

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Редизайн сайту жіночого одягу «Xsena»
(тема)

Виконав:

студент 4 курсу, групи ВПВПС-19-2



Пономарьова О.В.

(прізвище, ініціали)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма

Видавничо-поліграфічна справа

(повна назва освітньої програми)

Керівник  ст. викл. Чеботарьова І.Б.

(посада, прізвище, ініціали)

Допускається до захисту
Зав. кафедри МСТ

_____ (підпис)

Дейнеко Ж.В.

(прізвище, ініціали)

2023 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
Кафедра Медіасистем та технологій
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
Тип програми Освітньо-професійна
Освітня програма Видавничо-поліграфічна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
« 22 » травня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

студентові Пономарьовій Ользі Владиславівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Редизайн сайту жіночого одягу «Xsena»

Затверджена наказом по університету від 22 травня 2023 р. № 506 Ст

2. Термін подання студентом роботи до екзаменаційної комісії 05 червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи

Тип продукції: сайт жіночого одягу. Варіант поширення: Інтернет. Група сайтів: комерційний сайт. Текстовий матеріал: опис товарів в форматі txt. Графічний матеріал: ілюстрації у форматах .jpg, .png.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Вступ; 1 Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; 2 Аналітичний огляд літератури за темою роботи; 3 Послідовність виготовлення WEB-видання; 4 Вибір інструментальних засобів розробки; 5 Розробка інформаційної структури сайту; 6 Розробка графічного дизайну; 7 Наповнення сайту контентом; 8 Розробка інтерактивності; 9 Тестування правильності роботи сайту; 10 Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Титульний слайд презентації; Актуальність та мета роботи; Задачі роботи; Цільова аудиторія; Аналіз аналогів; Вибір інструментальних засобів; Інформаційна структура та навігація; Розробка графічного дизайну; Тестування розробки; Економічна частина; Висновки; Публікації.


6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

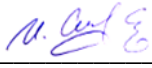
Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Чеботарьова І.Б.	26.05.23	
Економічна частина	ас. Помогалова Н.В.	22.05.23	

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз технічного завдання	02.05.2023	
2	Аналітичний огляд літератури за темою	05.05.2023	
3	Вибір інструментальних засобів розробки	09.05.2023	
4	Розробка інформаційної структури сайту	10.05.2023	
5	Розробка графічного дизайну	12.05.2023	
6	Розробка інтерактивності	18.05.2023	
7	Тестування	22.05.2023	
8	Економічна частина	24.05.2023	
9	Оформлення пояснювальної записки	28.05.2023	
10	Оформлення графічної частини	30.05.2023	

Дата видачі завдання 22 травня 2023 р.

Студент  Пономарьова О.В.
(підпис)

Керівник роботи  ст. викл. Чеботарьова І.Б.
(підпис) (посада, прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 70 с., 3 табл., 40 рис., 3 дод., 45 джерел.

WEB-САЙТ, WEB-ВИДАННЯ, FIGMA, UI, UX, РЕДИЗАЙН, РОЗРОБКА, НАВІГАЦІЯ, СТРУКТУРА, MOBILE FIRST DESIGN, HUMAN-CENTERED DESIGN, АДАПТИВНІСТЬ, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ.

Метою кваліфікаційної роботи є редизайн сайту жіночого одягу «Xsena».

Об'єктом дослідження є проектування та розробка дизайну WEB-сайту.

Предметом дослідження є процес створення дизайну WEB-сайту.

Для виконання кваліфікаційної роботи було проаналізовано завдання та розглянуто аналітичний огляд літератури за темою роботи, проведено анкетування цільової аудиторії. Розглянута послідовність виготовлення WEB-видання. Здійснено вибір інструментальних засобів розробки дизайну сайту, розроблена інформаційна структура сайту. Був розроблений графічний дизайн, здійснено наповнення сайту контентом та розроблена інтерактивність. Було проведено тестування на правильність роботи сайту. А також були проведені економічні розрахунки. Пояснювальна записка містить детальний опис усіх етапів проектування та розробки WEB-сайту.

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є інтерактивний та адаптивний прототип сайту жіночого одягу «Xsena», що має сучасний дизайн та відповідає потребам цільової аудиторії.

ABSTRACT

The explanatory note of the qualification work: 70 p., 3 tab., 40 pic., 3 app., 45 sources.

WEBSITE, WEB EDITION, FIGMA, UI, UX, REDESIGN, DEVELOPMENT, NAVIGATION, STRUCTURE, MOBILE FIRST DESIGN, HUMAN-CENTERED DESIGN, ADAPTIVENESS, TARGET AUDIENCE.

The goal of the qualification work is the redesign of the women's clothing site "Xsena".

The object of the research is the design and development of the WEB-site.

The subject of research is the process of creating a WEB-site design.

To perform the qualification work, the task was analyzed and an analytical review of the literature on the topic of the work was considered, and a survey of the target audience was conducted. The sequence of production of the WEB edition is considered. The selection of tools for the design of the site was made, the information structure of the site was developed. The graphic design was developed, the site was filled with content and interactivity was developed. The site was tested for correct operation. Economic calculations were also carried out. The explanatory note contains a detailed description of all stages of designing and developing a WEB site.

The result of the qualification work is an interactive and adaptive prototype of the "Xsena" women's clothing website, which has a modern design and meets the needs of the target audience.

ЗМІСТ

	С.
СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАЧКИ.....	8
ВСТУП	9
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ.....	10
1.1 Мета та задачі проєкту	10
1.2 Цільова аудиторія.....	11
1.3 Загальні вимоги до сайту	14
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ	15
2.1 Досягнення у виробництві та застосуванні WEB-видань.....	15
2.2 Аналіз аналогів сайтів E-Commerce з продажу одягу	16
3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ.....	23
4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ.....	26
4.1 Figma.....	26
4.2 Adobe Photoshop	27
4.3 Sketch.....	28
4.4 Порівняльна характеристика програм для створення дизайн-макету сайту .	28
5 РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ САЙТУ	30
5.1 Виявлення потреб цільової аудиторії	30
5.2 Проєктування інформаційної структури та навігації.....	31
5.2 Розробка модульної сітки	35
5.4 Створення макету.....	38
6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	44
6.1 Створення UI Kit	44
6.2 Підбір іконок.....	48
7 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ.....	50
8 РОЗРОБКА ІНТЕРАКТИВНОСТІ.....	52
9 ТЕСТУВАННЯ ПРАВИЛЬНОСТІ РОБОТИ САЙТУ.....	56
10 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	61

10.1 Характеристика продукції.....	61
10.2 Розрахунки витрат.....	61
ВИСНОВКИ.....	66
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	67
ДОДАТОК А Анкетування цільової аудиторії	71
ДОДАТОК Б Мобільна версія дизайну макету сайту жіночого одягу.....	74
ДОДАТОК В Десктопна версія дизайну сайту жіночого одягу.....	80

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАЧКИ

WEB – World Wide Web

ЦА – Цільова аудиторія

UI – User Interface

UX – User Experience

MFD – Mobile First Design

HCD – Human centered design

UI Kit – User Interface kit (набір усіх елементів, на яких будується UI сайту)

SEO – Search Engine Optimization

ВСТУП

Сьогодні з розвитком технологій неможливо уявити свій день без зв'язку зі світом за допомогою Інтернету. З кожним днем з'являється все більший попит на сайти та інтернет-магазини. Через це зростає необхідність у розробці нових сайтів, їх дизайну, навігації, структури.

Сайти є важливим інструментом для будь-якого бізнесу, оскільки дозволяють привернути нових клієнтів, збільшити продажі, залучити більше уваги до бренду та забезпечити зручний доступ до інформації про товари та послуги. Дизайн впливає на перші враження користувачів про сайт та допомагає сайту відповідати потребам й очікуванням користувачів. Важливо розуміти, що привабливий та зрозумілий дизайн є ключовим фактором успіху сайту, оскільки він забезпечує зручну взаємодію з користувачами та дозволяє створити позитивний імідж бренду. А ефективна навігація та структура сайту дозволяють забезпечити простий та швидкий пошук необхідної інформації, що також є важливим для користувачів.

Окрім цього, збільшується кількість мобільних пристроїв, що підвищує актуальність розробки сайтів. Ефективний сайт повинен бути адаптивним та забезпечувати оптимальний вигляд та функціональність на різних пристроях, що дозволить забезпечити максимальну зручність та комфорт для користувачів [1].

Метою кваліфікаційної роботи є редизайн сайту жіночого одягу Xsena. Необхідно розробити головну сторінку, каталог товарів, сторінку товару, кошик, екран оформлення замовлення та такі додаткові екрани, як меню, фільтр пошуку, реєстрація, успішність додавання у кошик та успішність замовлення. У роботі планується відтворити реалізацію інтерактивності вибору користувачами товарів за допомогою програмного середовища Figma.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

1.1 Мета та задачі проєкту

З появою великої кількості нових сайтів, конкуренція на ринку збільшується, і тому потрібно намагатись залучати клієнтів до власного сайту. Для цього можна застосовувати різноманітні стратегії маркетингу та реклами, які допоможуть привернути увагу користувачів та підвищити їх інтерес до продукту. Тому важливо намагатись пропонувати якісний продукт, а також забезпечити зручний та привабливий для клієнтів дизайн сайту, який буде відповідати сучасним вимогам та допоможе збільшити кількість продажів [2].

Метою роботи є редизайн сайту жіночого одягу Xsena. Дизайн сайту повинен відповідати сучасним трендам та бути адаптивним для різних пристроїв, що дозволяє забезпечити зручну та приємну взаємодію користувачам.

Вихідні дані до проєктування:

- вид WEB-видання – сайт;
- призначення WEB-видання – надати користувачам зручну та надійну можливість покупки жіночого одягу онлайн, залучити нових клієнтів та утримати старих;
- середовище розповсюдження – мережа Інтернет.

Для реалізації проєкту необхідно вирішити наступні завдання :

- визначити цілі та задачі, які повинен вирішувати сайт;
- зробити аналіз цільової аудиторії та виявити її потреби;
- провести аналіз аналогів, виявити їх переваги та недоліки;
- обґрунтувати вибір програмного забезпечення для створення сайту;
- розробити інформаційну структуру;
- продумати зручну навігацію;
- створити графічний дизайн;

- наповнити сайт контентом;
- налаштувати прототипи;
- провести тестування;
- підготувати сайт до розміщення.

Сайт повинен відповідати наступним критеріям:

- адаптивність: потрібно забезпечити оптимальний вигляд та функціональність сайту на різних пристроях, таких як смартфони, планшети та ноутбуки;
- зрозумілість: необхідно створити зручний та привабливий інтерфейс, який допоможе користувачам швидко та легко знайти необхідну інформацію;
- відповідність цільовій аудиторії: якщо цільова аудиторія сайту – це молоді люди, то вони прагнуть до сучасного, стильного та інтерактивного дизайну. У той же час, якщо цільова аудиторія – це люди похилого віку, то вони можуть відчувати більшу зручність при використанні простого та зрозумілого дизайну. Тому від цього параметру залежить створення дизайну;
- актуальність: дизайн повинен відповідати сучасним трендам, що дозволить забезпечити зручну та приємну взаємодію з користувачами.

1.2 Цільова аудиторія

Дизайн сайту безпосередньо впливає на те, як користувачі сприймають та взаємодіють з сайтом. Кожна цільова аудиторія має свої унікальні потреби, побажання та очікування щодо того, як повинен виглядати та працювати сайт. Тому, якщо дизайн сайту не відповідає потребам та очікуванням цільової аудиторії, то користувачі можуть не знайти на сайті потрібної їм інформації, втратити інтерес до продукту та піти на конкурентний сайт.

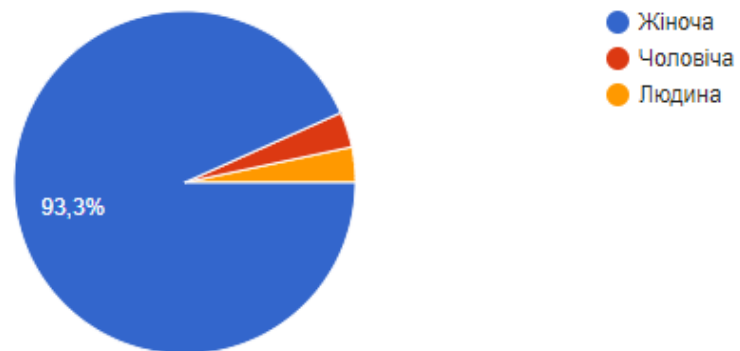
Тому важливо досліджувати та розуміти свою цільову аудиторію, щоб створити дизайн сайту, який буде відповідати їхнім потребам та очікуванням. Це допоможе залучити більше користувачів на сайт, збільшити їх задоволеність та покращити їхній досвід взаємодії з продуктом [3].

Цільова аудиторія існуючого сайту – жінки віком від 20 до 30 років, що цікавляться модою та одягом. Дизайн повинен відповідати вимогам цільової аудиторії, тому на етапі проєктування було проведено анкетування для виявлення основних потреб та вподобань (додаток А).

Таким чином було виявлено (рис. 1.1-1.3):

- рівень доходів – 8 000 – 15 000 грн/місяць;
- можливість витратити гроші на одяг за певний проміжок часу: 1 000 – 5 000 грн / 3 місяці;
- звичний пристрій для шопінгу в інтернеті – телефон та ноутбук (хоча планшет та комп’ютер також використовують, але рідше);
- пріоритетний спосіб купування одягу – онлайн раз на 1-3 місяці.

Ваша стать



Ваш вік

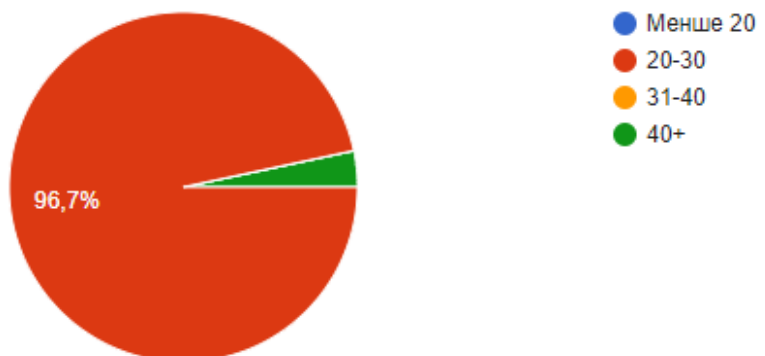
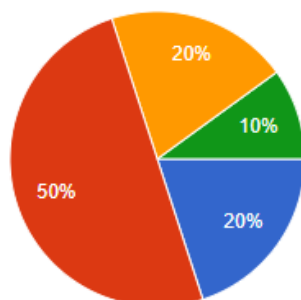


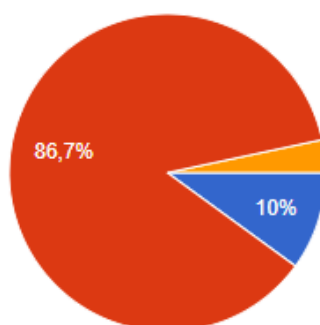
Рисунок 1.1 – Визначення цільової аудиторії

Вкажіть ваш рівень доходів (на місяць)



- Від 2 000 грн до 8 000 грн
- Від 8 000 грн до 15 000 грн
- Від 15 000 грн до 25 000 грн
- Більше 25 000 грн

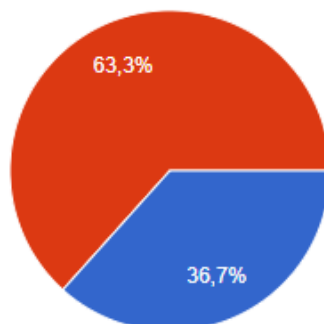
Який ваш бюджет на покупки одягу? (на 3 місяці)



- 500 - 1000 грн
- 1000 - 5000 грн
- Більше 5 000 грн

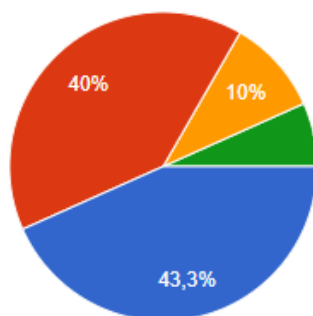
Рисунок 1.2 – Грошовий стан ЦА

Ви частіше купуєте одяг у ТЦ або в інтернеті?



- В магазинах офлайн
- В інтернеті

Як часто ви робите покупки одягу онлайн?



- Кожного місяця
- Раз на 2-3 місяці
- Раз на пів року
- Раз на рік
- Не купую в інтернеті

Рисунок 1.3 – Результати опитування щодо покупок онлайн

1.3 Загальні вимоги до сайту

Метою роботи є створення легкого оптимістичного сайту жіночого одягу, тому колірна гама буде мати білий та темно-блакитний колір, що створить більш чистий та свіжий вигляд сайту [4].

Білий колір зазвичай асоціюється з чистотою, простотою, мінімалізмом, він може передавати відчуття стилю та елегантності. Темно-блакитний колір створює відчуття вишуканості, спокою та глибини [5].

Акцентним кольором буде відтінок бірюзового з відносно рівним балансом між синім і зеленим, що створює відчуття спокою і стабільності. Це популярний вибір для WEB-дизайну, брендингу та маркетингових матеріалів, оскільки він може передавати відчуття довіри та професіоналізму. Він також має елегантний вигляд, що передає відчуття стилю, тому він корисний у дизайні сайтів, пов'язаних з модою [6].

Варто також звернути увагу на використання тонких ліній та плавних форм, щоб створити легкий та повітряний дизайн, який доповнить обрану кольорову схему.

WEB-сайт повинен містити такі складові: головна сторінка, каталог товарів, сторінка товару, кошик, екран оформлення замовлення та такі додаткові екрани, як меню, фільтр пошуку, реєстрація, успішність додавання у кошик та успішність замовлення.

Сайт буде розробленим за принципом «Mobile First Design». Це принцип, згідно з яким UI/UX інтерфейс сайту спочатку розробляється для смартфонів, а у подальшому дизайн-макети масштабуються під планшетні та desktop-пристрої [7].

Також реалізовано підхід Human-centered design. Це підхід до створення продуктів, коли в центрі перебуває людина, її потреби та її думка. Згідно з цією концепцією важливо зрозуміти чого хоче користувач, які у нього є потреби, і на основі цього розробляти рішення по створенню сайту [8].

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ

2.1 Досягнення у виробництві та застосуванні WEB-видань

Застосування WEB-видань дозволяє компаніям та медіа-організаціям швидко та ефективно публікувати новини, розкривати інформацію та взаємодіяти зі своєю аудиторією. Також WEB-видання стали необхідним інструментом для рекламодавців, які шукають ефективний спосіб просування своїх товарів та послуг.

Нові технології, такі як машинне навчання та штучний інтелект, використовуються в WEB-виданнях для поліпшення досвіду користувачів, персоналізації вмісту та автоматизації процесів. Наприклад, машинне навчання може допомогти виявляти теми, які є найбільш популярними серед користувачів, та відображати їх на головній сторінці сайту [9].

WEB-видання також використовуються в освітніх цілях, надаючи доступ до онлайн-курсів та матеріалів, що допомагають студентам та учням отримати знання в будь-який час та в будь-якому місці.

У виробництві та застосуванні WEB-видань було досягнуто багато успіхів, а саме: розширення функціональності, поява адаптивного дизайну, підвищення швидкості завантаження, збільшення кількості медіа-контенту, підвищення безпеки, інтеграція з соціальними мережами.

Розширення функціональності проявляється таким чином, що WEB-видання сьогодні не тільки надають користувачам новини, але й забезпечують можливість відстежувати події, використовувати інтерактивні карти, брати участь у соціальних опитуваннях та багато іншого [10].

WEB-видання стали більш адаптивними до різних розмірів екранів, що дозволяє користувачам легко переглядати WEB-сайт на будь-якому пристрої – від настільного комп'ютера до смартфона.

Підвищення швидкості завантаження дозволяє користувачам більш ефективно взаємодіяти з WEB-сайтами.

Збільшення кількості медіа-контенту – WEB-видання дозволяють використовувати різні типи медіа-контенту, такі як відео, аудіо та графіка, що робить сайт більш захоплюючим та інформативним.

WEB-видання підвищили рівень безпеки, що дозволяє користувачам перебувати на сайті без ризику зламу або крадіжки даних.

Інтеграція з соціальними мережами – WEB-видання дозволяють користувачам ділитися контентом зі своїми друзями та підписниками на соціальних мережах, що допомагає збільшити розповсюдження матеріалів.

Узагалі, WEB-видання стали невід'ємною частиною життя в Інтернеті, забезпечуючи доступ до інформації та забезпечуючи зручний та ефективний спосіб отримання новин та інших відомостей. За останні роки вони значно розвинулись, ставши більш інтерактивними, привабливими та функціональними, але з розвитком технологій вони продовжують вдосконалюватись та еволюціонувати.

2.2 Аналіз аналогів сайтів E-Commerce з продажу одягу

Розробка дизайну для сайтів з жіночим одягом є важливою складовою успіху в індустрії моди. Це пов'язано з тим, що сфера моди є дуже конкурентною, і сайти, які пропонують жіночий одяг, повинні виділятися серед інших, щоб залучити увагу своєї цільової аудиторії. Привабливий та сучасний дизайн сайту може стати рішучим чинником у виборі жінок певного бренду одягу [11].

Ефективний дизайн для сайтів з жіночим одягом повинен відповідати потребам та очікуванням цільової аудиторії, яка зазвичай шукає якісний та стильний одяг, а також прагне знайти найновіші та актуальні модні тренди. Для цього, дизайн повинен бути привабливим, стильним та сучасним, а також

дозволяти легко знаходити необхідну інформацію про продукти, розміри, кольори та ціни.

Для створення сайту, що буде відповідати усім вимогам, необхідно розглянути аналоги сайтів E-Commerce з продажу одягу.

Одним з не ефективних сайтів є «ZARA» [12], проблема якого полягає в нетрадиційній (незвичній) навігації. Під час відвідування цього сайту є відчуття перегортання модного журналу, що виглядає привабливо, але значно ускладнює здійснення покупок (рис. 2.1). Можна впевнено сказати, що цей сайт робить акцент на UI складовій, а не на UX. Шлях користувача на мобільному пристрої також ускладнений, бо при натисканні на меню на телефоні відкривається незвичне меню навігації. Користувачі не знайдуть ні «хлібних крихт», ні параметрів сортування, які б допомогли їм орієнтуватися на сайті та зручно переглядати товари [13].



Рисунок 2.1 – Каталог товарів сайту «ZARA»

Прикладом зручного та ефективного сайту є «Sinsay» – це молодіжний бренд одягу та аксесуарів [14]. Сайт «Sinsay» має насичений та яскравий дизайн з використанням багатьох яскравих кольорів (рис. 2.2), який відображає енергійний та веселий стиль марки, а також відповідає молодіжній цільовій аудиторії, що є одним з важливих критеріїв при створенні дизайну. Сайт «Sinsay» має сучасний та зручний дизайн, за яким легко орієнтуватися [15].

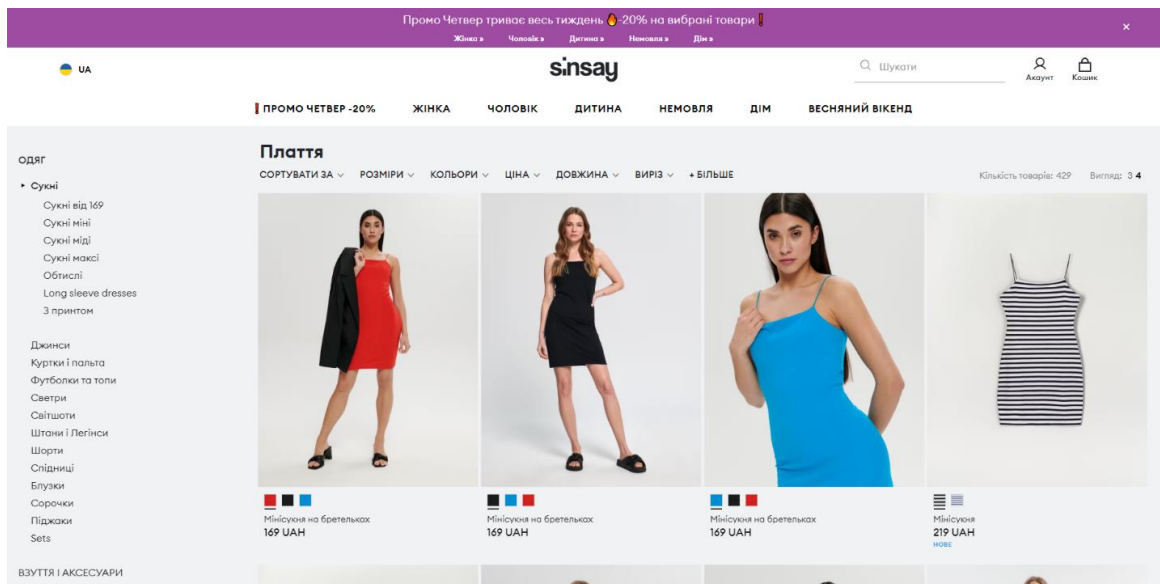


Рисунок 2.2 – Каталог товарів сайту «Sinsay»

Зазвичай сайти з одягом працюють з великою кількістю фотографій, що дозволяє користувачам краще ознайомитися з продукцією та зробити свідомий вибір. Тому важливо мати відповідний дизайн, який допоможе правильно відобразити фотографії, забезпечити їх якість та зручність перегляду [1].

Також потрібно звернути увагу, що всі відомі бренди є іноземними (польські, турецькі, американські і так далі), тому необхідно зробити сайт для українських жінок та просувати українські бренди.

Серед українських сайтів жіночого одягу можна виділити «Issa Plus» [16]. Це сучасний ресурс, за допомогою якого можна придбати жіночий одяг на будь-який смак і бюджет. Але після його аналізу можна сказати, що цей сайт робить акцент на UX складовій, а не на UI (на відміну від попередньо розглянутого сайту «ZARA»). Дизайн сайту «Issa Plus» простий (рис. 2.3), що дозволяє користувачам легко та швидко обирати та купувати потрібні товари. Також присутні відгуки на товари, вдале і зрозуміле сортування. Серед переваг даного сайту є наявність «хлібних крихт», що допомагають клієнтам прослідити свій шлях до відкритої категорії [17]. Проте є і недоліки, а саме – недосконала візуальна складова та незначні помилки в роботі деяких функцій. Але, на відміну від наступного прикладу, на цьому сайті вдале поєднання білого та чорного кольору.

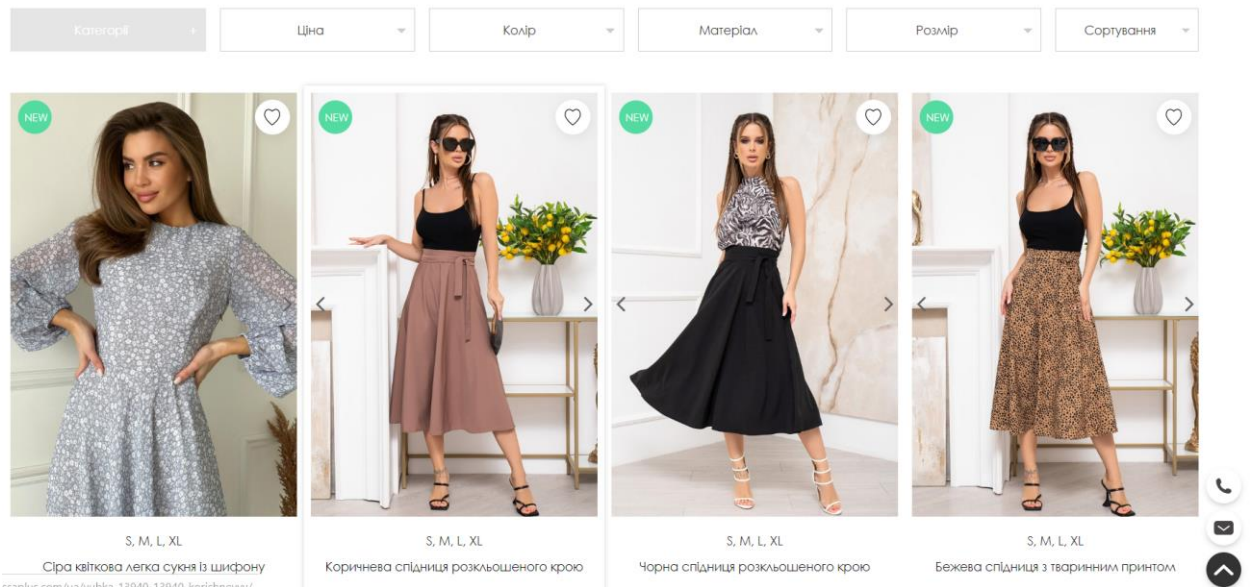


Рисунок 2.3 – Каталог товарів сайту Issa Plus

Прикладом неефективного українського сайту жіночого одягу є «Xsena» [18]. Серед недоліків можна виділити:

- погане розміщення елементів між собою: різне форматування, неправильна відстань між елементами, не всі елементи вирівняні між собою;
- весь текст виконаний одним шрифтом: оформлений форматуванням "з великої літери", тобто лише перша літера першого слова велика, а решта літер – маленькі, що ускладнює читання;
- маленький розмір фотографій товарів (рис. 2.4) у порівнянні з іншими елементами (для легшого сприйняття та більшої вірогідності покупки користувач повинен бачити якісне фото зручного розміру);
- занадто маленькі кнопки покупки. Великі кнопки звертають увагу користувача, можуть збільшити кількість продажів, вони більш зручні для користувачів (користувачі повинні мати змогу легко знайти та натиснути на неї, навіть якщо вони використовують маленький екран);
- погано підібрана кольорова гама до стилю бренду. Основними кольорами сайту є білий та чорний, акцентним – червоний, а додатковими – блакитний та зелений. Чистий білий та чорний кольори (саме такі використовуються у дизайні цього сайту) дуже контрастні, що може викликати

напруження для очей користувачів. Тому краще було б замінити чорний колір на темно-блакитний, що зробило б дизайн більш збалансованим;

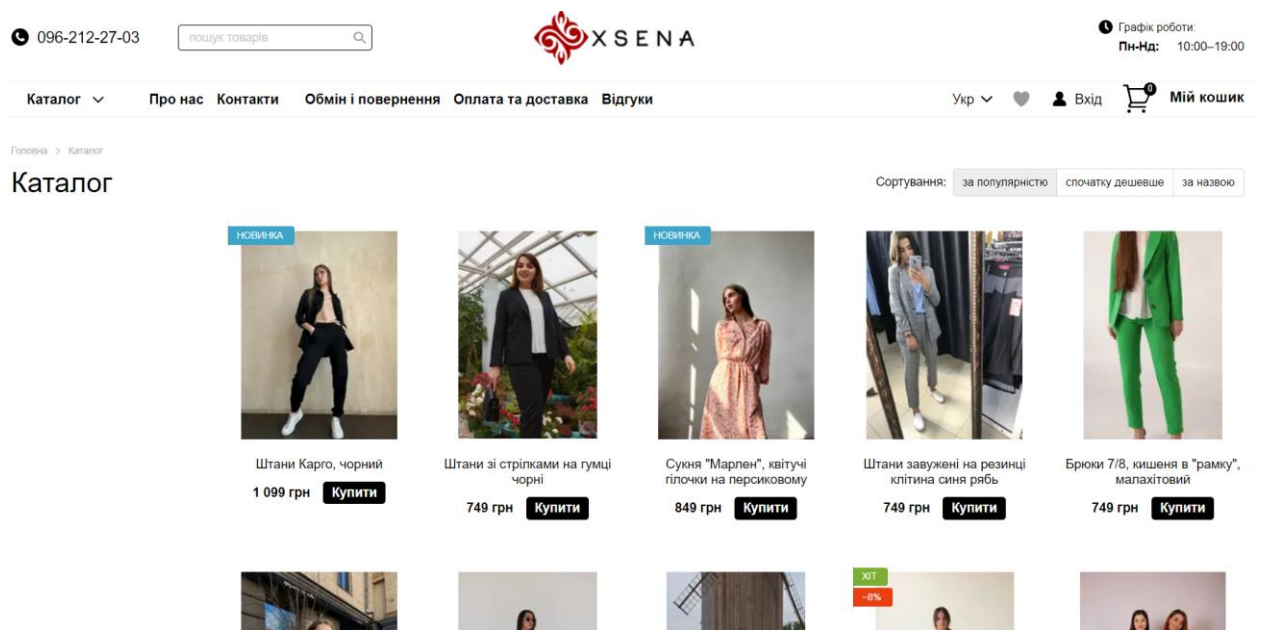


Рисунок 2.4 – Каталог товарів сайту «Xsena»

– у мобільній версії сайту (рис. 2.5) забагато додаткової інформації, яка заважає переглядати товари. У десктопній версії ця функція з'являється тільки після наведення на товар.

Аналізуючи розглянуті сайти можна висунути наступні сучасні вимоги, які необхідно застосувати у створюваному сайті жіночого одягу:

– адаптивність: усі люди користуються мобільними пристроями та комп'ютерами або ноутбуками, тому важливо мати сайт, який добре працює та відображається як у десктоп версії, так і у мобільній. Це може забезпечити зручний та комфортний перегляд сайту на будь-якому пристрої, що збільшує зручність користування та позитивне враження від відвідування сайту;

– зрозуміла навігація: користувачі хочуть швидко знайти потрібний товар, тому важливо мати на сайті просту та зрозумілу навігацію. Наприклад, це можна здійснити за допомогою меню, фільтрів пошуку та інших інструментів, що допомагають знайти потрібні товари;

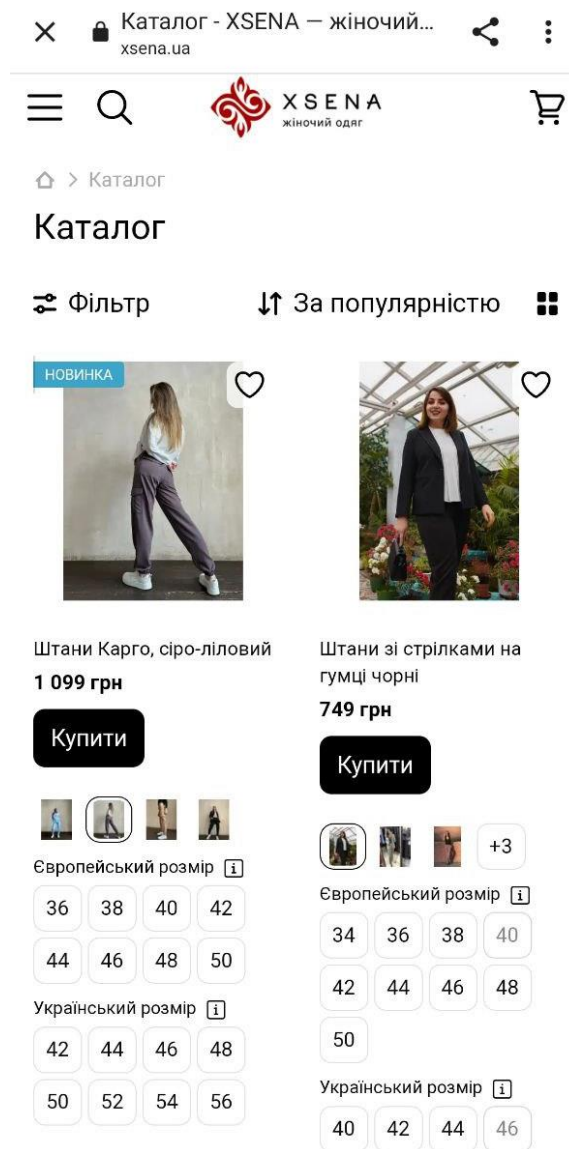


Рисунок 2.5 – Каталог товарів сайту «Xsena» (мобільна версія)

- якісні фотографії та відео: важливо мати на сайті фото- та відеоматеріали високої якості, що дозволять користувачам краще розглянути одяг та зрозуміти, як він виглядає в реальності, що допоможе збільшити продажі;
- наявність відгуків та рейтингів: для більшої впевненості у покупці користувачі мають бачити відгуки інших людей про товари на сайті, щоб оцінити їх якість та надійність. Також корисним може бути наявність рейтингів, які дозволяють зрозуміти, як певний товар оцінюють інші люди;
- зручний процес оформлення замовлення, що дозволить користувачам швидко та легко зробити покупку, а маючи гарний досвід першого замовлення – вони повернуться ще раз;

- соціальні мережі: більшість людей мають акаунти у різних соціальних мережах і проводять там досить багато часу, тому важливо мати на сайті посилання на соціальні мережі, де можна знайти додаткову інформацію про бренд та продукцію, а також взаємодіяти з користувачами. Не зайвим буде використовувати соціальні мережі для просування свого бренду та продукції;
- підтримка користувачів: важливо мати на сайті контактну інформацію та форму зворотного зв'язку, щоб клієнти могли звернутися за підтримкою в разі потреби. Також можна використовувати чат-боти та інші інструменти для автоматизації підтримки клієнтів;
- якісний та цікавий вміст, що дозволить клієнтам краще ознайомитися з продукцією та брендом. Це можуть бути блоги, статті, відео-огляди та інші матеріали, що допомагають підтримувати інтерес до бренду та продукції [19];
- стратегія маркетингу: різні акції, промокоди, програми лояльності та інші інструменти маркетингу, що дозволяють привертати нових клієнтів та зберігати старих;
- контент-маркетинг: важливо мати якісний та цікавий контент, який привертає увагу та підвищує інтерес до бренду. Наприклад, блоги про моду, стиль, красу, фотосесії з одягом, відеоогляди тощо [20].

Отже, ефективний дизайн сайту може допомогти залучити увагу та зацікавити цільову аудиторію, забезпечити зручну та привабливу взаємодію з сайтом, сприяти легкому та швидкому знаходженню необхідної інформації про товари, а також збільшити кількість продажів та конверсію. Для створення якісного дизайну необхідно дотримуватися сучасних вимог.

Таким чином, враховуючи недоліки та переваги розглянутих аналогів, можна зробити висновок про необхідність редизайну сайту жіночого одягу Xsena з можливістю зручної навігації, адаптивністю, інтуїтивно зрозумілим для користувача інтерфейсом тощо [2].

3 ПОСЛІДОВНІСТЬ ВИГОТОВЛЕННЯ WEB-ВИДАННЯ

Для того, щоб розробити сайт необхідно виконати великий обсяг роботи, незалежно від розміру майбутнього проєкту. Тому для успішної реалізації потрібно ретельно продумати всі етапи створення WEB-сторінки та дотримуватись наміченого плану [21]. Цей план складається з послідовності основних етапів:

- постановка завдання: визначення цілей та тематики проєкту;
- розробка технічного завдання, його опрацювання та затвердження;
- вибір інструментальних засобів розробки;
- планування архітектури проєкту;
- розробка дизайн-макетів сторінок: макетування та дизайн;
- верстка сторінок;
- програмування функціональної частини;
- просування та наповнення контентом;
- тестування та подальше налаштування;
- запуск або здача готового проєкту (можливі внесення змін) [22].

Для більш ефективної організації створення WEB-видання необхідний послідовний розгляд кожного з названих етапів, їх змісту і способів реалізації.

Постановка завдання: визначення цілей та тематики проєкту. Від цього буде залежати тип ресурсу, портрет цільової аудиторії та основні вимоги до проєкту. Чітке розуміння мети та остаточного результату допоможе створити чітку структуру проєкту та сформулювати необхідні етапи створення сайту [10].

Розробка технічного завдання, його опрацювання та затвердження. У ТЗ прописуються основні вимоги проєкту, його можливості, концепцію та логіку, з урахуванням аналізу цільової аудиторії та обраної стратегії. Попередній етап проводять заради того, щоб скласти якісне ТЗ. Воно повинне бути: детальним (все, що має зробити фахівець, необхідно вказувати у ТЗ), однозначним та написаним зрозумілою мовою [21].

Вибір інструментальних засобів впливає на процес та результат розробки. Вибір правильних інструментів може забезпечити ефективність, якість та сумісність продукту, а також підвищити керованість проєктом.

Планування архітектури проєкту дозволяє заздалегідь визначити структуру та функціональність сайту, забезпечити його ефективну роботу, оптимізувати використання ресурсів та забезпечити високу якість продукту.

Розробка дизайн-макетів сторінок: макетування та дизайн. Макет містить докладне розташування елементів, навігацію та створюється для наочності. Дизайнер забезпечує зручність інтерфейсу. Всі елементи на сторінці мають бути розташовані таким чином, щоб користувач легко міг знайти і скористатися ними. За допомогою розташування інформаційних блоків дизайнер керує увагою відвідувача, демонструє йому те, що він повинен або бажає побачити зараз [23].

Після прототипування створюється сам дизайн, ґрунтуючись на технічному завданні та відштовхуючись від концепції сайту (дизайнер дотримується фірмового стилю замовника, вписує логотип, робить сайт повністю впізнаваним та відповідним компанії). Щоб зробити гарний дизайн, потрібно чітко розуміти цільову аудиторію та її уявлення про ідеальний сайт. Коли дизайн затвердили, він передається верстальнику [22].

Цей пункт (розробка дизайн-макетів сторінок) стосується не лише зовнішнього оформлення сторінок, а й правильного розташування елементів з урахуванням правил юзабіліті та інших технічних особливостей. Враховуючи ці етапи можна забезпечити швидку та стабільну роботу сайту.

Верстка сторінок. Для верстки сайту використовуються текстові чи графічні програми. Грамотна верстка має бути кросбраузерною та валідною.

Програмування функціональної частини. Цей етап пов'язує систему управління, дизайн та інтерфейс сайту, прописуються алгоритми взаємодії користувача із сайтом та взаємозв'язку сторінки із зовнішніми ресурсами. На цій стадії дизайн-макет перетворюється у повноцінний сайт. Програміст займається поліпшенням швидкості завантаження сайту, його двигуном, безпекою.

Наповнення контентом. На цьому етапі контент переводиться у необхідний формат та розміщується на сторінках ресурсу. Матеріали можуть писати копірайтери за складеним технічним завданням або власник сайту. Важливо враховувати, що контент потребує стабільного оновлення

Тестування та подальше налаштування. Це завершальний етап, до якого входить проведення перевірок на помилки, некоректного функціонування та загальної працездатності сайту. Виявлені помилки усуваються поки не будуть повністю вирішені. Після розміщення сайту в інтернеті проводять фінальне тестування, щоб перевірити його працездатність [21].

Таким чином, розуміння та формування послідовності етапів створення сайту є важливою складовою для успішної розробки та створення проєкту. Для редизайну сайту жіночого одягу «Xsena» необхідно виконати наступні етапи:

- постановка завдання: визначення цілей та тематики проєкту;
- розробка технічного завдання, його опрацювання та затвердження;
- вибір інструментальних засобів розробки;
- планування архітектури проєкту;
- розробка дизайн-макетів сторінок: макетування та дизайн;
- наповнення контентом.

4 ВИБІР ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ РОЗРОБКИ

Для створення макету сайту необхідно здійснити правильний вибір інструментальних засобів, бо він впливає на процес та результат розробки. Вибір правильних інструментів може забезпечити ефективність, якість та сумісність продукту, а також підвищити керованість проєктом.

Серед найбільш розповсюджених програм для створення дизайну сайту є Figma, Adobe Photoshop та Sketch.

4.1 Figma

Figma – це векторний графічний редактор, який дозволяє створювати інтерфейси зручно та швидко. Однією з головних переваг Figma є те, що він є онлайн-інструментом, що дозволяє дизайнерам співпрацювати над проєктом в реальному часі. Крім того, Figma має багато корисних функцій, таких як бібліотеки компонентів та можливість експорту в код, що дозволяє зекономити час та зусилля при розробці WEB-додатку.

Окрім того, використання Figma дозволяє створити дизайн WEB-додатку, який буде легко адаптуватися до різних пристроїв та розмірів екранів. Це дозволяє забезпечити однакову взаємодію користувача з додатком незалежно від пристрою, на якому він відкривається.

Ще однією перевагою використання Figma для створення дизайну інтерфейсу WEB-додатку є можливість створювати прототипи. Прототипування дозволяє дизайнерам перевірити функціональність та взаємодію елементів інтерфейсу, що дозволяє виявити та виправити помилки ще до початку розробки додатку. Також це дає змогу замовникам та команді розробників оцінити дизайн та внести необхідні зміни.

Іншою важливою перевагою використання Figma – це можливість співпрацювати з іншими членами команди розробки, такими як розробники,

тестувальники та менеджери проєктів. Дизайнер може додати усі необхідні коментарі, які допоможуть іншим членам команди зрозуміти мету та задум дизайну.

Ще однією важливою перевагою використання Figma є наявність безлічі ресурсів, які допоможуть дизайнерам в розробці дизайну. Існують безкоштовні та платні шаблони та компоненти, які можуть значно скоротити час, потрібний для розробки дизайну. Крім того, у Figma є можливість зберігати бібліотеки компонентів та стилів, що дозволяє швидко створювати нові дизайнні елементи.

У загальному, використання Figma є надзвичайно корисними для створення дизайну інтерфейсу WEB-додатку. Дизайнери можуть створювати функціональний та естетичний дизайн, забезпечуючи ефективну співпрацю з командою розробників та іншими зацікавленими сторонами. Однак, важливо мати досвід та знання в галузі WEB-дизайну, щоб забезпечити якість кінцевого продукту та враховувати вимоги клієнта та потреби ринку [24].

4.2 Adobe Photoshop

Спочатку Photoshop створювався як фоторедактор, але сьогодні це один з найпопулярніших і функціональних інструментів для графічних та WEB-дизайнерів. Програма надає дуже великий інструментарій для роботи з растровою та частково векторною графікою. В ній можна створювати практично будь-які графічні елементи – від простих логотипів до складних макетів сайтів.

WEB-дизайн дуже вимогливий до розмірів, відступів та дрібних деталей. А щоб змінити щось із цих деталей у Photoshop, іноді доводиться витратити багато часу та працювати з макетом ледь не під лупою. Тому саме у WEB-дизайні програма використовується вже далеко не так активно, як ще кілька років тому [25].

Переваги Photoshop:

- ідеально підходить для використання растрової графіки – зручна реставрація фотографій, переведення ч/б зображення в кольорове, спрощується обробка фотографій. Тобто Photoshop доцільно використовувати, якщо передбачається використання значного числа фотографій;
- є можливість створення складних креативних макетів. Photoshop надає можливість застосовувати готові зображення з фотостоків і обробляти їх при необхідності.

Недоліками Photoshop є: складність у вивченні, проблеми при роботі з векторними зображеннями, платна підписка [26].

4.3 Sketch

Sketch – це редактор для векторної графіки для macOS, що призначений для дизайну інтерфейсів. Особливість Sketch в інтуїтивно зрозумілому та простому інтерфейсі. У програмі зібрані тільки найнеобхідніші інструменти та налаштування, розібратися з якими нескладно. Photoshop має багатоцільове призначення, тому він має велику кількість функцій та інструментів, які не використовуються в роботі. У випадку зі Sketch – увагу не відволікають зайві елементи, все використовується при розробці.

Але серед недоліків можна виділити платність програми та виникнення проблем під час роботи з великими файлами (якщо працювати з безліччю екранів, то програма може «гальмувати», велика кількість візуальних ефектів також може уповільнювати роботу програми) [27].

4.4 Порівняльна характеристика програм для створення дизайн-макету сайту

Для чіткішого розуміння переваг і недоліків розглянутих програм необхідно представити їх у більш наочному вигляді (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Порівняльна характеристика програм для створення дизайн-макету сайту

Критерії	Figma	Adobe Photoshop	Sketch
Можливість застосування	Браузер, десктопний та мобільний додаток	Браузер (бета) та десктопна версія	Браузер та десктопна версія
Вартість	Безкоштовна версія або \$12/місяць	\$21/місяць	\$10/місяць
Операційна система	Будь яка	Windows, MacOS	MacOS
Швидкість роботи	Завжди висока	Низька при роботі з великими файлами	Низька при роботі з великими файлами
Зрозумілість інтерфейсу	Інтуїтивно зрозумілий	Складніший, має багато інструментів	Інтуїтивно зрозумілий
Можливість роботи в команді	+	–	Тільки з використанням плагіну
Необхідність підключення до інтернету	+	–	–

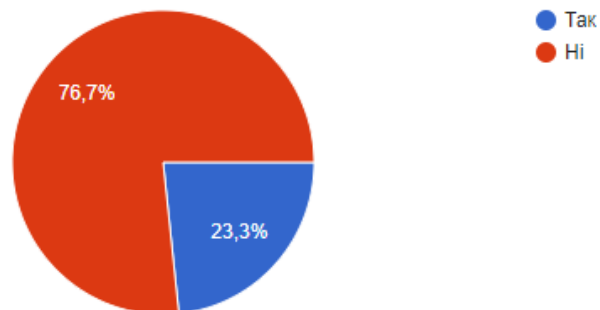
Згідно з розглянутими характеристиками усіх програм можна зробити висновок, що для виконання поставленого завдання буде доцільно використовувати Figma. У порівнянні з наведеними програмними засобами Figma – підходить до будь-якої оперативної системи, безкоштовна та завжди має високу швидкість роботи. Серед недоліків обраної програми можна виділити необхідність підключення до інтернету, але на розробку проєкту це не впливає.

5 РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ САЙТУ

5.1 Виявлення потреб цільової аудиторії

Для досягнення кращого результату при створенні дизайну сайту жіночого одягу необхідно провести анкетування та зрозуміти потреби цільової аудиторії (Додаток А). У результаті опитування було визначено, що більшість користувачів вважають існуючий дизайн сайту не привабливим та незручним. На питання про потрібні зміни у дизайні були отримані відповіді про необхідність: покращення дизайну сайту (змінення кольорової гами та шрифтів, покращення розташування елементів між собою, збільшити фото та кнопки «Купити»), змінення навігації та додання більшої кількості інформації про товари (рис. 5.1-5.2).

Чи вважаєте такий дизайн сайту зручним?



Чи вважаєте такий дизайн сайту привабливим?

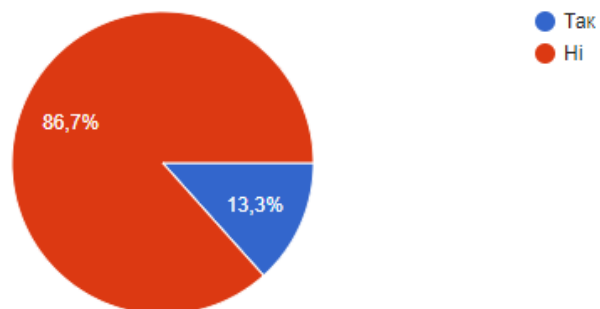


Рисунок 5.1 – Відповіді ЦА щодо існуючого дизайну сайту



Рисунок 5.2 – Відповіді щодо необхідних змін у дизайні сайту

При створенні нового дизайну сайту «Xsena» будуть враховані потреби цільової аудиторії. Розуміння потреб та вподобань аудиторії – є основним фактором при розробці WEB-сайту, що буде привертати увагу, задовольняти очікування і забезпечувати позитивний користувацький досвід.

Світ моди постійно рухається, тому дизайн та контент сайту повинні відповідати сучасним тенденціям і потребам цільової аудиторії. Потрібно постійно спостерігати за змінами у смаках і попиті, адаптуватися до них і вдосконалювати сайт для досягнення кращих результатів [28].

5.2 Проектування інформаційної структури та навігації

Проектування інформаційної структури та навігації сайту – це розробка логічної організації вмісту та системи навігації на WEB-сайті, що забезпечує зручний та ефективний спосіб знаходити необхідну інформацію та взаємодіяти з WEB-сайтом. На рис. 5.3 наведена структура навігації сайту, що розробляється.

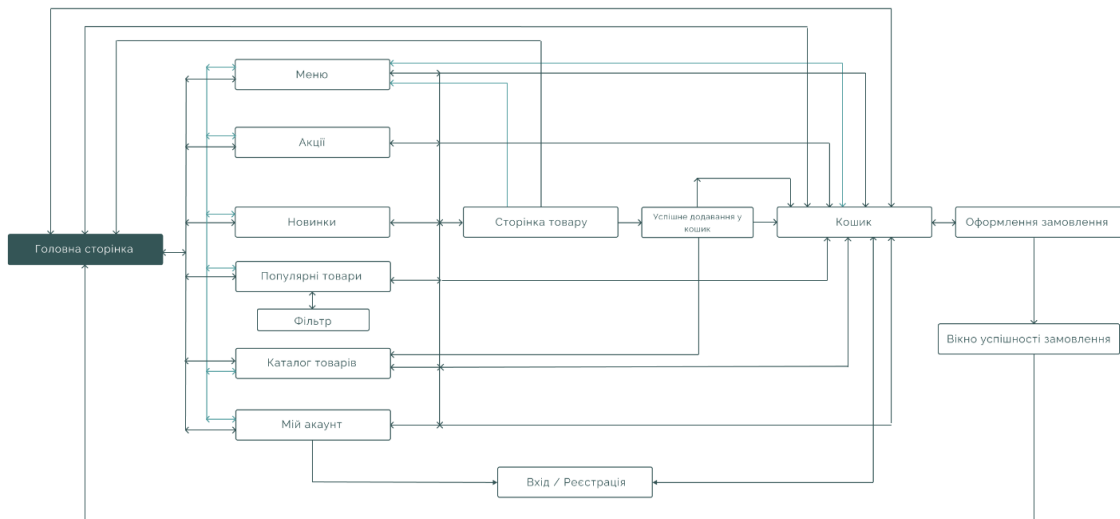


Рисунок 5.3 – Структура навігації сайту

Такі сторінки, як головна, каталог товарів та сторінка товару містять футер (або підвал), що розташовується внизу сторінки та містить додаткову інформацію, посилання та елементи навігації (рис. 5.4-5.5). Він робить сайт більш зручним та інформативним для користувачів, надаючи їм додаткові ресурси та зручний доступ до важливої інформації.

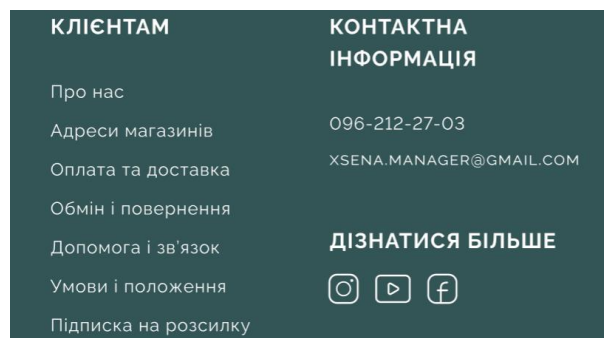


Рисунок 5.4 – Зовнішній вигляд футеру мобільної версії



Рисунок 5.5 – Зовнішній вигляд футеру десктопної версії

У футері зібрані посилання на сторінки сайту (у розділі «Клієнтам»), контактна інформація (номер телефону, електронна пошта), соціальні мережі магазину (Instagram, Facebook, YouTube, що дозволяє відвідувачам легко знайти і підписатися на них), авторські права, підписка на розсилку (дає можливість користувачам швидко підписатися на розсилку та отримувати оновлення), також є посилання на сторінка «Допомога і зв'язок» та «Умови використання» (що допомагає користувачам швидко знайти важливу інформацію, яка стосується використання сайту). У десктопній версії сайту футер також містить розділ «Каталог», за допомогою якого відвідувачі зможуть швидко переходити на потрібну їм категорію товарів.

Для більш наглядного сприйняття була створена структура навігації футеру мобільної (рис. 5.6) та десктопної версій (рис. 5.7).

Структура навігації дозволяє користувачам легко знаходити необхідну інформацію на сайті. Для цього можна використовувати різні елементи навігації, такі як головне меню, пошукову строку, «хлібні крихти» та інші.

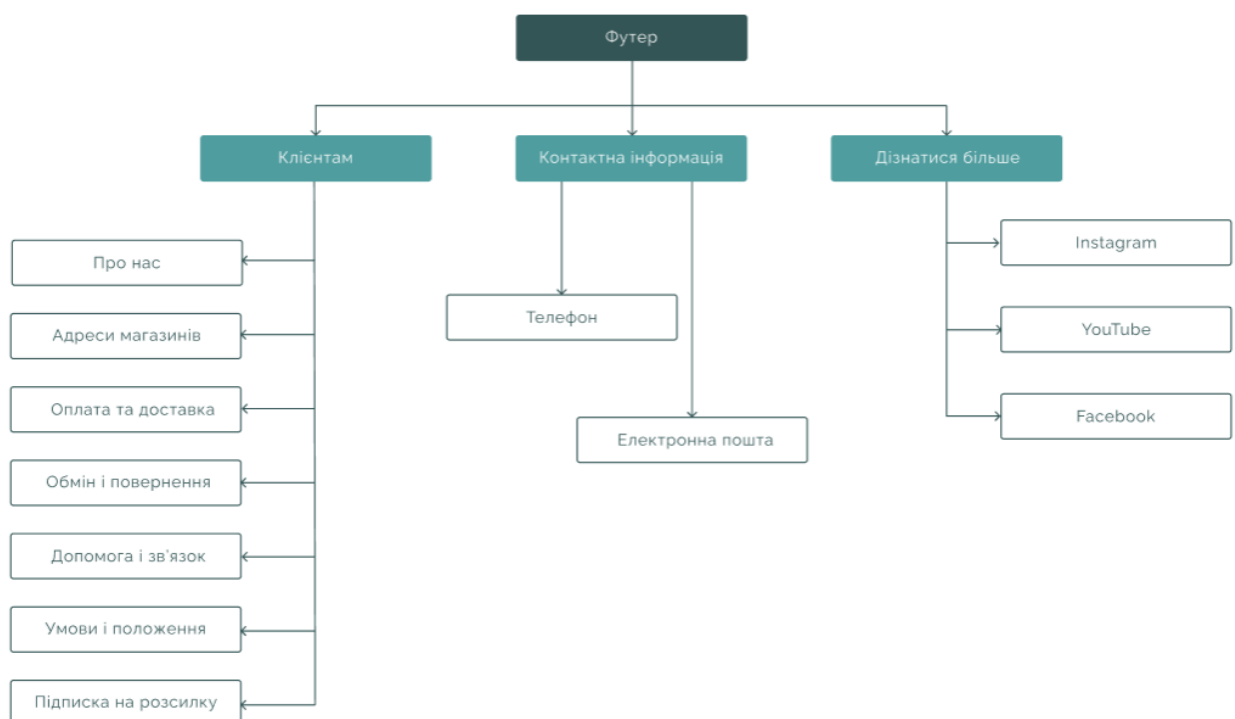


Рисунок 5.6 – Навігація футеру мобільної версії

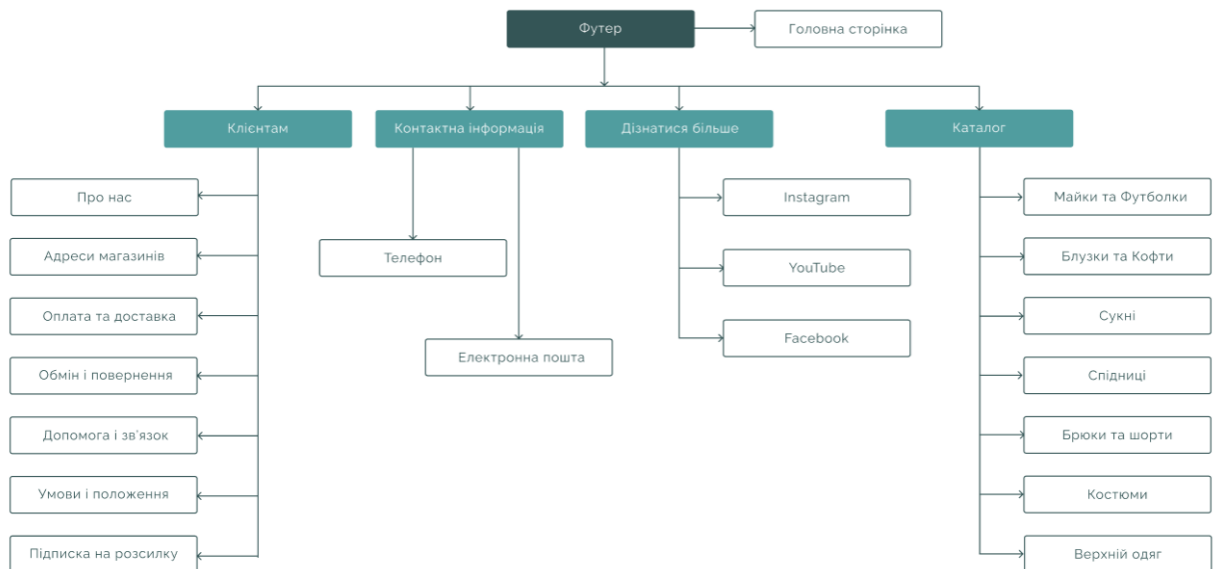


Рисунок 5.7 – Навігація футеру десктопної версії

На створюваному сайті у шапці (хедері) є пошуковий рядок, що дозволить користувачам шукати потрібний товар з будь якої сторінки сайту. А також сайт містить «хлібні крихти» – це елемент навігації, який дозволяє користувачам зрозуміти, де вони знаходяться на сайті та повернутися до попередніх сторінок (рівнів). Це особливо корисно на сайтах з багат шаровою структурою, де користувачам може бути складно зрозуміти, на якій сторінці вони знаходяться. На рис. 5.8 наведений приклад «хлібних крихт» на сторінці товару у мобільній версії.



Рисунок 5.8 – Приклад «хлібних крихт» на сторінці товару у мобільній версії

Використання хлібних крихт допомагає покращити користувацький досвід на сайті, забезпечуючи легкість навігації та можливість швидкого повернення до попередніх рівнів. Крім того, вони також можуть допомогти пошуковим системам краще індексувати та розуміти структуру сайту, що може позитивно вплинути на його рейтинг у пошукових системах [17].

Інформаційна структура та навігація сайту повинні відповідати таким критеріям, як: логічність та простота, наявність пошукової функції (що дозволяє користувачам швидко знайти необхідну інформацію на сайті), консистентність (всі сторінки сайту повинні мати однаковий дизайн та навігацію, щоб користувачам було легко орієнтуватися), гнучкість (що надає можливість змінювати вміст та функціональність сайту в майбутньому). Всі ці аспекти допоможуть забезпечити високу якість WEB-сайту та зручність користування для його відвідувачів [29].

5.2 Розробка модульної сітки

Модульна сітка для дизайну WEB-сайту – це система, що використовується для розміщення елементів на сторінці. Базується на розміщенні контенту в колонках та рядках, що дозволяє забезпечити зручність та однаковість відображення контенту на всіх сторінках сайту.

Модульні сітки будуються з використанням фіксованої ширини сторінки та рівномірної сітки з фіксованими розмірами колонок та проміжками між ними, що допомагає покращити читабельність та навігацію на сайті [30].

Для створюваного WEB-сайту було обрано три пристрої: телефон 360×800 px, планшет 1024×1366 px, ноутбук 1280×832 px. Ці пристрої були обрані на основі опитування цільової аудиторії: майже всі опитані користувачі використовують телефон або ноутбук при відвідуванні сайтів, половина користується планшетом та найменша кількість – комп'ютером (рис. 5.9).

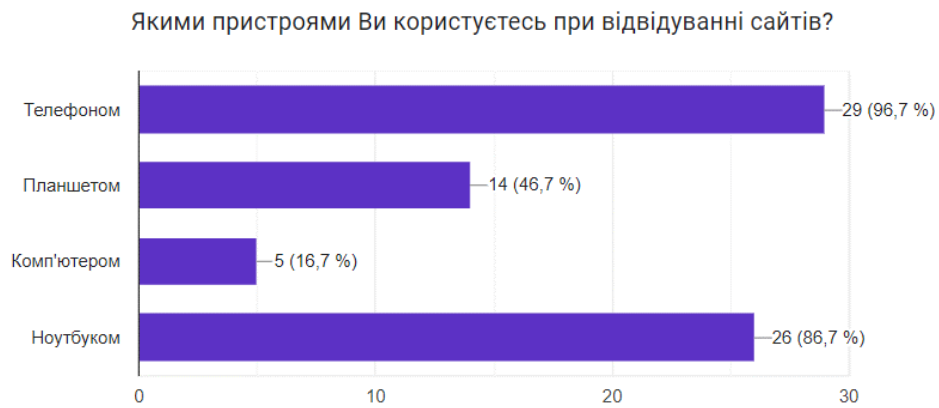


Рисунок 5.9 – Результат опитування ЦА щодо пристроїв

На сайті, що розробляється, використовується спеціальна сітка – адаптивна (або гнучка). В її основі лежить колонкова сітка (коли простір сітки утворюється сукупністю колонок), а кількість колонок змінюється в залежності від роздільної здатності дисплею пристрою, на якому сайт переглядається. Колонкова сітка забезпечує пропорційність, коли потрібно мати справу з великим об'ємом змісту на широкому форматі. Колонки дозволяють легко ділити простір на зони. Такі сітки дуже розповсюджені для WEB-застосунків та WEB-сайтів, що містять неоднорідну інформацію [31].

Мобільна версія WEB-сайту має дві колонкові сітки – одна для розташування елементів між собою, інша – для розташування елементів відносно центру сторінки. Перша сітка містить 6 колонок, їх ширина дорівнює 40 рх, а проміжок між ними – 12 рх. Друга містить 2 колонки, проміжок між якими 16 рх (рис. 5.10).

У десктопній та планшетній версії було використано 12-колонкову сітку, що є однією з найбільш популярних (рис. 5.11-5.12). В просторі сайту вона дозволяє в межах однієї й тої самої пропорції створювати різні композиції [31]. У десктопній версії ширина колонок дорівнює 64 рх, а проміжок між ними 32 рх. На планшетній версії ширина колонок – 48 рх, проміжок – 25 рх.

Таким чином, використання модульної сітки дозволяє забезпечити чіткий та організований дизайн WEB-сторінки, що поліпшує користувацький досвід.

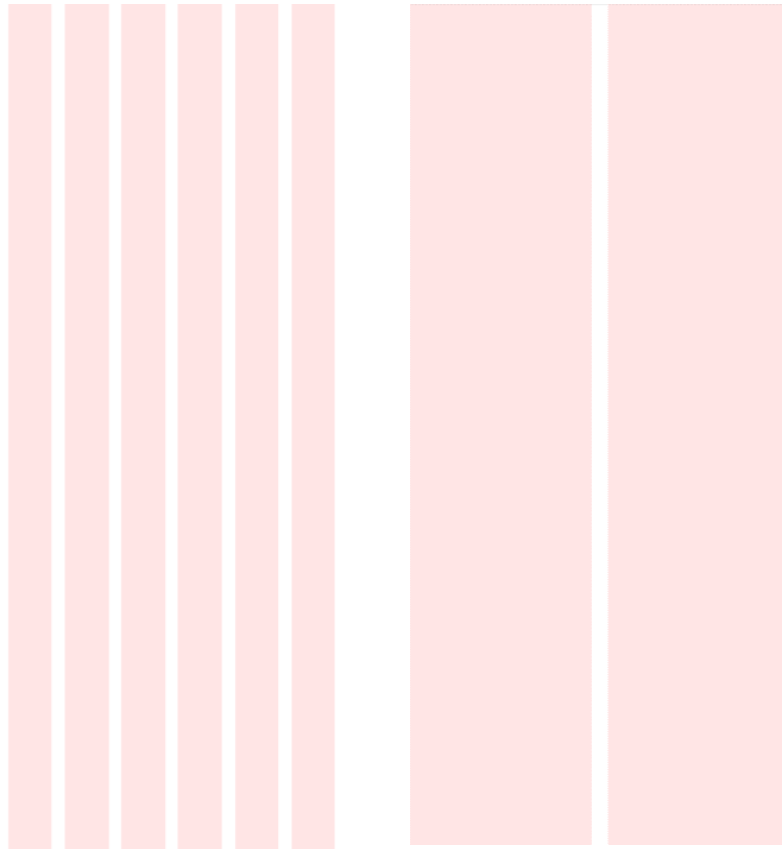


Рисунок 5.10 – Модульні сітки для мобільної версії

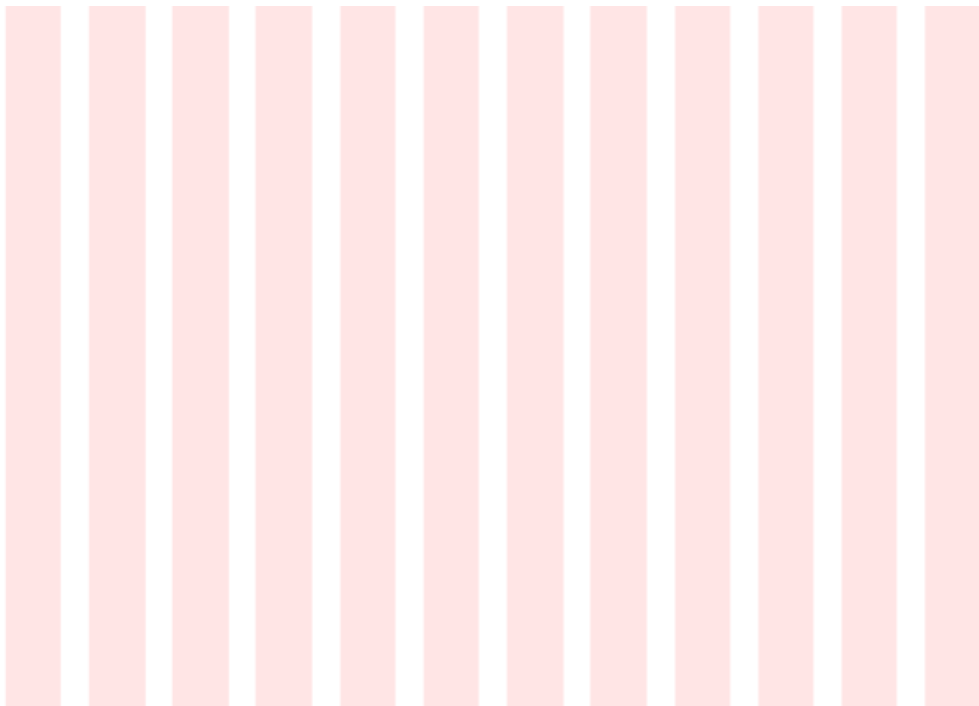


Рисунок 5.11 – Модульна сітка для десктопної версії



Рисунок 5.12 – Модульна сітка для планшетної версії

5.4 Створення макету

Макет сайту – це візуальна модель, яка демонструє, як буде виглядати WEB-сайт перед його фактичним створенням. Він відображає розміщення елементів і контенту на сторінці. У роботі макет був створений за допомогою програми Figma.

Макет може містити наступні елементи: заголовок та логотип сайту, навігаційне меню, елементи контенту (текст, зображення та відео), кнопки, форма підписки або форма зворотного зв'язку, елементи дизайну (кольори, шрифти та фонові зображення) [32]. Створення макету перед дизайном сайту є важливим етапом у процесі розробки. Це дозволяє перевірити та визначити ключові функції та елементи дизайну сайту перед тим, як розробляти кінцеву версію [33]. Для подальшої розробки дизайну було створено макети головної сторінки, каталогу товарів, сторінки товару та кошику (рис. 5.13-5.14).

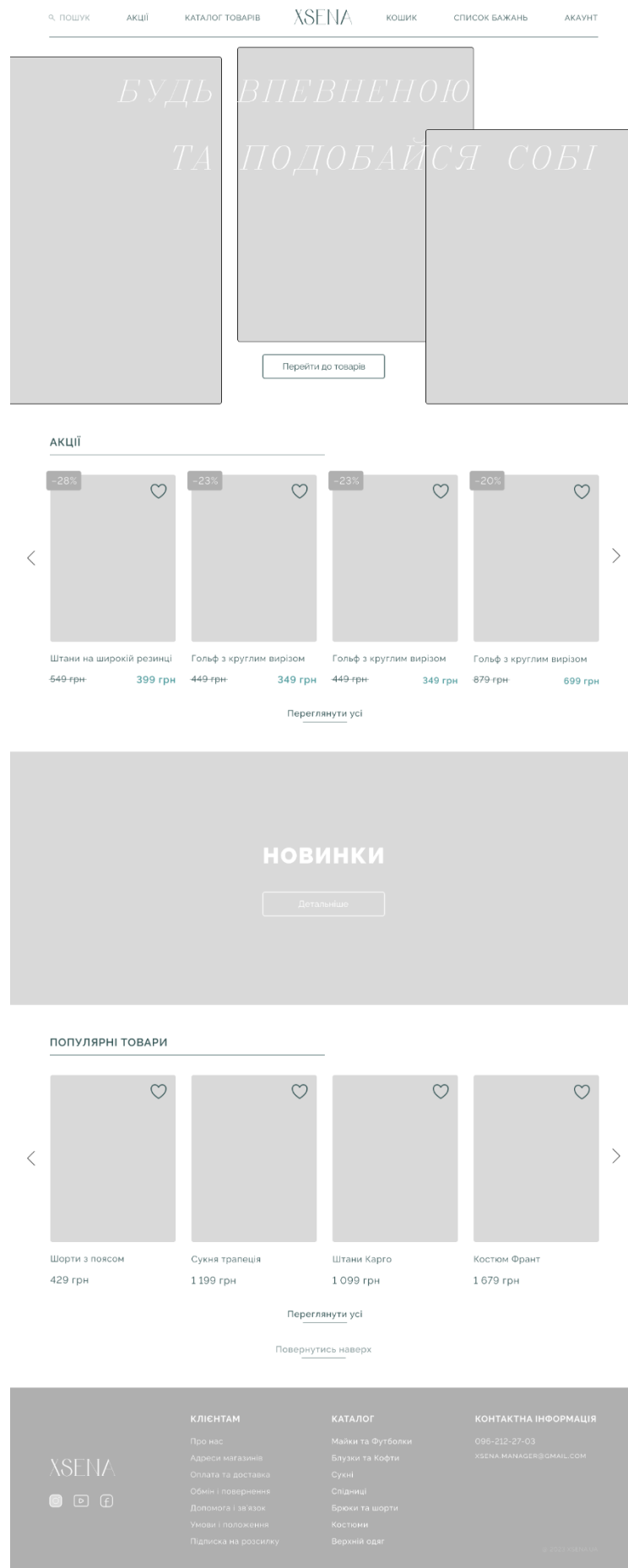
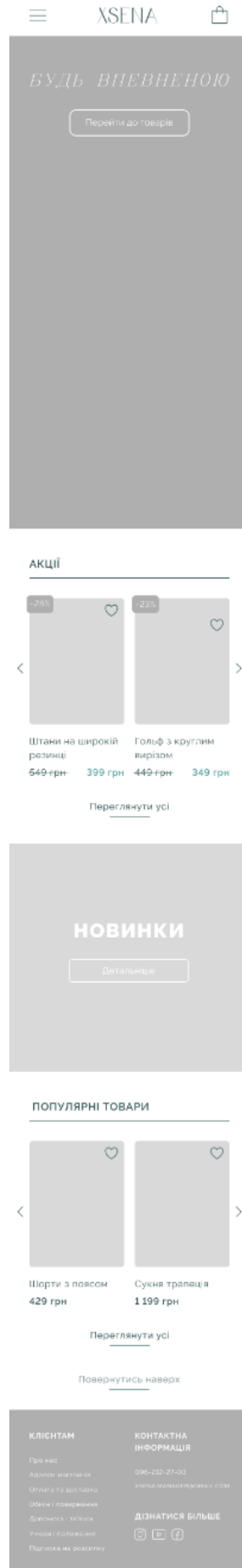
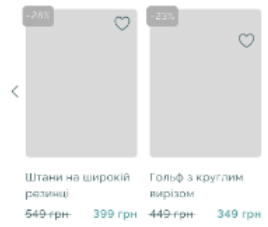


Рисунок 5.13 – Макет головної сторінки для десктопної версії



АКЦІЇ

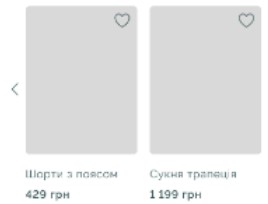


[Переглянути усі](#)

НОВИНКИ

[Детальніше](#)

ПОПУЛЯРНІ ТОВАРИ



[Переглянути усі](#)

[Повернутись наверх](#)

КЛІЄНТАМ

Про нас
Адреса магазинів
Оплата та доставка
Оформлення замовлення
Друк чека / чеки
Умови повернення
Підписуйтесь на розсилку

КОНТАКТНА ІНФОРМАЦІЯ

096-212-27-02
info@xosenas.com

ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ



Рисунок 5.14 – Макет головної сторінки для мобільної версії



Рисунок 5.15 – Макет головної каталогу товарів для мобільної версії



Рисунок 5.16 – Макет сторінки товару для мобільної версії

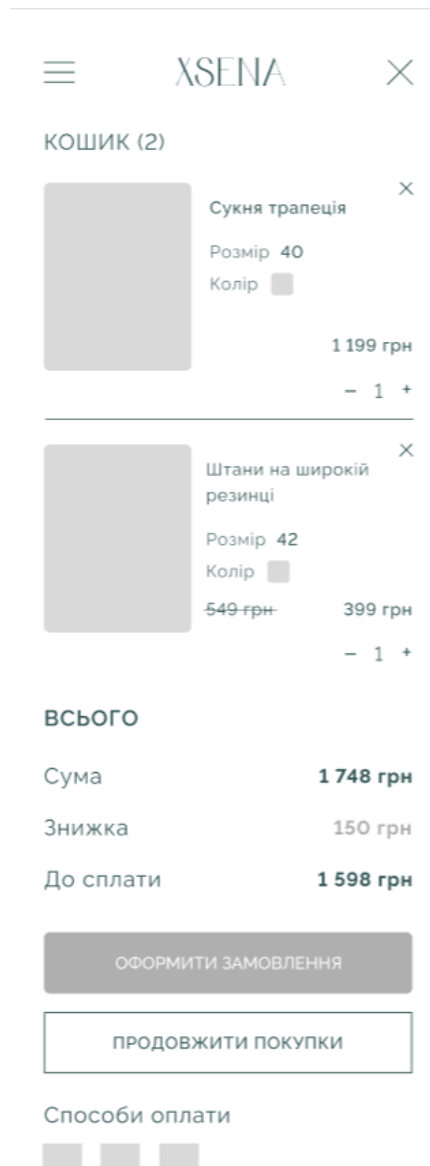


Рисунок 5.17 – Макет кошику для мобільної версії

Макет дозволяє зрозуміти вимоги користувача та потреби, що покращує взаємодію користувачів з сайтом. Створення макету дозволяє зрозуміти, які функції та елементи дизайну є необхідними, що допомагає уникнути зайвих затрат. Макет дозволяє перевірити ефективність та зручність використання сайту для користувачів перед тим, як було витрачено час та ресурси на розробку кінцевої версії

Створення макету дозволяє покращити якість та ефективність процесу розробки сайту, а також забезпечити кращу взаємодію користувачів з сайтом [34].

6 РОЗРОБКА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

6.1 Створення UI Kit

UI kit – це набір графічних елементів та інтерфейсів, які використовуються для створення інтерфейсу користувача (UI) на WEB-сайтах, мобільних додатках та інших цифрових продуктах. Це візуалізація кожного з елементів на будь-якому етапі взаємодії користувача з інтерфейсом [35].

При створенні дизайну сайту був розроблений UI kit, що містить кольорову гаму, шрифтове оформлення та набір готових компонентів.

UI kit кольорової гама – це набір кольорів та їх відтінків, які використовуються для створення дизайну інтерфейсу користувача (рис. 6.1). Основними кольорами створеної кольорової схеми є білий, темно-блакитний (з різним ступенем прозорості) та бірюзовий з відносно рівним балансом між синім і зеленим. Ця кольорова схема відображає свіжість, спокій, елегантність та легкість, а також забезпечує консистентність та контрастність [6].

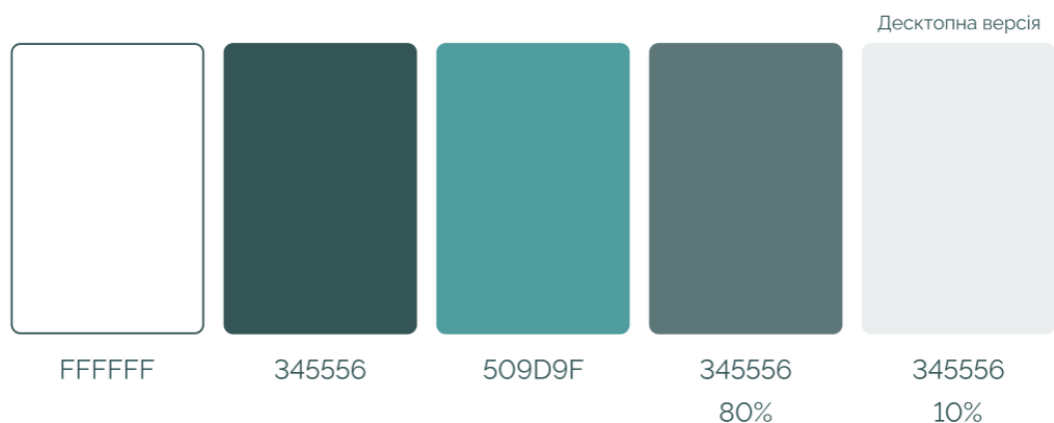


Рисунок 6.1 – Кольорова схема

UI kit шрифтового оформлення – це набір шрифтів, які використовуються для створення зручного та привабливого інтерфейсу сайту.

Оскільки сайт одягу зазвичай містить багато тексту, важливо вибрати шрифт, який не буде втомлювати очі та дозволить швидко сприймати інформацію. Вибір шрифту значно впливає і на зручність читання і на художню привабливість сайту. Розмір букв, їх ширину, висоту, жирність і нахил вибирають, виходячи з розуміння зручності читання та можливості розміщення тексту.

Для сайту жіночого одягу, що розробляється, обрано шрифт «Raleway», що має прямі лінії й кути та тонкі й стрункі риси, які надають йому легкості та елегантності, що також забезпечує читабельність. Також використовується шрифт «ItalicC» з курсивом для заголовків на головному екрані, що додає елегантності та жіночності.

Для логотипу буде використано шрифт «Medhurst» – це шрифт з засічками і різними товщинами ліній, що додають йому унікального вигляду. Цей шрифт відрізняється відмінним балансом між тонкими та жирними лініями, що дозволяє йому виглядати витончено навіть у невеликих розмірах.

Розроблена шрифтова схема наведена на рис. 6.2.

Шрифти	Приклад
H1 RALEWAY	АКЦІЇ
H2 Raleway	Фільтри
H3 Raleway	Штани на широкій резинці
H4 Raleway	60% Бавовна
Лого Medhurst	XSENA
Напис на головній сторінці	<i>ItalicC</i> <i>БУДЬ ВПЕВНЕНОЮ</i>

Рисунок 6.2 – Шрифтова схема

Створення UI kit шрифтового оформлення забезпечує консистентність (всі шрифти використовуються в однаковому стилі), простоту використання (він містить всі необхідні елементи для створення інтерфейсу, що спрощує процес вибору та використання шрифтів), гнучкість, ефективність, надає більш професійний вигляд сайту (оскільки шрифти та інші елементи вибрані з урахуванням зручності використання та естетики) [36].

UI kit зазвичай містить набір готових компонентів і інтерфейсів, таких як кнопки, списки, меню, іконки тощо. Ці елементи розробляються з урахуванням сучасних тенденцій в галузі UI/UX дизайну. Вони можуть бути використані для швидкої розробки інтерфейсу користувача та забезпечення консистентності дизайну на різних сторінках та взаємодіючих елементах продукту [37].

Для подальшої розробки інтерактивності сайту необхідно створити UI kit компонентів, що містить у собі різні види кнопок (у спокійному стані, наведеному та натиснутому) та такі види інтерфейсу, де користувачу необхідно перегортати фотографії або картки товарів для більшого ознайомлення з представленим асортиментом магазину (рис. 6.3-6.5).

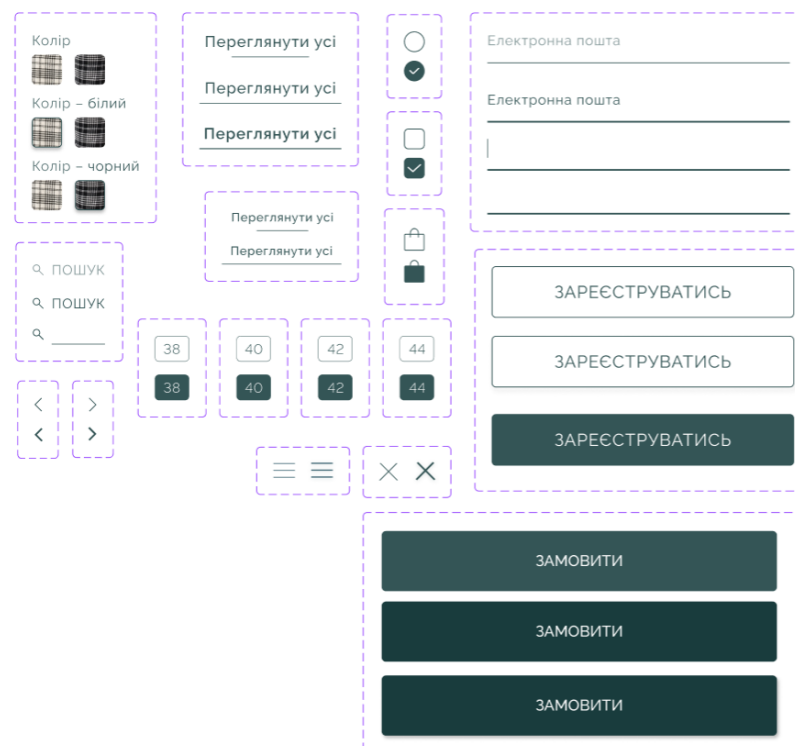


Рисунок 6.3 – UI kit. Частина 1

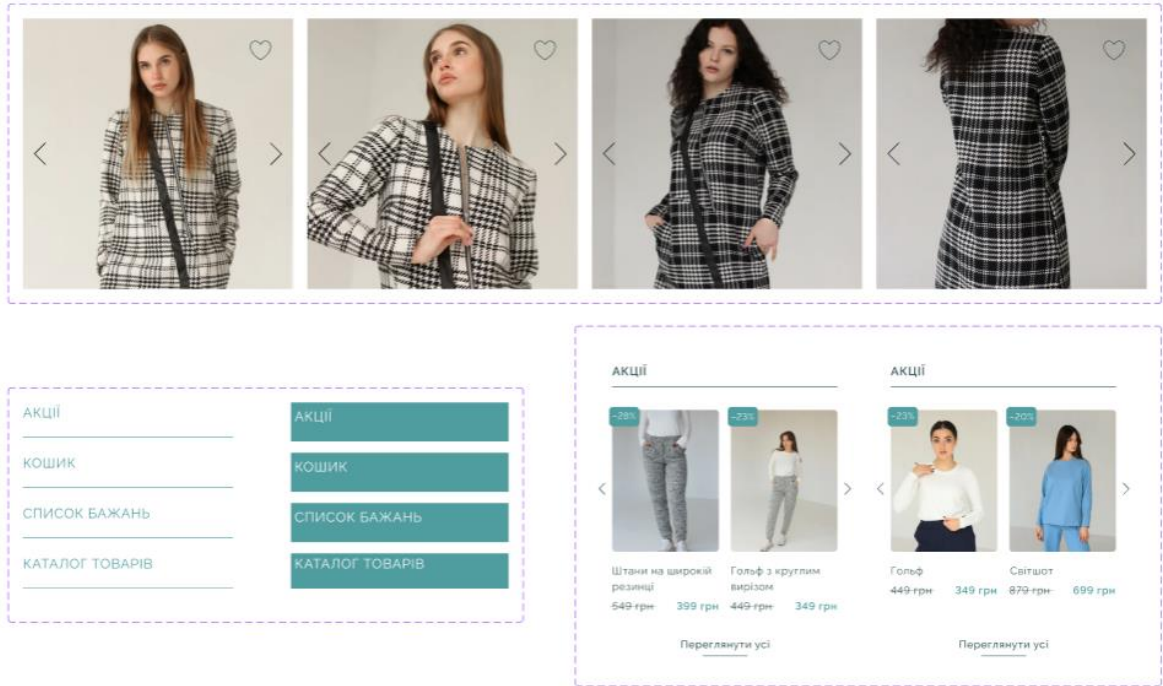


Рисунок 6.4 – UI kit. Частина 2

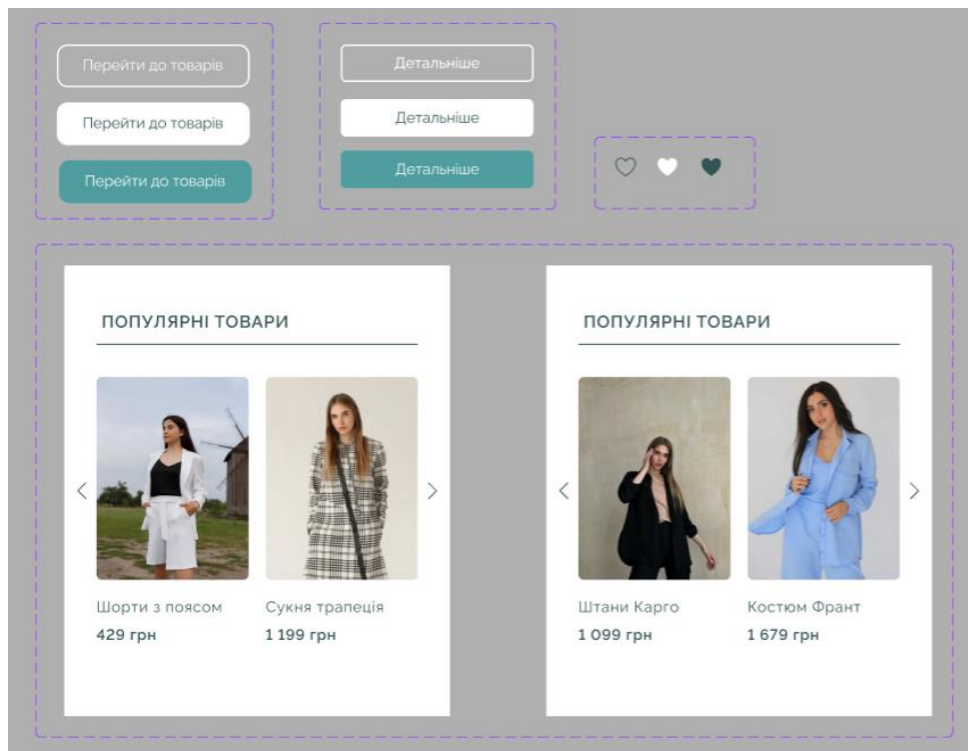


Рисунок 6.5 – UI kit. Частина 3

Таким чином можна зробити висновок, що використання UI kit може значно полегшити та прискорити процес дизайну, а також допомогти створити привабливий та професійний інтерфейс.

6.2 Підбір іконок

Іконки – це один з видів акцентів на сайтах, правильне розміщення яких може привернути увагу користувачів та направити їх до головної мети – замовлення товару. Іконки використовують для позначення інформації [38].

Для ефективної роботи іконок на сайті необхідно слідувати певним правилам. По-перше, значки мають бути зрозумілими для користувачів. При перегляді сторінок WEB-сайту іконки можуть бути більш помітними та легкими для сприйняття, ніж слова. Якщо іконки на сайті не зрозумілі для користувачів, то це може створити незручності для їх використання та зниження рівня задоволеності користувачів. Чітко зрозумілі іконки дозволяють користувачам швидко та легко знаходити те, що вони шукають, а також надають розуміння, як взаємодіяти з сайтом.

По-друге, всі іконки повинні мати єдиний стиль, що створює стиль сайту єдиним та послідовним. Це надає консистентності візуальному дизайну WEB-сайту, що дозволяє зберігати єдиний стиль дизайну на всіх сторінках, що робить WEB-сайт більш професійним та зрозумілим для користувачів. Єдиний стиль іконок підвищує зрозумілість сприйняття інформації користувачами. А також іконки, що мають схожий стиль, створюють естетичне враження – роблять сайт привабливішим для користувачів та створюють більш гармонійний вигляд сторінок сайту [39]. На рис. 6.6 наведені усі іконки, що були використані при створенні дизайну сайту.

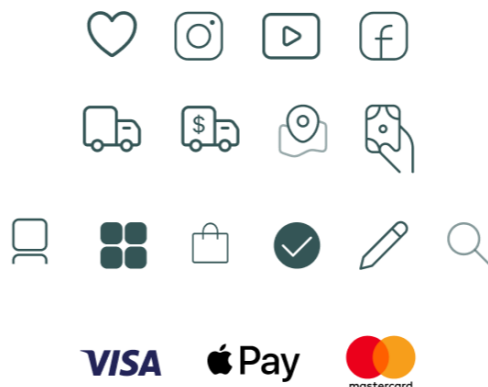


Рисунок 6.6 – Іконки, що використовуються на сайті

Отже, підбір правильних іконок – є одним з важливих етапів розробки дизайну сайту, бо вони привертають увагу користувачів та встановлюють з ними певний зв'язок. Вони спрощують сприйняття інформації користувачами, допомагають підвищити зручність та зрозумілість сайту, а також додають естетичності.

7 НАПОВНЕННЯ САЙТУ КОНТЕНТОМ

Після виконання усіх попередніх етапів можна перейти до наповнення змістом сторінок сайту, що є не менш важливою стадією WEB-розробки [36]. Якісний та релевантний зміст допомагає залучати користувачів, зберігати їх увагу та сприяє досягненню мети сайту. Для досягнення ефективності наповнення змістом сторінок сайту потрібно слідувати наступним вимогам:

- розуміти цільову аудиторію сайту: потрібно визначити їхні потреби, інтереси, проблеми та мету;
- дотримуватися чіткості та лаконічності: не використовувати надмірно складних та заплутаних фраз. Зміст повинен бути легким у сприйнятті та зрозумілим для аудиторії. Використання чітких заголовків, підзаголовків та абзаців зробить текст більш структурованим та зручним для читання;
- враховувати пошукову оптимізацію (SEO) під час написання змісту: використовувати ключові слова та фрази, які популярні серед обраної цільової аудиторії. Оптимізований зміст допоможе підвищити видимість сайту в пошукових системах;
- використовувати візуальний контент, такий як зображення, іконки та інше, щоб доповнити зміст. Візуальні елементи приваблюють користувачів та покращують їх залученість;
- перед публікацією важливо перевірити на наявність граматичних та орфографічних помилок, бо їх наявність може негативно вплинути на сприйняття сайту та його професійний образ [20];
- дотримуватися унікальності та оригінальності: це допоможе залучити увагу користувачів та позитивно вплине на репутацію сайту;
- необхідно компонувати зміст в зрозумілу структуру, що забезпечить зручну навігацію. Можна розділити зміст на різні сторінки або секції з використанням меню, що допоможе користувачам знаходити необхідну інформацію легко та швидко;

– постійне оновлення: додавання нових статей, актуалізація інформації та оновлення описів допоможуть привернути повторних відвідувачів та забезпечити регулярний трафік.

Наповнення змістом сторінок сайту є невід'ємною частиною успішного WEB-дизайну. Відповідний зміст, якісно структурований і з орієнтацією на аудиторію, допоможе привернути та утримати відвідувачів, підвищити конверсію та створити позитивне враження про сайт. Ретельне планування, написання та оновлення змісту, а також звернення уваги на його якість та доступність, сприятимуть досягненню мети та задоволенню потреб користувачів [41].

Приклади готових сторінок сайту наведені у Додатках Б та В.

8 РОЗРОБКА ІНТЕРАКТИВНОСТІ

Для додавання інтерактивності створюваному сайту буде використана функція Prototype у програмі Figma. Ця функція дозволяє створювати інтерактивні та динамічні прототипи WEB-сайтів або мобільних додатків без необхідності програмування, але які наближаються до реальної взаємодії з користувачем. За допомогою цієї функції можна створювати зв'язки та переходи між різними екранами, щоб продемонструвати функціональність та взаємодію дизайну [42].

Серед основних можливостей функції Prototype є створення зв'язків, різних переходів, встановлення тригерів, перегляд прототипу, анімація, інтерактивність форм, мультисторінкові прототипи, перегляд з командою.

Створення зв'язків. Можна встановлювати зв'язки між елементами на різних екранах. Наприклад, можна створити зв'язок з кнопки на одному екрані до наступного, щоб імітувати натискання кнопки і перехід до нової сторінки.

Створення переходів. У Figma є можливість налаштовувати різні типи переходів між екранами, такі як зміна сторінки, зміна вікна, зміна прозорості тощо. Це дозволяє відтворювати різні анімації та переходи між сторінками.

Встановлення різних тригерів, таких як натискання кнопки, наведення курсору або прокрутка, щоб запускати певні дії або переходи. Наприклад, можна створити тригер на натискання кнопки, який спричинить зміну елементів або перехід до іншого екрану.

Перегляд прототипу є дуже зручною функцією, яка дозволяє переглядати прототип після та під час його створення, щоб перевірити його функціональність, взаємодію та правильність встановлених налаштувань. Можна тестувати прототип у WEB-браузері або на мобільних пристроях за допомогою спеціального переглядача Figma.

Анімація. За допомогою цієї функції можна додавати анімаційні переходи між елементами для створення більш плавних та привабливих переходів.

Інтерактивність форм. Можна симулювати введення користувача в поля вводу форми, такі як текстові поля, чекбокси або радіокнопки. Це дозволяє показати, як будуть реагувати форми на введення користувача.

Мультисторінкові прототипи – це прототипи зі зв'язками між різними сторінками. Це дозволяє моделювати навігацію по WEB-сайту або додатку з багатьма сторінками.

За допомогою функції Prototype у Figma можна легко створювати взаємодію і навігацію в дизайні, що допоможе тестувати та вдосконалювати користувацький досвід сайту перед реалізацією. На рис. 8.1-8.2 наведено прототипування мобільної та десктопної версій сайту відповідно.

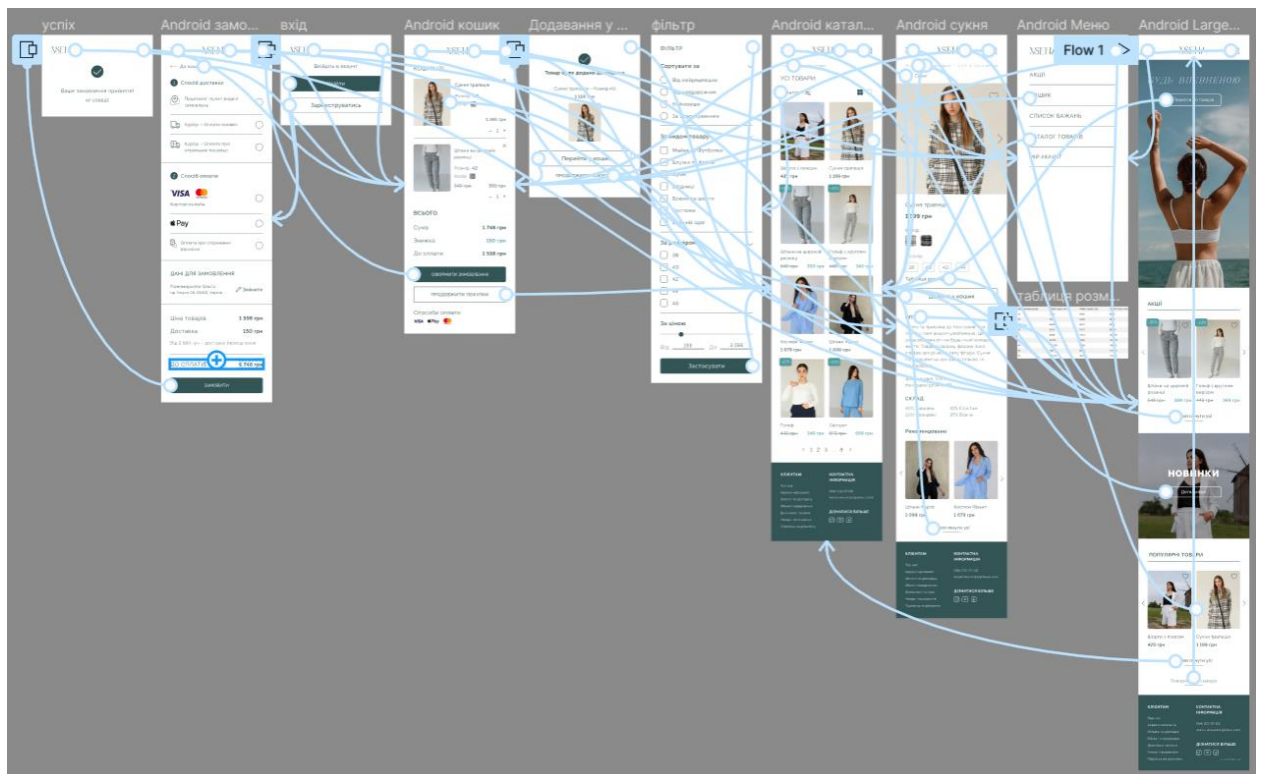


Рисунок 8.1 – Прототипування мобільної версії сайту

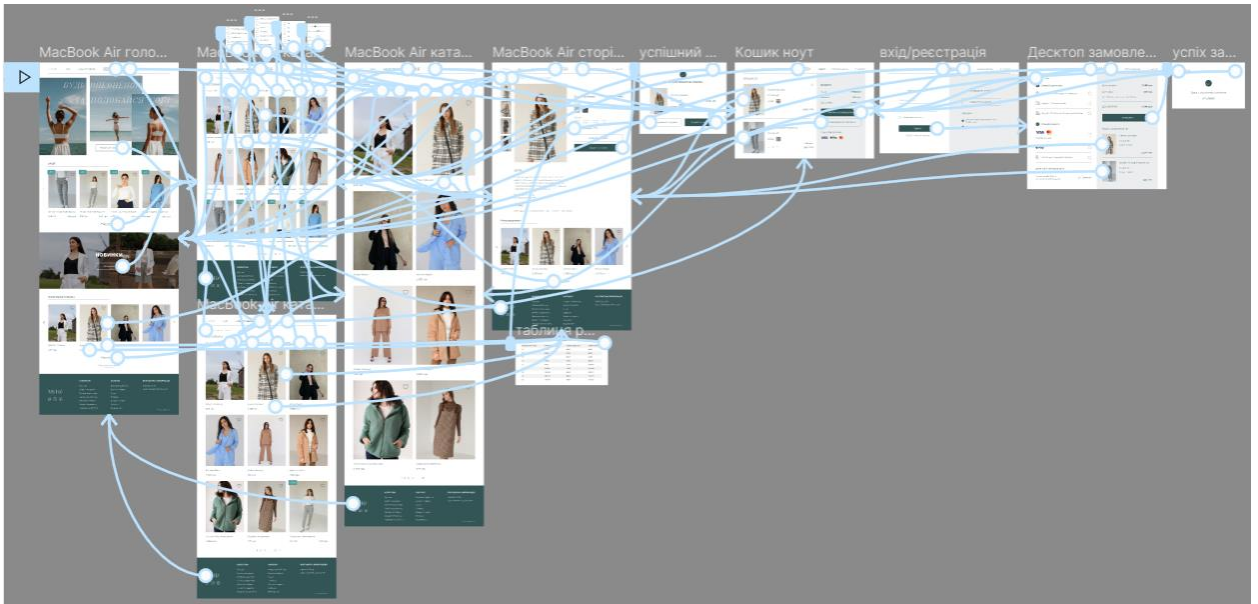


Рисунок 8.2 – Прототипування десктопної версії сайту

Також для створення більш динамічного та взаємодіючого дизайну було застосовано функцію інтерактивних компонентів у Figma, що забезпечує можливість взаємодії з елементами на основі заданих правил (рис. 8.3).

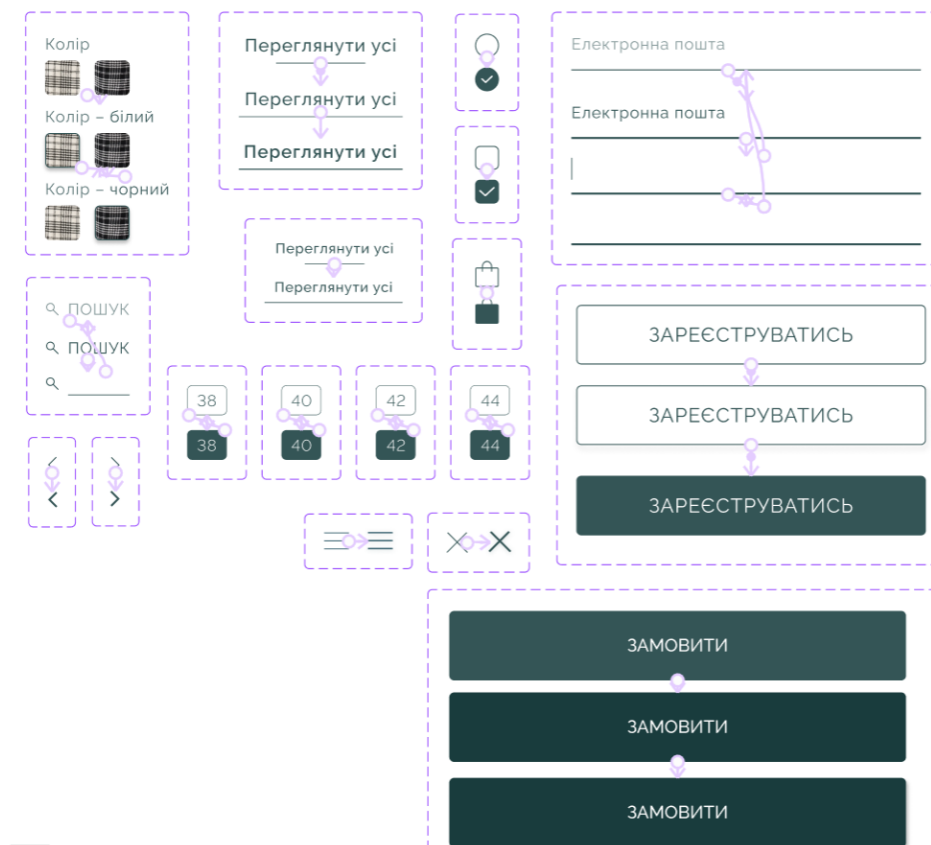


Рисунок 8.3 – Налаштовані інтерактивні компоненти

Функція інтерактивних компонентів дозволяє налаштовувати взаємодію між компонентами (наприклад, кнопка компонента, яка змінює свій стан або відображає різні ефекти при натисканні на неї), додавати різні стани компонентів (такі як наведення курсору, активний стан, вибраний стан тощо, що дозволяє контролювати зовнішній вигляд компонента в залежності від взаємодії користувача), додавати автоматичні переходи між різними станами компонентів або між різними екранами (наприклад, перехід між станами кнопки може відтворюватися автоматично після певного часу або при заданих умовах) [43].

Отже, використання інтерактивних компонентів у Figma дозволяє створювати більшість функціональних аспектів дизайну сайту без необхідності програмування. Це дає можливість створювати інтерактивні прототипи, тестувати їх на різних пристроях та переглядати результати взаємодії з дизайном, що допоможе вирішити проблеми та вдосконалити користувацький досвід створюваного продукту.

9 ТЕСТУВАННЯ ПРАВИЛЬНОСТІ РОБОТИ САЙТУ

Тестування є кінцевим етапом розробки сайту, який допомагає перевірити його правильність, функціональність та відповідність заданим вимогам. Це важливий процес, що дозволяє виявити та виправити будь-які помилки, проблеми чи недоліки, що можуть виникнути під час роботи сайту.

Тестування дозволяє перевірити, чи працюють всі функції сайту правильно, чи відображаються контент та графічні елементи належним чином, чи забезпечується коректна навігація, а також перевірити сумісність з різними пристроями і браузерами. Було обрано провести функціональне та юзабіліті (usability) тестування розробленого дизайну сайту «Xsenia», а також тестування на адаптивність.

Функціональне тестування сайту – це вид перевірки, що виявляє неправильну роботу функціонала програми. Була проведена перевірка правильності роботи головних функцій сайту, відображення кнопок (при наведенні та натисканні), коректність роботи усіх посилань, перевірка полів і сторінок «авторизація», «реєстрація», коректність додавання товару в корзину, перевірка контенту та змісту на текстові помилки.

Usability тестування дозволяє перевірити зручність сайту для користувача, легкість та ефективність знаходження потрібної інформації. На цьому етапі було проведено: навігаційне тестування (перевірено, що всі елементи сайту зрозумілі, що є доступ до головної сторінки і меню з усіх інших сторінок), тестування контенту (відсутність граматичних помилок, інформативність контенту, задовільна якість фотографій, коректність заголовків), тестування на зручність користування (оцінено зрозумілість структури та перевірено на відсутність зайвих компонентів) [44].

Тестування на адаптивність є важливим кроком для перевірки, що сайт відображається належним чином і працює на різних пристроях і розмірах

екранів, таких як ноутбуки, планшети і мобільні телефони (саме для цих пристроїв був розроблений дизайн сайту).

Було перевірено, що сайт правильно відображається на різних пристроях з різними розмірами екранів (рис. 9.1-9.6): контент, зображення і елементи дизайну адаптуються та відображаються належним чином, елементи на сайті розташовані зручно для користувачів на різних пристроях, всі зображення не втрачають якість та адаптуються до різних розмірів екранів.

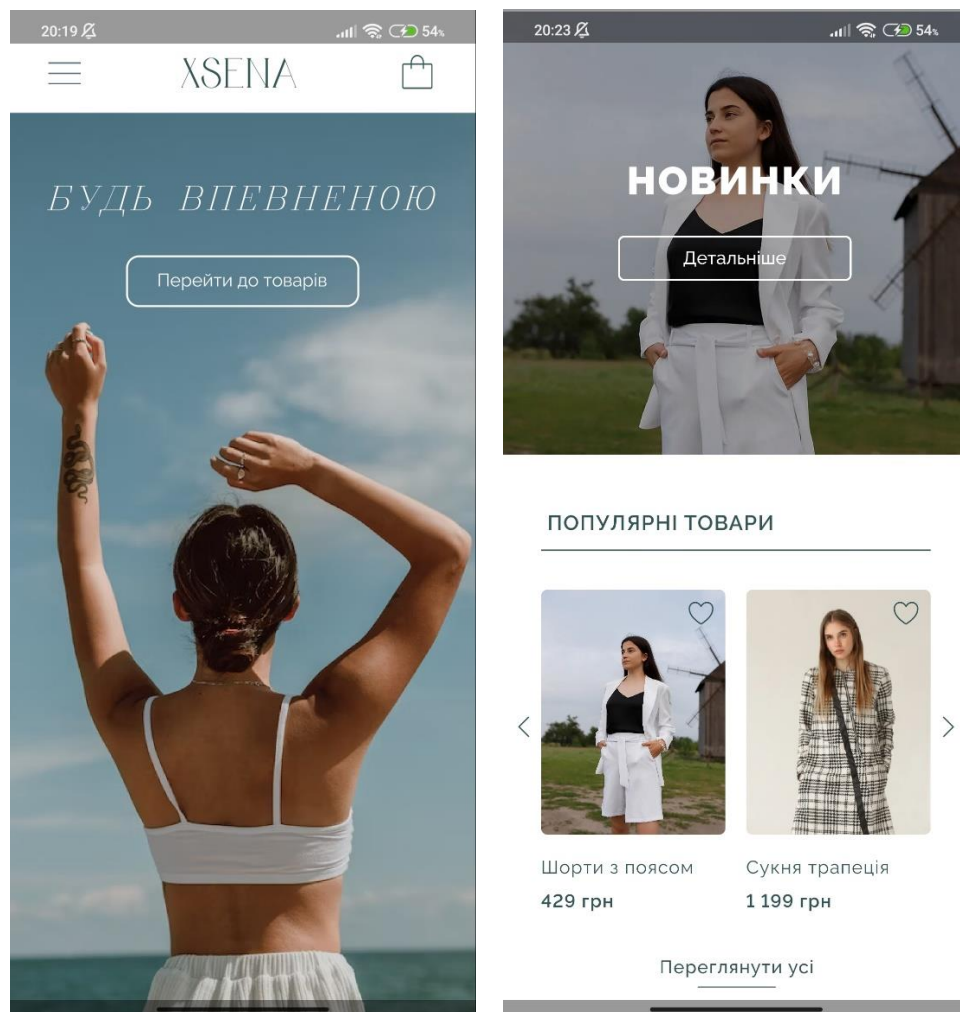


Рисунок 9.1 – Відображення головного екрану мобільної версії

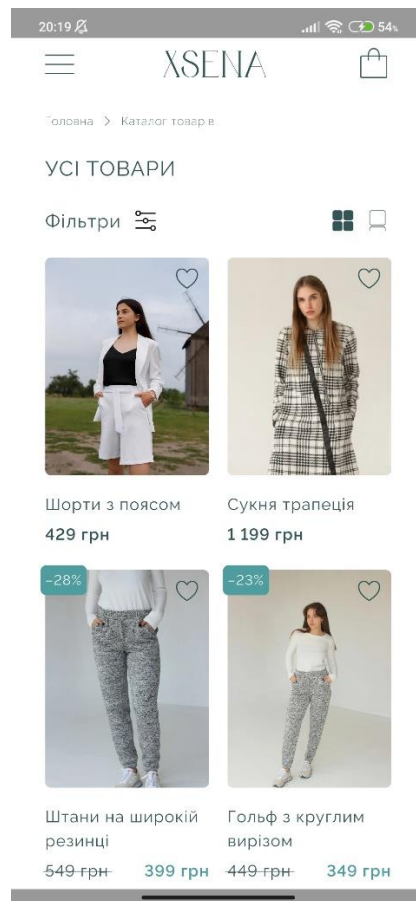


Рисунок 9.2 – Відображення каталогу товарів мобільної версії

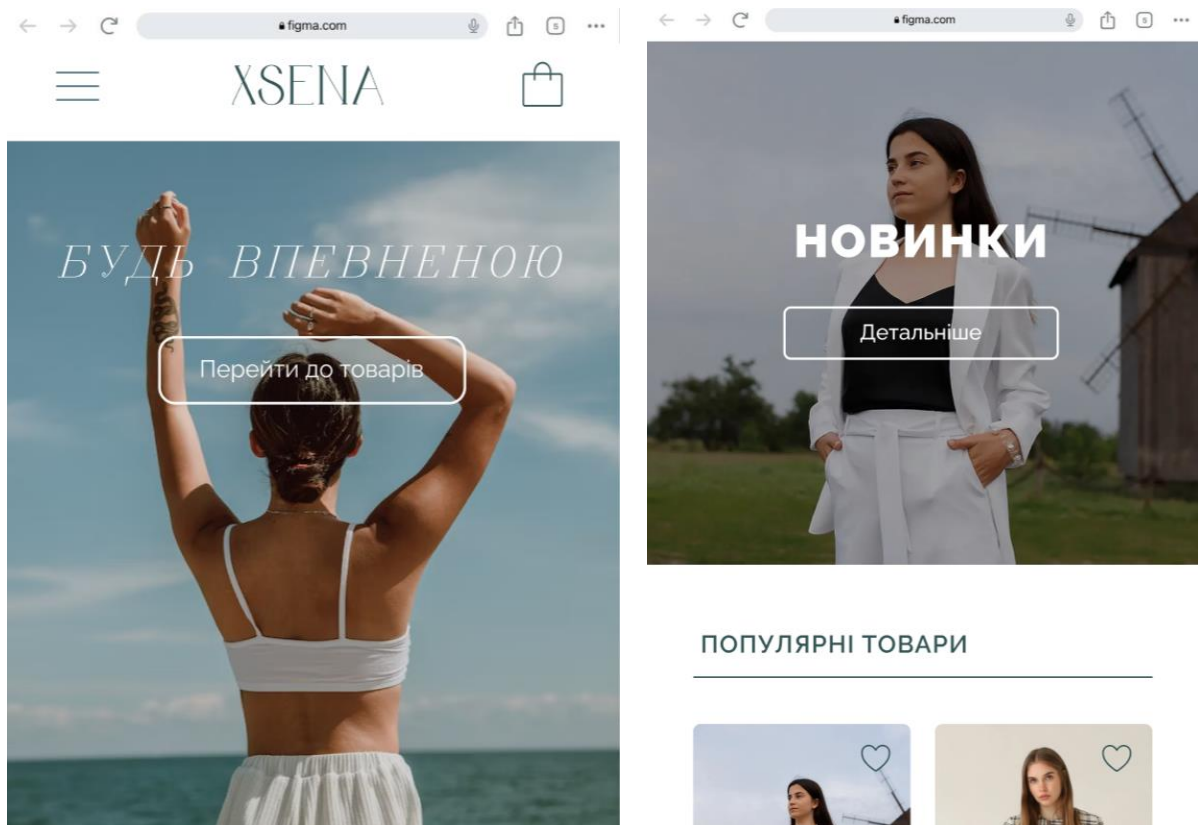


Рисунок 9.3 – Відображення головного екрану планшетної версії

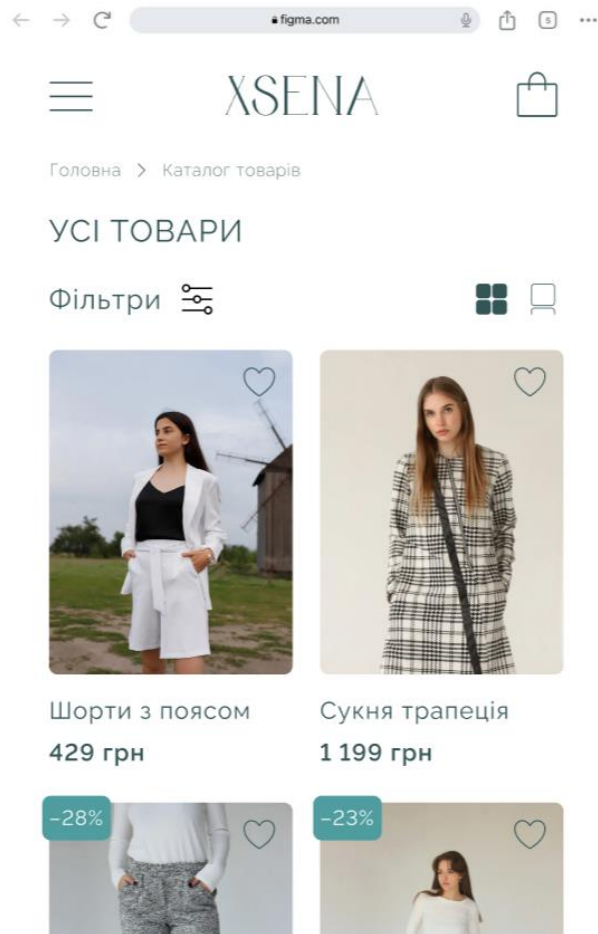


Рисунок 9.4 – Відображення каталогу товарів планшетної версії

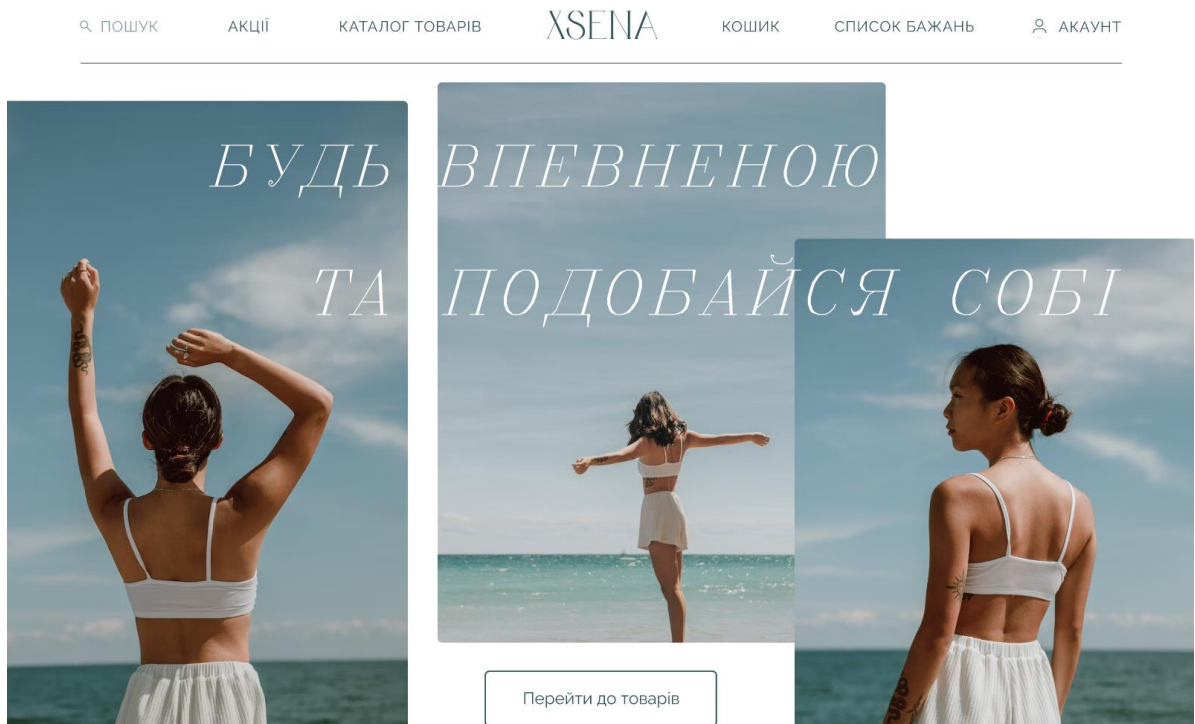
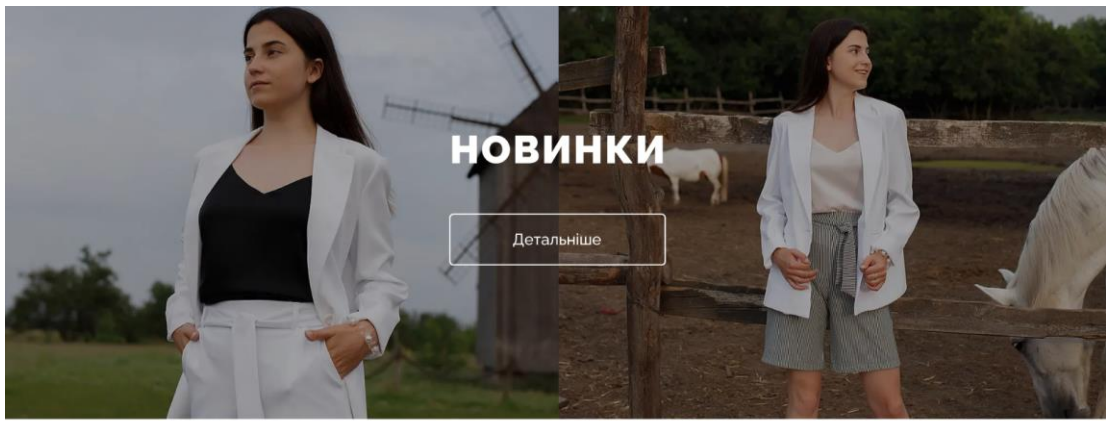


Рисунок 9.5 – Відображення головного екрану десктопної версії



ПОПУЛЯРНІ ТОВАРИ

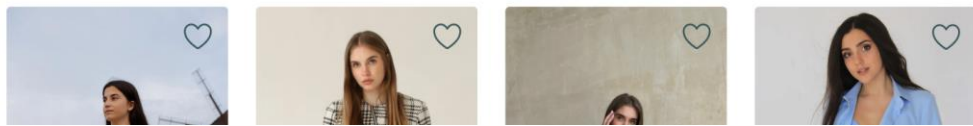


Рисунок 9.5, аркуш 2

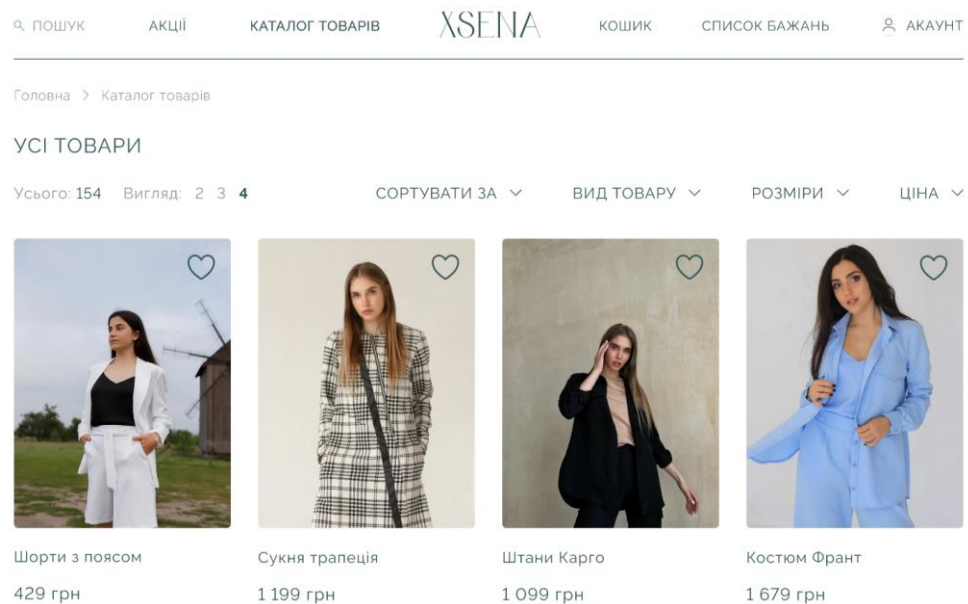


Рисунок 9.6 – Відображення каталогу товарів десктопної версії

Отже, завдяки тестуванню було визначено, що створений дизайн сайту зручний та зрозумілий для користувачів, має зручну навігацію, правильно відображається на усіх пристроях, для яких був розроблений, зайвих компонентів не виявлено. Результати тестування забезпечують якість і надійність сайту перед його запуском.

10 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

10.1 Характеристика продукції

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є створений редизайн сайту жіночого одягу «Xsena». Сайти є важливим інструментом для будь-якого бізнесу, оскільки дозволяють привернути нових клієнтів, збільшити продажі, залучити більше уваги до бренду та забезпечити зручний доступ до інформації про товари та послуги.

Було розроблено: головну сторінку, каталог товарів, сторінку товару, кошик, екран оформлення замовлення та такі додаткові екрани, як меню, фільтр пошуку, реєстрація, успішність додавання у кошик та успішність замовлення. Редизайн був створений з урахуванням недоліків та переваг розглянутих аналогів, а також з дотриманням сучасних вимог.

Створений дизайн сайту є ефективним, бо він може допомогти залучити увагу та зацікавити цільову аудиторію, забезпечує зручну та привабливу взаємодію з сайтом, сприяє легкому та швидкому знаходженню необхідної інформації про товари. Розроблений дизайн є адаптивним, має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для користувача та зручну навігацію.

10.2 Розрахунки витрат

Для того, щоб розробити сайт необхідно виконати великий обсяг роботи, незалежно від розміру майбутнього проєкту. Тому для успішної реалізації потрібно ретельно продумати всі етапи створення WEB-сторінки та дотримуватись наміченого плану [21]. Цей план складається з послідовності основних етапів:

- підготовчий етап (постановка завдання: визначення цілей та тематики проєкту, розробка технічного завдання, його опрацювання та затвердження, вибір інструментальних засобів розробки);
- етап розробки архітектури, структури та навігації сайту, а також розробка дизайн-макетів сторінок (прототипування, макетування та дизайн);
- етап верстки сторінок та програмування функціональної частини, наповнення сторінок контентом;
- заключний етап (тестування та подальше налаштування, запуск) [22].

Перед проєктуванням та розробкою сайту, виконується розрахунок економічної ефективності проєкту. Цей процес дозволяє передбачити потенційний вплив та доцільність впровадження сайту. Спочатку проводиться розрахунок собівартості розробки, що включає в себе основну заробітну плату, додаткову заробітну плату, єдиний соціальний внесок, інші витрати. Це допомагає з'ясувати загальні витрати, пов'язані з розробкою проєкту [45].

Після цього визначається ціна продукту, що базується на конкурентоспроможності на ринку, цінній політиці підприємства та оцінці ринкових можливостей, а також залежить від собівартості розробки та суми прибутку від реалізації розробки.

Розробкою WEB-сайту займаються три фахівці: маркетолог, UX/UI-дизайнер і WEB-програміст. Заробітна плата маркетолога – 100,00 грн/год, WEB-програміста – 200,00 грн/год, UX/UI-дизайнера – 150,00 грн/год. Тривалість робочого дня становить 8 годин. Розробка сайту займає 8 днів.

Розрахунок основної заробітної плати наведено в таблиці 10.1.

У даному випадку додаткова заробітна плата становить 20 % від основної:

$$10800,00 \times 0,2 = 2160,00 \text{ грн.}$$

Таблиця 10.1– Розрахунок витрат на заробітну плату

Етап	Вид робіт	Виконавець		Годинна ставка, грн	Тривалість виконання, дні	Заробітна плата, грн
		Кількість	Посада			
1. Підготовчий	Постановка завдання	1	маркетолог	100,00	1	800,00
2. Етап розробки архітектури сайту та дизайну	Розробка архітектури, структури та навігації сайту, дизайн-макетів сторінок (створення прототипу, макету та дизайну)	1	UX/UI-дизайнер	150,00	3	3600,00
3. Етап програмування	Верстка сторінок та програмування функціональної частини, наповнення контентом	1	WEB-програміст	200,00	3	4800,00
4. Заключний етап	Тестування та подальше налаштування, запуск	1	WEB-програміст	200,00	1	1600,00
Разом					8	10800,00
Додаткова заробітна плата (20 %)						2160,00
Усього						12960,00

Ставка єдиного соціального внеску становить 22 % від величини основної і додаткової заробітної плати:

$$12960,00 \times 0,22 = 2851,20 \text{ грн.}$$

До інших витрат було віднесено витрати на обслуговування ЕОМ та плату за електроенергію [46]. Розрахунок витрат на електроенергію здійснюється шляхом врахування споживаної потужності пристрою та тарифу

на електроенергію. Передбачається використання 3 комп'ютерів з потужністю 1 кВт/год. Вартість однієї кВт/год електроенергії було прийнято у розмірі 1,68 грн. Час використання електроенергії під час розробки:

$$8 \times 8 = 64 \text{ год.}$$

Плата за електроенергію складатиме:

$$1 \times 1,68 \times 64 \times 3 = 322,56 \text{ грн.}$$

Витрати на обслуговування комп'ютерної техніки (ЕОМ) визначаються на основі вартості самої техніки та тривалості її експлуатації, після чого проводиться її заміна (зазвичай не більше ніж через 3 роки). Протягом року ЕОМ використовується 254 робочих дні. Отже:

$$(4200,00 / (3 \times 8 \times 254)) \times 64 = 44,09 \text{ грн.}$$

Впровадження проєкту реалізується в рамках однієї компанії, тому собівартість розробки можна розрахувати за формулою:

$$(12960+2851,20+322,56+44,09) / 1=16177,85 \text{ грн.}$$

Здійснимо розрахунок загальної суми прибутку від реалізації розробки, враховуючи рентабельність на рівні 30 %:

$$16177,85 \times 0,3 = 4853,36 \text{ грн.}$$

Проведемо розрахунок ціни розробки сайту без урахування податку на додану вартість (ПДВ):

$$16177,85 + 4853,36 = 21031,21 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму податку на додану вартість (ПДВ), що дорівнює 20% від ціни без урахування ПДВ:

$$21031,21 \times 0,2 = 4206,24 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну сайту з урахуванням ПДВ:

$$21031,21 + 4206,24 = 25237,45 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 10.2.

Таблиця 10.2 – Розрахунок витрат на розробку та ціни WEB-сайту

Стаття витрат	Сума, грн
Основна заробітна плата	10800,00
Додаткова заробітна плата	2160,00
Єдиний соціальний внесок	2851,20
Витрати на обслуговування комп'ютерної техніки	44,09
Витрати на електроенергію	322,56
Собівартість створення сайту	16177,85
Прибуток	4853,36
Ціна без урахування ПДВ	21031,21
Податок на додану вартість (ПДВ)	4206,24
Ціна з ПДВ	25237,45

Отже, на основі проведених розрахунків повна вартість розробки сайту становить 25237,45 грн. Для команди, до якої входить маркетолог, UX/UI-дизайнер і WEB-програміст, термін виконання всіх етапів розробки складає 8 днів. Очікувана сума прибутку становитиме 4853,36 грн.

ВИСНОВКИ

Результатом виконання кваліфікаційної роботи є розроблений редизайн сайту жіночого одягу «Xsena». Для створення дизайну сайту було розроблено головну сторінку, каталог товарів, сторінку товару, кошик, екран оформлення замовлення та такі додаткові екрани, як меню, фільтр пошуку, реєстрація, успішність додавання у кошик та успішність замовлення.

Для успішної розробки та створення проєкту необхідно було сформулювати послідовність етапів створення сайту. В результаті були визначені цілі та тематика проєкту, розроблено технічне завдання, обрано інструментальні засоби розробки, сплановано архітектуру проєкту, були розроблені дизайн-макети сторінок (виконане макетування та дизайн), сайт був наповнений контентом, було реалізовано інтерактивність сайту жіночого одягу «Xsena». Було проведене функціональне та usability тестування на правильність роботи сайту. А також розрахована економічна частина.

Редизайн сайту жіночого одягу «Xsena» був створений з урахуванням недоліків та переваг розглянутих аналогів, а також з дотриманням сучасних вимог. При розробці дизайну сайту були враховані такі аспекти, як: кольорова палітра (вибір кольорів відповідає цільовій аудиторії та відображає характер бренду), використання шрифтів з легкою читабельністю, навігація (розроблена зручна структура WEB-сайту, щоб користувачі легко знаходили потрібну інформацію та продукти), адаптивний дизайн (забезпечує правильне відображення на різних пристроях і розмірах екранів, що є важливим для зручного використання користувачами з різних пристроїв).

Отже, створений дизайн сайту є ефективним, бо він може допомогти залучити увагу та зацікавити цільову аудиторію, забезпечує зручну та привабливу взаємодію з сайтом, сприяє легкому та швидкому знаходженню необхідної інформації про товари. Розроблений дизайн є адаптивним, має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс для користувача та зручну навігацію.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Пономарьова О.В., Чеботарьова І.Б. Особливості розробки дизайну сайтів з продажу жіночого одягу // Радіоелектроніка та молодь у ХХІ столітті: зб. мат. 27-го Міжнародного молодіжного форуму. Т. 6. 2023. С. 228-229.
2. Пономарьова О.В., Чеботарьова І.Б. Аналіз сучасних вимог розробки сайтів з продажу одягу // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. VII Міжнар. наук.-техн. конф. 2023. С.179-180.
3. Дизайн сайту – чому він так важливий при створенні онлайн-бізнесу? URL: <https://hostpro.ua/blog/ua/site-design> (дата звернення: 25.04.2023).
4. Теорія кольору і значення кольору в дизайні. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/teoriya-koloru-i-znachennya-koloru-v-dyzajni.html> (дата звернення: 27.04.2023).
5. Значення кольорів у дизайні та маркетингу. URL: <https://bazilik.media/znachennia-koloriv-u-dyzajni-ta-marketynhu/> (дата звернення: 27.04.2023).
6. Бірюзовий колір. URL: <https://qna.com.ua/biryuzovij-kolir/> (дата звернення: 27.04.2023).
7. Принцип Mobile First для розробки дизайну сайтів. URL: <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/princip-mobile-first-dlya-rozrobki-dizajnu-sajtiv.html> (дата звернення: 29.04.2023).
8. Антропоцентризм увійшов до чату. Інтро до теми human-centered design. URL: <https://skvot.io/uk/blog/antropocentrizm-voshel-v-chat> (дата звернення: 29.04.2023).
9. Штучний інтелект, машинне навчання та нейронні мережі: в чому різниця і для чого їх використовують. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/machine-learning-overview.html> (дата звернення: 25.04.2023).
10. Молчанов В.П. Основи проектування WEB-видань: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 159 с.

11. Як створити ефективний сайт, який продає. URL: <https://rubika.agency/ua/blog/jak-stvoriti-efektivnij-sajt-jakij-prodaie> (дата звернення: 08.04.2023).
12. ZARA. URL: <https://www.zara.com/ua> (дата звернення: 08.04.2023).
13. 19 прикладів веб-дизайну, який все псує. URL: <https://ziex.by/blog/19-primerov-veb-dizajna-kotoryj-vse-portit> (дата звернення: 10.04.2023).
14. Sinsay. URL: <https://www.sinsay.com/ua> (дата звернення: 10.04.2023).
15. Найкращі дизайни інтернет-магазинів для натхнення. URL: <https://turumburum.ua/blog/luchshie-dizayny-internet-magazinov-14-zarubezhnykh-veb-saytov-dlya-vdokhnoveniya/> (дата звернення: 10.04.2023).
16. Issa Plus. URL: <https://issaplus.com/ua> (дата звернення: 10.04.2023).
17. Що таке «хлібні крихти» на сайті та навіщо вони потрібні? URL: <https://www.ukraine.com.ua/blog/seo-optimization/chto-takoe-hlebnie-kroshki-na-sajte-i-zachem-oni-nuzhni.html> (дата звернення: 28.04.2023).
18. Xsena. URL: <https://xsena.ua> (дата звернення: 29.04.2023).
19. Як швидко запустити сучасний онлайн магазин одягу. URL: <https://singleprint.com.ua/ua/blog/kak-bystro-zapustit-sovremennyj-onlajn-magazin-odezhdy-futbolok-bez-sklada/> (дата звернення: 01.05.2023).
20. Які тексти потрібні для інтернет-магазинів? URL: <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/teksty-dlia-internet-mahazyna/> (дата звернення: 01.05.2023).
21. Етапи створення WEB сайтів. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/etapy-stvorennya-veb-sajtiv/> (дата звернення: 02.05.2023).
22. Етапи створення сайту. URL: <https://webcase.com.ua/uk/blog/iz-chego-sostoit-razrobotka-sajta/> (дата звернення: 02.05.2023).
23. Етапи розробки сайту: як пройти шлях від ідеї до релізу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/etapy-razrobotki-sajta> (дата звернення: 02.05.2023).
24. Пономарьова О.В., Пономарьова С.В. Аналіз інструментів створення дизайну інтерфейсу WEB та мобільних додатків // Інформаційні технології в соціокультурній сфері, освіті та економіці: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. 2023. С. 45-46.

25. Огляд графічних редакторів для початківців Adobe Photoshop, Adobe Illustrator і Figma. URL: <https://wezom.academy/ua/obzor-graficheskikh-redaktorov-dlja-nachinajuschih-adobe-photoshop-adobe-illustrator-i-figma/> (дата звернення: 07.05.2023).

26. Figma або Photoshop: що вибирають дизайнери? URL: <https://ua.softlist.com.ua/articles/figma-ili-photoshop-chto-vybir/> (дата звернення: 07.05.2023).

27. Чому варто встановити Sketch на Mac? Огляд програми. URL: <https://mac.org.ua/blog/about-sketch-macos/> (дата звернення: 07.05.2023).

28. 8 порад, яким повинен бути сучасний дизайн сайту URL: <https://project-seo.net/uk/blog-uk/yakim-povunen-bytu-sychasnyi-dizain-saity/#idh10> (дата звернення: 08.05.2023).

29. Структура сайту: основні види та правила їх розробки. URL: <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/struktura-sajtu/> (дата звернення: 09.05.2023).

30. Модульні сітки у роботі UX-дизайнера. Інструкція по застосуванню. URL: <https://medium.com/design-spot/модульные-сетки-в-работе-ux-дизайнера-инструкция-по-применению-410cfc1df74d> (дата звернення: 09.05.2023).

31. Сітки в інтерфейсах. URL: <https://cases.media/creativepractice/article/sitki-v-interfeisakh> (дата звернення: 09.05.2023).

32. Види прототипів: mockups, високодеталізованні UX прототипи, як вони виглядають. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/prototype-types.html> (дата звернення: 10.05.2023).

33. Прототип сайту – як він допомагає оцінці та розробці. URL: <https://evergreens.com.ua/articles/prototype-site.html> (дата звернення: 10.05.2023).

34. Прототип WEB-сайту: як створити прототип WEB-сайту? URL: <https://internetdevels.ua/blog/what-is-website-prototype-how-build-website-prototype> (дата звернення: 10.05.2023).

35. Що таке UI Kit и для чого він потрібен вашій компанії. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/ui-kit.html> (дата звернення: 11.05.2023).

36. UI kit. URL: <https://www.invisionapp.com/defined/ui-kit> (дата звернення: 11.05.2023).

37. UI KIT: для єдиної стилістики та координації роботи з розробниками. URL: <https://cases.media/article/ui-kit-dlya-yedinoi-stilistiki-ta-koordinaciyi-roboti-z-rozrobnikami> (дата звернення: 11.05.2023).

38. Іконки у WEB-дизайні: для чого потрібні і як правильно їх використовувати? URL: <https://cases.media/article/ikonki-u-veb-dizaini-dlya-chogo-potribni-i-yak-pravilno-yikh-vikoristovuvati> (дата звернення: 12.05.2023).

39. Іконки на сайтах що вони роблять та як вибрати правильні? URL: <https://digiants.agency/uk/blog/Ikonki-na-saytakh-hto-oni-delayut-i-kak-vybrat-pravilnuye> (дата звернення: 12.05.2023).

40. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.

41. Методика і технологія керування інформаційним наповненням освітніх сайтів. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/ITZN/em7/content/08zntsef.htm> (дата звернення: 13.05.2023).

42. Як робити прототипи в Figma: кнопки, прокручування та поп-апи. URL: https://teletype.in/@pikiran_academy/6hDmMxUFiy2 (дата звернення: 14.05.2023).

43. Функція інтерактивних компонентів Figma. URL: <https://ux.pub/cospl/funktsiia-intieraktivnikh-komponentiv-figma-3gja> (дата звернення: 14.05.2023).

44. Як тестувати WEB-сайт: основні етапи і поради. URL: https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/yak-testuvati-veb-sayt-osnovn-etapi-poradi#title_3 (дата звернення: 20.05.2023).

45. Методичні вказівки до виконання економічної частини кваліфікаційної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 Видавництво та поліграфія усіх форм навчання / Упоряд. Т.В. Полозова. Харків: ХНУРЕ, 2022. 47 с.