

УДК 004.2

ПЕРЕВАГИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Посохова Д.О., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Шакурова Т.В., асистент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У 2020 році світ зіткнувся з пандемією COVID-19, це змусило підприємців замислюватися про нові способи заробітку. Мета цього проекту – розвинути серед підприємців малого бізнесу, тенденцію створювати Інтернет-магазини, для спрощення життя покупців та збільшує їх кількість та дає можливість значно розширити асортимент. В статті буде описано переваги та можливості інтернет-магазинів.

Ключові слова: ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, САЙТ, БІЗНЕС, ПАНДЕМІЯ.

З розвитком комп'ютерних технологій та сучасних реалій дедалі більше підприємців замислюються про відкриття власного інтернет-магазину [1, 2]. Це може бути як доповнення до вже наявного офлайн-магазину, так і як стартовий варіант розвитку бізнесу. Інтернет-магазин відкриває значні можливості, наприклад, збільшує кількість клієнтів, розширює географію обслуговування, дає можливість значно розширити асортимент, не вимагає витрат на оплату оренди, дозволяє вийти на нові ринки.

Зараз клієнти віддає перевагу онлайн – покупкам, тому що: це зручно. Ви маєте можливість придбати товар в будь-якій точці, будь-то доставка додому або на відділення пошти. Як правило, кількість товару в інтернеті більша. Покупець може знайти продукцію, якої немає в офлайн-магазинах. Велика перевага дає відгуки. За допомогою відгуків клієнту зручніше зрозуміти. Клієнт може залишити або переглянути відгуки. Найкращий дизайн – це завжди суб'єктивно. Для інтернет-магазину найкращий дизайн той, що більшою мірою вирішує завдання бізнесу. Створюючи сайт, ви робите його не для себе, а для користувачів. Тому на першому місці завжди має бути зручність інтерфейсу та простота його використання. Дизайн інтернет-магазину повинен чіпляти та зацікавлювати, тобто завдання UX-дизайнера – створити колірну композицію, шрифту та правильного контексту, який плавно приведе користувача до покупки.

До теми створення сайту, якій значною мірою задовольняє вимоги малого та середнього бізнесу, студенти кафедри МСТ ХНУРЕ вже звертались в своїх дослідженнях. Велику увагу в таких роботах приділяється питанням взаємодії з користувачем, наприклад через СТА-кнопки [3, 4]. Були розглянуті також питання взаємодії зі сторонніми сервісами [5]. Проте загальні питання методики створення сайтів конкретної спрямованості як перелік етапів роботи з урахуванням особливостей цільової аудиторії розглянуті недостатньо повно.

Метою роботи стало створити дизайн інтернет-магазину іграшок. Особливу увагу потрібно приділити юзабіліті, створенню правильної структури та дизайну. Останній має бути орієнтований на маленьких клієнтів: красиві фотографії, кольорові кнопки навігації, яскраві банери, презентаційні відеоролики, але все має бути в міру і поєднуватись. Важливо провести внутрішню сегментацію товарів у каталозі, правильно налаштувати фільтри. Батьки та діти повинні мати можливість вибрати товар, який відповідає їх вимогам: вік та стать дитини, колір, призначення, інші параметри.

Таким чином важливим завданням стає створення сайту, який може задовольнити потреби власників бізнесу. Для того, щоб реалізувати поставлене завдання, необхідно виконати ряд послідовних завдань, що стануть основою повноцінного дослідження.

Так, проаналізувавши аналоги нашого сайту, ми можемо зробити висновки, що нам потрібно створювати авторські рішення щодо стилю сайту, та не забувати про айдентику компанії. Повинна бути видержана одна кольорова гама та шрифти, які будуть привертати увагу потенційних покупців. Як одна з особливостей дизайну щоб не перевантажувати веб-сторінку було вирішено зробити всі кнопки «Купити» впливаючими при наведенні на конкретний товар.

Навігація сайту повинна бути зручною. На головній сторінці розташовані акційні пропозиції; каталог з розділами, та якщо є підрозділи – випадаюче меню. Також буде посилання на соціальні мережі; онлайн зв'язок та контактні номери.

Як основне програмне забезпечення обрано Figma, також буде використано Adobe Photoshop (для обробки фотографій) та Adobe Illustrator (для створення іконок).

Отже, можемо зробити висновки, що в нашому світі створення інтернет-магазину надає більше можливостей як для власників, так і для покупців, а якісний дизайн покращує роботу магазину.

Література.

1. Khagen, G. (2009). *Sozdaniye veb-saytov s pomoshch'yu Joomla!* 1.5. M.: Vil'yams.
2. Romashev, V. (2010). *CMS Drupal: Sistema upravleniya sodержimym sayta*. S-Pb: Piter.
3. Rusakov, K. & Vovk, A.V. (2020). STA-kнопка как способ povysheniya effektivnosti sajta. *PRINT, MULTIMEDIA & WEB: матеріали молодіжної школи-семінару V Міжнародної науково-технічної конференції, 3 листопада 2020 р.* – Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». – Т.2. – С. 14-16.
4. Заворуєва, Ю.Л. & Чеботарьова, І.Б. (2021). Дизайн сайту як спосіб залучення уваги споживача. *PRINT, MULTIMEDIA & WEB: матеріали молодіжної школи-семінару VI Міжнародної науково-технічної конференції, 18-22 травня 2021 р.* – м. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». – Т.2. – С. 98-100.
5. Kondrat'ev, A.V. & Vovk, A.V. Integraciya internet-magazinov s sistemoy 1S: predpriyatie. *PRINT, MULTIMEDIA & WEB: матеріали молодіжної школи-семінару IV Міжнародної науково-технічної конференції, 16–20 травня 2019 р.* – м. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид». – Т. 2. – С. 91–92.
6. Deineko, Zh., Kraievskaya, N., & Lyashenko, V. (2022). QR Code as an Element of Educational Activity. *International Journal of Academic Information Systems Research (IJAISR)*, 6(4), 26-31.
7. Biziuk, A., Tkachenko, V., & Vovk, A. (2017). Development of methods and models of complex of security technologies for printing products. *Технологический аудит и резервы производства*, 3(2 (35)), 33-40.
8. Omarov, M., Tikhaya, T., & Lyashenko, V. (2018). Internet marketing technologies in civil engineering. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(7), 1233-1240.