернет-магазину передбачає його оформлення відповідно до специфіки галузі з доступними параметрами товарів, зображеннями та іншою детальною інформацією.

Другий крок – визначення назви інтернет-магазину та доменного імені, а також реєстрація хостингу сайту. Доменне ім'я – це адреса магазину в Інтернеті, завдяки якій магазин може знайти пошукова система. Доменні імена повинні бути короткими і легко запам'ятовуватися. Хостинг відповідає за зберігання сторінки на віддаленому сервері.

Третій крок – розробка інтернет-магазину відповідно до обраного формату та концепції. На даному етапі розробляється технічна документація щодо інформаційної роботи інтернет-магазину.

Четвертий крок включає:

- створення каталогу товарів;
- організацію рекламних заходів;
- економічний аналіз;
- управління безпекою інтернет-магазину;
- налаштування інших необхідних сторінок (інформація про оплату та доставку, політика конфіденційності, інформація про повернення, коментарі тощо).

Після створення опису продукту він матиме форму відображення опису; ім'я; ціна; відгуки; виробник; код товару тощо.

П'ятий крок – перевірка зручності використання інтерфейсу та функціональності інтернет-магазину.

На етапі тестування веб-сайт ретельно перевіряється за такими показниками:

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						27
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Адаптивність дизайну. Сайт повинен коректно відобразитися на екранах смартфонів, планшетів, ПК при відкритті в різних браузерах.

– Зручність використання: наскільки зручно переміщатися веб-сайтом, шукати товари та робити покупки. Немає відволікаючих факторів або чогось, що заважає запланованим діям.

– Програмне забезпечення: коректність програмних модулів і всіх функцій сайту.

– Навантаження: кількість відвідувачів не повинна перенавантажувати магазини.

І тільки коли всі помилки будуть проаналізовані та виправлені, можна переходити безпосередньо до процесу розміщення створеного веб-ресурсу.

Сьомий крок забезпечує, а точніше, вимагає публікації на сервері, доступному через Інтернет. Крім того, цей етап передбачає подальшу рекламно-промоційну діяльність.

На рис. 12 зображено декомпозицію контекстної діаграми, яка включає в себе 5 процесів:

- Обробка (визначення) побажань.
- Вибір платформи. Розробник вибирає платформу для розробки проекту інтернет-магазину, враховуючи вимоги та побажання.
- Дослідження вимог. Воно проводиться з метою вивчення та аналізу вимог, які постають перед розробкою та роботою інтернет-магазину;
- Визначити функції платформи. На даному етапі функціонал платформи досліджується та тестується (зручний інтерфейс, захист персональних даних, перевірка інформації про продукт тощо).
- Розробка та вдосконалення сайту інтернет-магазину. Розробляється остаточний проект інтернет-магазину.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						28
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

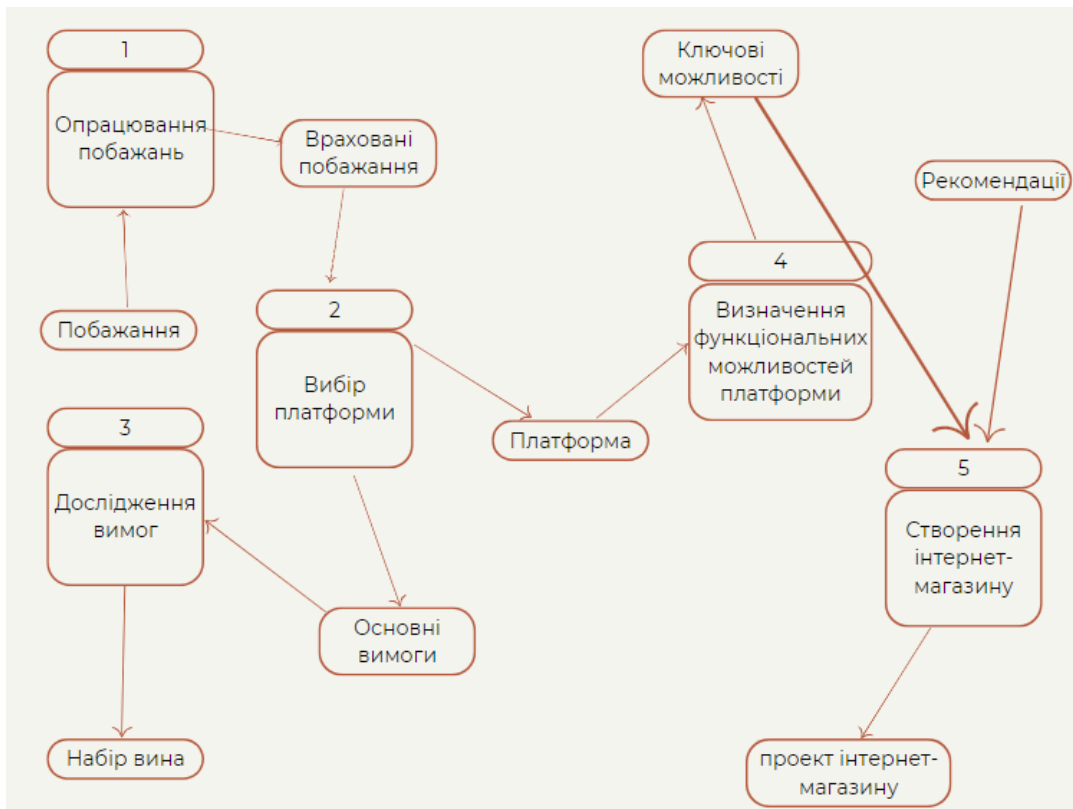


Рисунок 12. Декомпозиція контекстної діаграми

1.4.2 Аналіз існуючих методів створення сайту інтернет-магазину

Сьогодні найпопулярнішим і зручним способом створення сайту інтернет-магазину є його автоматичне створення: за допомогою Спеціальних конструкторів сайтів або систем управління контентом.

Розглянемо найпопулярніші системи управління контентом, розроблена спеціально для розробки інтернет-магазинів.

WordPress (рис. 13) – лідер серед безкоштовних конструкторів. Ця система відрізняється простотою розробки та керування сайтом. Для неї є багато безкоштовних тем і плагінів, які вирішують практично будь-які завдання. Якщо безкоштовного функціонала буде недостатньо, завжди можна розширити функціонал платними темами та модулями. На WordPress можна створити практично будь-який інтернет-ресурс – від особистого блогу до інтернет-магазину. Головне, тільки добре оптимізувати шаблон, щоб сайт не сильно тупив, якщо у вас слабкий хостинг.

Переваги: безкоштовний конструктор, легко і швидко встановлюється на будь-якому хостингу, зручний інтерфейс редагування шаблонів, можна зробити практично будь-який сайт на шаблоні самостійно, без знань програмування.

Недоліки: Деякі плагіни можуть бути несумісні один з одним при встановленні або після оновлення наявних, велика кількість плагінів сильно притуплює роботу сайту в цілому.

Для яких сайтів підходить: Блоги, сайти-візитки, односторінкові Landing page, портфоліо, інформаційні та портали новин, інтернет-магазини.

Продуктивність Якщо не встановлювати 1000 різних плагінів на простому хостингу, з продуктивністю особливих проблем не буде.

Безпека: Якщо постійно оновлювати теми та встановлені плагіни, а також правильно налаштувати захист, зламати буде складно.

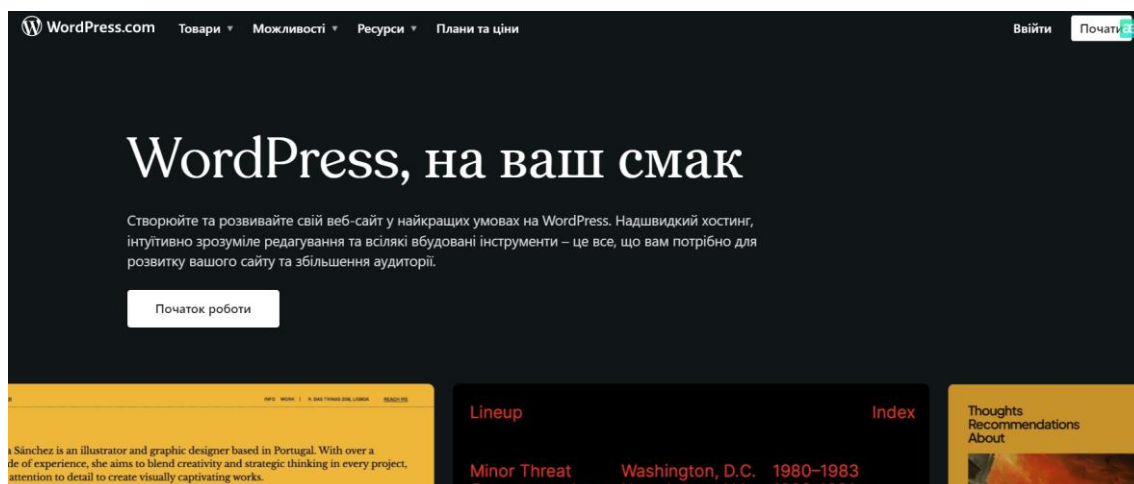


Рисунок 13 . Головна сторінка конструктору WordPress

Joomla (рис. 14) – друга популярна безкоштовна CMS після WordPress з відкритим вихідним кодом, що дозволяє створювати сайти різних типів. Функціонал базової версії розширюється за допомогою встановлення безкоштовних та платних модулів та плагінів. Але це не найпростіше рішення, в порівнянні з тим же WordPress.

Переваги: мінімальні вимоги до хостингу, зручний інсталятор, широкий вибір шаблонів, розширень, велика спільнота фахівців, багато навчальних

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						30
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

матеріалів українською мовою, проста документація, мультимовність, зрозуміла панель управління, вбудований менеджер шаблонів листів.

Недоліки: немає офіційної технічної підтримки з боку розробників. При переїзді зі старих версій можуть бути проблеми (як і інших движках).

Для яких сайтів підходить: для запуску різних типів проектів – від односторінкових сайтів до інтернет-магазинів з великим асортиментом товарів, порталів новин, функціональних сайтів компаній.

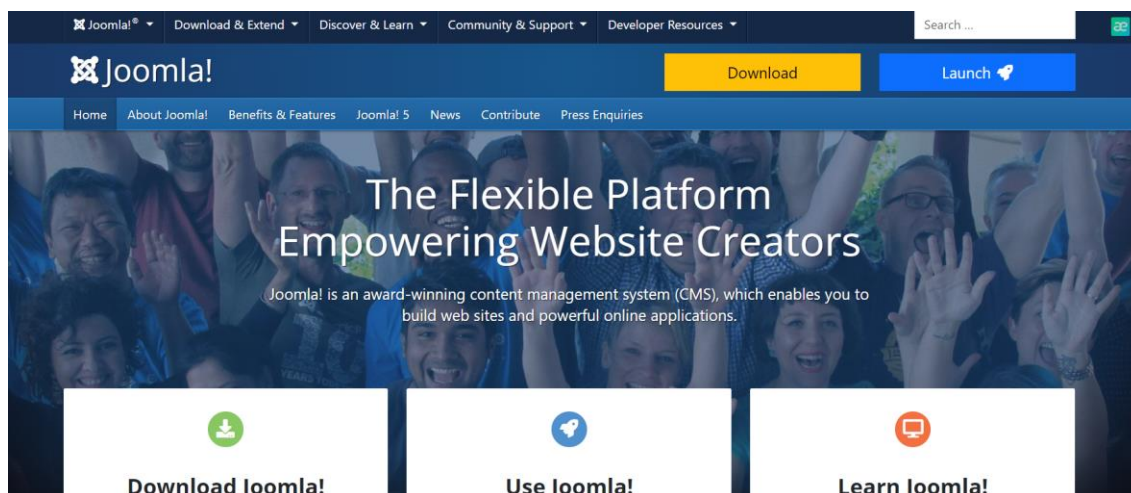


Рисунок 14. Головна сторінка конструктору Joomla

OpenCart (рис. 15) – безкоштовна готова до використання CMS з відкритим кодом для створення інтернет-магазинів. Платформа електронної комерції містить усе необхідне для запуску електронної комерції лише кількома клацаннями миші.

Якщо основного функціоналу недостатньо, його завжди можна розширити платними/безкоштовними модулями або купити готову збірку і запустити її за шаблоном або у власному дизайні фасадного інтернет-магазину.

Переваги: Хороша та практична архітектура двигуна дозволяє точно налаштувати його відповідно до ваших потреб. Легко освоїти для початківців і має інтуїтивно зрозумілий і зручний багатомовний інтерфейс. Є багато шаблонів і модулів, особливо для інтеграції з популярними сервісами. Легко вміщує 20 000 предметів. Гарна охорона.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						31
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Недоліки: Не всі модулі можуть працювати разом без конфліктів. Під час встановлення несправних модулів сторонніх виробників можуть виникнути проблеми з безпекою. Під час оновлення модулів веб-сайт може вийти з ладу через несумісність движка та версії модуля. Створює високе навантаження на базу даних, якщо продукти потрібно фільтрувати а кількома параметрами. Можуть виникнути проблеми з оптимізацією заголовків і описів шаблонів (це залежить від реалізації). Підходить виключно для інтернет-магазинів.

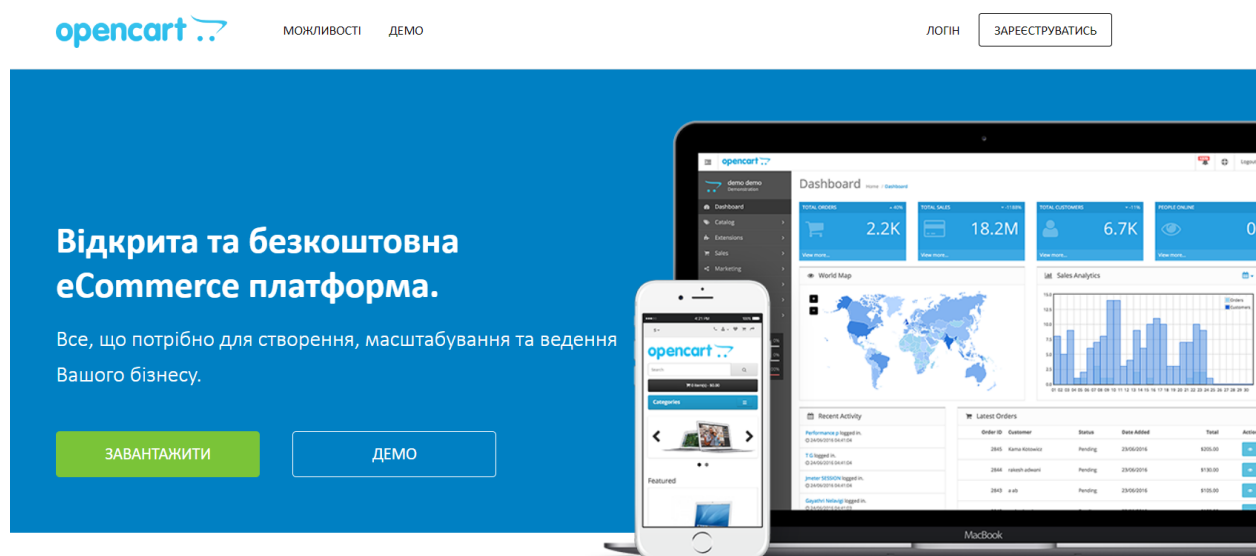


Рисунок 15. Головна сторінка конструктору OpenCart

Конструктор сайтів **Tilda** (рис. 16) дозволяє за пару годин створювати сайти з професійним дизайном: лендінги, інтернет-магазини, сторінки або блоги. В основі інтерфейсу лежить принцип створення сторінок із смислових блоків. Потрібно послідовно додати їх до сторінки, змінити контент та скоригувати зовнішній вигляд. На екрані одразу видно, як виглядає майбутній сайт. Для роботи не потрібні спеціальні навички та вміння програмувати.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						32
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

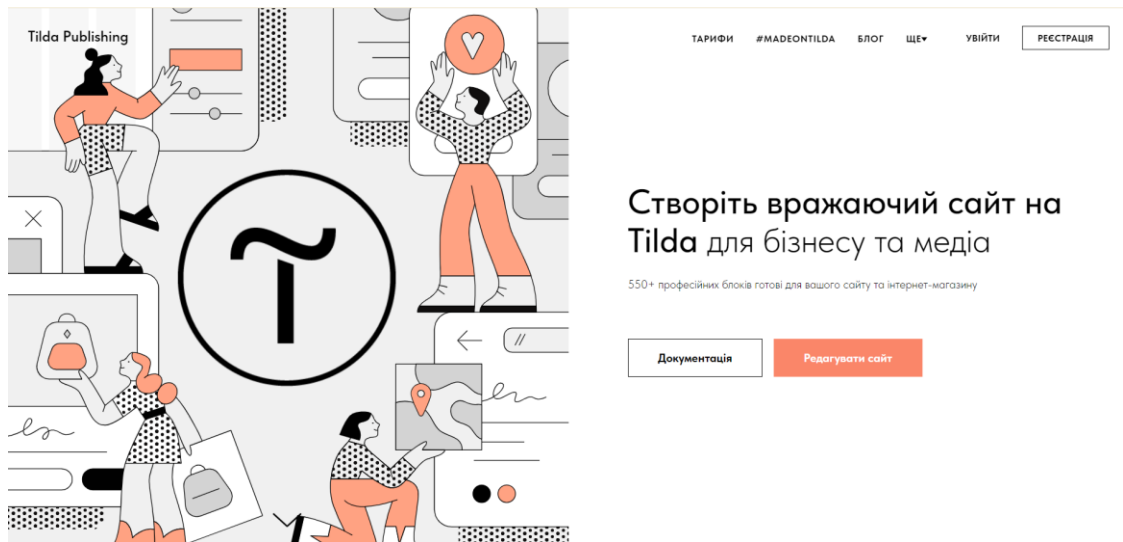


Рисунок 16. Головний екран конструктору Tilda

Сайти на Tilda автоматично підлаштовуються під екрани комп'ютерів, планшетів та смартфонів. Усі блоки з бібліотеки вже адаптивні. Не потрібно витрачати час на створення окремих версій для різних пристроїв – кожному відвідувачу вашого сайту зручно сприйматиме інформацію. Це дуже важливо для посадкових сторінок, тому що адаптивність прямо впливає на конверсію.

У конструкторі Tilda легко зробити інтернет-магазин. Є окрема категорія з блоками для кошика та карток товару різного виду.

Головною перевагою конструктора є простота використання та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Tilda пропонує різноманітні навчальні матеріали, статті та відеоуроки, включаючи докладні інструкції з інтеграції, підключення та налаштування кількох корисних сервісів. Можливості Tilda дозволяють створювати унікальні професійні проекти студійного рівня.

При розробці блоків дизайнери Tilda керуються сучасними трендами, правилами типографіки та кольору. У середині блоків передбачено розмір шрифту, відступи та інтервали, візуально відкориговані для читабельності, готові до використання шаблони, які підходять для всіх типів пристроїв і браузерів. Існує візуальна ієрархія: легко побачити, що важливо, а що другорядне.

Конструктор має бібліотеку з понад 500 секцій, елементів, згрупованих для створення сторінок. Можна змінити всі налаштування: відступи, стовпці,

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						33
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

шрифти, інтервали, кольори. Перевага готових секцій полягає в тому, що немає необхідності переосмислювати прототип з нуля, боячись зробити помилки в дизайні. Це значно економить час: дозволяє зосередитися на ідеї та змісті проекту.

Бібліотека шаблонів, зображення, шрифти Tilda пропонує понад 200 шаблонів, розділених на категорії, зокрема Бізнес, Магазин, Події, Анкета. Шаблони – це готові сторінки, створені з тематичних блоків. Їх можна використовувати як основу, адаптовану до потреб, і як джерело натхнення та ідей. Багато моделей розроблено для конкретних типів бізнесу.

Конструктор Tilda пропонує багату бібліотеку з понад 600 000 безкоштовних зображень і 40 наборів значків. Ліцензія дозволяє використовувати ці зображення в комерційних цілях на сайтах Tilda.

1.5 Реалізація веб-сайту інтернет-магазину

1.5.1 Дизайнерське рішення та концепція сайту інтернет-магазину

Головне завдання концепції веб-сайту – сформулювати базові уявлення та гіпотези про місце майбутнього. Далі йде моделювання сайтів - синтез ідей і розробки рішень.

Розробка концепції веб-сайту - це перший етап роботи над сайтом, який полягає у визначенні цілей і завдань, які він повинен вирішувати. Цілі та завдання можуть бути найрізноманітнішими, наприклад позиціонування компанії як лідера ринку, просування на ринок нової продуктової лінії, формування іміджу компанії, пошук нових клієнтів і партнерів, підтримка існуючих клієнтів і партнерів та багато іншого, збільшення продажів клієнтів, пошук нових клієнтів і партнерів, підтримка існуючих клієнтів і партнерів та багато іншого.

Необхідно чітко ідентифікувати як послуги та товари буде представляти сайт. Важливо точно визначити цільову групу: вік, район проживання, інтереси.

При розробці концепції необхідно враховувати не тільки особливості цільової аудиторії та її характер, а й конкурентну перевагу компанії. Крім

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						34
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

того, розробка концепції сайту включає в себе продумування та узгодження дизайну веб-сайту, його структури, контенту, функцій, подальших методів роботи з ресурсами. Тільки відповівши на всі питання, пов'язані з цілями і завданнями сайту, визначивши його вартість, можна знайти найоптимальніше рішення для успішної реалізації поставлених завдань.

Розробка концепції сайту включає розробку конкретного документа, що містить інформацію про всі основні параметри майбутнього сайту. Однак концепція розробки сайту – це лише «ескіз», що вказує напрямок роботи команди професіоналів, які займаються дизайном сайту.

Інтернет переповнений ресурсами, яким бракує яскравості та оригінальності. Професійно підібрана ідея може наочно показати користувачам, чому варто відвідати сайт і повертатися знову і знову.

Розробка креативної ідеї сайту допомагає визначити стиль сайту, його графічне наповнення відповідно до існуючої концепції сайту, це є рушійною силою дизайн-проекту. На етапі проектування треба мати максимально чітке уявлення про те, що клієнт отримає від виходу, оскільки кінцевий результат сприяє прискоренню процесу досягнення головної мети - збільшення продажів або розширення цільової аудиторії, форми відповідний імідж бренду або залучення більш лояльних цільових груп.

Розробка концепції сайту передбачає реалізацію вимог, які лежать в основі технічного завдання. Як правило, планування дизайну сайту включає кілька етапів, які визначають якість обробки продукції.

Після детального дослідження продукту складається загальне уявлення про позицію бажаного бренду на конкурентному ринку, коли мова йде про послугу чи унікальний продукт. Правильне позиціонування бренду та використання технологій нового покоління сприяють позитивному розвитку проекту.

Оскільки концепція є початковим кроком дизайну, її основним завданням є формування основних ідей і гіпотез. Далі йде моделювання – синтез ідей і розробка рішень. Цей процес схожий на роботу мозку, він

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						35
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

спочатку отримує та аналізує інформацію, а потім просить нас діяти тим чи іншим чином.

Крім того, слід зазначити, що частина концепції викладає основи, а решта – гіпотези, які потребують перевірки, в тому числі на етапі тестування концепції, потім при проектуванні та в процесі експлуатації сайту.

Оскільки цю концепцію читають клієнти та майбутні користувачі, вона має бути написана їхньою мовою, а не будь-яким іншим способом.

Розглянемо ближче сайт інтернет-магазину товарів для кав'ярні. Головний фактор – з'ясування цільової аудиторії.

Спеціалізовані товари для кав'ярень - це не просто інструменти та аксесуари, популярні завдяки масовим рекламним кампаніям за участю відомих кухарів або блогерів на сторінках модних журналів. Скоріше це мистецтво створення ідеальної атмосфери кав'ярні, естетична філософія кав'ярні та культура приготування кави.

Товари для кав'ярень – це щось унікальне та особливе, спосіб презентації закладу як унікального місця відпочинку та насолоди.

Цільовою аудиторією сайту, створеного для інтернет-магазину кавової продукції, є люди з хорошим смаком до кави, справжні кавомашини, шанувальники неймовірних можливостей бариста та техніки у створенні дружньої та комфортної атмосфери, ну і безпосередньо клієнти які хочуть розпочати свій бізнес у цій індустрії та відкрити свою кавову лавку чи справжню кав'ярню. Вони цінують унікальність кожної деталі, починаючи від кавоварки і закінчуючи оздобленням, але водночас намагаються висловити щось нематеріальне і майже непомітне у своєму закладі – аромат свіжої кави, відчуття комфорту під час ранкового пробудження чи тепло, коли відпочивають з чашкою кави еспресо.

Спеціалізована продукція для кав'ярень часто користується популярністю, тому потенційними покупцями продукції можуть бути як власники кав'ярень, так і звичайні споживачі, які хочуть створити простір кав'ярні вдома.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						36
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Оскільки потенційні покупці – це не тільки любителі кави, а й справжні митці та гурмани, сайт повинен містити щось унікальне, справляти приголомшливий ефект і в повній мірі демонструвати філософію та концепцію кожного продукту з перших секунд доступу до веб-ресурсу.

Провівши аналіз цільової аудиторії, необхідно визначитися зі структурою майбутнього сайту, основними сторінками та переліком інформації, яка буде розміщена на сайті. Структура веб-сайту – це розташування сторінок, елементів і блоків, а також їхні взаємозв'язки.

Візьмемо інтернет-магазин: головна сторінка, секції з картками товарів, категорії та прайс-листи, форма для коментарів і віджети утворюють єдину структуру.

Сайт повинен бути максимально зручним - вписуватися в логіку користувача і веде його в правильному напрямку.

Навіщо потрібна структура?

- щоб користувач міг з першої хвилини зрозуміти, де він знаходиться, і почати свою подорож сайтом;
- вільно переміщатися по веб-сайту: у будь-який час повертатися на головну сторінку, переходити з одного розділу в інший, з кошика до каси тощо;
- що вибір товарів повинен бути зручним і захоплюючим заняттям, а не складним завданням;
- просування сайту в пошуках за ключовими словами;
- щоб зрештою спонукати користувача виконати цільову дію або розмістити замовлення.

Якщо структура нереалістична - користувач швидше за все покине сайт і знайде інший - конкурентів достатньо.

Взагалі існує декілька типів структур: лінійна, деревовидна, блокова, тегова.

Для розробки обрано тегову структуру (рис. 17) веб-сайту для створення мого інтернет-магазину «Все для кав'ярні» з кількох важливих причин:

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						37
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Зручність навігації: тегова структура дозволяє вам упорядковувати вміст таким чином, щоб користувачі могли легко знаходити необхідні продукти ключовими словами або категоріями. Це особливо важливо для інтернет-магазину з широким асортиментом товарів, де клієнти можуть шукати товари за багатьма різними параметрами.

– Покращена взаємодія з користувачем: використання карток забезпечує інтуїтивно зрозумілу навігацію, яка підвищує задоволеність користувачів. Відвідувачі можуть швидко переміщатися між подібними продуктами, що робить процес покупки ефективнішим і приємнішим.

– Сприяння SEO-оптимізації: теги допомагають покращити видимість веб-сайту в пошукових системах. Правильне тегування дозволяє пошуковим системам краще індексувати ваш вміст, збільшуючи ймовірність того, що потенційні клієнти знайдуть наш сайт у пошуках певних продуктів кави.

– Гнучкість і розширюваність: тегова структура забезпечує гнучкість розширення асортименту. Коли додаються нові продукти або категорії, можна легко застосувати нові теги, не змінюючи дизайн веб-сайту. Це робить сайт більш динамічним і здатним швидко адаптуватися до змін категорії.

– Підвищення персоналізації: теги дозволяють збирати й аналізувати дані про вподобання користувачів, допомагаючи створювати персоналізовані пропозиції. Використовуючи теги, можна рекомендувати продукти, які можуть зацікавити клієнтів на основі їхніх пошуків і попередніх покупок.

– Простота адміністрування: для адміністраторів сайту структура тегів спрощує процес керування вмістом. Це дозволяє ефективно впорядковувати продукти, оновлювати інформацію та додавати нові елементи без зайвих зусиль.

Враховуючи ці переваги, тегова структура є оптимальним вибором для створення інтернет-магазину «Все для кав'ярні». Це забезпечує комфорт користувача, сприяє кращій видимості в пошукових системах і забезпечує ефективне керування вмістом, що є важливими аспектами для належного функціонування інтернет-магазину.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						38
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Створений продукт - інтернет-магазин, головна сторінка сайту - каталог, повний перелік товарів, які пропонує компанія. Крім того, на головній сторінці повинен бути розділ «Про компанію», де буде основна інформація про компанію, основні переваги та досягнення компанії.

Додаткові розділи включають такі сторінки: Доставка та оплата, Пропозиції, Політика конфіденційності. Отже, структура сайту має розмічений вигляд і включає наступні сторінки: Головна сторінка, Про нас, Каталог, Доставка та оплата, Контакти, Політика конфіденційності.

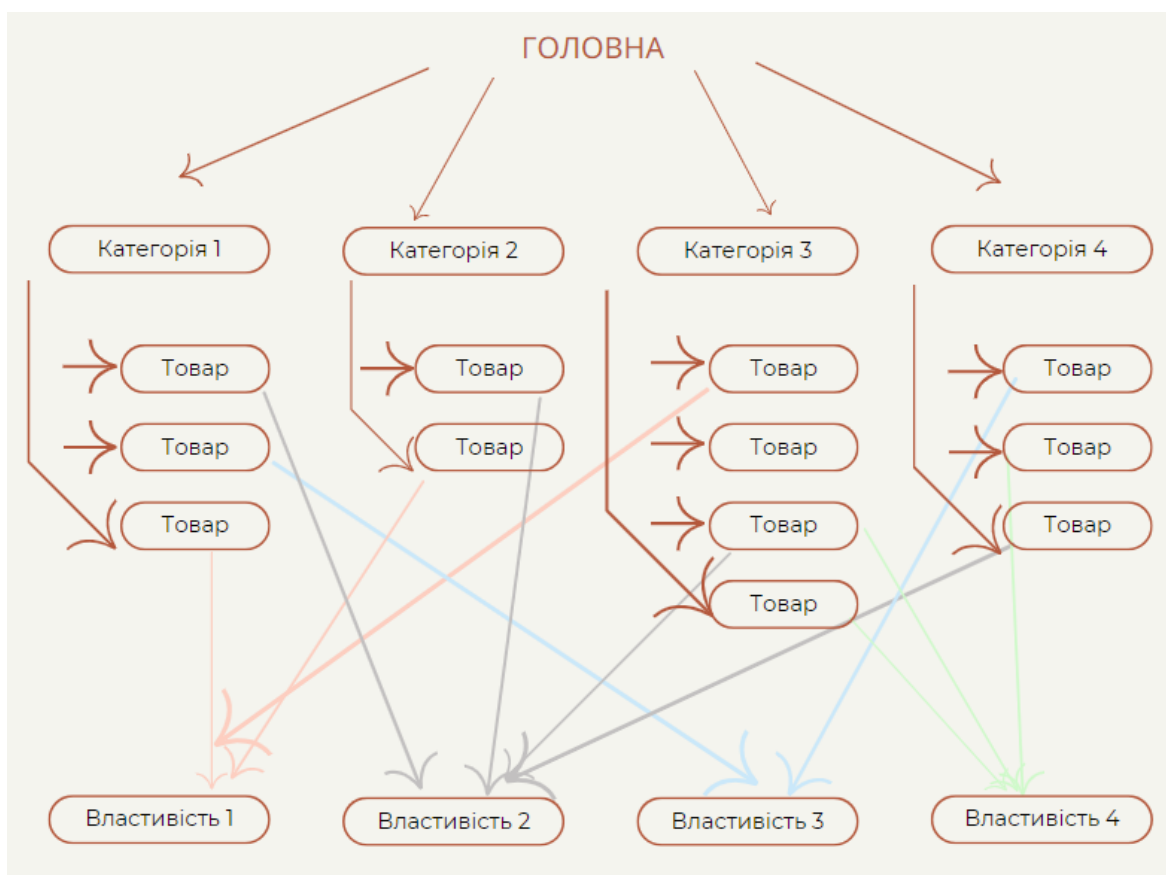


Рисунок 17. Тегова структура веб-сайту

Сторінки каталогу в свою чергу містять класифікацію товарів за певними критеріями: категорії товарів, бренди, виробники, цінові діапазони, кількості.

1.5.2 Шрифт

Шрифти відіграють одну з найважливіших ролей у сприйнятті інформації. Отже, щоб створити дуже якісний онлайн-ресурс, вам потрібно вибрати правильну пару шрифтів.

Існує кілька способів класифікації шоломів. Найбільш поширеною є класифікація за технічним стилем: античний, гротескний, рукописний, тощо.

У створеному інтернет-магазині використовувався основний шрифт з різними штрихами: Montserrat. Цей шрифт оптимальний для сприйняття інформації, легкочитаємий, підтримує як латинський, так і кириличний алфавіти.

1.5.3 Колірне рішення

Питання про колір пов'язане з тим, що сприйняття кольору людиною є суб'єктивним явищем, тобто колір є не тільки фізичним явищем, але значною мірою і психологічним.

Кожна людина має різні сприйняття одного і того ж кольору, пов'язані з віком, статтю, расою, відмінні від сприйняття інших. Незважаючи на те, що процес сприйняття та інтерпретації кольору мозком людини є складним психофізичним явищем, яке до кінця не вивчене, фізичну природу кольору можна досить точно описати на основі обробки експериментальних результатів і певних теоретичних досліджень.

Деякі люди вважають чорний колір магічним і грізним, інші впевнені, що немає більш вишуканого кольору. Незважаючи ні на що, чорний не можна ігнорувати. У світі дизайну чорний скрізь.

Основна ідея розробки інтернет-магазину «Все для кав'ярні» полягає в тому, що сайт виконано повністю в чорно-білому кольорі. Адже кавова продукція покликана створювати особливі моменти у повсякденному житті розсіюючи повсякденні турботи ароматом і чудовим смаком кожної чашки кави. Вибір колірної палітри важливий при створенні сайту. Вибрані кольори повинні гармоніювати між собою і справляти приємне враження на відвідувачів.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						40
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Для інтернет-магазину «Все для кав'ярні» кольори підібрані так, щоб не перевантажувати око, забезпечуючи комфортне сприйняття контенту. Ці кольори також пов'язані з кавою, що допомагає підкреслити тематику веб-сайту. Збалансована палітра кольорів допомагає створити теплу атмосферу, яка спонукає до покупок.

1.5.4 Навігація сайту

Основною навігацією сайту є рядок меню. На веб-сторінках головне меню може бути представлено як у вигляді горизонтального меню зверху вниз, так і у вигляді вертикального бічного меню.

У великих магазинах найчастіше використовуються обидва варіанти. Наскрізне головне меню (рис. 18). Це меню допомагає користувачам швидко переходити від одного розділу до іншого. В інтернет-магазинах із середньою кількістю товарів часто неможливо включити в це меню всі види товарів. Наскрізні меню можуть бути горизонтальними та вертикальними бічними панелями. У великих магазинах частіше зустрічається головне горизонтальне меню, де часто розташовуються основні верхні категорії.



Рисунок 18. Головне меню на сайті

Крім того, головне меню приховується і відображається при натисканні відповідної кнопки - «гамбургер» (рис.19). Внутрішнє меню представлено як фільтр категорії продуктів, щоб користувачі могли знайти потрібні їм продукти. Для зручності пошукової системи деякі пункти підменю приховані та можуть бути відображені за допомогою випадаючого списку.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						41
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		



Рисунок. Гамбургер-меню на сайті

1.5.5 Розробка макету веб-сайту в Figma

Для розробки інтернет-магазину був обраний спосіб створення сайту за допомогою CMS системи Tilda, оскільки цей інструмент має максимально зручну адмінпанель, яка дозволяє редагувати, легко додавати та видаляти контент, графічне редагування.

На основі обраної тематики та структури сайту розроблений інтернет-магазин за допомогою Figma.

Шапка сайту (Header) є ключовим елементом дизайну інтернет-магазину, що спеціалізується на кавовій продукції. Вона містить логотип, а також кнопки для входу та реєстрації.

Логотип розташований по центру, він повинен бути достатньо великим для легкої впізнаваності, але не занадто великим, щоб не відволікати від інших елементів. Важливо, щоб логотип був клікабельним і при натисканні на нього користувач повертався на головну сторінку.

Перш ніж почати розробку логотипу, було визначимо основні вимоги. Логотип має бути лаконічним і зрозумілим, щоб користувачі могли його легко

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						42
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

зрозуміти. Читабельність також важлива. Шрифти мають бути розбірливими різного розміру. Унікальність також є важливою вимогою для того, щоб логотип виділявся та запам'ятовувався. Логотип має чудово виглядати на різних носіях, від візитних карток до банерів.

Процес розробки логотипу мав кілька етапів.

Спочатку я обрала шрифт і стиль.

У Figma було протестовано кілька шрифтів, щоб знайти той, який найкраще відповідає концепції «все для кав'ярні» мого інтернет-магазину.

Тестувалися різні шрифти: шрифти із засічками та без, рукописні та геометричні. Зрештою, було обрано шрифт, який поєднує сучасний і класичний стилі та підкреслює зв'язок із тематикою кав'ярні.

Потім у Figma було створено цифровий прототип логотипу. Прототип складався з напису «KVALEND». Для цього були використані інструменти для тексту, вирівнювання та компоновання, щоб швидко й ефективно позиціонувати текст і налаштовувати параметри шрифту. Для колірної гами було обрано відтінок чорного, щоб підкреслити асоціацію з кавою.

Після створення прототипу логотип було протестовано на різних фонах і розмірах, щоб забезпечити розбірливість і універсальність. Потім було затверджено остаточний дизайн логотипу, який відповідає всім вимогам щодо читабельності, унікальності та гнучкості використання.

В результаті був розроблений логотип з гравіюванням «KVALEND» (рис. 20), що відповідає тематиці інтернет-магазину товарів для кав'ярні.

Поєднуючи сучасний стиль із класичними елементами, логотипи можна використовувати в різних випадках, від веб-сайтів до друкованих матеріалів. Дизайн логотипу з використанням Figma був ефективним завдяки простим інструментам для тексту та компоновання. Остаточний логотип "KVALEND" підкреслює зв'язок з кав'ярнями та забезпечує відмінну читабельність та гнучкість у використанні.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						43
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 20. Логотип веб-сайту інтернет-магазину

Меню навігації зазвичай знаходиться поруч з логотипом, праворуч або по центру шапки. Він може бути горизонтальним до основного розділу або вертикальним, який зникає при натисканні на іконку «гамбургер».

Основні категорії, такі як кава, обладнання, аксесуари, інформація та контакти, допомагають користувачам швидко знаходити потрібну частину сайту. Кнопки меню мають бути чіткими та легкими для читання, а їхні кольори мають відповідати загальній колірній схемі вашого веб-сайту.

Додаткові елементи в шапці можуть включати іконку кошика для покупок, щоб вказати кількість продуктів у кошику для покупок.

У деяких випадках ви також можете додати контактну інформацію, як-от номер телефону, і значки контактів, наприклад підписку на розсилання (рис. 21).

Не пропустіть свіжі новини. Підпишіться на наше розсилання!

Рисунок 21. Додатковий елемент «Підписка на розсилання»

Разом ці елементи створюють корисний і функціональний заголовок сайту, який допомагає користувачам легко орієнтуватися та знаходити потрібну інформацію чи продукти (рис. 22).

Розробка макета веб-сайту для трьох різних розмірів екрана (комп'ютер, планшет і мобільний телефон) дуже важлива, щоб зробити веб-сайт простим у використанні на різних пристроях. Користувачі отримують доступ до веб-сайту з різних пристроїв, тому важливо, щоб дизайн був адаптивним і забезпечував чудовий досвід для всіх.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						44
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

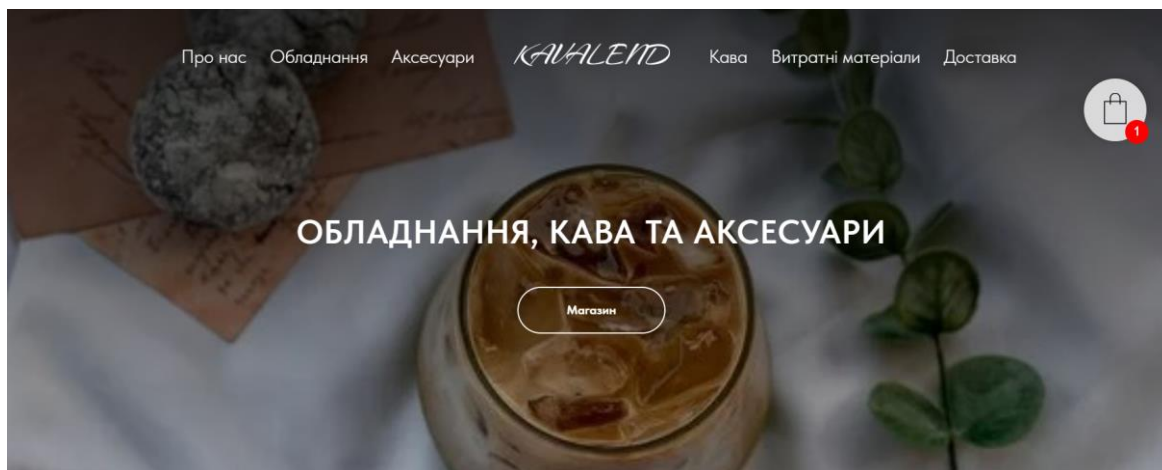


Рисунок 22. Головна сторінка макету комп'ютера

Створення макета для комп'ютерів починається з визначення основних елементів, які відобразатимуться на головній сторінці. Це включає розміщення логотипу, меню навігації, пошуку та кнопок входу/реєстрації, а також основного банера та ключових областей продукту.

На великих комп'ютерних екранах стовпці та блоки можна використовувати для гарного розподілу цих елементів для кращої візуалізації та зручної навігації. Макети для комп'ютера надають веб-сайту більше краси та професіоналізму, надаючи більше місця для деталей і високоякісних зображень продуктів (рис. 23).

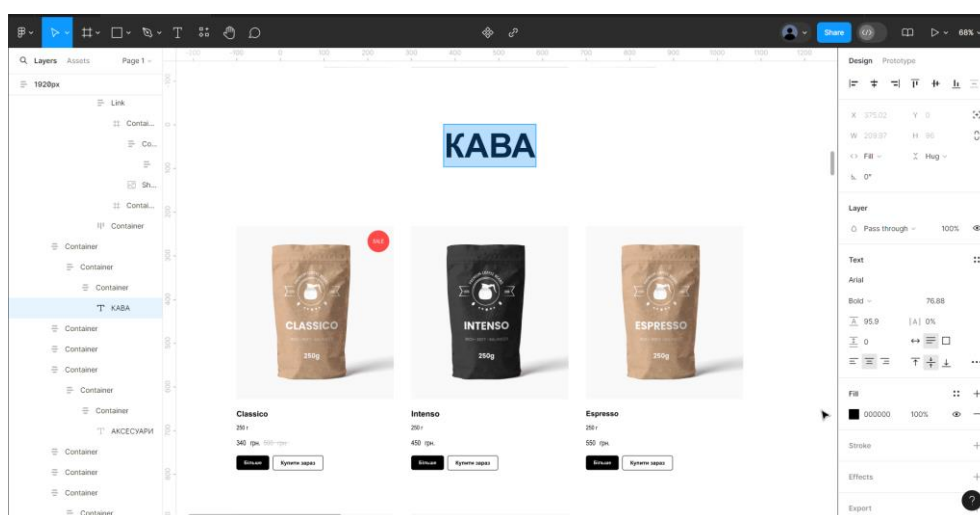


Рисунок 23. Сторінка товарів макету комп'ютера в Figma

Після завершення макета ПК переходимо до налаштування його для використання на планшеті. Тут важливо зменшити відстань між елементами, щоб максимально використати обмежений простір екрана, зберігаючи всі

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						45
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

функціональні елементи. Макет планшета передбачає, що користувачі взаємодіють із веб-сайтом за допомогою сенсорного екрану. Тому кнопки та інтерактивні елементи мають бути достатньо великими, щоб на них було зручно натискати. Можна організувати головну секцію і розділи продукту в один або два стовпці для полегшення перегляду та навігації (рис. 24).

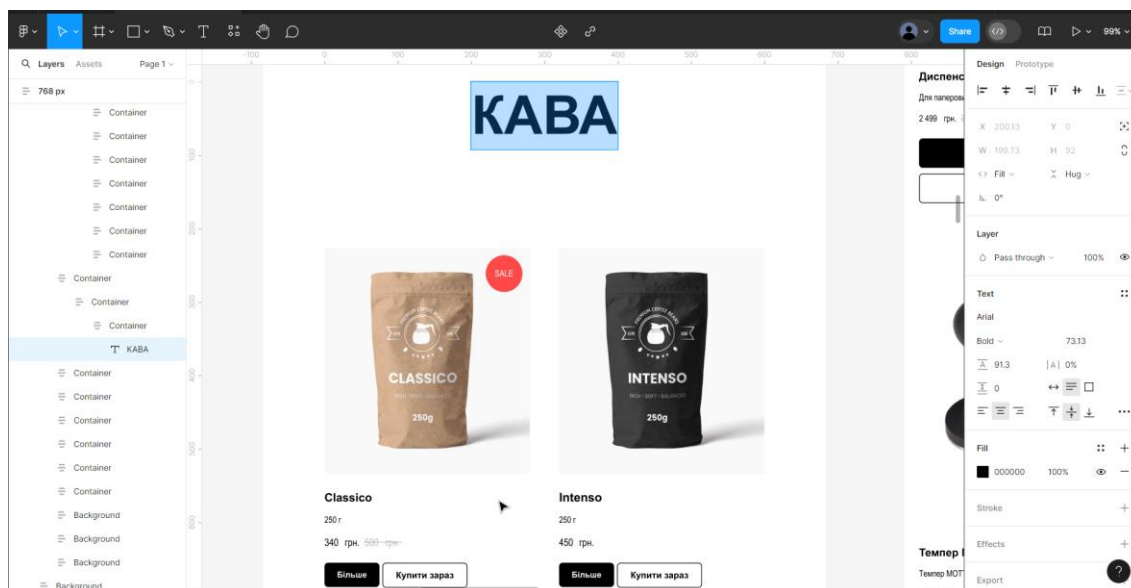


Рисунок 24. Сторінка товарів макету планшета в Figma

Останнім кроком є створення макета для мобільних телефонів (рис. 25). Через обмежений розмір екрана цей макет має бути максимально простим. Навігаційні меню зазвичай приховані за кнопкою «гамбургер», яка натискається, щоб відкрити меню. Основна секція «чиста», але приваблива, а розділи продуктів організовано у вертикальні списки для зручного перегляду.

Важливо переконатися, що всі елементи добре видно і легко натискаються пальцем. Шрифти та кнопки мають бути достатньо великими, щоб користувачі могли легко переміщатися по веб-сайту.

KABA

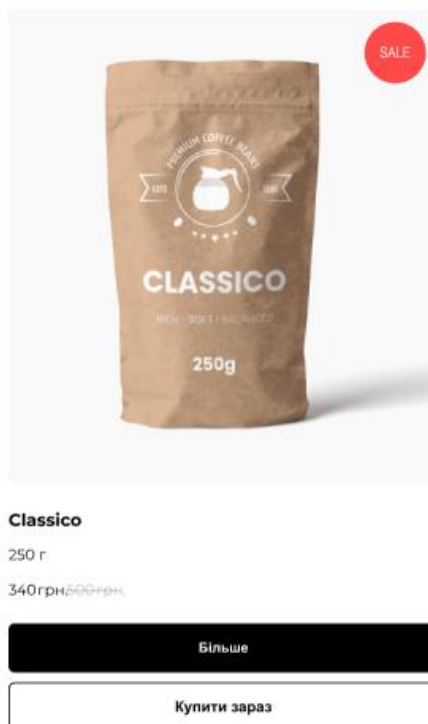


Рисунок 25. Сторінка товарів макету смартфона в Figma

Таким чином, створення макетів, які адаптуються до різних розмірів екрана, має важливе значення для адаптивного дизайну, який забезпечує приємну та привабливу взаємодію з користувачем на будь-якому пристрої. Кожен макет враховує конкретні потреби та особливості взаємодії користувача з сайтом на різних пристроях, забезпечуючи безперебійну та ефективну роботу інтернет-магазину «Все для кафе».


Дизайн кошика (рис. 26) на сайті інтернет-магазину товарів для кав'ярні в Figma спрямований на створення зручного та функціонального інтерфейсу користувача. Нижче наведено ряд кроків:

- Аналіз вимог і функцій: По-перше, розглянемо вимоги користувачів і функції кошика для покупок. Важливо вирішити, які товари покласти в кошик для покупок, як взаємодіяти з користувачами та що їм потрібно для завершення процесу оформлення замовлення.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						47
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Створення моделі інтерфейсу: Використовується інструмент Figma для розробки моделі інтерфейсу кошика для покупок. Це включає такі елементи керування, як кнопки «Додати до кошика», «Видалити товар» і «Змінити кількість». Макет також відображає інформацію про продукти у вашому кошику.

Ваш заказ:

	Classico	⊖ 1 ⊕	340 грн.	⊗
				Сумма: 340 грн.

ПІБ

Ваш Email

Ваш телефон

Сумма: 340 грн.

Оформити замовлення

Рисунок 26. Дизайн кошика та оформлення замовлення в Figma

При розробці карток товарів (рис. 27) для інтернет-магазину «Все для кафе» потрібно було розробити інформативний дизайн, який забезпечує зручну навігацію та інтерактивність.

Ось детальний процес розробки карток продуктів у Figma.

– Треба почати з оптимізації зображень продуктів. Розмір розташування важливі для видимості. Figma розміщує зображення у верхній частині карток, щоб привернути увагу. За бажанням також додаю галерею зображень.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						48
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Після зображення відображається інформація про товар: назва, опис, ціна, знижка. Ці елементи слід виділяти, щоб їх було легше читати. Додаткові відомості про продукт, такі як функції та параметри, можна відобразити у вигляді списку або вкладок для кращої організації.

– Для зручності додаємо кнопку «Додати в кошик», яку легко натиснути. Вибирається розмір і положення кнопки, щоб вона була видимою та доступною.

Загалом процес розробки карток продуктів в Figma включає оптимізацію зображень, надання інформації про продукт і додавання функціональної кнопки «Додати до кошика», щоб забезпечити зручність і привабливий зовнішній вигляд для користувачів.

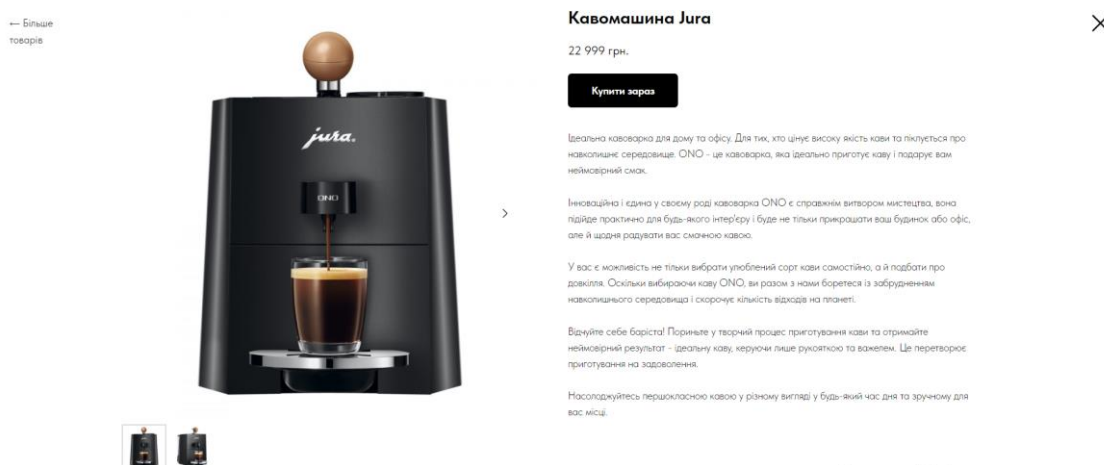


Рисунок 27. Дизайн картки товару в Figma

Дизайн підвалу (Footer) (рис. 28) веб-сайту є важливим елементом, який надає користувачам додаткову інформацію та контактні дані та забезпечує легку навігацію. При проектуванні підвалу для сайту інтернет-магазину в Figma «Все для кав'ярні» важливо враховувати функціональність, структуру та зручність використання.

Вимоги до підвалу сайту визначаються його функціональністю, читабельністю та відповідністю загальному стилю. Підвал повинен містити необхідні посилання, контактні дані та інші корисні елементи.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						49
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Структура та планування підвалу можуть включати інші додаткові елементи, такі як контактна інформація, посилання на соціальні мережі та форми реєстрації інформаційних бюлетенів.

Дизайн підвалу слід розробляти, виходячи не тільки з розташування елементів для забезпечення комфорту і функціональності, але і з вибору колірної гами і шрифту.

Підсумовуючи, при розробці основи сайту для інтернет-магазину «Все для кав'ярні» у Figma потрібно враховувати різні елементи, такі як контактна інформація, посилання на розділи, іконки соціальних мереж.

Важливо забезпечити функціональність, комфорт і стиль приміщення, щоб підвал доповнював загальний дизайн і забезпечував користувачам зручний спосіб спілкування з компанією.

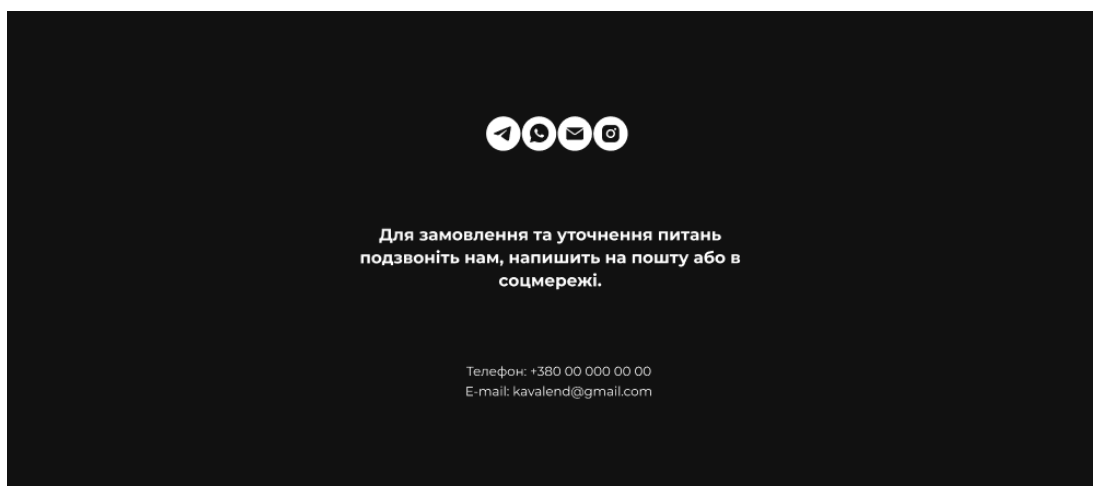


Рисунок 28. Дизайн підвалу в Figma

1.5.6 Розробка веб-сайту в Tilda

Коли дизайн веб-сайту інтернет-магазину був завершений, приступимо безпосередньо до розробки. Але спочатку потрібно вибрати тарифний план Tilda (рис. 29). Tilda пропонує кілька тарифних планів, які відрізняються кількістю доступних функцій, обсягом збережених даних, кількістю користувачів та іншими параметрами.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						50
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

1 місяць Tilda Personal *	300 грн.		Сплатити
1 рік Tilda Personal	3 600 грн. 2 400 грн.	Заощаджуйте 1 200 грн.	Сплатити
1 місяць Tilda Business *	500 грн.		Сплатити
1 рік Tilda Business	6 000 грн. 4 800 грн.	Заощаджуйте 1 200 грн.	Сплатити

Усі тарифи

Рисунок 29. Тарифний план в конструкторі Tilda

Щоб додати меню на свій сайт, необхідно відкрити категорію меню в бібліотеці секцій і вибрати відповідний тип. Далі налаштувати за допомогою кнопки «Контент». У свій проект я обрала тип меню ME202 (рис. 30).

Створюю сторінку для кожної категорії та пишу її адресу (URL). Для головної адреси можна не прописувати, потрібно лише призначити її головною в налаштуваннях сайту. Для інших зазначимо адреси, наприклад: /furniture, /accessories.

На головній сторінці створюю навігацію, яка веде до сторінки категорії . Структура навігації залежить від дизайну сайту. Найкорисніші секції для цієї мети знаходяться в категоріях «Плитки» та «Посилання».

Додаю це на свою сторінку, додаю зображення до меню «Контент» кожної картки, вказую назву категорії та вставляю посилання, яке налаштувала раніше на своїй сторінці. Плитки з'являються на головній сторінці, відображаючи зображення та назви категорій. Якщо натиснути кнопку, відкриється сторінка з цією категорією. Далі потрібно перейти на сторінки категорій і додати продукти на сторінку для кожної категорії.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						51
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

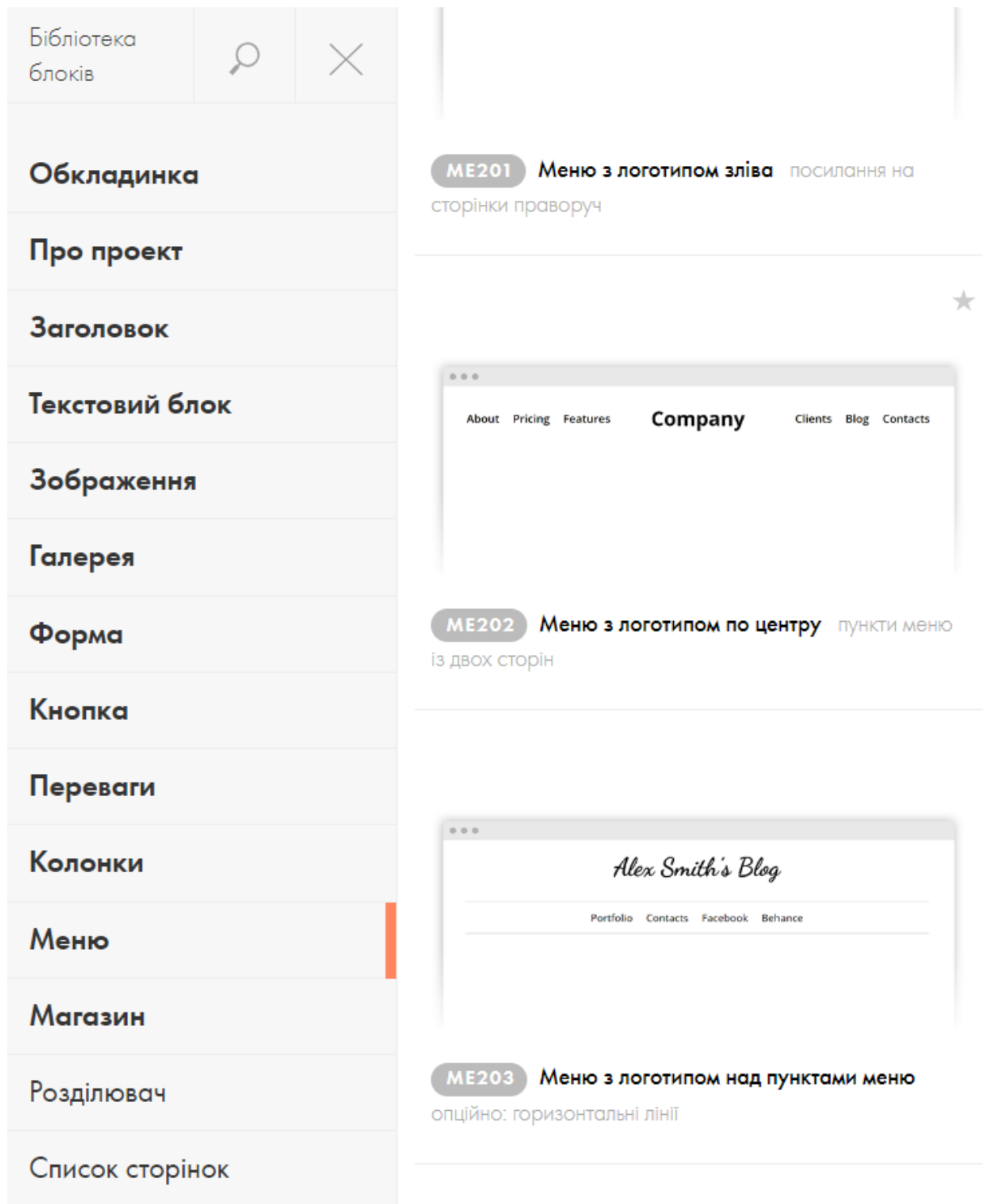


Рисунок 30. Бібліотека секцій меню

Щоб створити меню для навігації на сторінці, треба написати посилання (посилання має вигляд #about) із назвою секції, до якого переходить користувач, коли клацає пункт меню. Назва кожного блоку вказується в налаштуваннях блоку (рис. 31).

СПИСОК ПУНКТИВ МЕНЮ

СПИСОК ПУНКТИВ МЕНЮ:


Як посилання потрібно вказати або повну адресу сторінки включаючи http:// або відносну адресу - тільки назву сторінки (наприклад, /page7890.html або /about). Детальніше: [Як поставити посилання на іншу сторінку](#). Щоб [зробити навігацію всередині сторінки](#), потрібно використовувати якірні посилання (наприклад #contacts). Щоб додати якір на сторінку, використовуйте блок Інше->Якірне посилання.

☰ Про нас	#about	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		
☰ Обладнання	#furniture	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		
☰ Аксесуари	#accessories	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		
☰ Кава	#coffee	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		
☰ Витратні матеріали	#tableware	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		
☰ Доставка	#delivery	×
<input type="checkbox"/> У новому вікні Вибрати сторінку Вибрати блок		


Рисунок 31. Розробка меню навігації

Додаю на сторінку із картками товарів ST305N (рис. 32).


Заголовок	
Текстовий блок	
Зображення	
Галерея	
Форма	
Кнопка	
Переваги	



Diving Chair by estabonrenzo
With a new design approach for flexible use from a simple form, a bag over your shoulder.
\$79 000
[Learn more](#) [Buy now](#)



Underwater wearable watches
A piece of furniture for all occasions. A piece of furniture for all occasions.
\$90
[Learn more](#)



Ultron Diving Bag
Ultron is a contemporary brand inspired by the great things that happen in the world.
\$108
[Learn more](#)

ST305N Картки продуктів із кнопками + Popup з детальною інформацією

Рисунок 32. Бібліотека секцій карток з товарами

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						53
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Натискаю кнопку «Контент», щоб замінити фотографію та текст на свої. Текст заголовка, підзаголовки, ціни та описи можна редагувати на сторінці. Завантажую фото, додаю опис, вказую ціну і товар готовий (рис. 33).

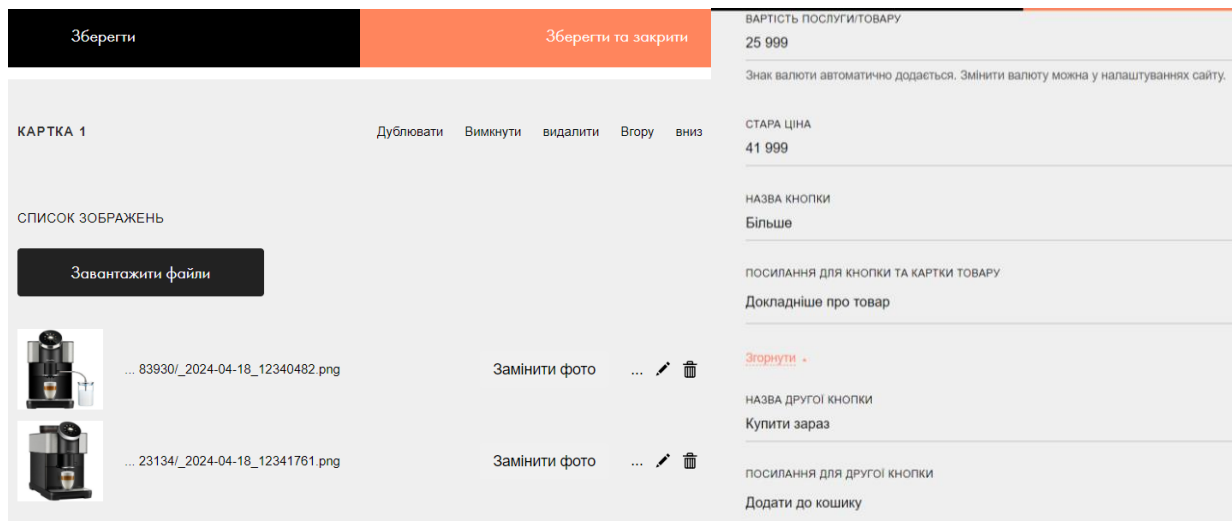


Рисунок 33. Розробка картки товару

Footer (футер, підвал) – блок у нижній частині сторінки. Містить корисну, але не першорядну інформацію. Видно на всіх сторінках сайту. У футер можна винести: копірайт, назву студії, яка розробляла сайт, контакти. Іноді у футері дублюються пункти меню. Футер створюється аналогічно хедеру: створіть нову сторінку, на ній оформляється футер, далі треба перейти до Налаштування сайту > Шапка та підвал і призначити цю сторінку як підвал (footer) (рис. 34).

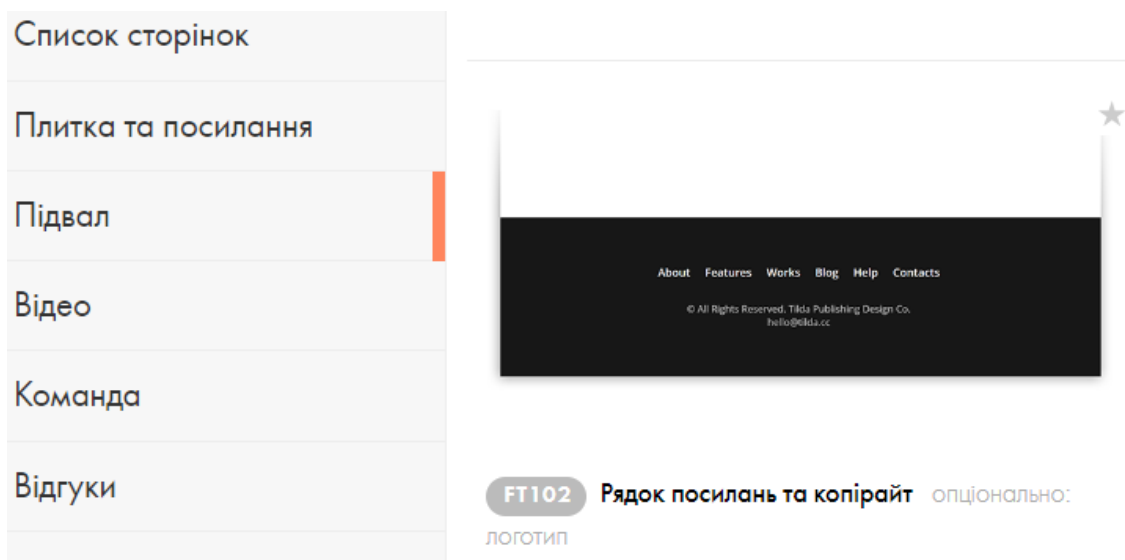


Рисунок 34. Розробка підвалу

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						54
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Далі додаю на сторінку секцію «Кошик: ST100» з категорії «Магазин» (рис. 35).

За замовчуванням налаштування кошика для покупок увімкнено. Додавання продукту в кошик відкриває спливаюче вікно форми замовлення. Можна вимкнути його в налаштуваннях блокування кошика ST100. У цьому випадку натискання кнопки «Купити» додасть товар до кошика, але спливаюче вікно форми замовлення не відкриється.

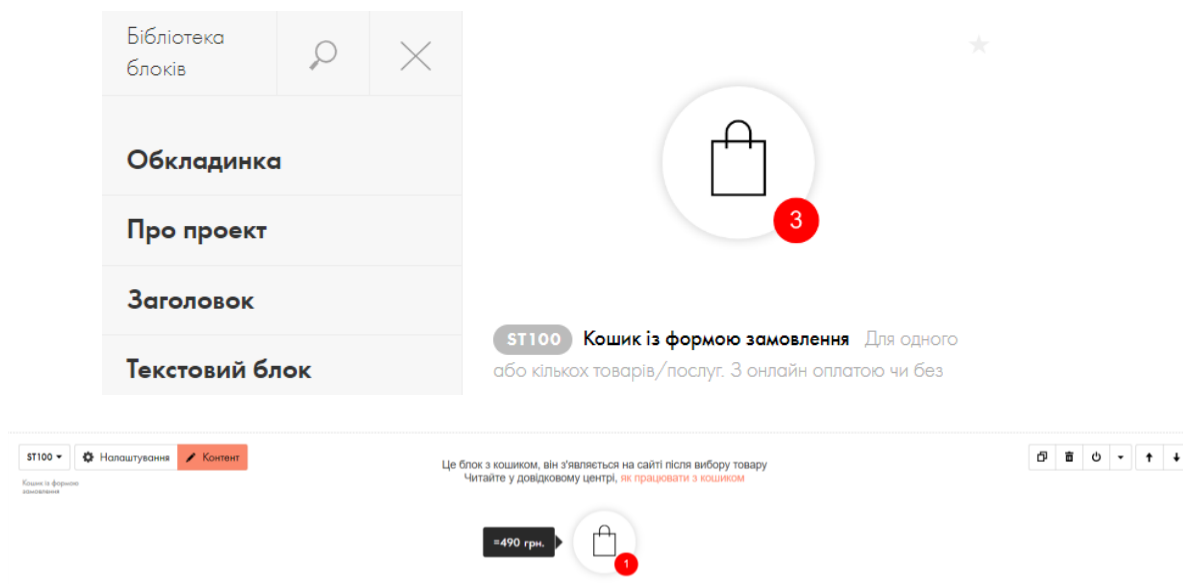


Рисунок 35. Бібліотека секцій кошика

Тоді можна:

- Установити назву валюти для свого магазину;
- Підключитися до своєї платіжної системи, щоб приймати онлайн-платежі;
- Підключитися до служби отримання даних і надіслати запит на електронну пошту, Telegram, Google Drive або іншу службу;
- Встановити, як довго товари залишатимуться у вашому кошику для покупок;
- Встановити мінімальну кількість замовлення;
- Додати параметри доставки;
- Налаштувати форму замовлення:

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						55
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

- Встановити текст повідомлення про помилку під час заповнення форми;
- Дозволити покупцеві розмістити товар у кошику на сторінці.

Після того, як додано товар у кошик для покупок, він залишатиметься у кошику протягом 30 днів, навіть якщо перейти на іншу сторінку або залишити сайт. Це можна змінити в налаштуваннях. Якщо встановлено значення 0, продукт буде видалено з кошика, коли він закриється.

Щоб покупці не платили менше певної суми за замовлення, можна встановити мінімальну суму замовлення в налаштуваннях. У цьому випадку, якщо розмістити замовлення на суму, нижчу від мінімальної, інформація про мінімальну суму замовлення буде відображена в кошику, а кнопка «Купити» буде неактивна.

У кошику вміст і налаштування секції ST100 налаштовують форму замовлення, яка з'являється, коли ви переходите до кошика для покупок. Можна додавати поля, змінювати підпис, редагувати зовнішній вигляд форми та підключати службу отримання даних для відправки замовлення (рис. 36).

Можна налаштувати сторінку подяки (успіх) у вашому кошику для покупок. Щоб відобразити сторінку подяки (успіх) після покупки або замовлення у кошику для покупок, налаштовується підключена платіжна система в налаштуваннях сайту.

Рисунок 36. Налаштування форми замовлення

Також було вирішено додати роздільники DV02N (рис.37) на веб-сайт інтернет-магазину з кількох важливих причин. Це значно покращує взаємодію з користувачем і загальну навігацію. Роздільники виконують кілька важливих функцій, які підвищують зручність і ефективність використання вашого сайту.

По-перше, роздільники допомагають краще впорядковувати вміст. Це дозволяє візуально розділяти різні розділи або секції інформації, дозволяючи користувачам швидко знаходити потрібну інформацію. Наприклад, чітке розділення розділів для продуктів, оглядів, акцій і новин зменшує когнітивне навантаження на користувачів, забезпечуючи логічну структуру сайту.

По-друге, роздільники покращують естетичний вигляд сайту. Це створює відчуття простору та порядку, роблячи веб-сайт більш привабливим і професійним. Візуально привабливий веб-сайт не тільки привертає увагу відвідувачів, але й допомагає створити позитивне враження про бренд, що важливо для формування довіри та лояльності клієнтів.

По-третє, роздільники полегшують навігацію. Користувачі можуть легко орієнтуватися на веб-сайті, коли інформація структурована та розділена на логічні блоки. Це особливо важливо для інтернет-магазинів, де відвідувачі можуть шукати різні товари та інформацію про них. Роздільники дозволяють швидко й легко переходити між розділами, підвищуючи загальну ефективність пошуку та відображення вмісту.

Також, роздільники покращують загальну зручність використання веб-сайту. Він створює чіткі візуальні межі між різними типами вмісту, що дозволяє уникнути плутанини та полегшує навігацію на сайті. Це особливо важливо для мобільних користувачів, де простір на екрані обмежений, а безлад у структурі може мати значний вплив на зручність використання.

Таким чином, додавання роздільників на веб-сайт інтернет-магазину може бути здійснено з бажанням покращити організацію контенту, покращити його візуальну естетику, спростити навігацію та зробити сайт більш зручним для користувача та привабливим.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						57
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

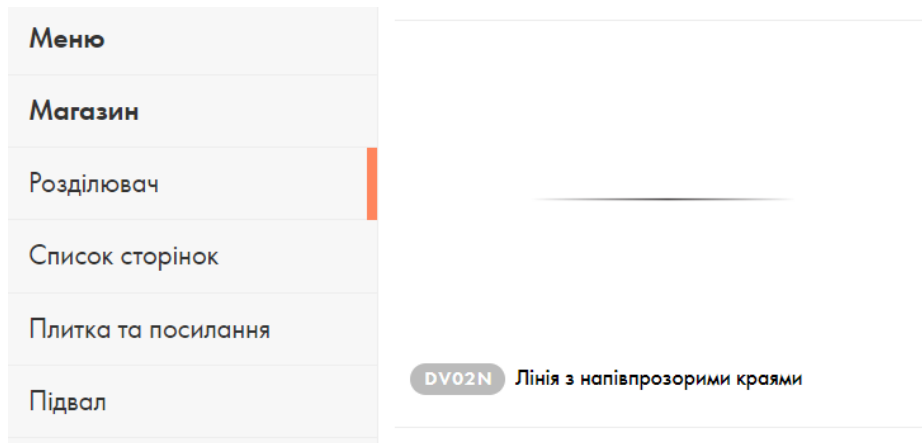


Рисунок 37. Бібліотека секцій розділювачів

Далі треба написати параметри в меню «Контент» для деяких товарів, які мають різні розміри або кольори (рис. 38).

Рисунок 38 – Поле налаштування параметрів товару

У меню «Вміст» у розділі «Параметри» треба натиснути «Додати параметр». Та ввести назву параметра в поле зліва. У полі праворуч необхідно перерахувати значення параметрів з нового рядка.

Якщо ціна параметра відрізняється від основної ціни, необхідно вставити знак = після ціни (тільки цифри).

На картці товару з'являється меню для вибору заданих параметрів і опцій. Покупці тепер можуть вибрати бажані варіанти товару перед

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						58
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

додаванням у кошик (рис. 39). А після отримання інформації про замовлення продавець перевірить, яку версію товару було придбано.

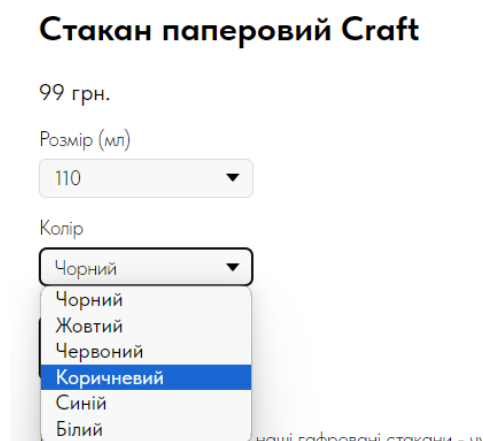


Рисунок 39. Результат налаштування параметрів товару на сайті

Tilda має власний віджет відгуків та інтеграцію зі сторонніми службами (рис. 40). Спеціальні віджети Tilda розташовані в категоріях «Форми» та «Кнопки». Параметри блокування змінюють зовнішній вигляд віджета. Можна встановити колір фону та колір значка, а також додати анімацію. Також можна змінити типографіку та інтервал між елементами.

Щоб отримувати дані з віджетів (телефонні дзвінки, електронні листи, повідомлення), необхідно підключитися до служби отримання даних.

Віджет для надсилання повідомлення: Натискання кнопки відкриває форму, де можна написати своє повідомлення та залишити адресу електронної пошти та ім'я. Треба перейти до проекту Tilda та додати блок BF902N на сторінку (Бібліотека блоків > Форми > Віджет надсилання повідомлень).

Після цього необхідно підключитися до сервісу прийому даних і поставити галочку на підключеному сервісі в меню «Контент» блоку віджетів. Віджет на перехід до месенджерів: Натискання кнопки відкриває вікно з посиланнями на соціальні мережі, до яких можуть переходити відвідувачі сайту.

Треба додати секцію BF905 або BF905A на сторінку (Бібліотека блоків > Кнопки > Віджет форми підписки). Дизайн блоку інший, але налаштування ті

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						59
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

самі. У меню «Вміст» секції з віджетом встановіть назву, опис, текст біля віджета та посилання на потрібну соціальну мережу.

Коли додається посилання, з'явиться значок соціальної мережі. Треба додати необхідну інформацію.

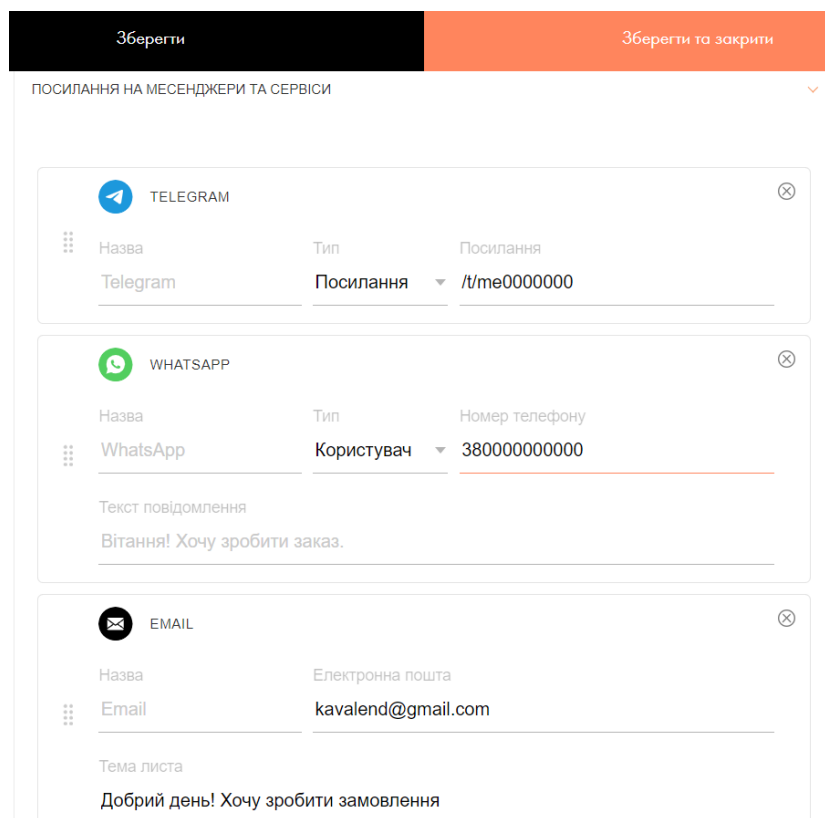


Рисунок 40. Налаштування параметрів віджета з контактами

1.6 Питання критеріїв вибору хостингу та тарифного плану для створеного сайту.

Вибір хостингу та тарифного плану є важливим кроком у процесі створення та запуску веб-сайту інтернет-магазину "Все для кав'ярні". Правильно підібраний хостинг забезпечує стабільну роботу сайту, високу швидкість завантаження сторінок, безпеку даних та масштабованість проекту. У цьому розділі розглянемо основні критерії вибору хостингу та оптимального тарифного плану для нашого інтернет-магазину.

Критерії вибору хостингу

1. Надійність та стабільність роботи:

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						60
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Uptime: Важливо вибрати хостинг-провайдера з високим показником Uptime (не менше 99.9%). Це гарантує, що сайт буде доступний для користувачів майже весь час без збоїв.

– Резервне копіювання: Наявність регулярних автоматичних резервних копій дозволяє швидко відновити роботу сайту у випадку технічних проблем.

2. Швидкість завантаження сайту:

– SSD диски: Хостинг на SSD дисках забезпечує швидше завантаження сторінок у порівнянні з традиційними HDD.

– CDN (Content Delivery Network): Використання CDN дозволяє зменшити час завантаження сторінок для користувачів з різних куточків світу.

3. Безпека:

– SSL сертифікат: Підтримка SSL сертифікатів забезпечує безпечне з'єднання між сервером та клієнтом, що є обов'язковим для інтернет-магазину.

– Антивірусний захист та захист від DDoS атак: Важливо, щоб хостинг мав захист від шкідливого програмного забезпечення та атак.

4. Масштабованість:

– Можливість масштабування: Обраний хостинг повинен дозволяти легко збільшувати ресурси (CPU, RAM, дисковий простір) в разі зростання навантаження на сайт.

5. Технічна підтримка: наявність 24/7 технічної підтримки забезпечує швидке вирішення проблем, що виникають у роботі сайту; важливо, щоб служба підтримки швидко реагувала на запити та надавала якісні консультації.

Вибір тарифного плану

1. Тип хостингу:

– Віртуальний хостинг: Підходить для невеликих сайтів з помірним трафіком. Це доступний варіант для старту, але має обмежені ресурси.

– VPS (Virtual Private Server): Забезпечує більшу гнучкість і ресурси порівняно з віртуальним хостингом. Підходить для інтернет-магазину зі зростаючим трафіком.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						61
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Виділений сервер: Оптимальний для великих проектів з високим трафіком та специфічними вимогами до налаштування серверу.

2. Обсяг ресурсів:

– Дисковий простір: Вибір залежить від кількості та обсягу контенту на сайті (зображення, відео, товари тощо). Рекомендується обирати тарифний план з можливістю розширення дискового простору.

– Оперативна пам'ять (RAM) та процесор (CPU): Для забезпечення швидкої роботи сайту важливо мати достатньо оперативної пам'яті та потужності процесора. Вибір залежить від передбачуваного навантаження на сайт.

3. Трафік:

– Лімітований або необмежений трафік: Вибір залежить від очікуваної кількості відвідувачів сайту. Для інтернет-магазину з великим трафіком доцільно обирати хостинг з необмеженим трафіком.

4. Додаткові послуги:

– Інтеграція з CMS: Вибір хостингу, який підтримує зручну інтеграцію з системами управління контентом (CMS), такими як WordPress, Shopify тощо.

– Електронна пошта: Наявність послуг електронної пошти на домені інтернет-магазину.

Вибір хостингу та тарифного плану є важливим етапом у створенні успішного інтернет-магазину "Все для кав'ярні". При виборі хостингу необхідно враховувати надійність, швидкість, безпеку, масштабованість та якість технічної підтримки. Оптимальний тарифний план повинен відповідати вимогам проекту за обсягом ресурсів, типом хостингу та додатковими послугами. Враховуючи ці критерії, можна забезпечити стабільну роботу, високу продуктивність та безпеку сайту, що є ключовими факторами успіху будь-якого інтернет-магазину.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						62
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

1.7 Тестування створеного веб-сайту

У процесі розробки веб-сайту "Все для кав'ярні" велика увага приділяється тестуванню, яке є ключовим етапом для забезпечення якості та надійності продукту. Тестування дозволяє виявити та виправити помилки, переконатися в правильному функціонуванні сайту на різних пристроях та в різних умовах використання.

Види тестування

– Функціональне тестування: Перевірка роботи основних функцій сайту, таких як додавання товарів у кошик, оформлення замовлення, реєстрація користувача. Також виконується перевірка реакції сайту на невірні дані або незвичні дії користувача.

– 2. Сумісність з браузерами та пристроями: Тестування роботи сайту на різних веб-переглядачах (Chrome, Firefox, Safari, Edge) для переконання в однаковому відображенні та функціональності. Також перевіряється адаптивність та коректність відображення на різних пристроях.

– Тестування продуктивності: Вимірювання часу завантаження сторінок сайту для переконання в оптимальній швидкості роботи. Перевірка витрат ресурсів сервера при великому навантаженні.

– Безпека: Перевірка вразливостей сайту на атаки, такі як SQL-ін'єкції, перехоплення сесій, XSS атаки. Також перевіряється коректність реалізації заходів безпеки, таких як захист від кросс-сайтового скриптування, використання SSL-сертифікатів.

Тестування є невід'ємною частиною розробки веб-сайту "Все для кав'ярні", що дозволяє забезпечити якість, надійність та безпеку продукту перед випуском в експлуатацію. Враховуючи різноманітні аспекти тестування, можна забезпечити оптимальне функціонування та задоволення від користування сайтом для кожного клієнта.

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						63
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

1.8 Висновки за розділом

У цьому розділі було проаналізовано різні типи та моделі сайтів електронної комерції, щоб створити найкращий інтернет-магазин «Все про кав'ярні». На основі цього дослідження було вирішено, що найбільш підходящою моделлю для нашого проекту є B2C (Business to Consumer). Це дозволяє безпосередньо взаємодіяти з кінцевими користувачами, швидко реагувати на їхні потреби та забезпечувати високий рівень обслуговування.

Розробка сайту базувалася на основних принципах комфорту, функціональності та адаптивності. Спочатку було створено три макети сторінок у Figma для різних розмірів екрана (комп'ютер, планшет і смартфон). Це дозволяє забезпечувати однакову високу якість взаємодії з користувачем на всіх платформах.

Усі елементи веб-сайту були детально розроблені у Figma, включаючи навігаційні меню, картки продуктів, форми зворотного зв'язку та інші інтерактивні елементи. Figma дозволяє легко створювати та модифікувати прототипи, щоб забезпечити оптимальну структуру та дизайн для кожного типу пристрою.

Після створення макета у Figma я перейшла до розробки веб-сайтів у Tilda. Tilda надала можливість швидко та якісно реалізувати дизайн у вигляді функціонального сайту. Було використано інструмент Tilda для інтеграції необхідних компонентів, таких як кошик для покупок і зручна навігація. Важливим аспектом було забезпечення безпеки транзакцій, реалізованих через інтеграцію з платіжними системами.

Створений інтернет-магазин реалізує широкий спектр функцій, серед яких: Зручна навігація та пошук товарів допомагають користувачам швидко знаходити потрібні товари. Великий каталог продукції з детальним описом і високоякісними зображеннями.

Вигляд готового веб-ресурсу можна побачити за посиланням <https://kavalend.tilda.ws>

					КГ 07. 11 001.00 ДП ПЗ	Арк.
						64
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

2 ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗДІЛ

В дипломному проекті створений веб-сайт інтернет-магазин «Все для кав'ярні». Інтернет-магазин «Все для кав'ярні» - спеціалізована платформа, що пропонує широкий асортимент товарів, необхідних для відкриття та роботи кав'ярні. Цей магазин орієнтований на власників кав'ярень, бариста, рестораторів та всіх, хто хоче створити ідеальне середовище для насолоди кавою.

Основна мета цього веб-сайту — надати клієнтам усе необхідне для успішної роботи кав'ярні, від високоякісної кави в зернах до професійного обладнання та аксесуарів.

Характеристики веб-сайту:

– Велика лінійка продуктів інтернет-магазину «Все для кав'ярні» пропонує широкий асортимент товарів, включаючи кавові зерна, кавові аксесуари, столовий посуд, аксесуари для бариста, а також прикраси для кав'ярень. Кожна категорія продуктів ретельно організована, щоб користувачам було легко знайти потрібні продукти.

– Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс користувача. Дизайн веб-сайту зосереджений на забезпеченні зручної навігації та позитивного досвіду користувача. Головна сторінка містить основні категорії продуктів, спеціальні пропозиції та нові продукти. Користувачі можуть швидко перемикатися між розділами сайту завдяки зручному меню.

– Високоякісний контент. Кожен продукт містить детальний опис, високоякісні зображення. Це дозволяє покупцям приймати зважені рішення та отримувати вичерпну інформацію про товар.

– Інтерактивні елементи. Сайт підтримує інтерактивність за допомогою таких функцій, як можливість порівнювати продукти, інтерактивний кошик для покупок і форми зворотного зв'язку.

					КГ 07. 11 002.00 ДП ПЗ	Арк.
						65
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

– Адаптивний дизайн. В інтернет-магазині «Все для кафе» використовується адаптивний дизайн, який дозволяє комфортно користуватися на будь-яких пристроях, включаючи комп'ютери, планшети та смартфони. Сайт автоматично адаптується до розміру екрана, тому можна зручно робити покупки з будь-якого місця.

При оцінці ефективності створеного сайту для інтернет-магазину "Все для кав'ярні" виходимо з того, що залежно від характеру ефекту: економічна ефективність залежить від зниження витрат і збільшення доходів від онлайн-продажів; функціональна ефективність залежить від покращення зручності та швидкості обслуговування клієнтів; соціальна ефективність залежить від підвищення задоволеності клієнтів та покращення їхнього досвіду при здійсненні покупок. Ці види ефективності в свою чергу залежать від технологічних, технічних, маркетингових та економічних показників веб-сайту. Між доходом від сайту і витратами на його створення існує певна залежність. Слід також враховувати, що на величину доходу від сайту, окрім інших чинників ефективності, можуть вплинути витрати на його оптимізацію та просування.

Розрахунок економічної ефективності розробки створеного веб-сайту

Загальні витрати (B_3) на створення сайту складаються з декількох параметрів: $B_3 = B_p + B_v + B_e$,

де B_p – витрати на розробку сайту;

B_v – витрати на впровадження сайту;

B_e – витрати на експлуатацію сайту;

Витрати на розробку сайту (B_p) є одноразовими та складаються з вартості наступних видів робіт зі створення сайту :

1. Розробка дизайну сайту: розробка макетів дизайну для головної та внутрішньої сторінок сайту; розробка фірмового стилю, логотипу;
2. Реалізація на сайті меню: звичайного багаторівневого;
3. Підготовка сторінок-шаблонів;

					КГ 07. 11 002.00 ДП ПЗ	Арк.
						66
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

4. Наповнення сайту інформацією: наповнення та форматування веб-сторінок; обробка малюнків для публікації на веб-сторінках;
5. Програмна розробка сайту: створення веб-сайту в конструкторі Tilda;
6. Реалізація пошукових можливостей сайту: створення карти сайту; настройка виведення шляху по сайту
7. Налаштування модулів: модуля каталогу товарів, модулів інтернет-магазину (каталог, корзина, замовлення), модуля листа розсилки, модуля e-mail форм.

Склад видів робіт зі створення сайту може бути уточнений з урахуванням типу створюваного сайту і реалізованих їм функціональних можливостей.

Для визначення витрат на розробку сайту (B_p) розраховують оплату праці виконавців, безпосередньо притягнених до її виконання. Для реалізації проекту веб-системи використовуються наступні спеціалісти: веб-дизайнер, веб-програміст.

Для визначення трудомісткості розробки сайту (B_p) складено план-графік по розробці веб-сайту і тривалості виконання робіт. Розподіл робіт по етапах і видах виконавців наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. План-графік по розробці веб-сайту

	Назва етапу	Час виконання (годин)	Посада виконавця
	Розробка дизайну головної сторінки сайту	7	Дипломник
	Розробка дизайну сторінки з товарами сайту	15	Дипломник
	Розробка дизайну футеру (підвалу) сайту	5	Дипломник
	Розробка дизайну логотипу сайту	3	Дипломник
	Програмна розробка сайту в конструкторі Tilda	25	Дипломник
	ВСЬОГО:		55

Розрахунок трудомісткості здійснений в наступній послідовності:

1. Складений перелік всіх етапів і видів робіт, які необхідно виконати в ході даної розробки. Після узгодження з керівником проекту допущено виключення, доповнення, об'єднання окремих етапів і видів робіт;

2. По кожному виду робіт визначений кваліфікаційний рівень виконавців. В разі виконання однієї роботи виконавцями різної кваліфікації, робота розподілена на ряд паралельних конкретних робіт для кожної категорії виконавця.

В умовах відсутності нормативної бази тривалість виконання окремих робіт розраховую на основі вірогідних оцінок робіт, що задаються виконавцями.

Розмір заробітної плати розраховується виходячи з чисельності різних категорій виконавців, трудомісткості, що витрачається ними на виконання різних видів робіт, а також їх середньої заробітної плати за годину.

При визначенні вартості виконуваних робіт орієнтуюся на мінімальну заробітну плату, встановлену Відповідно до «Закону про Державний бюджет України» (станом на 01 квітня 2024 року), враховуючи кваліфікацію виконавців, Витрати на заробітну плату приведені в таблиці 2.2 (мінімальна заробітна плата в місяць - 8000 грн; в годину - 46 грн).

Таблиця 2.2 Витрати на заробітну плату

№	Персонал	Етапи розробки	Кількість робочих годин	Погодинна ставка, грн.	Заробітна плата
1	Дипломник	Розробка дизайну головної сторінки сайту	7	46	322
2	Дипломник	Розробка дизайну сторінки з товарами сайту	15	46	690
3	Дипломник	Розробка дизайну футеру (підвалу) сайту	5	46	230

					КГ 07. 11 002.00 ДП ПЗ	Арк.
						68
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Продовження таблиці 2.2

4	Дипломник	Розробка дизайну логотипу сайту	3	46	138
5	Дипломник	Програмна розробка сайту в конструкторі Tilda	25	46	1150
ВСЬОГО:					2530

До складу витрат на оплату праці також включаються податки, збори і інші обов'язкові платежі, встановлені системою оподаткування що діє. Розмір єдиного соціального внеску складає 22% від заробітної плати, розраховується за наступною формулою:

$$V_{\text{ссв}} = V_{\text{зп}} \times 0,22 = 2530 \times 0,22 = 557 \text{ грн.}$$

Загальні витрати (V_p) на розробку веб-сайту розраховуються як сума витрат на заробітну плату праці персоналу ($V_{\text{зп}}$) та єдиного соціального внеску ($V_{\text{ссв}}$):

$$V_p = V_{\text{зп}} + V_{\text{ссв}} = 557 + 2530 = 3087 \text{ грн.}$$

Витрати на впровадження сайту (V_v) складаються з двох складових :

- витрати на реєстрацію tilda.com на 1 рік становить 4 800 (V_{v1});
- витрати на реєстрацію в пошукових системах (V_{v2}), наприклад, Yahoo, Google, Ukr.net) безкоштовно.

$$V_v = V_{v1} + V_{v2} = 4 800 \text{ грн.}$$

Витрати на експлуатацію сайту (V_e) включають вартість робіт з підтримки сайту в робочому стані і вартість послуг по продовженню доменного імені на 1 рік. Роботи по підтримці сайту в робочому стані включають в себе:

1. Оновлення даних на сайті;
2. Створення нових розділів на сайті;
3. Видалення застарілої інформації з сайту;
4. Додавання потрібної інформації на сайт;

					КГ 07. 11 002.00 ДП ПЗ	Арк.
						69
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Окрім технічного обслуговування, враховую витрати на регулярне наповнення сайту контентом. Це включає статті, новини та інші оновлення, а також розробку і впровадження індивідуальних дієт для користувачів. Для цього потрібні послуги контент-менеджерів, SMM-менеджера та розробників, які забезпечують актуальність і якість інформації на сайті.

У таблиці 2.3 представлені постійні витрати, що складаються з витрат на впровадження та експлуатацію сайту протягом року. Дані взяті з відповідних прайс-листів та технічних специфікацій провайдерів послуг.

Таблиця 2.3 Постійні витрати

№	Стаття витрат	Вартість за рік
1	Контент-менеджер	96 000
2	Онлайн-консультант	200 000
ВСЬОГО:		216 000

Загальні витрати (V_3) на розробку, впровадження та експлуатацію веб-сайту розраховую за наступною формулою:

$$V_3 = V_p + (V_b + V_e) = 3087 + 4800 + 216\,000 = 217\,887$$

Економічна ефективність за рік (E_p) визначається як сукупність коштів, вивільнених за рахунок впровадження сайту:

$$E_p = E_{p1} + E_{p2} + E_{p3} = 4800 + 120\,000 + 200\,000 = 324\,800 \text{ грн.}$$

Вивільнення коштів може бути досягнуто за рахунок:

E_{p1} - скорочення коштів, що витрачаються на розміщення реклами на сайті інтернет-магазину складає 4800 грн.

E_{p2} - скорочення засобів за рахунок рішення окремих бізнес-завдань за допомогою сайту. Наприклад, можливість автоматизованого формування замовлень на товари за допомогою сайту дозволить скоротити кількість співробітників або кількість робочого часу одного співробітника, зайнятих цим видом робіт. Становить 120 000 грн.

E_{p3} - збільшення доходу за рахунок замовлень. Впровадження зручного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, покращена система пошуку товарів, можливість здійснення замовлень у будь-який час доби сприяють збільшенню обсягів продажів. Це призводить до зростання доходів від продажів на суму 200 000 грн.

Коефіцієнт економічної ефективності за перший рік вираховую таким чином:

$$K_e = E_p / B_z = 324\,800 / 217\,887 = 1,5$$

Функціональна ефективність може проявлятися:

- забезпечення повноти, точності та доступності інформації про товари для кав'ярень, включаючи кавомашини, у будь-який час доби.
- в оптимізації технологічних процесів (наприклад, процесу обробки замовлень на товари і послуги).

Соціальна ефективність залежить від типу об'єкту сайтобудування і може виражатися в наступному:

1. Розширення складу засобів просування товарів і послуг, що надаються.
2. Інформування найбільшого числа зацікавлених осіб про діяльність організації і про умови укладення договору на виконання робіт цією організацією.
3. Оптимізація рекламної діяльності організації.
4. Пошук нових клієнтів і ділових партнерів.
5. Формування позитивного іміджу організації.

					КГ 07. 11 002.00 ДП ПЗ	Арк.
						71
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

3 РОЗДІЛ З ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА ТЕХНІКИ БЕЗПЕКИ

3.1 Вступ

У цьому розділі дипломної роботи розглядаються питання охорони праці на підприємствах, пов'язані з роботою з комп'ютерними системами. Це стосується як розробника, так і користувача створеного сайту, оскільки при розробці сайту для інтернет-магазину «Все для кав'ярні» багато часу відводиться на роботу за комп'ютером.

Важливість забезпечення безпечних і санітарних умов праці не можна недооцінювати, оскільки комфортне середовище підвищує продуктивність праці та сприяє збереженню здоров'я працівників.

3.2 Аналіз умов праці та забезпечення безпеки при виконанні основних завдань в дипломному проекті.

Робоче місце веб-розробника має бути організоване за сучасними ергономічними стандартами, забезпечуючи правильне розташування обладнання та відповідні умови праці.

Ергономіка робочого місця

Щоб зменшити навантаження на очі та шию, комп'ютерні монітори слід розміщувати на рівні очей і на відстані від 50 до 70 см від вашого обличчя. Клавіатуру та мишу слід розташувати так, щоб руки перебували в природному положенні, а лікті були зігнуті приблизно під кутом 90 градусів. Столи та стільці повинні регулюватися по висоті, щоб забезпечити зручне робоче положення.

Навчання та правила

Регулярне навчання з питань охорони праці є обов'язковим для всіх працівників. Необхідно знати основні правила безпеки та надання першої допомоги під час використання електронного обладнання.

					КГ 07. 11 003.00 ДП ПЗ	Арк.
						72
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Запобіжні заходи

Слід проводити регулярні перерви та розминку, щоб зменшити ризик професійних захворювань, таких як синдром зап'ястного каналу та розлади хребта. Співробітникам рекомендується робити короткі перерви кожні 30-60 хвилин, щоб потягнутися та відпочити очам.

3.3 Гігієнічні вимоги до виробничих середовищ

Приміщення

Приміщення, в яких працюють веб-розробники, повинні бути просторими та добре вентиляльованими, щоб забезпечити комфортні умови для тривалої роботи. Існують санітарні вимоги щодо розмірів робочого місця та розташування приміщень з ПК. Мінімальна площа на одного працівника повинна становити 6 квадратних метрів, що дозволяє розмістити необхідне обладнання та забезпечити вільний рух. Висота приміщення має бути не менше 3 метрів, що сприяє кращій циркуляції повітря і створює відчуття простору.

Мікроклімат

Температура повітря в приміщенні повинна підтримуватися в межах від 20 до 24°C, а вологість – від 40 до 60%. Для підтримання оптимальних параметрів мікроклімату необхідно використовувати кондиціонери та системи вентиляції, які забезпечують належний температурний режим і рівень вологості. Регулярний технічний огляд і обслуговування цих систем також відіграють важливу роль у підтриманні комфортного мікроклімату.

Додатково, використання зволожувачів повітря може допомогти підтримувати оптимальний рівень вологості, а вимірювальні прилади дозволяють постійно моніторити параметри повітря в приміщенні. Порушення цих параметрів може призвести до дискомфорту, зниження продуктивності праці та навіть до проблем зі здоров'ям, таких як сухість шкіри та слизових оболонок.

Освітлення

					КГ 07. 11 003.00 ДП ПЗ	Арк.
						73
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Внутрішнє освітлення приміщення і робочих місць має бути поєднанням природного та штучного світла. Вікна повинні забезпечувати достатнє природне освітлення, а штучне освітлення має бути рівномірним і не створювати відблисків на моніторі. Рекомендується використовувати лампу денного світла з колірною температурою приблизно від 4000 до 5000К, яка є найближчою до природного освітлення та менш стомлює очі.

Шум

Робочі місця повинні бути захищені від надмірного шуму, оскільки високий рівень шуму може вплинути на концентрацію та продуктивність праці. Допустимий рівень шуму в офісних приміщеннях не повинен перевищувати 50 дБ. Для зниження рівня шуму можна використовувати звукопоглинальні матеріали, перегородки, звукопоглинальні панелі.

Робоче місце

Робочі місця повинні бути сконструйовані таким чином, щоб всі необхідні матеріали та обладнання були легко доступними. Це включає в себе зручний стіл і стілець. Зручний стіл має бути достатньо просторим для розміщення всіх необхідних пристроїв та матеріалів, а також мати регульовану висоту, щоб можна було адаптувати його під індивідуальні потреби користувача. Стілець повинен мати регульовану висоту, спинку і зручне сидіння, яке забезпечує підтримку попереку і дозволяє зменшити навантаження на хребет, що допоможе уникнути дискомфорту при тривалій роботі.

Достатнє освітлення передбачає поєднання природного і штучного світла, яке не створює відблисків на моніторі і забезпечує рівномірне освітлення робочої зони. Комп'ютер повинен бути розміщений так, щоб екран був на рівні очей або трохи нижче, а відстань від очей до екрана становила приблизно 50-70 см. Це допоможе зменшити навантаження на шию і очі. Клавіатуру і мишу слід розташувати так, щоб руки знаходилися в природному положенні, а лікті були зігнуті приблизно під кутом 90 градусів.

					КГ 07. 11 003.00 ДП ПЗ	Арк.
						74
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Периферійні пристрої, такі як принтери, сканери та інші, повинні бути розташовані так, щоб до них можна було легко дістатися, не витрачаючи зайвих зусиль. Усі ці заходи спрямовані на забезпечення зручності і безпеки під час роботи, що в свою чергу підвищує продуктивність та знижує ризик професійних захворювань.

Електробезпека

Забезпечення електробезпеки є дуже важливим аспектом при роботі з комп'ютерною технікою. Електропроводку слід регулярно перевіряти, кабелі слід прокладати належним чином, щоб уникнути електричних розеток і небезпеки спіткнутися.

Працівники повинні розуміти правила користування електрообладнанням і мати доступ до інструкцій з надання першої допомоги при ураженнях електричним струмом.

3.4 Пожежна безпека

Протипожежний захист є важливим аспектом безпеки на робочому місці. Об'єкт повинен бути оснащений відповідним обладнанням для пожежогасіння, таким як вогнегасники, протипожежні покривала та автоматичні системи пожежогасіння.

Засоби пожежогасіння

Вогнегасник, бажано вуглекислотний або порошковий, повинен бути встановлений у легкодоступному місці на кожному поверсі офісних приміщень. Вогнегасники повинні регулярно перевірятися на працездатність і мати відповідне маркування. Додатково слід надати протипожежні ковдри для гасіння невеликих пожеж. Протипожежні ковдри повинні бути розміщені у доступних місцях і бути доступними для всіх працівників офісу, щоб у разі необхідності будь-хто міг швидко скористатися ними для локалізації невеликого загоряння.

Система протипожежного захисту

					КГ 07. 11 003.00 ДП ПЗ	Арк.
						75
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

Приміщення обладнуються автоматичною пожежною сигналізацією для своєчасного сповіщення про виникнення пожежі. Детектори диму та тепла повинні бути встановлені в ключових місцях, щоб виявити займання якомога раніше. Пристрої автоматичного пожежогасіння повинні бути встановлені в місцях з високим ризиком пожежі, наприклад, в серверних.

Усі працівники повинні пройти навчання з пожежної безпеки, яке включає процедури пожежної безпеки, шляхи евакуації та використання засобів пожежогасіння. Регулярні тренування з евакуації допомагають працівникам підготуватися до надзвичайних ситуацій.

3.5 Висновки за розділом

Для забезпечення належного рівня охорони праці при розробці сайту для інтернет-магазину «Все для кав'ярні» необхідний комплексний підхід, що включає правильну організацію робочого місця, дотримання санітарно-гігієнічних вимог тощо. Це допомагає підтримувати здоров'я та продуктивність працівників, а також допомагає створити безпечні умови для розробки та використання програмного забезпечення.

					КГ 07. 11 003.00 ДП ПЗ	Арк.
						76
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

ВИСНОВКИ

У роботі створено веб-сайт інтернет-магазин «Все для кав'ярні», який надає кав'ярням зручний та ефективний спосіб придбання продукції. Основною метою створення цього веб-сайту було надати власникам кав'ярень та любителям кави зручну платформу, де вони зможуть шукати та замовляти всі продукти, необхідні для ведення свого бізнесу.

Веб-сайт має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволяє користувачам легко знаходити та замовляти потрібні товари. Каталог товарів містить фільтри та категорії, що полегшують пошук, а також інтерактивний кошик для покупок, який дозволяє редагувати кількість товарів перед замовленням.

Розроблений веб-сайт підтримує реєстрацію та авторизацію користувачів і надає можливість зберігати історію замовлень та особисту інформацію. Це дозволяє користувачам створювати персоналізовані списки побажань, отримувати рекомендації на основі попередніх покупок і швидко повторювати попередні замовлення.

Щоб полегшити платежі, була реалізована підтримка різних методів, таких як банківські картки та електронні гаманці, щоб забезпечити гнучкість і зручність для користувачів.

Панель адміністратора пропонує керування запасами, обробку замовлень і аналітику продажів, що дозволяє власникам бізнесу легко контролювати всі аспекти бізнес-операцій, проводити маркетингові кампанії та аналізувати показники продажів.

Для створення програмного продукту використовувалися засоби Figma та Tilda. В Figma було створено три макети сайту для різноманітних пристроїв: комп'ютерів, планшетів і мобільних телефонів. Це забезпечило адаптивність дизайну та простоту використання на різних екранах. Макет включав детальну обробку кожного елемента інтерфейсу, такого як кнопки, форми, зображення

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						77
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

та текстові блоки, щоб забезпечити узгодженість та естетичність дизайну. За допомогою Figma було розроблено дизайн і макет веб-сторінки, щоб забезпечити красу та зручність використання інтерфейсу.

Інструмент Tilda використовувався для розробки та впровадження веб-сайту завдяки його потужній функціональності та простоті маніпулювання контентом. Це дозволяє швидко й ефективно впроваджувати дизайнерські рішення на професійних веб-сайтах, зберігаючи високу якість коду та інтерактивність.

У пояснювальній записці враховано всі моменти, зазначені в технічному завданні на дипломне проектування. Проведено тематичний аналіз, в тому числі дослідження ринку інтернет-торгівлі кав'ярні та визначення функціональних вимог сайту. Досліджуючи конкуруючі платформи та визначаючи їх сильні та слабкі сторони, що дозволило уникнути можливих недоліків та вдосконалити власні продукти. Детально описано технології та інструменти, використані для створення проекту, включно з вибором програмних засобів і причиною їх використання.

Зокрема, Figma була обрана для розробки завдяки її потужним прототипам і інструментам для співпраці, а Tilda була обрана для реалізації веб-сайту завдяки її гнучкості та широкому спектру функцій для створення адаптивних веб-сторінок.

Проведено розрахунки економічної ефективності створення та реалізації проекту. Результати показали, що розробка та запуск веб-сайту інтернет-магазину є економічно вигідним з огляду на очікуваний обсяг продажу та очікуваний прибуток.

Також було проведено детальний аналіз витрат, пов'язаних із розробкою, впровадженням і обслуговуванням веб-сайту, і створили прогноз продажів на основі дослідження ринку та аналізу конкуренції.

Були враховані питання охорони праці, такі як заходи щодо забезпечення безпеки праці розробників і користувачів сайту, а також

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						78
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

гігієнічні вимоги до виробничого середовища. Враховуються вимоги до дизайну робочого місця, зокрема щодо ергономіки, освітлення, вентиляції та забезпечення безпеки при роботі з електронним обладнанням. Надано рекомендації щодо створення комфортних і безпечних умов праці.

Підсумовуючи, в роботі успішно реалізовані всі поставлені задачі в технічному завданні, що забезпечило створення функціонального та ефективного сайту інтернет-магазину «Все для кав'ярні». Простий у користуванні веб-сайт із багатим функціоналом і гарним дизайном, що сприяє підвищенню задоволеності користувачів і ефективності продажів.

Завдяки використанню сучасних інструментів Figma і Tilda я змогла створити адаптивний, інтуїтивно зрозумілий і технічно досконалий продукт, який відповідає потребам сучасних користувачів і надає послуги високої якості.

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						79
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Етапи створення інтернет-магазину [Веб-сайт]
URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/etapy-razrobotki-internet-magazina> (дата звернення: 21.05.2024).
2. Як вдосконалити юзабіліті інтернет-магазину [Веб-сайт]
URL: <https://seoquick.com.ua/online-store-usability/> (дата звернення: 21.05.2024).
3. Класифікація сучасних інтернет-магазинів в електронній комерції [Веб-сайт] URL: <https://sebweo.com/klasifikatsiya-suchasnih-internet-magaziniv-v-elektronnij-komertsiyi/> (дата звернення: 21.05.2024).
4. Колірна гармонія. [Веб-сайт] URL: <https://libdiz.com/uk/knygy/mystetstvo-kolioru/3-kolirna-garmoniya> (дата звернення: 21.05.2024).
5. Конструктор сайтів: огляд. [Веб-сайт] URL: <https://sendpulse.ua/blog/best-web-page-builders> (дата звернення: 31.05.2024).
6. Методи створення сайтів. [Веб-сайт]
URL: <https://webstudio2u.net/ua/webdesign/354-site-development-methods.html> (дата звернення: 21.05.2024).
7. Організація та принципи роботи інтернет-магазинів. [Веб-сайт]
URL: <https://shop-express.ua/ukr/blog/online-store-organization/> (дата звернення: 21.05.2024).
8. Переваги і недоліки інтернет магазину. [Веб-сайт]
URL: <https://om24.com.ua/article-perevagy-i-nedoliky-internet-magazynu-dlja-vedennja-biznesu> (дата звернення: 21.05.2024).
9. Створення макету сайту: важливі моменти. [Веб-сайт]
URL: https://rocketmen.com.ua/ua/article/maket_saita (дата звернення: 27.05.2024).

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						80
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

10. Структура інтернет-магазину: основні особливості. [Веб-сайт]
URL: <https://webstudio2u.net/ua/webdesign/837-struktura-internet-magazina.html> (дата звернення: 21.05.2024).
11. Як створити та відкрити свій інтернет-магазин [Веб-сайт]
URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/how-to-open-online-store/> (дата звернення: 21.05.2024).
12. E-Commerce: що це таке та як працює електронна комерція в Інтернеті. [Веб-сайт] URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/elektronna-komertsiya> (дата звернення: 21.05.2024).
13. Otchenko V. Типографіка в дизайні. Основні поняття і правила - iProspect Ukraine. [Веб-сайт] URL: <https://iprospect.com.ua/tipografika-v-dizajni-osnovni-ponyattya-i-pravila/> (дата звернення: 27.05.2024).
14. Sign in - Tilda. [Веб-сайт] URL: <https://tilda.cc/identity/plan/> (дата звернення: 31.05.2024).
15. Types of sites and online stores | Web-systems Solutions. [Веб-сайт]
URL: <https://web-systems.solutions/blog/english-yaki-vydy-sajtiv-ta-internet-magazyniv-isnuyut/> (дата звернення: 21.05.2024)

					КГ 07. 11 000.00 ДП ПЗ	Арк.
						81
Зм.	Лист	№ Докум.	Підпис	Дата		

ДОДАТОК А. Слайди мультимедійної презентації

ВСП "ОДЕСЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ОНТУ

Спеціальність: 123 - "Комп'ютерна інженерія"
Освітя програма: "Комп'ютерна графіка і WEB-дизайн"

Дипломний проект

КГ 07.10.000 ДП

Синицька Марія Вікторівна

На тему:

Розробка Web-сайту «Все для кав'ярні»

Етапи створення інтернет-магазину



На першому етапі буде проведений детальний аналіз сфери, до якої буде відноситися майбутній веб-ресурс, дослідження потенційної цільової аудиторії, її потреб і уподобання.

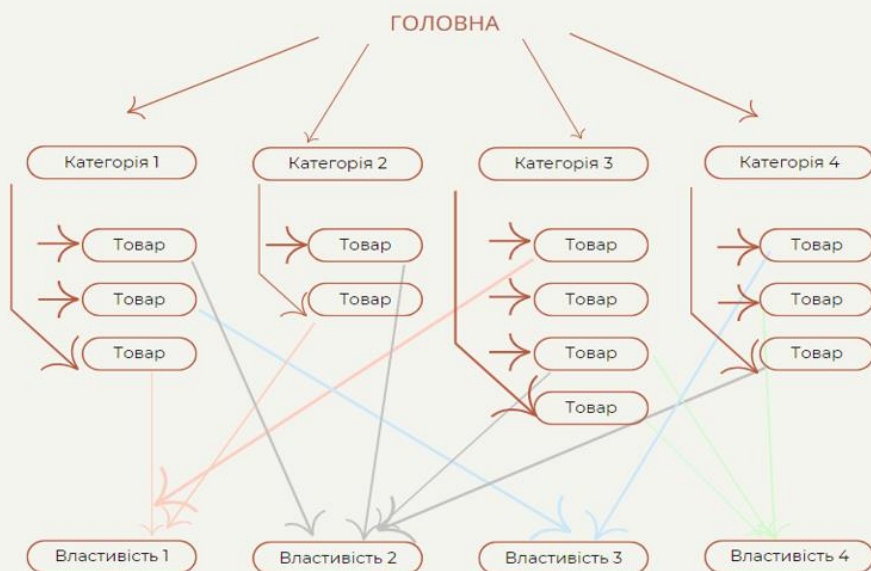
Етап проектування відоситься до наступного етапу.

Складання технічного завдання на розробку є ключовим моментом етапу проектування.

Основна мета на етапі розробки дизайну – створити унікальний і гармонійний зовнішній вигляд сайту. На цьому етапі важливо визначитися, яким буде веб-сайт.

Наступним кроком є програмування сайту. Було обрано автоматизовані методи створення веб-сайтів CMS – це програмне забезпечення, яке дозволяє керувати, змінювати, контролювати вміст ресурсів.

Структура WEB-сайту



Для розробки обрано тегову структуру веб-сайту для створення інтернет-магазину «Все для кавярні» з кількох важливих причин:

Зручність навігації: тегова структура дозволяє вам упорядковувати вміст таким чином, щоб користувачі могли легко знаходити необхідні продукти ключовими словами або категоріями.

Гнучкість і розширюваність: тегова структура забезпечує гнучкість розширення асортименту. Коли додаються нові продукти або категорії, можна легко застосувати нові теги, не змінюючи дизайн веб-сайту.

Покращена взаємодія з користувачем: використання карток забезпечує інтуїтивно зрозумілу навігацію, яка підвищує задоволеність користувачів.

Підвищення персоналізації: теги дозволяють збирати й аналізувати дані про вподобання користувачів, допомагаючи створювати персоналізовані пропозиції.

Сприяння SEO-оптимізації: теги допомагають покращити видимість веб-сайту в пошукових системах.

Простота адміністрування: для адміністраторів сайту структура тегів спрощує процес керування вмістом. Це дозволяє ефективно впорядковувати продукти, оновлювати інформацію та додавати нові елементи без зайвих зусиль.

Схема роботи WEB-сайту



Кольорова схема



#E6E6E6



#000000



#FFFFFF

Основна ідея розробки інтернет-магазину «Все для кав'ярні» полягає в тому, що сайт виконано повністю в чорно-білому кольорі. Вибрані кольори повинні гармоніювати між собою і справляти приємне враження на відвідувачів.

Для інтернет-магазину «Все для кав'ярні» кольори підібрані так, щоб не перевантажувати око, забезпечуючи комфортне сприйняття контенту. Збалансована палітра кольорів допомагає створити теплу атмосферу, яка спонукає до покупок.

Створення логотипу

KAVALEND

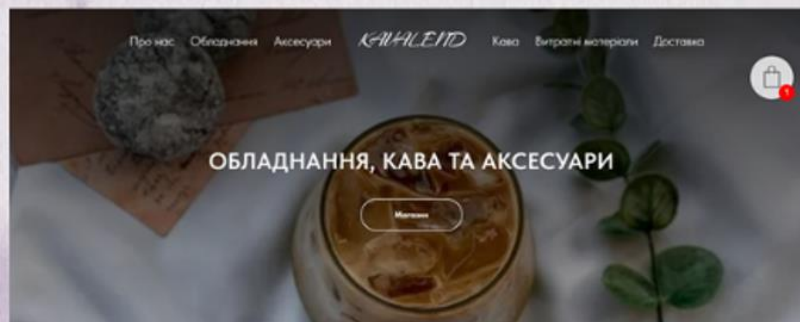
Перш ніж почати розробку логотипу, було визначено основні вимоги. Логотип має бути лаконічним і зрозумілим, щоб користувачі могли його легко зрозуміти. Читабельність також важлива. Унікальність також є важливою вимогою для того, щоб логотип виділявся та запам'ятовувався. Логотип має чудово виглядати на різних носіях, від візитних карток до банерів.

Спочатку я обрала шрифт і стиль.

Потім у Figma було створено цифровий прототип логотипу. Прототип складався з напису «KAVALEND». Для цього були використані інструменти для тексту, вирівнювання та компонування, щоб швидко й ефективно позиціонувати текст і налаштувати параметри шрифту. Для колірної гами було обрано відтінок чорного, щоб підкреслити асоціацію з кавою.

Дизайн головної сторінки повинен відповідати таким вимогам

- привертати увагу
- надавати основну інформацію про проект
- заохочувати до покупки або співпраці



Створення макету у Figma:

Було створено три макети для різних пристроїв, розглянемо саме версію для комп'ютера.

Ключові елементи макету:

- Головна сторінка: Включає банер із поточними акціями, навігаційне меню, популярні товари та спеціальні пропозиції.
- Каталог продукції: Зручна категоризація товарів, фільтри для швидкого пошуку та детальні описи продуктів.
- Кошик покупок: Простий у використанні кошик, який дозволяє легко переглядати та змінювати замовлення.
- Контактна інформація: Розділ з контактами, формою зворотного зв'язку та мапою з розташуванням магазинів.

Дизайн і стиль:

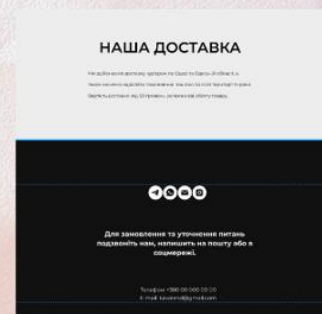
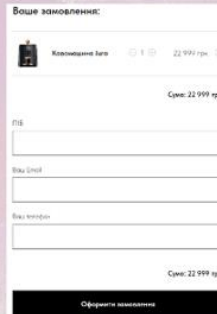
Було обрано сучасний і привабливий дизайн, використовуючи нейтральні кольори та високоякісні зображення. Особливу увагу приділено читабельності шрифтів та зручності інтерфейсу.

Тестування та вдосконалення:

Проведено кілька етапів тестування для виявлення і виправлення недоліків, що дозволило покращити функціональність та зручність сайту.

Результат:

- сторінка з товарами
- картка товару
- корзина покупок
- підвал сайту



Я обрала платформу Tilda через її зручність у використанні, гнучкість дизайну та багатий функціонал. Tilda дозволяє швидко створювати стильні та сучасні веб-сайти без необхідності в глибоких знаннях програмування.

Основні елементи сайту включають:

- Головну сторінку: Вітрина магазину з основними категоріями товарів та спеціальними пропозиціями.
- Каталог товарів: Зручно структурований каталог з фільтрами для швидкого пошуку.
- Сторінка товару: Детальний опис товару з можливістю перегляду зображень, відгуків та додавання в кошик.
- Кошик покупок: Зручний інтерфейс для перегляду вибраних товарів, редагування замовлення та оформлення покупки.
- Контактна інформація: Сторінка з контактними даними та формою зворотного зв'язку.

Я додала кілька інтерактивних елементів для покращення користувацького досвіду, зокрема:

- Форми зворотного зв'язку для швидкого зв'язку з клієнтами.
- Підписка на розсилку новин та спеціальних пропозицій.
- Інструменти для обробки замовлень.

Не пропустіть свіжі новини. Підпишіться на наше розсилання!

Ваш E-mail

Підписатися

Ваше замовлення:

	Decaf	1	420 грн.
	Чорний чай	1	250 грн.

Сума: 670 грн.



Для замовлення та уточнення питань подзвоніть нам, напишіть на пошту або в соцмережі.

Телефон: +380 00 000 00 00
E-mail: kavolend@gmail.com

Забезпечення адаптивності сайту для різних пристроїв було одним з пріоритетів проекту. Сайт коректно відображається на комп'ютерах, планшетах та мобільних телефонах, що робить його зручним для користувачів незалежно від того, який пристрій вони використовують.

Після завершення основного етапу розробки я провела всебічне тестування сайту, щоб виявити та усунути можливі помилки. Я також оптимізувала швидкість завантаження сторінок та покращила загальний користувацький досвід на основі отриманого фідбеку.

Результатом роботи став інтуїтивно зрозумілий, естетично привабливий і функціональний сайт, який значно покращить зручність покупок для клієнтів кав'ярень. Сайт відповідає сучасним вимогам та стандартам веб-розробки, забезпечуючи високу ефективність і зручність у використанні.

Цей проект створення інтернет-магазину "Все для кав'ярні" за допомогою платформи Tilda дозволяє покращити взаємодію з клієнтами та ефективно продавати товари для кав'ярень.

Переглянути готовий ресурс можна за посиланням: <https://kavalend.tilda.ws>

**Дякую
за увагу!**

ВІДГУК

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

Синицька Марія Вікторівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

Спеціальність 123 «Комп'ютерна інженерія»

ОПП «Комп'ютерна графіка і Web-дизайн»

Тема дипломного проєкту (роботи)

Розробка Web-сайту «Все для кав'ярні»

ХАРАКТЕРИСТИКА ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ

а) обсяг і якість виконання проєкту (графічного матеріалу і розрахунково-пояснювальної записки) Пояснювальна записка виконана на 83 сторінках формату А4.

Графічний (перзентаційний) матеріал виконано на 14 слайдах презентації MS Power Point. Дипломний проєкт виконано на належному рівні та у достатньому обсязі, із дотриманням вимог ЄСКД. Всі питання, які необхідно було розглянути, докладно описані в дипломному проєкті.

Створений вебсайт повністю відповідає технічному завданню на дипломне проєктування та може використовуватися за призначенням.

б) самостійність роботи над проєктом: Синицька М.В. працювала над виконанням самостійно, однак інколи зверталася до керівника проєкту за необхідними консультаціями по технічним питанням. Під час виконання дипломного проєкту дипломниця активно користувалася спеціальною технічною літературою та здійснювала результативний пошук необхідної інформації в мережі Internet.

в) Теоретична підготовка дипломника Теоретична підготовка дипломниці Синицької М.В. знаходиться на належному рівні, що відповідає вимогам, які ставляться до фахівця з комп'ютерної графіки та вебдизайну – фахового молодшого бакалавра.

г) Вміння розв'язувати виробничі і конструкторські питання на базі останніх досліджень науки і техніки, передових методів виробництва Дипломниця Синицька М.В.
вміє розв'язувати такі питання з використанням вказаної теоретичної та
практичної бази, що можна побачити на прикладі виконання нею дипломного
проєкту, під час виконання та оформлення якого вона користувалася
засобами розробки вебсайтів високого рівня, сучасними web-конструкторами,
текстовими та графічними редакторами.

Оцінка розрахункової частини 5 (відмінно)


Оцінка графічної частини 5 (відмінно)

Загальна оцінка 5 (відмінно)

Прізвище, ім'я, по батькові Суліма Юлія Євгеніївна

Місто роботи і посада керівника проєкту викладач вищої категорії циклової
комісії комп'ютерних технологій та програмної інженерії ВСП «Одеський
технічний фаховий коледж Одеського національного технологічного
університету»

Підпис


«10» травня 2024р.

РЕЦЕНЗІЯ

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

Синицької Марії Вікторівни

(прізвище, ім'я та по батькові)

Спеціальність 123 «Комп'ютерна інженерія»

ОПП «Комп'ютерна графіка і Web-дизайн»

Керівник дипломного проекту (роботи) _____

Суліма Юлія Євгеніївна

(прізвище, ім'я та по батькові)

Тема дипломного проекту (роботи) _____

Розробка Web-сайту «Все для кав'ярні»

Обсяг розрахунково-пояснювальної записки 83 сторінок

Обсяг графічної (презентаційної) частини 14 аркушів (слайдів)

ХАРАКТЕРИСТИКА ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ (РОБОТИ)

а) заключення про ступінь відповідності виконаного дипломного проекту (роботи) завданню
Дипломний проект, який подано на рецензію, виконаний у відповідності
до завдання, в повному обсязі у встановлений термін. Створений вебсайт після
певних модифікацій може використовуватися за призначенням та має належну
функціональність.

б) характеристика виконання кожного розділу дипломного проекту (роботи)
Всі розділи пояснювальної записки виконані на належному рівні та у
достатньому обсязі, доповнені докладними коментарями та ілюстраціями, із
дотриманням вимог ЄСКД. В основному розділі дипломного проекту розглянуті
теоретичні аспекти веброзробки, а саме: аналіз предметної області,
особливості проектування інтернет-магазину, методика реалізації вебсайту
інтернет-магазину.

в) оцінка якості виконання пояснювальної записки та графічної частини дипломного проекту
(роботи)
Загалом пояснювальна записка виконана грамотно, цілісно, справляє позитивне
враження. Всі питання, які мали бути розглянуті в процесі проектування,
висвітлені в пояснювальній записці. Пояснювальна записка та графічна частина
оформлені якісно та на належному рівні з використанням сучасних засобів
візуалізації інформації.

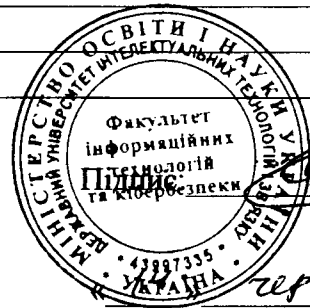
г) перелік позитивних якостей дипломного проєкту (роботи) _____
Створений вебсайт «Все для кав'ярні» має сучасний адаптивний дизайн та належну функціональність, може бути використаний за призначенням та має за мету збільшити кількість клієнтів магазину, зробити процес вибору товарів комфортним та зрозумілим, збільшити прибуток від підприємницької діяльності та зменшити час обслуговування клієнтів.

д) основні недоліки дипломного проєкту (роботи) _____
Серед недоліків роботи слід вказати відсутність в основному розділі порівняльної характеристики засобів розробки макетів веб-сторінок та огляду послуг, які надають хостинг-провайдерами

Оцінка розрахункової частини _____	5 (відмінно)
Оцінка графічної частини _____	5 (відмінно)
Загальна оцінка _____	5 (відмінно)

Прізвище, ім'я, по батькові рецензента _____ *Стайкуца Сергій Володимирович*

Місце роботи і посада рецензента _____ *Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, к.ф.н., доцент кафедри КБ та ТЗІ*

 _____
Сергій Стайкуца 2024 р.

Ім'я користувача:
Катерина Григоріївна Краснокутська

ID перевірки:
1016324670

Дата перевірки:
05.06.2024 19:29:27 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
05.06.2024 20:41:55 EEST

ID користувача:
100011688

Назва документа: 4КГ-07 Синицька Марія

Кількість сторінок: 72 Кількість слів: 11998 Кількість символів: 90436 Розмір файлу: 13.26 MB ID файлу: 1016123402

9.93% Схожість

Найбільша схожість: 4.88% з Інтернет-джерелом (<https://card-file.ontu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/538ada8a-2c...>)

9.93% Джерела з Інтернету 160

Сторінка 74

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
ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
(ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТУ)
В ЕЛЕКТРОННОМУ РЕПОЗИТАРІЇ ВСП «ОТФК ОНТУ»**

Ми, що нижче підписалися,

Синицька Марія Вікторівна,
здобувач освіти гр. 4КГ-07, та

Суліма Юлія Євгенівна,
керівник дипломного проекту,

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

«Розробка Web-сайту «Все для кав'ярні» (автор роботи – Синицька М.В., керівник роботи – Суліма Ю.Є.)

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 _____  / Синицька М.В. /

Керівник _____  / Суліма Ю.Є. /

«10» червня 2024 р.