

УДК 004.774.6

## АНАЛІЗ ПРИНЦИПІВ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ

*Музичук А.Р., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

*Пармонов А.К., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

**Анотація.** У роботі розглянуті особливості проектування інтернет магазинів, показана важливість урахування інформаційної архітектури. Виконано узагальнення етапів створення веб сайтів з електронної комерції.

**Ключові слова:** ІНТЕРНЕТ МАГАЗИН, ДИЗАЙН, ІНФОРМАЦІЙНА АРХИТЕКТУРА, UI/UX.

Інтернет та цифрові технології швидко захоплюють усі сфери життя людини. Також цей процес торкнувся галузі торгівлі, що спричинило формування електронної комерції. Зараз майже усі магазини мають веб сайт, де можна замовити товари. Також виникло таке явище як інтернет магазини, які існують виключно у мережі інтернет. Такі магазини гарний засіб для реалізації товару/послуг/роботи шляхом вчинення електронної угоди. Популярність інтернет магазинів у певній мірі обумовлена полегшенням процесу купівлі й зниженням вартості товарів через відсутність витрат на утримання торговельних приміщень та персоналу для роботи з клієнтами. На теперішній час проектування веб сайтів для електронної комерції є вельми затребуваною послугою. Метою цієї роботи є аналіз принципів проектування інтернет магазину та опис особливостей етапів його створення.

Інтернет магазин у загальному сенсі являє собою веб сайт, тому для проектування застосовні усі методи та принципи створення веб сайтів. Проектування сайту складається з декількох базових етапів.

1. *Збір даних.* На цьому етапі потрібно з'ясувати побажання клієнта, чітко визначити тип проекту, сформулювати задачі проекту та наявність контент для сайту.

2. *Аналіз.* Вивчення потреб, опис функціоналу та структури. Ознайомлення з контентом замовника, складаємо перелік сторінок/екранів.

3. *Оцінка.* Узгодження моделі фінансування. Прорахунок орієнтовних часових витрат.

4. *Відкриття контракту.* Погодження правил.

Під час проектування важливо виконати дослідження потреб замовників та користувачів. Існують багато різних методик для цього. Зазвичай виконується група досліджень, що складається з *бізнес-інтерв'ю* для з'ясування бажань клієнта та мети бізнесу, *аналітики та опитування* для розуміння цільової аудиторії (розподіл за віком, статтю, географії, освітою, рівень прибутку, сімейний стан, хобі і таке інше), *інтерв'ю користувача* для з'ясування його потреб, особисту думку про сайт та опису дій використання продукту. Як результат отримуємо цільову аудиторію, виявляємо справжні потреби, дізнаємося, які завдання виконує користувач, краще розуміємо «мову» користувача, отримуємо кількісні дані, краще розуміємо настрій користувача.

Аналіз конкурентів важлива частина, бо на їх власному досвіді можна побачити переваги й недоліки конкретних дизайнерських чи архітектурних рішень та зробити висновки. Для початку треба зосередитись на 3-4 головних та крупних конкурентах та скласти таблицю. Проводимо оцінку за 4 основними сферами, та фіксуємося на тих факторах, які максимально впливають на досягнення бізнес-цілями. У більшості випадків у якості основних сфер для аналізу підійдуть наступні.

1. *UX*. Розуміння структури сайту та рівень легкості орієнтування по ньому. Швидкість пошуку потрібної інформації. Зовнішній вигляд сайту, дизайн, настрої у користувача при користуванні.

2. *Контент*. Актуальність інформації на сайті та її корисність для користувача. Наявність граматичних помилок та поганого стилю написання контенту.

3. *Технічний сторона*. Швидкість роботи сайту, адаптивність, наявність мобільної версії, присутність помилок та зламаних посилань.

4. *Маркетингова сторона*. Наявність заклику до використання, мотивування зробити замовлення, наявність акцій, пропозицій або знижок. Цінова політика, наявність гарантів, висока якість продукції/послуг.

У проектуванні звичайного сайту далі переходять до розробки дизайну. Але процес створення інтернет магазину обов'язково має містити етап проектування інформаційної архітектури. Однак інколи у гонитві за ефектним зовнішнім виглядом [1, 2] роблять дизайн на шкоду досвіду використання (UX).

Правильна інформаційна архітектура дозволяє систематизувати інформацію та організувати принципи навігації так, що допоможуть клієнтам швидко та успішно знаходити потрібні їм дані. Вона розробляється для отримання позитивного досвіду користування. Для проектування «досвіду» застосовується метод вигаданої персони. Ґрунтуючись на здобутій інформації на етапі дослідження можна сформуванати декілька персон для майбутнього сайту. Користувачів, які демонструють схожі дані, цілі, інтереси та поведінку щодо вашого продукту/послуг поєднують у персони.

У кожної персони має бути декілька користувальницьких історій (User story), що ідентифікує користувача та його потреби. Послідовність дій, шлях користувача від потрапляння на сайт до досягнення мети описує користувальницький сценарій (User Scenario). Користувальницький потік (User Flow) візуально документує контент, з яким стикався користувач на шляху.

Результати моделювання поведінки користувачів дають змогу переконатися у коректності інформаційної архітектурі, також дають інформацію про найважливіші секції сторінок та функціоналу.

Дали проектування переходить до створення каркасу сторінок, що складають сайт інтернет магазину. У каркасі відображається інформаційні та інтерактивні блоки, форми для зручного заповнення. Приклад каркасу сайту зображений на рисунку 1.

Наступний етап полягає у створенні прототипу на базі каркасу інтерфейсу. Прототип потрібен для презентації замовнику, перевірки певних користувальницьких сценаріїв, або тестування на користувачах.

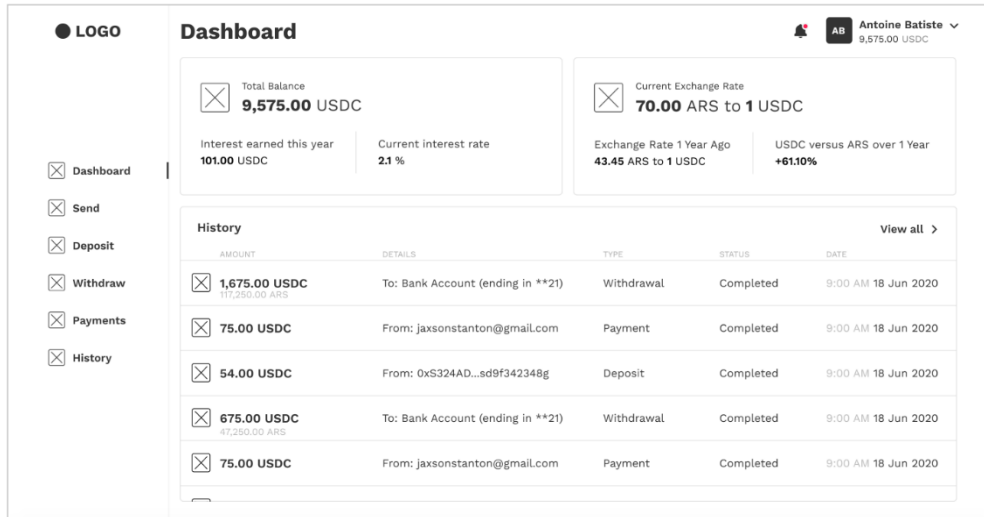


Рисунок 1 – Приклад каркасу сайту

Після створення прототипу, йде етап юзабіліті тестування, оцінки зручності та зрозумілості у використанні інтерфейсу користувачем.

На наступному етапі дизайн-концепції проєктуються адаптивні версії, збираються UI-kit, зображення, шрифти та ін. Після чого йде підготовка до передачі проєкту верстальнику.

Сайт після створення та реалізації, повинен бути проаналізований на ефективність дизайну. Після розробки замовник може попросити допрацювати ще додаткові сторінки, через це треба мати системний дизайн, а UI-kit консистентний та придатний до масштабування.

#### Література.

1. Enchev, L. (2022). 30 Ecommerce Website Design Ideas For Your Online Store. <https://graphicmama.com/blog/30-ecommerce-website-design-ideas-for-your-online-store/>.
2. Awwwards. Examples of Inspirational eCommerce Website Designs. <https://www.awwwards.com/websites/e-commerce/>
3. Bank, C. & Cao, J. (2014). *Web UI Design Best Practices*. UXPin.
4. Web Design Trends 2020. UXPin. <https://www.uxpin.com/studio/ebooks/design-trends-2020/>.
5. 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.
6. Deineko, Zh., Kraievskaya, N., & Lyashenko, V. (2022). QR Code as an Element of Educational Activity. *International Journal of Academic Information Systems Research (IAISR)*, 6(4), 26-31.