



ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ДИЗАЙНУ І ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ НА ЇХ ВІДВІДУВАНІСТЬ

Ткаченко А. О., студентка групи ТЕМВм-17-1,
Вовк О. В., доцент, кандидат технічних наук,
Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків, Україна

З причини стрімкого розвитку сфери інформаційних технологій створюється безліч Інтернет-магазинів, але існує ряд проблем, пов'язаних з різними їх функціями:

- складна навігація і форми;
- застарілий або незрозумілий дизайн;
- неактуальна інформація;
- недостатньо широкий опис товару;
- низька якість зображень;
- незручна оплата;
- обов'язкова реєстрація;
- низька швидкість реагування;
- відсутність комунікації з клієнтом;
- неякісна SEO-оптимізація;
- погано організований пошук по сайту.

Це дослідження допоможе виявити найбільш вагомні критерії функціоналу та дизайну, врахувати їх при розробці оптимального підходу до розробки Інтернет-магазинів.

Метою роботи є дослідження впливу дизайну і функціональних можливостей Інтернет-магазинів на їх відвідуваність, розробка рекомендацій щодо створення Інтернет-магазину, які допоможуть підвищити ефективність його роботи.



Задачі роботи:

- проведення дослідження актуальних проблем Інтернет-магазинів з боку функціональних можливостей і з боку дизайну;
- аналіз і оцінка виявлених проблем;
- розробка рекомендацій щодо створення Інтернет-магазину.

Інтернет-магазини часто мають проблеми, пов'язані як з функціональними можливостями, так і з їх зовнішнім виглядом. Зазвичай це схожий набір помилок, але бувають і виключення.

Визначимо проблеми, які найбільш сильно впливають на якість:

- погане представлення товарів (опис, фотографії, тощо);
- складна навігація і форми (безліч модулів – це витрачання часу клієнта);
- погано організований пошук по сайту (найгірша річ для покупців, через яку магазини залишає величезна кількість людей);
- розробка дизайну (сприйняття інформації клієнтом, не обхідність якісного аналізу цільової аудиторії, облік основних тенденцій в дизайні).

Як приклад були досліджені Інтернет-магазини косметики. Таким чином, цільова аудиторія – в основному жінки орієнтовно від 15 до 50 років. Аналогами є такі Інтернет-магазини: [makeup](#), [ragfums.ua](#), [cosmetic](#), [myoriginal.com.ua](#), [stylesalon](#).

Проаналізував основні проблеми Інтернет-магазинів і наведених аналогів, було розроблено наступні рекомендації.

1. Гарно продуманий дизайн – нічого не впадає в очі, все просто, лаконічно і зі смаком.
2. Навігація на сайті повинна бути інтуїтивно зрозумілою, містити всі розділи та підрозділи, що цікавлять покупців.
3. Інформація щодо товарів на сайті повинна бути завжди актуальною.



4. Фотографії, які представлені на сайті, повинні бути досить якісними і виконаними з різних ракурсів, що дозволяє розглянути товар в повній мірі.

5. Опис товарів має бути повним, щоб покупець міг знайти все необхідне для себе.

6. Повинно бути кілька варіантів оплати, щоб покупець обрав зручний йому. Також має бути можливість обрати спосіб доставки.

7. Повинна бути представлена можливість зв'язатися з оператором або консультантом для уточнення деталей.

8. Організація пошуку – повинен містити велику кількість необхідних фільтрів для пошуку товарів.

9. На сайті повинна бути можливість залишати відгуки, а також переглядати інші, для того щоб визначитися у виборі товару.

Рекомендацій щодо створення Інтернет-магазинів допоможуть не допустити цих поширених помилок, а отже запобігти зменшенню трафіку і конверсії сайту.

Література

1. Гудкова І. 10 показників ефективності, за якими повинен стежити кожен власник Інтернет-магазину. URL: <https://habr.com/company/convead/blog/237625/> (дата звернення: 06.05.2018).

2. Курамшин Д. Який функціонал необхідний для Інтернет-магазинів? *ПешийБИТ*. URL: https://studiobit.ru/blog/internet_magazin/ kakoy-funktsional-neobkhodim-dlya-internet-magazina/ (дата звернення: 06.05.2018).

3. 30 стильних інтернет-магазинів з унікальною структурою. *SeoDesign*. URL: <http://seo-design.net/internet-shops/stylish-online-stores-with-unique-layouts> (дата звернення: 06.05.2018).